

Визуальный цифровой контент как инструмент формирования ценностей молодежи

Научный руководитель – Багаева Алиса Валерьевна

Миронова Дарья Викторовна

Студент (магистр)

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

E-mail: dariamironova1105@gmail.com

В современном цифровом обществе визуальный контент играет решающую роль в формировании ценностей молодежи. Социальные сети, такие как «TikTok», «YouTube», «ВКонтакте» и другие оказывают значительное влияние на представления молодого поколения об успехе, социальных нормах и идентичности. В связи с тем, что ценностные ориентиры молодежи находятся в процессе активного формирования, цифровые технологии ускоряют этот процесс, создавая как положительные, так и отрицательные эффекты. Согласно данным ВЦИОМ, 90% людей старше 14 лет ежедневно просматривают короткие видеоролики в социальных сетях и на видеоплатформах [1]. Визуальный контент, представленный в данных медиа, способствует не только ускоренному усвоению ценностей, но и закреплению определенных социальных стереотипов, что может снижать уровень критического мышления молодежи.

Проблематика влияния визуального цифрового контента на формирование ценностей изучалась как классическими, так и современными социологами. Ценности определяются как обобщенные представления людей о целях и нормах своего поведения, воплощающие исторический опыт и концентрированно выражающие смысл культуры отдельного этноса и всего человечества [2, с. 5]. Э. Дюркгейм рассматривал ценности как основу социальной сплоченности, М. Вебер и Т. Парсонс подчеркивали их значимость в поддержании социального порядка, а Р. Инглхарт анализировал процессы трансформации ценностей от материальных к постматериальным в условиях глобализации и цифровизации. В рамках медиатеории и визуальной социологии Ж. Бодрийяр и П. Бурдьё исследовали, как визуальные медиа конструируют социальную реальность, а Л. Манович ввел понятие «новых медиа», подчеркивая ключевую роль цифровых изображений в изменении культурного восприятия.

Молодежь как социальная группа представляет собой категорию, включающую индивидов в переходном возрасте от детства к взрослости, характеризующуюся процессами становления идентичности, социальной интеграции и формирования ценностей [3, с. 220]. В социологии молодежи исследуются вопросы влияния медиа на адаптацию новых поколений к социальным изменениям, что особенно актуально в условиях цифровой трансформации общества.

В ходе исследования был проведен социологический опрос среди 331 молодых людей в возрасте 18–24 лет. Целью опроса было изучение взаимодействия молодежи с визуальным контентом, их восприятие ценностей и влияние медийных личностей на формирование мировоззрения. Результаты исследования выявили несколько ключевых тенденций.

Во-первых, наиболее популярным форматом потребления цифрового контента среди молодежи являются короткие видеоролики и влоги (76%), а фотографии привлекают внимание при восприятии новостного и развлекательного контента в первую очередь (44%). Во-вторых, среди ценностей, которые молодежь особенно уважает в медийных фигурах,

на первом месте стоят трудолюбие и профессионализм (60%), далее следуют саморазвитие, здоровье и здоровый образ жизни, красота и уход за собой. В-третьих, было выявлено несоответствие между ценностями тех, за кем молодежь непосредственно следит, и ценностями, которые чаще всего транслируются в цифровых медиа: респонденты указывают, что доминирующими в онлайн-пространстве являются богатство (42%) и внешняя привлекательность (41%). Это свидетельствует о противоречии между стремлением молодежи к профессиональному развитию и акцентом на материалистические ориентиры в цифровой среде.

Таким образом, визуальный цифровой контент оказывает двоякое влияние на формирование ценностей молодежи. С одной стороны, он способствует продвижению таких положительных качеств, как целеустремленность, настойчивость и самосовершенствование. С другой стороны, он усиливает материалистические установки и формирует нереалистичные стандарты красоты и успеха. Для минимизации негативных последствий необходимо развигать программы медиаграмотности, которые помогут молодежи критически анализировать визуальный контент. В перспективе важно проводить дальнейшие междисциплинарные исследования, направленные на изучение долгосрочного влияния цифровых медиа на процессы формирования ценностей у молодежи.

Источники и литература

- 1) Знание. Общество «Знание» и ВЦИОМ выяснили, кто смотрит короткие видеоролики в Сети и какой контент им по душе / URL: <https://znanierussia.ru/news/obshestvo-znanie-i-vciom-vyyasnili-kto-smotrit-korotkie-videoroliki-v-seti-i-kakoj-kontent-im-po-dushe> (Дата обращения: 03.03.2025).
- 2) Лапин Н.И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. 1996. № 5. С. 3 – 23.
- 3) Елишев С.О. Молодежная проблематика и подходы к определению понятия «молодежь» в социологии // Вестник Московского университета. Социология и политология, 2017. Т. 23. №. 3. С. 200-223.