

## Новые медиа как пространство формирования профессиональной идентичности современной молодежи

Научный руководитель – Темнова Лариса Витальевна

*Гурьянова Екатерина Артуровна*

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: gkatya.02@mail.ru*

Профессиональная идентичность современной молодежи формируется в условиях цифровой трансформации общества, где новые медиа становятся не просто каналом коммуникации, а самостоятельным пространством социализации. Если ранее ключевыми агентами профессионального становления выступали семья, образовательные учреждения и трудовой коллектив, то сегодня значительная часть процессов самоопределения переносится в онлайн-среду.

В условиях стремительного развития технологий и изменения требований рынка труда молодые люди должны уметь быстро адаптироваться и выбирать наиболее подходящую для себя профессию. Исследователи отмечают, что молодежь отличается большей впечатлительностью, психической подвижностью, интеллектуальной мобильностью, что делает ее особенно восприимчивой к влиянию новых медиа [3]. Цель данной статьи — проанализировать, как новые медиа участвуют в формировании профессиональной идентичности молодежи, выявить основные механизмы этого процесса и охарактеризовать сопутствующие риски.

Профессиональная идентичность понимается нами как динамическая структура, включающая осознание себя представителем определенной профессии, принятие профессиональных ценностей и норм, эмоциональное переживание своей принадлежности к профессиональному сообществу [4].

В условиях новых медиа этот процесс приобретает специфические черты: идентичность конструируется не столько через выполнение профессиональных задач под руководством наставника, сколько через их публичную репрезентацию, обсуждение и интерпретацию в цифровой среде. Интерактивный, глобальный и мгновенный характер новых медиа делает их мощным средством распространения информации и позволяет акцентировать отдельные аксиологические приоритеты [6].

Анализ современных исследований позволяет выделить ключевые изменения, влияющие на конструирование профессиональной идентичности молодежи. Согласно данным социологических опросов, интернету доверяет большая часть респондентов — около 60% школьников и студентов, пятая часть доверяет СМИ и телевидению, родителям и родственникам — около 14–18% [5]. Это свидетельствует о том, что новые медиа становятся основным источником информации о профессиях для молодежи.

Исследования показывают, что процесс профессионального самоопределения является сложным и многогранным и может зависеть от многих факторов: социального статуса, образования, семейного положения, культурных убеждений [1].

Внешние барьеры связаны с характеристиками самой медиасреды — информационная перегрузка, алгоритмизация, фрагментация контента, противоречивые образы специалистов. Внутренние барьеры обусловлены психологическими особенностями молодых людей: повышенная внушаемость, ориентация на внешние оценки, стремление к соответствию групповым нормам.

Проведенный анализ позволил выделить несколько ключевых практик, через которые молодежь конструирует профессиональную идентичность в новых медиа. Например, наблюдение за карьерными траекториями — блоги специалистов, их истории о рабочих буднях, открытые обсуждения профессиональных проблем позволяют молодому человеку «примерить» на себя разные профессиональные роли, оценить их привлекательность. Исследования показывают, что для современной молодежи визуализация профессионального будущего через медиаобразы играет более значимую роль, чем абстрактные профориентационные беседы.

Однако потенциал новых медиа реализуется не автоматически. Существует ряд рисков и угроз, связанных с цифровым конструированием профессиональной идентичности.

Главная угроза связана с фрагментацией идентичности. Молодой человек сталкивается с множеством противоречивых образцов и требований в разных медиа, что затрудняет формирование целостного представления о себе как профессионале. Исследования показывают, что современные российские медиасистемы в значительной мере пренебрегают интересами молодежной аудитории, на страницах массовых изданий молодые люди не находят ни достоверной информации, ни актуальных для них тем [7].

Особую опасность представляет то, что профессиональная социализация в молодом возрасте нередко приводит к выбору профессии не на основе внутренних интересов и склонностей, а под давлением внешних обстоятельств, сложившихся стереотипов и медийных образцов.

Первоначальный риск заложен уже на этапе выбора профессии: молодые люди ориентируются не на свои психологические особенности и ценностные интересы, а на престижность, доходность или внешнюю привлекательность профессии, что впоследствии оборачивается несоответствием между личностными качествами и характером трудовой деятельности [2]. В новых медиа этот риск усугубляется тем, что выбор часто делается на основе идеальных представлений о будущей работе, транслируемых блогерами и инфлюенсерами, которые демонстрируют «глянцевую» сторону профессии, умалчивая о рутине, сложностях и реальных требованиях.

### Источники и литература

- 1) Афанасьева Ю. С., Кострова Ю. Б. ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ И САМООПРЕДЕЛЕНИЯ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ // . — 2023. №4. — С. 475-479.
- 2) Багирян Ю.Э. Проблемы профессиональной социализации молодежи в современных условиях // Человек и образование. — 2007. — № 3-4 (12-13). — С. 102–106.
- 3) Данилова Е.А. Влияние СМИ на социализацию молодежи // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». — 2017. — Т. 5, № 2.
- 4) Зинич А.В., Максимова С.Г., Омельченко Д.А., Ревякина Ю.Н. Молодежь в мире профессий будущего: позиционирование и профессиональная идентичность // Society and Security Insights. — 2023. — Т. 6, № 3. — С. 129–143.
- 5) Казаринова И.В., Романов Н.Е. Факторы, влияющие на предпочтения молодежи в выборе будущей профессии // Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта. — 2019. — № 4 (15). — С. 37–44.
- 6) Ли Цзяньхуэй. Влияние новых СМИ на поколенческие особенности социализации молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. — 2024. — № 12. — С. 43–48.
- 7) Очиева Я.Ю. Влияние современных СМИ на молодежь // Вестник магистратуры. — 2016. — № 6(57). — Т. III. — С. 4-6.