

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Статистическое исследование влияния графической информации на формирование социальных ценностей молодежи в России

Атаева Марьям Магомедовна

Студент (бакалавр)

Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К.А. Тимирязева,

Учетно-финансовый, Бухгалтерского учета, Москва, Россия

E-mail: maryashka96@mail.ru

Информация во все времена была одним из ключевых элементов нашей жизни. Менялись лишь способы ее представления. В настоящее время, в эпоху социальных сетей, всё большую популярность набирает графическая информация.

В работе была поставлена цель - с помощью статистических методов исследовать влияние активной графической информации на формирование социальных ценностей населения страны, в том числе современной молодежи. Исходной базой данных для анализа послужили анкетные опросы 125 респондентов в возрасте от 15 до 30 лет, интернет - ресурсы и данные модераторов соцсети «ВКонтакте».

Для обработки информации применены методы: статистических группировок, корреляционный регрессионный анализ, сопоставление параллельных рядов, анализ динамических рядов, проверка статистических гипотез по критерию Пирсона.

Исследование показало, что графическая информация в современных условиях развития рыночной экономики является важным фактором роста конкурентоспособности товара и экономической эффективности производства, так как значительно расширяет возможности маркетологов и менеджеров для продвижения товаров на рынке. Человек по своей природе лучше воспринимает картинки, чем текст, поэтому удачная фотография или плакат в интернете охватывает большое число потенциальных покупателей. Установлено, что предварительное знакомство с товаром на фото (картинке) способствует формированию положительного покупательского спроса и большей вероятности покупки товара именно предлагаемой марки и вида. Однако при переходе от активной к агрессивной рекламе различных товаров и услуг (например, туристических) человек приобретает черты потребителя, что существенно снижает его интеллектуальное развитие.

Важным аспектом анализа было изучение явления «селфи», которое стало популярным в последние годы. Установлено, что с ростом популярности фотографий в стиле "селфи", резко возрос спрос на услуги пластических хирургов. Психологи также замечают развитие у молодежи нарциссизма или же, наоборот, депрессии из-за недовольства своей внешностью, вызванной неумением делать красивые фотографии. Подводя итог изложенного, следует заключить, что в настоящее время, наравне с пропагандой здорового образа жизни молодежи, уважения к старшим, заботы об окружающем мире, и других важных воспитательных аспектов, стоит обращать внимание молодежи на то, что нужно разделять жизнь реальную и виртуальную. Мы - не картинки.