



УДК 316.7

DOI: 10.18413/2408-9338-2022-8-4-0-3

Шмарин Ю. В.

Землянская А. В.

**Рискогенное воздействие визуального контента
на социализацию молодежи**

Липецкий государственный педагогический университет
им. П. П. Семенова-Тян-Шанского
ул. Ленина, д. 42, Липецк, 398020, Россия
jbshmarion@mail.ru
zemlya96.96@mail.ru

Аннотация. Визуальный контент и социальные сети прочно вошли в повседневную жизнь каждого человека. В виртуальном пространстве в части его негативного воздействия самыми не защищенными оказываются молодежь, поскольку она является самыми активным пользователем и потребителем виртуального контента. Молодежь не всегда на должном уровне анализирует контент, который просматривает, в связи с этим возрастает вероятность негативного влияния визуального контента на социализацию молодого человека. Ситуация рискогенного воздействия виртуального контента на молодежь усугубляется из-за доминирования в молодежной среде клипового мышления. В работе приводятся статистически значимые результаты социологического исследования, отражающие уровень влияния визуальных образов социальных сетей на студентов гуманитарного профиля подготовки. Получена зависимость уровня влияния контента на респондента от индекса структуры виртуального контента описывается статистически значимой кубической параболой, которая может быть использована для оценки выразительной способности конкретного виртуального контента при расчете уровня его рискогенного воздействия.

Ключевые слова: молодежь; социальные сети; контент; визуальные образы; риски; социализация

Информация для цитирования: Шмарин Ю. В., Землянская А. В. Рискогенное воздействие визуального контента на социализацию молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 4. С. 22-30. DOI: 10.18413/2408-9338-2022-8-4-0-3

Research article

Yuri V. Shmarion

Anastasia V. Zemlyanskaya

**Riskogenic impact of visual content on the socialization
of young people**

Semenov-Tyan-Shanskysky Lipetsk State Pedagogical University
bld. 42 Lenina St., Lipetsk, 398020, Russia
jbshmarion@mail.ru
zemlya96.96@mail.ru

Abstract. Visual content and social networks have become firmly embedded in the daily life of every person. In the virtual space, in terms of its negative impact, young people are the most unprotected, since they are the most active users and consumers of virtual content. Young people do not always analyze the content they view at the

proper level, and therefore the likelihood of a negative impact of visual content on the socialization of a young person increases. The situation of the risky impact of virtual content on young people is aggravated due to the dominance of clip thinking in the youth environment. The paper presents statistically significant results of a sociological study reflecting the level of influence of visual images of social networks on students of the humanities training profile. The dependence of the level of content influence on the respondent on the index of the virtual content structure is described by a statistically significant cubic parabola, which can be used to assess the expressive ability of a particular virtual content when calculating the level of its risk impact.

Keys words: youth; social networks; content; visual images; risks; socialization

Information for citation: Shmarion, Yu. V., Zemlyanskaya, A. V. (2022), "Riskogenic impact of visual content on the socialization of young people", *Research Result. Sociology and management*, 8 (4), 22-30. DOI: 10.18413/2408-9338-2022-8-4-0-3

Введение (Introduction). Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни молодежи. Известно, что визуальные образы в интернет-пространстве представлены интернет-контентом преимущественно в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter, TikTok, Telegram и другие). Активное пользование молодежью сетевыми коммуникациями увеличивает вовлечение молодежи во всевозможные социальные практики и вместе с этим возрастают риски, связанные с воздействием негативных визуальных образов на процессы формирования личностных качеств. Факторное пространство определяется: оперативностью доступа, высокой скоростью получения нужной информации, удобным сервисом общения и т.п. Таким образом, современное интернет-пространство становится активной средой для формирования не гармоничной личности, у которой нормы, ценности, установки, взгляды и т.п. отклоняются от сложившихся в современном российском обществе, что оказывает существенное влияние на процессы социализации молодежи. Особенности влияния визуальных образов на развитие молодежи рассматривали зарубежные ученые: П. Бурдьё (Бурдьё, 2001), Э. Гофман (Goffman, 1979), М. Хилл (Hill, 1984), П. Штомпка (Штомпка, 2007).

Одним из первых, кто обратил внимание на визуальные образы и визуальную социологию был П. Бурдьё (Бурдьё, 2001). П.

