

**Андруник Андрей Петрович**,  
профессор кафедры политического анализа  
и социально-психологических процессов,  
доктор педагогических наук, профессор,  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
г. Москва  
Andrunik Andrey Petrovich,  
Professor of the Department of Political Analysis  
and Socio-Psychological Processes,  
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,  
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

**Музраева Баина Вячеславовна**, магистрант,  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
г. Москва  
Muzraeva Baina Vyacheslavovna, Graduate student,  
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

**ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ  
МОЛОДЁЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ И СМИ  
FORMATION OF YOUTH VALUE ORIENTATIONS  
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION AND MASS MEDIA**

**Аннотация:** Данная статья посвящена проблеме формирования ценностных ориентаций среди молодежи в условиях цифровизации и воздействия средств массовой информации. В статье исследуется влияние цифровых технологий и медийной среды на формирование ценностных установок у молодого поколения. Статья анализирует вызовы, с которыми сталкиваются образовательные учреждения, родители и общество в целом при воспитании молодежи в контексте современной цифровой среды.

**Abstract:** This article is devoted to the problem of the formation of value orientations among young people in the context of digitalization and the impact of mass media. The article examines the influence of digital technologies and the media environment on the formation of value attitudes among the younger generation. The article analyzes the challenges faced by educational institutions, parents and society as a whole in educating young people in the context of the modern digital environment.

**Ключевые слова:** молодёжь, ценностные ориентации, общество, воспитание, СМИ, интернет.

**Keywords:** youth, value orientations, society, education, media, Internet.

Молодежь формирует свои ценностные установки под воздействием социокультурной среды, в которой они живут. Среди факторов, оказывающих влияние на формирование мировоззрения и ценностных ориентаций молодежи, можно выделить семью, культурную среду, систему образования, доминирующую идеологию, средства массовой информации, религию и рекламу.

В современной науке России особое внимание уделяется проблеме воздействия новых интернет-коммуникаций на изменение ценностных ориентаций общества и отдельных групп.

Современное общество стало свидетелем появления новых информационных технологий, которые изменили роль информации, сделав ее ключевой ценностью для человека. Передача



социальных и культурных ценностей, накопленных предыдущими поколениями, является критерием защиты и развития общества. Эти ценности составляют основу жизни личности и создают условия для стабильности общества.

Сегодня реклама активно влияет на восприятие и оценку фундаментальной информации. Она продвигает потребление как главную ценность, отрицая творческий потенциал личности как субъекта перспективного развития общества. Реклама, как особый механизм формирования ценностей современного поколения, способна создавать собственную культуру со своими нормами и ценностями. Часто эти ценности и нормы противоречат тенденциям социально значимой культуры, что приводит к появлению новой культуры с новыми ценностями, характерной для современной массовой культуры [1].

Основными активными пользователями интернета являются молодые люди в возрасте от 16-34 лет. Однако среди этой группы выделяется наиболее активное ядро, которое генерирует около трехкратно больший интернет-трафик по сравнению с остальной аудиторией. Это ядро состоит из молодых людей в возрасте от 20 до 24 лет, которые первыми улавливают тренды и интегрируют их в свою повседневную жизнь, выступая не только потребителями, но и активными участниками интернет-технологий.

Следует также отметить, что современная молодежь до 24 лет представляет собой первое поколение в России, социализированное в цифровой среде, где постоянное онлайн-общение и неограниченный доступ к информации стали неотъемлемой частью их жизни. Этот факт непременно отражается в их поведении, привычках, режиме дня и правилах, а также во времени, проведенном в интернете, что влияет на формирование ценностных ориентаций современной молодежи.

Особенностью российской аудитории является высокая активность в социальных сетях по сравнению с большинством других стран мира. По данным аналитической компании «ComScore», активными пользователями соцсетей является 99,7% суточной аудитории Рунета. Соцсети занимают более половины времени проведенного в интернете. Данные факторы заставляют задуматься о том, что же именно привлекает современную российскую молодежь в интернете и социальных сетях, почему они уделяют им столько времени и какое же воздействие оказывают на их жизнь [2].

В период взросления молодые люди ищут ответы на возникающие противоречия, связанные с их готовностью к самостоятельному принятию решений и ограниченными материальными возможностями. Часто в этот период молодежь активно противостоит семейным и общественным ценностям, стремясь утвердить свои собственные убеждения, даже если они отличаются от установленных родителями. Так, исследования М.В. Ячменовой, [3] основанное на контент-анализе социальных медиа, показывает сложную связь между использованием социальных сетей и ценностями семьи. Уже состоявшиеся в семейных отношениях люди используют социальные медиа для поддержания и развития своих отношений, в то время как формирование ценностей у молодежи, не состоящих в отношениях, происходит под влиянием мнений лидеров и ролевых моделей, закладываемых ими.

