

## Влияние информационного потребления на формирование ценностных ориентаций студенческой молодёжи

Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович

*Киндеева София Павловна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

*E-mail: kindeeva2002@icloud.com*

Современный мир находится на этапе интенсивного внедрения технологий искусственного интеллекта, облачных вычислений, Интернета вещей, которые трансформируют облик общества. Многие сферы повседневной жизни оказываются под влиянием цифровых технологий, а сетевые платформы становятся двигателем новых форм социального взаимодействия. Таким образом, общество на современном этапе развития является цифровым.

Основа становления цифрового общества составляет процесс цифровизации, который связывают с возникновением и широким распространением сети Интернет. Сложно представить жизнь человека, который не сталкивался с Интернет-технологиями. По данным выступления конференции по искусственному интеллекту и машинному обучению Artificial Intelligence Journey 2024 число пользователей Сети в России составляет более 130 млн человек. Среднее время в Сети приравнивается к 6,5 часам. Многие повседневные задачи переносятся в онлайн-пространство для упрощения их выполнения.

Молодежь, как социальная группа, наиболее подвержена трансформациям за счет регулярного использования Интернета. 98% молодых пользователей до 24 лет на ежедневной основе пользуются Сетью. При этом, продолжительность ежедневного использования выше чем у других возрастных групп и равна более 8 часов в день. Телевидение, однако, не широко распространено и уступает по показателям Интернет-подключению. Таким образом, информационное потребление молодежи обладает своей спецификой, ввиду чего представляет исследовательский интерес.

Количество молодёжи неизменно растёт с каждым годом, и согласно статистике составляет почти четверть населения, а именно 37 млн человек. Такие показатели позволяют утверждать, что молодежь занимает уверенные позиции в структуре общества, а значит, ее решения окажут существенное влияние на будущее дальнейших поколений.

Согласно законодательству РФ, к молодежи относятся лица в возрасте от 14 до 35 лет. Для более глубокого рассмотрения проблемы на основании критерия рода занятости была выбрана более мелкая группа студенческой молодежи. Выбор группы студенческой молодежи в возрасте от 16 до 35 лет и критерия для ее определения – получение новой ступени образования – обусловлен тем, что на этом этапе продолжается становление личности молодых людей, которые, обретая самостоятельность после окончания этапа школьного образования, начинают осваивать новые роли, модели поведения, строить жизненные планы и цели, а также продолжают формировать ценностные ориентации. Молодежь оказывается наиболее подвержена трансформациям под влиянием инноваций и технологических открытий. Таким образом, студенческая молодежь, как наиболее вовлеченная в актуальные формы потребления информации социальная группа, должна наиболее полно демонстрировать последние тенденции во взаимодействии с информацией, которые находят отражение в трансформации ее ценностей.

В качестве объекта исследования выступают ценности студенческой молодежи как активной социальной группы, открытой к инновациям.

Предметом исследования является трансформация ценностей под воздействием новых форм и способов информационного потребления студенческой молодежи в условиях становления и развития цифрового общества.

Основным методом исследования выступает анализ вторичных данных, а именно результатов исследований на базе МГУ имени М. В. Ломоносова, СПбГУ, а также других ведущих российских вузов, ВЦИОМ и международных организаций.

В результате исследования были актуализированы текущие практики медиапотребления студенческой молодежи в сетевом пространстве Интернета и выявлены степень и характер их возможного влияния на ценности молодых людей.

### Источники и литература

- 1) Вартанов С. А. и др. Медиапотребление" цифровой молодежи" в России. – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования" Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова" Издательский Дом (типография), 2021.
- 2) Зверева Е. А., Хворова В. А. Трансформация ценностных ориентиров молодежи в современной информационно-коммуникационной среде // Коммуникативные исследования. – 2022. – Т. 9. – №. 1. – С. 7-28.
- 3) Леденева В. Ю. Трансформация ценностных ориентаций студенческой молодежи в условиях цифровой реальности // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2022. – Т. 6. – №. 3. – С. 295-304.
- 4) Полуэхтова И. А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // Знание. Понимание. Умение. – 2022. – №. 3. – С. 90-107.
- 5) Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoi-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения: 05.03.2025).