Бурдьё установил, что просмотр фотографических изображений влияет на формирование поведения индивидов различных социальных групп. Эта закономерность актуальная и в настоящее время в связи с активным использованием молодежью интернет-пространства, в котором визуальные образы могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на формирование личности. Следовательно, появляются определенные риски социализации (Землянская, 2020): романтизация нездоровых отношений (отклонение от норм брачных взаимоотношений между супругами), романтизация болезни (болезни расстройства пищевого поведения (анорексия, булимия)), пропаганда экстремизма и употребления алкоголя и наркотической продукции, распространение «фейковой» информации, появление интернет-зависимости, риск возникновения в речи нецензурной лексики, отрицание принятых социальных норм.

Теорию рисков рассматривали: Э. Гидденс (Гидденс, 2004) Н. Луман (Луман, 1994, 135-160), М. Дуглас (Douglas, 1982), У. Бек (Бек, 2000). Известны также работы российских социологов (Яницкий, 2003), (Зубок 2008) и др., например, О. Н. Яницкий анализирует современное общество, как общество риска. По мнению О. Н. Яницкого общество является производителем рисков. В таком обществе проблема рискогенного воздействия визуального контента на социализацию учащийся

молодежи является достаточно актуальной. Ситуация рискогенного воздействия виртуального контента на молодежь усугубляется распространением в молодежной среде клипового мышления, высокой динамикой жизнедеятельности молодежи, обилием информационных потоков в реальном и виртуальном пространстве. В этих условиях современная молодежь недостаточно критически анализирует просматриваемый контент, в результате чего возрастает вероятность того, что не идентифицируемый негативный контент формирует неправильное представление у молодежи о современном мире, в худшем случае формирует девиантное поведение.

Таким образом, визуальный-контент в социальных сетях может оказывать негативное влияние на социализацию молодежи, в связи с этим возникает необходимость оценить какова структура визуального контента и какие его структурные элементы. Целью исследования являлось выявление факторов рискогенного воздействия визуального контента на социализацию молодежи. Объектом исследования являлись студенты гуманитарных направлений подготовки в институте истории права и общественных наук ЛГПУ им. П. П. Семенова-Тян-Шанского. Предметом исследования являлось рискогенное воздействие визуального контента на социализацию студентов гуманитарных направлений подготовки ЛГПУ. Социологический опрос был проведен в апреле-мае 2022 г.

Методология и методы (Methodology and methods). В соответствии с объектом исследования генеральная совокупность составила 224 студента гуманитарных направлений подготовки в институте истории права и общественных наук ЛГПУ им. П.П. Семенова-Тян-Шанского. Выборочная совокупность формировалась с использованием метода случайной выборки. Использовалась таблица случайных чисел. Объем выборки $n=142$. Расчет выборочной совокупности осуществлялся по формуле:

$$n = \frac{t^2 * (p) * (1-p)}{c^2}, \quad (1)$$

где t – уровень точности ($t=1,96$ для 95% доверительного интервала); p – оценочная распространенность изучаемого явления ($p=0,5$); c – предел ошибки (при 5% $c=0,05$). В исследование принимали участие: юноши 35,2%, девушки 64,8%. Возраст респондентов составил: 18-20 лет – 75,9%, 21-23года – 15,9%, 24-27 лет – 6,9%, 28-35 лет – 1,4%.

В исследовании были использованы следующие методы: анализ литературы, метод анкетного опроса. Компьютерная обработка социологической информации осуществлялась при помощи пакета программ SPSS. При анализе эмпирических данных использовались метод частотного анализа, анализ таблиц сопряженности, регрессионный анализ.

Научные результаты и дискуссия (Research results and discussion). В городе Липецк, как и в других городах России, учащаяся молодежь является активным пользователем социальных сетей. В результате социологического установлено, что визуальные образы просматриваемого контента влияют на социализацию молодых людей. Респондентам был заданы следующие вопросы: «Считаете ли Вы, что визуальный контент интернет сети оказывает на вас какое-либо влияние?». «Какой визуальный контент Вы встречаете чаще всего в интернет пространстве?». Большинство опрошенных, считают, что визуальный контент оказывает влияние на молодежь. В большинстве студенты выделяют фотографии, как основные визуальные образы, оказывающие на них доминирующее воздействие (Таблица 1). Это связано с тем, что фото-контент встречается чаще, чем другой визуальный контент. Хи квадрат равен 45,6, коэффициент взаимной сопряженности Пирсона равен 0,5. Что свидетельствует о значимой статистической связи.

В Таблице 1 представлена интенсивность влияния на студента визуального контента. Таким образом, большинство

студентов уверены в том, что визуальные образы, представленные в форме фотогра-

фических изображений, оказывают влияние на них.

