

Молодежь в условиях общественно-информационного поля современности

Научный руководитель – Дудина Ирада Мехтиевна

Милонова Ксения Ильинична

Студент (бакалавр)

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

E-mail: panda.myrr@yandex.ru

В реалиях современного российского общества умение находить, анализировать, и оперативно использовать информацию в профессионально-трудовой, академической, культурно-досуговой деятельности становится неотъемлемым атрибутом повседневной жизнедеятельности человека. Стремление социума к самоорганизации и сохранению стабильности, как залога дальнейшего существования и прогрессирования, является идейной основой информационной среды и обуславливает формирование составляющих ее компонентов, через которые в коллективном сознании отражается и интерпретируется событийная составляющая окружающей реальности. К этим компонентам относится массив единых представлений о системе ценностей и базы нормотипических поведенческих реакций индивидов и социальных групп [4]. Под влиянием процессов глобализации, динамичного технического прогрессирования и постепенного перехода общества на новую ступень развития происходит переосмысление нормоценностной базы и вследствие этого информационная сфера функционирует в режиме постоянного изменения и корректировки. Главным драйвером ее трансформаций является молодежь, которая первой начинает использовать новые механизмы работы с информацией в повседневной жизни. Молодежь, как наиболее восприимчивая к изменениям часть социума является объективным индикатором общественно-информационных процессов и наиболее активным потребителем информационных ресурсов. Каждый человек, обладая объемом знаний и опыта, индивидуальной ценностной базой, транслирует свои установки во внешнюю среду и выступает объектом информационного пространства. Информационное пространство служит непрерывно пополняющимся и изменяющимся неисчерпаемым источником получения знаний и содержит в себе всевозможные объекты информационной сферы [6]. Атрибутивными составляющими портрета молодежи, как совокупности единиц информационного пространства выступают демографические переменные: пол, возраст, уровень образования, семейное положение и т.д. Представители цифрового поколения привыкли к неограниченному доступу к информации, их становление происходит неразрывно от технологий. Рассмотрение отдельных количественных характеристик информационного пространства ведет к информационному полю, которое представляет собой конкретный источник или группу источников информации. Объекты информационного поля подразделяются на две группы [2]: • источники информации - глобальные и локальные центры капитала и власти, монополии, политические партии и т. п.; • адресаты - объекты информационного воздействия, которые при определенных условиях могут становиться источниками информации в процессе коммуникации. Данное разделение условно, каждый источник информации одновременно является объектом информационного воздействия, а адресат в определенных ситуациях может преобразовываться в источник информации. Ведущими источниками информации в молодежной среде стали, Интернет, телевидение, СМИ и ближайшее окружение. Критерии классификации источников информации [5]: 1. степень влияния, доверия к информации; 2. форма представленности информации (визуальная, вербальная, аудиоинформация); 3. принадлежность к определенным информационным группам (печатные или электронные, фильмы, книги, музыка и т.д.); 4. содержание информации (искусство, здоровье, хобби,

мода, и т.д.); 5. целевая направленность информации (возрастная, гендерная, профессиональная и т.д.). Исходя из анализа информационных предпочтений современная молодежь характеризуется прагматичным отношением к действительности, приспособленностью к рыночным отношениям, стремлением к обогащению и сформированностью образа «успешного человека», отношением к образованию как к инструменту достижения целей, а также смещением нравственных ценностей на второй план. Выбор информационных ресурсов во многом зависит от ведущих потребностей [6]. Этим объясняется то, что востребованными источниками информации среди молодежи сегодня выступают электронные ресурсы - социальные сети и информационные сайты, так как они в наибольшей степени отвечают возрастным потребностям: познавательной и потребности в общении. Учеба и профессиональное становление в процессе формирования молодого человека, как личности длительное время диктуют тематику его информационных потребностей, но, наравне с этим, интерес вызывают и темы, обусловленные хобби и способами проведения свободного времени. Профессионально значимая творческая деятельность расширяет информационное пространство, увеличивая число источников информации и их содержательное наполнение [3]. Одной из важных особенностей, характеризующих представителей нового поколения является то, что они по типу восприятия являются по большей части визуалами и аудиалами. Музыкальный и видео форматы наиболее популярны среди них. На основе потребления этих видов информации формируются как групповые объединения, так и молодежные субкультуры. Описывая информационное пространство нельзя ограничиваться лишь интернет-коммуникацией. Ни один источник информации не может рассматриваться как ведущий или доминирующий в условиях неопределенного, изменяющегося мира [1]. Кроме совокупности объективных источников информации на каждого человека ежедневно могут воздействовать скрытые источники информации, чье влияние сложно отследить и оценить. Умение качественно работать с информацией, давать оценку ее достоверности стало обязательной составляющей жизни человека. Изучение механизмов существования в информационном пространстве и источников получения знаний среди представителей молодежной среды, как наиболее приспособленных и адаптированных к новшествам позволит выявить актуальные тенденции в области массового информационного потребления.

Источники и литература

- 1) Багирова К. Э. От информационного общества к обществу знания // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. No1.
- 2) Бухарин С. Н., Малков С. Ю. Основы теории информационного поля // Инноватика и экспертиза — 2014. — No12. — С. 131-147.
- 3) Иванова И.В. Социализация молодежи в контексте информационных предпочтений // Психологические исследования. 2018. Т. 11, No 61. С. 8.
- 4) Мерзлякова И. Л. Информационное общество как фактор Российской модернизации // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. No3.
- 5) Раецкая О. В. Социальные последствия информатизации // ПНиО. 2013. No1.
- 6) Цветков В.Я. Информационное пространство как ресурс познания // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — No 3-2. — С. 207-212.