

Влияние контента в Instagram на формирование мнения и ценностей молодёжи

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Данильчева Екатерина Александровна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия
E-mail: katya-danilcheva@mail.ru

В условиях развития современного общества и распространения интернет-ресурсов, социальные сети обретают всё большую значимость в жизни людей. На данный момент молодёжь является наиболее изучаемой социально-демографической группой, выбранной по характеристике возраста. В XXI веке каждый молодой человек, который имеет выход в Интернет, состоит как минимум в одной соцсети и именно там проводит достаточно большое количество времени. Следовательно, так или иначе интернет влияет на формирование мнения и восприятие мира ещё не до конца сформированной психики. Однозначно, влияние социальных сетей на молодёжь вызывает интерес к изучению данной темы, так как именно эта социальная группа больше всего подвержена влиянию со стороны технологий.

Актуальность темы заключается в том, что социальные сети приобретают всё большую популярность с развитием технологий, а Instagram является одной из наиболее распространённой платформой. И целью данных приложений служит самовыражение, коммуникация и познание нового контента. А различный контент оказывает, как положительное, так и отрицательное влияние на формирование мнения молодёжи.

Целью данного исследования является, выявление роли социальной сети Instagram в жизни молодёжи и его влияние на формирование мнения молодого поколения.

Instagram - это не просто социальная сеть для общения в интернете. Приложение создано для того, чтобы люди делились различными фотографиями и видео на своём аккаунте, тем самым используя и как инструмент для самовыражения, формирования идентичности в обществе. Но если раньше всё-таки больше внимания потребители оказывали на фото или видео, то сейчас больше на текстовое сопровождение визуального материала. Следовательно, можно говорить о том, что именно при помощи данной социальной сети блогеры воздействуют на молодёжь, влияют на ее социальные установки, поднимая в своих постах актуальные социальные проблемы [3].

В данное время социальные сети выполняют одну из самых важнейших функций в жизни человека - коммуникативную [2]. Сейчас молодёжь является самой активной группой использования новых технологий и в большей мере потребляет контент в социальных сетях, даже по сравнению с возрастной группой от 25 до 40 лет. По данным ВЦИОМ от 23 сентября 2021 года 53% опрошенных используют именно Instagram. Из них чаще всего смотрят фотографии, видео и слушают музыку (52%), общаются с друзьями, знакомыми в личной переписке (46%), а также читает развлекательный контент (40%) [1].

Молодёжь придаёт большое значение людям, которые добились каких-либо успехов или популярности в Instagram. В 2019 году в Южном Федеральном Университете, было проведено пилотажное социологическое исследование, где результаты показали, что: 1) большее количество опрошенных не считают, что они находятся под влиянием со стороны блогеров, однако признают свою зависимость от Instagram; 2) активно растущее число лидеров мнений затрудняет восприятие информации пользователями, а также заставляет задуматься о достоверности информации; 3) на сегодняшний день, социальная сеть

Instagram является одним из самых мощных инструментов управления общественным мнением среди молодежи, рычаг управления в этом случае находится в руках лидеров мнений - блогеров; 4) несмотря на вышеперечисленные факты, уровень доверия к лидерам мнений остается на достаточно высоком уровне; 5) любившимся блогерам молодежь доверяет в большей степени, нежели традиционным СМИ [3]. То есть, опираясь на результаты данного исследования, можно сделать вывод, что контент в Instagram оказывает влияние на формирование мнения молодого поколения и часто прислушиваются к лидерам мнений, а в данном случае к блогерам.

Из-за того, что социальные сети стали площадкой для общения, молодёжь часто теряет контроль над выражениями и уходят в оскорбления, с пониманием того, что в ответ человек не сможет оказать никакого влияния. Тем самым, можно сказать, что молодое поколение увидев некоторый контент оскорбительного содержания делают вывод, что они вправе поступать таким же методом. Таким образом, мы видим, что теряется ценность уважения окружающих людей. Молодёжь не до конца осознаёт влияние социальных сетей на их формирование ценностей, мнений и окружающего мира. Многие отрицают, что влияние в той или иной мере всё-таки происходит. Популярны личности в Instagram, которые чаще всего являются лидерами мнений для определённого круга людей, выкладывая свой контент, определяют позицию молодых людей в обществе. То есть, порой, люди сами того не понимая, принимают позицию лидера, как свою, не анализируя полученную ими информацию.

Итак, мы можем сделать вывод из проделанной работы, что Instagram, играет важную роль в формировании общественного мнения. А так же, оказывает, как положительное, так и отрицательное влияние на формирование мнения личности об окружающем мире, моральных ценностях, собственного мнения и умения анализировать исходную информацию.

Источники и литература

- 1) Интернет: ВЦИОМ. Медиапотребление и активность в интернете. URL: <http://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (Дата обращения: 09.03.2022г)
- 2) 2. Вараксин А.В. влияние социальных сетей на формирование ценностных ориентиров современной молодёжи// Социальная педагогика 2016 – с. 207-212
- 3) 3. Мосьпанова В.Н., Токарева Ю.Е. Влияние лидеров мнений Instagram на социальные установки молодежи// Конференция «Ломоносов 2019»