Таблица 1
Оценка уровня влияния визуальных образов социальных сетей на студентов
(данные представлены в процентах)

Table 1

Assessment of the level of influence of visual images of social networks on students (%)

Вопрос / Question		Считаете ли Вы, что визуальный контент интернет сети оказывает на вас какое-либо влияние? / Do you think that the visual content of the Internet network has any influence on you?		Итого / Total
		Да, я считаю, что контент оказывает на меня влияние / Yes, I think the content has an impact on me	Нет, я так не считаю / No, I don't think so	
Какой визуальный контент Вы встречаете чаще всего в интернет пространстве? / What visual content do you see most often in the Internet space?	Фото / Photo	58,4	56,8	57,9
	Видео / Video	24,7	27,3	25,5
	Реклама / Advertisement	14,9	15,9	15,1
	Посты, которые присылают мне друзья и знакомые / Posts sent to me by friends and acquaintances	2,0	0	1,5
Итого / Total		100	100	100

Выразительная способность виртуального контента разной структуры (видео-динамика, видео-статика, комбинированный контент, текст) определялась посредством опроса экспертов, которые оценивали преобладающий по воздействию структурный элемент по пятибалльной шкале. Полученный ранжированный ряд имеет следующий вид: видео-статика

3 балла, видео-динамика-2, комбинированный контент -1. Получена зависимость уровня влияния контента на респондента от индекса структуры виртуального контента описывается статистически значимой кубической параболой (Рисунок 1), которая может быть использована для оценки выразительной способности конкретного виртуального контента при расчете уровня его рискогенного воздействия.

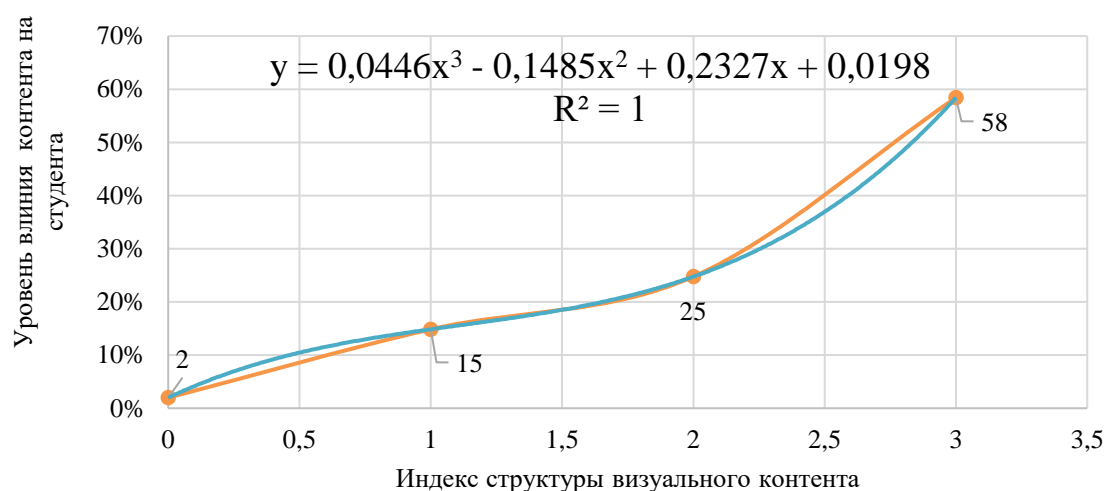


Рис. 1. Интенсивность влияния на студента визуального контента (данные представлены в процентах)

Fig. 1. Intensity of influence of visual content on the student (%)

В виртуальном пространстве среди студенчества разные социальные сети имеют не одинаковую популярность. Самым охватным виртуальным сервисом для данной категории учащейся молодежи является Вконтакте, им пользуется практически каждый третий студент (см. Рисунок 2), что согласуется с результатами социологического исследования, выполненного ВЦИОМ в феврале 2018 г. «Среди мессенджеров, которые россияне считают для себя основными, лидируют WhatsApp (44%), сообщения через мессенджер ВКонтакте (32%), SMS (32%) и Viber (30%)» (ВЦИОМ, 2018).

Рейтинг популярности социальных сетей в студенческой среде представлен на Рисунке 2. Респонденты распределили социальные сети по частоте использования. Самая популярная сеть ВКонтакте – 31,3%, Instagram – 24,8%¹. Tik-Tok – 15,2%.

Студенты, как активные пользователи разных социальных сетей, выразили свое мнение о поводу закрытия некоторых социальных сетей. Результаты представлены на Рисунке 3.

