

Матасова Ольга Игоревна

канд. экон. наук, доцент

Новокузнецкий институт (филиал)

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

DOI 10.21661/r-465530

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ ПУТЕМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

***Аннотация:** в статье с помощью применения контент-анализа публикаций в социальных сетях исследуются ценности современных студентов. Автор данной работы отмечает, что проведение контент-анализа является полезным и простым методом определения ценностей современной молодежи.*

***Ключевые слова:** контент-анализ, публикации студентов, социальные сети.*

Существует мнение, что ценности современной молодежи в эпоху диджитализации – это обладание дорогими аксессуарами, гаджетами. Для определения реальных ценностей было решено провести контент-анализ их публикаций в социальных сетях. Контент-анализ – это содержательный анализ массивов однородных документов, в частности, публикаций в СМИ, имеющий своим предметом анализ содержания текста и продуктов коммуникативной корреспонденции [7, с. 342]. В отечественной исследовательской традиции контент-анализ определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [5, с. 181–182]. В современной практике применяются различные методы контент-анализа, вызванные в первую очередь различиями в выделяемых смысловых единицах. Например, американские политологи Дж. Б. Мангейм и Р.К. Рич выделяют три основных класса единиц анализа – слова (словосочетания), темы и предметы. А. С. Ахременко также выделяет три основных класса единиц анализа, но называет их несколько иначе: понятия (слова и

словосочетания слов), темы и политические ситуации или события [1, с. 428]. Процесс проведения контент-анализ предполагает выделение документов или публикаций СМИ для анализа, определение временных рамок, выделений категорий анализа и определение смысловых единиц [3, с. 112]. Составляется классификатор для систематизации получаемой информации, затем проводится само исследование. Получаемая информация кодируется и заносится в классификатор. На его основе создаются выводы и рекомендации [2, с. 429].

Целью настоящего исследования является содержательный анализ публикаций студентов 1 курса ФГБОУ ВО НФИ КемГУ в социальных сетях для выявления ценностей современной молодежи, как направлений повышения качества образовательных услуг вуза. Период публикаций: январь-май 2017 г. При отборе страниц для анализа руководствовались следующими критериями: страница должна принадлежать студенту 1 курса ФГБОУ ВО НФИ КемГУ; страница должна быть «активной», содержать не менее 20 публикаций за выбранный период времени. Были найдены 329 страниц студентов. Из них активными оказались 168 страниц. Общее количество опубликованных постов – 4200. Исследование проводилось в период с 15 по 30 мая 2017 г. При изучении были использованы частотная и нечастотная модели контент-анализа.

Было решено сортировать публикации по следующим категориям: «образ жизни и увлечения», «бизнес/учеба», «ценности». Контент-анализ проводился в категории «ценности», остальные публикации необходимо было отсекал. В соответствии с перечнем ценностей по Шварцу, решено было классифицировать публикуемые посты по следующим направлениям: самостоятельность (посты о желании что-то делать самостоятельно, принятии решении, возможности выбора); гедонизм (публикации об удовольствии владения и потребления вещей/услуг); власть (посты о власти, авторитете, значимости и влиянии); достижения (публикации об успехах, фото наград, дипломов, грамот); традиционность и (посты о патриотических праздниках, традициях); доброжелательность (посты о доброте, сочувствии, посты о приросте домашних животных, помощи детям).

Отдельно был выделен классификатор «любовь». Сюда относились посты о любви, любовных переживаниях, лирические композиции и видео.

В качестве смысловой единицы была выбрана частота появления ключевого понятия в исследуемых источниках. В ходе проведенного исследования данные заносились в таблицу, представленную ниже (табл. 1).

Таблица 1

Результаты контент-анализа публикаций студентов 1 курса ФГБОУ ВО НФИ КемГУ в социальной сети «ВКонтакте», январь-май 2017 г.

<i>Категории</i>	<i>Характеристика публикаций</i>	<i>Количество</i>	<i>Доля, в %</i>
Самостоятельность	посты о желании что-то делать самостоятельно, принятии решения, возможности выбора, советы о принятии решений	23	2
Гедонизм	публикации о поглощении вкусной еды, отдыхе, владении дорогими гаджетами	563	45
Достижение	публикации об успехах, фото наград, дипломов, грамот, медалей, публикации об успехах в спортивных соревнованиях	158	13
Власть	посты о главенствовании, обладании властью, авторитете	90	7
Традиционность и патриотизм	публикации о «Бессмертном полке», праздновании Дня Победы, победе российских хоккеистов, достижениях России	113	9
Доброжелательность	посты о доброте, сочувствии, посты о приросте домашних животных, помощи детям	68	5
Любовь	посты о любви, любовных переживаниях, лирические композиции и видео, фото, где явно демонстрируются чувства к избраннику	248	20
<i>Итого</i>		<i>1260</i>	<i>100</i>

На основании проведенного контент-анализа публикаций студентов 1 курса ФГБОУ ВО НФИ КемГУ за январь-май 2017 г. можно сделать вывод, что общее количество публикаций составило 4200, количество публикаций тематики «ценности» – 1260, т.е. около 30%. Самое большое количество публикаций относилось к гедонизму (563 шт.). Публикации содержали фото или записи об обладании дорогими гаджетами, отдыхе, потреблении вещей и услуг и получении наслаждения от этого. На втором месте по количеству публикаций тема любви

(248 шт.), меньше всего публикаций на тему самостоятельности (23 шт.). На основании проведенного исследования сформулируем ряд выводов:

1. Студенты стремятся к получению удовольствия от окружающей среды, а также нуждаются в признании и восхищении со стороны общественности.

2. Для студентов важной является тема любви и любовных переживаний, распространено афиширование собственных чувств в социальных сетях.

3. Также для студентов важно показать свои успехи и достижения и получить похвалу.

4. События в стране (празднование Дня Победы, вступление сборной России на чемпионате мира по хоккею) обусловили большое количество постов с выражением гордости за страну, что говорит о развитом чувстве патриотизма у студентов.

5. Стремление студентов к самостоятельности находит слабый отклик в публикациях на страницах социальных сетей.

Обобщая вышеизложенное, сделан вывод, что проведение контент-анализа является полезным и простым методом определения ценностей современной молодежи. Согласно проведенному исследованию, ценностями современной молодежи в лице студентов 1 курса ФГБОУ ВО НФИ КемГУ являются гедонизм, любовь и достижения.

Список литературы

1. Иванов А.С. Применение методики контент-анализа в сообщениях информационных агентств [Текст] // Вестник Башкирского университета. – 2010. – Т. 15. – №2. – С. 428–434.

2. Лассвелл Г.Д. Применение данных контент-анализа при изучении социальных перемен [Текст] // Политическая лингвистика. – 2011. – №3. – С. 258–265.

3. Морозова И.Ю. Социальные представления о страховании (контент-анализ прессы) [Текст] // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2014. – №1 (6–7). – С. 112–134.

4. Носова Д.А. Методология исследования внутренней и внешней среды маркетинговой деятельности предприятия [Текст] / Д.А. Носова, С.Д. Кукина // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2015. – №8. – С. 111–113.

5. Стегний А. Артикуляция экологической проблематики: опыт контент-анализа [Текст] // Личность. Культура. Общество. – 2010. – Т. II. – №1 (2). – С. 181–194.

6. Тарасова К.В. Теоретико-методическое обоснование функционирования системы маркетинговой информации [Текст] // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – №3 (55). – С. 370–379.

7. Luzan V.S. content-analysis of the basic normative legal documents, providing realization of the state cultural policy (federal and regional aspects) [Текст] // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 4. – №3. – С. 342–362.