

## Трансформация практик потребления видеоконтента в социальной сетях среди молодежи

Научный руководитель – Вершинина Инна Альфредовна

*Никитина Диана Сергеевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: dinikitina2002@mail.ru*

Видеоконтент в последние годы занимает лидирующие позиции в структуре медиапотребления молодежи. Это подтверждают многие исследования. Например, в 2025 году аналитический центр ВЦИОМ представил результаты опроса, который был направлен на исследование коммуникации в сети среди молодежи. Видеоконтент занимает второе место по полярности среди типов контента в Интернете (длинные 41% и короткие видео 33%). Социальные сети трансформировались из площадок для общения в многофункциональные медиаплатформы, где видео является доминирующим форматом. Например, ВКонтакте формирует новую медиасреду, в которой практики потребления контента отличаются от стандартных моделей просмотра.

Под практиками потребления понимаются устойчивые способы взаимодействия пользователя с видеоконтентом: формат и частота просмотра, мотивация, степень вовлеченности, характер выбора материалов. Современные изменения связаны не только с количественными показателями (частота, время просмотра), но и качественные характеристики.

Одним из ключевых направлений трансформации является переход от осознанного поиска к алгоритмически управляемому потреблению. Раньше пользователи самостоятельно выбирали и искали интересующий их контент, сегодня все чаще основным источником видеоконтента становится персонализированная лента рекомендаций. В данном направлении наблюдается снижение желания самостоятельно выбирать и усиливается зависимость от того, что тебе предлагает платформа.

Второй важный аспект — это сокращение длительности и фрагментации просмотра. Популярность коротких видео свидетельствует об изменении модели восприятия информации. Просмотр становится эпизодическим, встроенным в паузу от работы или учебы и часто совмещается с другими видами деятельности. Так называемая практика скроллинга влияет на глубину восприятия и вовлеченность потребителя.

Следующим аспектом, который трансформировался в практике видеопотребления, является эмоционализация контента. Молодежь все чаще обращается к видео как к инструменту регуляции их настроения, получения быстрого дофамина, наслаждения и снятия напряжения. Таким образом, в данном контексте видеоплатформы выполняют функцию эмоционального медиатора.

Важным изменением является рост интерактивности. Сейчас каждый контент можно оценить: лайки, комментарии, репосты. Помимо этого, можно создать собственный контент и получить обратную связь, отклик от аудитории платформы. В данном случае видеоконтент выступает инструментом социальной коммуникации.

И завершающим изменением в структуре медиаплатформ является мотивация обращения к видео. Наряду с развлекательной функцией возрастет роль образовательного контента. Видео — это не только про веселые непринужденные шоу, а также про такие форматы, которые включают в себя полезную информацию, направленную на саморазвитие или освоение профессиональных навыков.

Таким образом, видеопотребление в молодежной среде перестает быть изолированным актом просмотра и становится структурным элементом цифровой культуры. Трансформация данных практик обусловлена как технологическими факторами (развитие алгоритмов, мобильных сервисов), так и социокультурными изменениями, связанными с ускорением темпа жизни и изменением форм коммуникации.

### Источники и литература

- 1) Бауман З. *Текущая современность* / пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. — 240 с.
- 2) Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи // Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 24.02.2026)
- 3) Малинин И. И., Карякин Д. И. Феномен коротких видео в интернете: причины популярности, тенденции в производстве и способы использования для продвижения // *Дискурс-Пи*. — 2025. — №1. — С. 191-207.
- 4) Полуэхтова И.А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // Полуэхтова И.А. // *Знание. Понимание. Умение*. — 2022. — №3. — С. 90-107.