В связи с тем, что учащаяся молодежь является активным пользователем социальных сетей, их расстраивает тот, факт, что в связи с решением Тверского суда города Москвы Facebook и Instagram запрещены в России. Деятельность этих социальных сетей признана экстремистской. При этом у 22,8% данный факт вызывает тревогу.

Респонденты выделили, в каких социальных сетях, чаще всего в рекомендациях им встречается разный визуальный контент. Так в самых популярных социальных сетях идеализированные образы встречаются чаще всего (см. Таблица 2). Стоит отметить, что контент содержащий экстремизм, потребление алкогольной, наркотической, никотиновой продукции, «фейки», фото и видео 18+, противоречие нормами и правилам жизни, также встречаются опрошенным студентам. Таким образом, можно сделать вывод, о том, что молодежь в социальных сетях находится в рискогенном пространстве. Пользователь социальной сети может даже специально не искать деструктивную информацию, она сама появляется

¹ Facebook и Instagram запрещены, в России. Деятельность этих социальных сетей признана экстремистской. Решение вынес Тверской суд Москвы.

в рекомендациях. В связи с этим рискогенное пространство влияет на вторичную социализацию молодежи. Агентами социализации

становятся представители блогосферы. Потребляемый контент оказывает влияние молодежь, поэтому процесс социализации может быть не успешным.

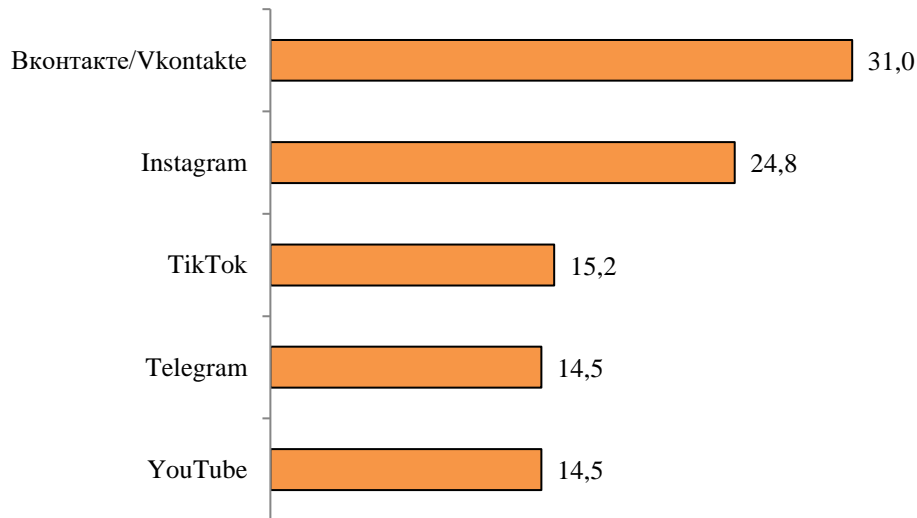


Рис. 2. Рейтинг социальных сетей в студенческой среде (данные представлены в процентах)
Fig. 2. Rating of social networks in the student environment (%)