В наше время главная проблема в реализации общественного воспитания молодёжи заключается в том, что происходит разрыв между просоциальными и нравственными ценностями, которые пытаются передать старшее поколение молодому, и антисоциальной и аморальной средой, с которой сталкивается молодежь в окружающей среде. Также существует огромный разрыв между сверхбогатыми и крайне бедными слоями населения, что может сказаться негативно на молодежи.



Современный молодой человек в России, с одной стороны, находится в более или менее нормальной нравственной обстановке семьи, школы, высшего учебного заведения, работы (прежде всего, на государственных предприятиях), а с другой стороны, на улице, в транспорте, в сфере развлечений и досуга, оказывается в совершенно иной атмосфере.

СМИ играют все более значимую роль в социальных изменениях. Коммуникативные процессы определяют эволюцию современного общества и формирование информационной культуры, которая влияет на способность молодежи понимать информацию и создавать социально культурные стереотипы.

Мы живем в эпоху высоких технологий и информационного общества 21 века. Не секрет, что Интернет проникает во все сферы жизни, начиная от управления производством и заканчивая досугом отдельного человека. В связи с быстрым развитием информационных технологий и предоставляемых им возможностей, важным становится вопрос о влиянии интернета на формирование ценностных ориентаций.

Молодежь особенно подвержена процессам изменения социальных норм и традиций из-за своего возраста и отношения к жизни. Она быстрее других устанавливает новые ценности и более всего нуждается в социокультурной идентичности, в ощущении своей принадлежности к определенной культуре [4]

На одно из самых высоких мест в иерархии ценностей информационного общества ученые ставят автономию личности: человек может и способен очень гибко строить свои отношения с людьми, погружаться в разные социальные общности, в разные культурные традиции. Интернет этому способствует, позволяя подключиться к любой точке планеты, дает возможность расширить свой горизонт. Интернет становится не только средством получения информации, но и местом общения и размещения собственной информации, поэтому Интернет столь сильно влияет на молодежь в период ранней юности, переходного возраста, когда у молодежи резко возрастает потребность самовыражения и поисков себя.

Если в реальной жизни подростка никто не понимает и не прислушивается к тому, что он говорит, то в Интернете он всегда может найти своих единомышленников. Интернет дает возможность самореализации, например, размещения на литературных сайтах собственных рассказов или на музыкальных – композиций, т.е. позволяет творческому человеку максимально полно проявить себя [5].

Таким образом, для преодоления отрицательных изменений в ценностной системе современной молодежи необходимо достичь гармонии между культурными традициями и современной социальной реальностью. Это означает, что нужно найти баланс между наследием прошлого и современными рыночными отношениями, разнообразными социальными ролями, а также учесть сильную поляризацию и измененный менталитет, основанный на единстве, солидарности и патриотизме.

*Список литературы:*

1. Акимова, И.А. Средства массовой информации как фактор формирования идентичности личности в современном обществе / И.А. Акимова // Сервис. – 2009. – №1. – С. 10-14.
2. ComScore: Аудитория рунета выросла до 80 миллионов человек [Электронный ресурс] / По материалам Прайм-Тасс. – Режим доступа: <https://www.itbestsellers.ru/news/detail.php?ID=26712>
3. Ячменева, М. В. Влияние социальных медиа на формирование семейных и гражданских ценностей молодежи в современной России: опыт социологического исследования / М. В. Ячменева // Управление устойчивым развитием. – 2019. – № 3 (22). – С. 83-88.
4. Волосников, Р. А. Влияние социальных медиа на формирование и функционирование общественного мнения / Р. А. Волосников // Социологический альманах. – 2019. – № 10. – С. 82-90.



5. Вайсфельд, И.В. Формирование общественно-политического мнения в стране, коммуникативные аспекты современных медиаплатформ [Электронный ресурс] / И.В. Вайсфельд // Медиаскоп. – 2012. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-obschestvenno-politicheskogo-mneniya-v-strane-kommunikativnye-aspekty-sovremennyh-mediaplatform>

*References:*

1. Akimova, I.A. Mass media as a factor in the formation of personal identity in modern society / I.A. Akimova // Service. – 2009. – No.1. – pp. 10-14.

2. ComScore: The audience of Runet has grown to 80 million people [Electronic resource] / Based on the materials of Prime-Tass. – Access mode: <https://www.itbestsellers.ru/news/detail.php?ID=26712>

3. Yachmeneva, M. V. The influence of social media on the formation of family and civic values of youth in modern Russia: the experience of sociological research / M. V. Yachmeneva // Management of sustainable development.– 2019.– № 3 (22). – Pp. 83-88.

4. Volosnikov, R. A. The influence of social media on the formation and functioning of public opinion / R. A. Volosnikov // Sociological Almanac. – 2019.– No. 10. – pp. 82-90.

5. Weisfeld, I.V. Formation of socio-political opinion in the country, communicative aspects of modern media platforms [Electronic resource] / I.V. Weisfeld // Mediascope. – 2012. – No.1. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-obschestvenno-politicheskogo-mneniya-v-strane-kommunikativnye-aspekty-sovremennyh-mediaplatform>

