

## **Информационные потребности российской молодежи и их реализация в Интернет-СМИ**

**Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна**

***Клинова Анжелика Владимировна***

*Студент (магистр)*

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,  
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

*E-mail: liker275@mail.ru*

Развитие Интернета как глобального информационно-коммуникационного пространства полностью изменило механизм получения информации о мире. Средства массовой информации успешно подстроили свой формат под Глобальную сеть, появился новый канал коммуникаций - Интернет-СМИ. Это способствовало возникновению большого количества новых информационных потоков, которые оказывают влияние на сознание людей. Особенно сильно это влияние проявляется на молодежь: она наиболее активно использует информационные технологии, через них взаимодействуя с социумом и получая необходимые знания. Таким образом, Интернет-СМИ становятся основным источником информации для молодых людей. В связи с этим не теряет актуальность вопрос удовлетворения потребностей молодежи в определенной информации.

*Целью данной статьи* является определение основных информационных потребностей современной российской молодежи, а также особенностей реализации информационной функции Интернет-СМИ с учетом этих потребностей.

Понятие «информационные потребности» подробно рассматривается в монографии Е.В. Лунёвой и К.А. Фомичёва. Согласно их определению, информационные потребности - осознанные потребности в информации, необходимой для получения недостающих знаний. Авторы отмечают, что их возникновение напрямую связано с деятельностью человека: люди ищут информацию, необходимую для выполнения определенной деятельности, тем самым удовлетворяя потребности, а получение новой информации, в свою очередь, стимулирует новую деятельность. Сами информационные потребности в научной литературе разделяются на три подгруппы, две из которых - духовная потребность человека в социальной информации и профессиональная потребность в научно-технической и другой информации, обычно возникающая у ученых и специалистов различного профиля [3]. На наш взгляд, именно эти две группы потребностей присущи молодежи: молодые люди активно участвуют в социальной жизни общества и стремятся получать новые знания о мире.

Для подтверждения данных положений можно привести данные социологического исследования, проведенного в 2019 году на кафедре «Политология, социология и связи с общественностью» Ульяновского государственного технического университета. Выборка респондентов составила 450 человек в возрасте от 18 до 35 лет, являющихся студентами или молодыми специалистами, работающими в различных сферах. Его результаты подтверждают рост популярности Интернета как источника информации для молодежи: его предпочитают 84% опрошенных. При этом в качестве мотивации своего выбора 59% респондентов указывают стремление расширить кругозор и повысить уровень знаний, а 56% отмечают, что найденная в Интернете информация позволяет сформировать собственное мнение о ситуации, своё видение. Данные показатели иллюстрируют желание молодежи активно познавать мир, при этом самостоятельно оценивая происходящие события и конструируя собственную картину мира.

Что касается тематик, наиболее интересной респонденты считают информацию об отдыхе, досуге и развлечениях (68%), культуре - в частности, театре, кино, литературе, музыке (61%), а также об образовании и науке (53%). Данный показатель подтверждает тот факт, что молодежь больше заинтересована в получении информации развлекательного характера, чем представители других возрастных групп [2]. При этом доля респондентов, получающих информацию о культурно-массовых мероприятиях из региональных Интернет-СМИ, достаточно низка - только 30% опрошенных находят ее на крупном информационном портале города Ульяновска 73online.ru, у других ресурсов региона процент использования не превышает 10%. Это может быть обусловлено информационной политикой изданий: зачастую корреспонденты делают выбор в пользу материалов о происшествиях или политических событиях. Показатель получения знаний в профессиональной области через Интернет-СМИ ещё ниже: в федеральных Интернет-изданиях такую информацию получают до 14% пользователей из числа молодежи. Данный факт можно обосновать недостаточным вниманием большинства Интернет-СМИ к наиболее востребованным сферам деятельности молодежи. Исходя из социально-демографических характеристик респондентов, достаточно велика доля молодых людей, имеющих технический профиль деятельности (40%). Они отмечают, что вынуждены искать необходимую информацию на специализированных порталах, предназначенных для узкого круга пользователей: например, специалисты IT-сферы не находят ничего нужного в Интернет-СМИ, а пользуются такими порталами, как habr.com или it-fund73.ru.

Недостаточность удовлетворения информационных потребностей молодежи и ограниченность Интернет-СМИ в выборе освещаемых тем также отмечают С.Г. Ивченков и А.А. Кошелев. По словам авторов, большинство новостных сайтов содержат коммерческую составляющую или отражают политические запросы их владельцев и, следовательно, навязывают информационный продукт для реализации собственных экономических и иных интересов [1].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что Интернет-СМИ способствует удовлетворению информационных потребностей молодежи, однако степень этого удовлетворения недостаточно высока: молодые люди испытывают трудности при поиске информации, соответствующей их интересам, так как большинство новостных Интернет-ресурсов ориентируются на широкую аудиторию, пренебрегая потребностями молодежи, либо преследуют коммерческие интересы. Для вовлечения молодежи в целевую аудиторию Интернет-СМИ необходимо уменьшить коммерческую и политическую составляющие своих изданий и уделять больше внимания тематикам, которые интересны молодым людям - например, включить в информационную повестку научно-образовательные материалы и развлекательный контент.

### Источники и литература

- 1) Ивченков С.Г., Кошелев А.А. Особенности выбора Интернет-СМИ в молодежной среде: региональный аспект // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал // М.: МГУ ПС (МИ-ИТ), 2016. с. 97-106.
- 2) Клинкова А.В. Интернет-СМИ как объект внимания молодежи // Молодежь, устремленная в будущее: проблемы, интересы, перспективы: сборник научных трудов Всероссийской научной конференции / отв. ред. О.В. Шиняева. – Ульяновск : УлГТУ, 2018. с. 209-212.
- 3) Лунева Е.В., Фомичев К.А. Молодежь в информационном обществе: монография. Курган : Изд-во Курганского гос. ун-та, 2014. 136 с.