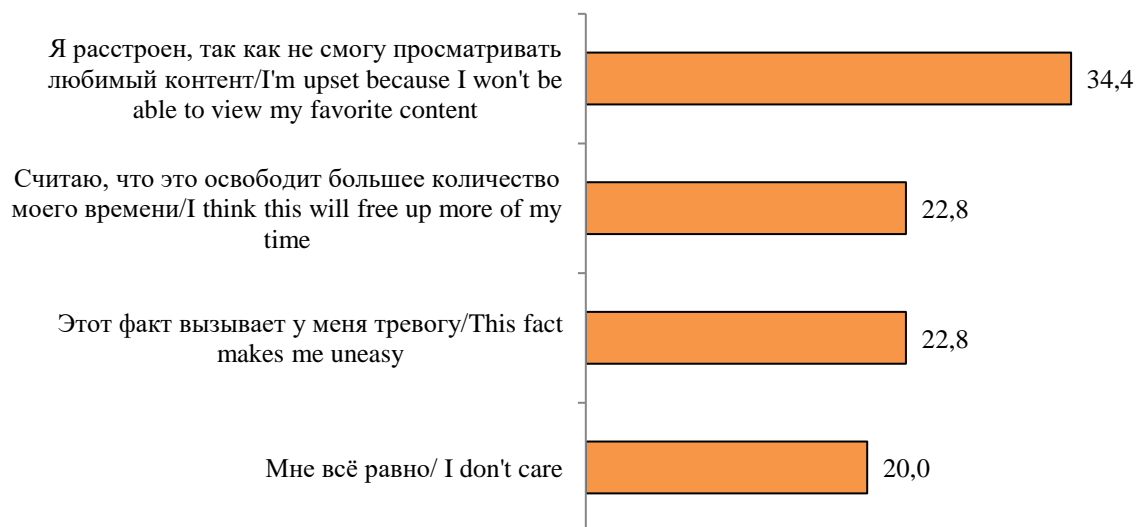


Рис. 3 Отношение студентов к закрытию некоторых социальных сетей (данные представлены в процентах)
Fig. 3 The attitude of students to the closure of some social networks (%)

Таблица 2

Содержательное наполнение визуального контента в социальных сетях
(данные представлены в процентах), (%)

Table 2

Meaningful content of visual content in social networks, (%)

		Какой социальной сетью Вы пользуетесь в большей степени? / Which social network do you use more?					Итого
		TikTok	Instagram	YouTube	Telegram	ВКонтакте / VKontakte	
Укажите, какой визуальный контент Вы чаще всего встречаете? / Specify which visual content do you see most often?	Идеализированные образы / Idealized images	6,9	17,2	4,8	4,1	12,4	45,5
	Экстремизм / Extremism	0,7	0,7	0,0	1,4	1,4	4,1
	Контент с использованием алкогольной/наркотической/никотиновой продукции / Content using alcoholic/narcotic/nicotine products	4,1	2,1	4,1	0,7	4,8	15,9
	Информация, которая не подкреплена фактами (фейк) / Information that is not supported by facts (fake)	2,1	2,1	4,1	6,2	7,6	22,1
	Контент 18+/ Content 18+	0,0	0,7	0,0	2,1	1,4	4,1
	Контент, противоречащий нормам и правилам / Content that contradicts the rules and regulations	2,1	2,1	1,4	0,0	2,1	7,6
	Развлекательный контент/Entertainment content	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
	Итого / Total	16,6	24,8	14,5	14,5	29,7	100,0

Визуальные образы встречаются молодежи в процессе контакта с разными средствами массовой информации. Установлено, что с наибольшей частотой 93,8%

эти образы встречаются в социальных сетях, что объясняется высокой популярностью социальных сетей в молодежной среде и достаточно продолжительностью пребывания

ния молодежи в социальных сетях. По данным ВЦИОМ «В настоящее время 45% опрошенных россиян старше 18 лет пользуются хотя бы одной из социальных сетей почти каждый день, 62%, хотя бы раз в неделю»¹. Телевидение не пользуется популярностью у учащейся молодежи и только 4,8% респондентов отметили, что они просматривают и анализируют визуальные образы в процессе просмотра телепередач. Визуальные образы, представленные в журналах и газетах доступны всего 1,4% респондентов, что объясняется в большей части финансовыми и организационными аспектами приобретения и просмотра данного вида СМИ.

Заключение (Conclusions). Студенты являются активными пользователями социальных сетей, которые являются частью жизни молодежи. Визуальный контент представленный в социальных сетях прочно вошел в повседневную жизнь каждого молодого человека. Молодежь не всегда на должном уровне анализирует контент, который просматривает, в связи с этим возрастает вероятность негативного влияния визуального контента на социализацию молодого человека. Ситуация рискогенного воздействия виртуального контента на молодежь усугубляется из-за доминирования в молодежной среде клипового мышления. В этой связи, уместно говорить о возникновении реальных рисков формирования в неконтролируемом процессе социализации негармонично развитой личности. Результаты социологического исследования позволили получить количественные данные, отражающие уровень влияния визуальных образов социальных сетей на студентов. Получена зависимость уровня влияния контента на респондента от индекса структуры виртуального контента описывается статистически значимой кубической параболой, которая мо-

жет быть использована для оценки выразительной способности конкретного виртуального контента при расчете уровня его рискогенного воздействия на процесс социализации молодежи.

