

## Социальные медиа как фактор трансформации практик питания российской молодежи

Научный руководитель – Липатова Мария Евгеньевна

*Родимцева Дарья Алексеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

*E-mail: rodimrseva@gmail.com*

В современной науке выделяется три основных подхода к пониманию питания. Первый из них – естественнонаучный – характерен для таких наук, как биология и медицина, поскольку направлен на изучение взаимосвязи питания и продолжительности жизни человека [4]. Два других подхода – историко-этнографический и социологический – используются в основном в социальных науках. В рамках этих подходов питание рассматривается как общественная деятельность, как один из факторов организации социальной жизни [4,6].

С точки зрения социологического подхода практики питания человека формируются под воздействием нескольких групп факторов. Во-первых, это объективные физиологические характеристики человека (пол, возраст, состояние здоровья) [4]. Во-вторых, культурные факторы, включающие в себя черты исторической эпохи, национальную специфику, религию [1]. В-третьих, факторы социальные, к которым относятся все факторы, связанные с социальным положением человека и с его окружением (семейные традиции, мода, социальное положение) [4]. Наконец четвертая группа – личностные факторы. В нее включаются знания, взгляды и ценности человека [2].

Отметим, что на сегодняшний день к социальным факторам, помимо прочего, относят новые факторы влияния на практики питания: рекламу, журналы и интернет, в особенности социальные медиа [4]. К последним относятся социальные сети, видеохостинги, мессенджеры, подкасты, а в качестве агентов влияния выступают блогеры, звезды, специалисты по питанию и фитнес-тренеры. Новые социальные медиа сильнее трансформируют мотивационную сферу людей, влияют на решения, предпочтения, выбор. В основном это происходит за счет транслирования информации через лидеров мнений, предоставления свободы выбора и взаимодействия (или ее иллюзии), увеличения потоков информации [7].

Молодежь представляет собой социальную группу, наиболее вовлеченную в онлайн-пространство. В целом для молодежи характерны такие черты, как наличие особых ценностей (например, самореализация, общение, эмансипация, свобода, баланс жизни и работы), установок и мнений, активность, мобильность и независимость, стремление к самоопределению [3].

Однако современная молодежь, как представители цифрового поколения, обладают специфическими чертами: общение с внешним миром преимущественно посредством гаджетов; преобладание виртуального общения над личным; снижение авторитета родителей и преподавателя в сравнении с Интернетом; иллюзия всезнания и уверенность в своих взглядах; нестабильность предпочтений [5]. В качестве иллюстрации можно привести результаты опроса ВЦИОМа, проведенного в 2024 году. Согласно полученным данным, среди людей, рожденных после 1992 года, доля тех, кто считает Интернет средством оперативного получения достоверной информации, составила 53%, тогда как в других возрастных группах не более 40% [9]. Отмечается, что для молодежи Интернет – это «среда

обитания, которая выступает источником развития личности, является культурным орудием, порождает новые формы деятельности, культурных практик, феноменов, формирует жизнеобразующие смыслы» [Петрунева, 2019, с. 81].

По данным опроса ВЦИОМ, проведенного в 2025 году, более трети молодых людей чаще всего смотрят в Интернете контент, посвященный еде и рецептам [8]. В совокупности с представленными выше характеристиками молодежи, как более доверяющей Интернету, нежели родителям и преподавателям, можно говорить о том, что социальные медиа, являются одним из значимых факторов формирования практик питания современной российской молодежи. Данный факт может трактоваться и позитивно, и негативно. Так, с одной стороны, молодежь имеет доступ к гораздо большему количеству информации и может почти независимо от мнения своего окружения выбирать подходящий стиль питания. С другой стороны, информация о питании в медиа часто является противоречивой и непроверенной. В связи с этим чрезмерное доверие социальным медиа в вопросах питания (а значит и здоровья), может негативно сказаться на психофизиологическом состоянии молодых людей.

### Источники и литература

- 1) Веселов Ю. В. Современная социальная система питания / Ю. В. Веселов // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. 18, № 1. С. 68–82.
- 2) Зарубина Н. Н. Аскетические, дисциплинарные и самоограничительные практики как фактор формирования стратегии питания в современной России / Н. Н. Зарубина // Вестник Института социологии. 2015. №3 (14). С. 199–208.
- 3) Курьшева О. В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы / О. В. Курьшева // Logos et Praxis. – 2014. №1. С. 67–75.
- 4) Носкова А. В. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики // Вестник МГИМО Университета. 2014. №6(39). С. 209–218.
- 5) Петрунева Р. М., Васильева В. Д., Топоркова О. В. Студенческая молодежь в эпоху цифрового общества / Р. М. Петрунева, В. Д. Васильева, О. В. Топоркова // Преподаватель XXI век. 2019. № 1–1. С. 77–85.
- 6) Социология питания и общественное здоровье / Ю. В. Веселов, О. А. Никифорова, Ц. Цзюнькай [и др.]. – Санкт-Петербург: ООО "Скифия-принт", 2018.
- 7) Цифровая гуманитаристика: человек в «прозрачном» обществе: Коллективная монография / Е. Ю. Алексейчева, В. М. Ананишнев, Г. А. Ермоленко [и др.]; ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет». – М.: Общество с ограниченной ответственностью "Книгодел", 2021.
- 8) ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi>
- 9) ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/internet-bez-opasnosti>