Список литературы

- Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. 2000. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=415347&p=1> (свободный доступ).
- Бурдые П. Социоанализ. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001. 288 с.
- Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Пер. с англ. М. Л. Коробочкина. М.: Издательство «весь Мир», 2004. 120 с.
- Зубок Ю. А. Чупров В. И. Риск в сфере образования молодежи: институциональные и саморегуляционные механизмы управления // Вопросы образования. 2008. № 4. С. 31-56.
- Луман Н. Понятие риска // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 135-160.
- Штомпка П. Визуальная социология: Фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007. 200 с.
- Землянская А. В. Рискогенное воздействие мультфильмов и социальных сетей на социализацию среди младших школьников // Гуманитаристика в условиях современной социокультурной трансформации: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции, Липецк, 23-24 октября 2020 года. Липецк: ЛГПУ имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2020. С. 11-15.
- Яницкий О. Н. Социология риска: ключевые идеи. 2003. URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?id=39547135> (свободный доступ).
- Douglas M., Wildavsky A. Risk and culture: An essay on selection of technological and environmental dangers. Berkley, 1982. URL: <http://bookfi.org/book/1364613>.

¹ Каждому возрасту – свои сети. 12 февраля 2018 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения. URL: [https://wciom.ru/analytical-](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrastu-svoiseti)

[reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrastu-svoiseti](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrastu-svoiseti) (дата обращения 09.04.2022 г.).

Goffman E. Gender Advertisements: Studies in the Anthropology of Visual Communication. Harper – Collins Publishers, 1979. 485 p.

Hill M. R. Exploring visual sociology and the sociology of the visual arts. Monticelli: Vance Bibliographies, 1984.

References

Beck, U. (2000), *Obshchestvo riska. Na puti k drugomu modernu* [Risk society. On the way to another modern], [Online], available at: <https://www.litmir.me/br/?b=415347&p=1/>. (In Russian)

Bourdieu, P. (2001), *Socioanaliz. Al'manah Rossijsko-francuzskogo centra sociologii i filosofii Instituta sociologii Rossijskoj Akademii nauk* [Socio-analysis. Almanac of the Russian-French Center of Sociology and Philosophy of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences], Institute of Experimental Sociology, Moscow; Al'eteya, St. Petersburg, Russia, 288. (In Russian)

Giddens, E. (2004), *Uskol'zayushchij mir: kak globalizaciya menyaet nashu zhizn'* [The Elusive World: how globalization is changing our lives], translated by M.L. Korobochkina, Publishing House «The Whole World», Moscow, Russia, 120. (In Russian)

Zubok, Yu. A. Chuprov, V. I. (2008), “Risk in the field of youth education: institutional and self-regulatory management mechanisms”, *Questions of education*, (4), 31-56. (In Russian)

Luhman, N. (1994), “The concept of risk”, *THESIS*, (5), 135-160. (In Russian)

Shtompka, P. (2007), *Vizual'naya sociologiya: Fotografija kak metod issledovaniya* [Visual sociology: Photography as a research method], Logos, Moscow, Russia, 200. (In Russian)

Zemlyanskaya, A. V. (2020), “Riskogenic impact of cartoons and social networks on socialization among younger schoolchildren”, *Gumanitarnistika v usloviyah sovremennoj sociokul'turnoj transformacii* [Humanitarianism in conditions of modern socio-cultural transformation: Materials of the IX All-Russian Scientific and Practical Conference, Lipetsk, October 23-24], Lipetsk, Russia, 11-15. (In Russian)

Yanitsky, O. N. (2003), *Sociologiya riska: klyuchevye idei* [Sociology of risk: key ideas], [Online], available at: <https://elibrary.ru/contents.asp?id=39547135>. (In Russian)

Douglas, M., Wildavsky, A. (1982), *Risk and culture: essays on the choice of technological and environmental hazards* Berkeley, [Online], available at: <http://bookfi.org/book/1364613>.

Goffman, E. (1979), *Gender advertising: research in the field of anthropology of visual communication*, Harper-Collins Publishing House, 485.

Hill, M. R. (1984), *The study of visual sociology and the sociology of visual arts*, Monticelli, Bibliographies of Vance

Статья поступила в редакцию 22 апреля 2022 г. Поступила после доработки 01 декабря 2022 г. Принята к печати 12 декабря 2022 г. Received 22 April 2022. Revised 01 December 2022. Accepted 12 December 2022.

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflicts of interest to declare.

Шмарин Юрий Васильевич, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и управления ЛГПУ им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, Липецк, Россия.

Yuri V. Shmarion, Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Sociology and Management, Semenov-Tyan-Shansky Lipetsk State Pedagogical University, Lipetsk, Russia.

Землянская Анастасия Викторовна, ассистент кафедры социологии и управления ЛГПУ им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, Липецк, Россия.

Anastasia V. Zemlyanskaya, Assistance Lecturer of the Department of Sociology and Management, Semenov-Tyan-Shansky Lipetsk State Pedagogical University, Lipetsk, Russia.