

Научная статья

УДК 343.9

EDN: ODPYMU



## Визуальный шум как фактор, влияющий на формирование городской преступности

**Никита Витальевич Миронов**

*Российский государственный университет правосудия имени В. М. Лебедева,  
Москва, Российская Федерация*

✉ *nikita.mir2004@gmail.com*

*Научный руководитель: Е. Э. Попова, д.ю.н., доцент, профессор кафедры  
уголовного права Российского государственного университета правосудия  
имени В. М. Лебедева*

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию влияния визуального шума на формирование противоправного поведения. Актуальность работы обусловлена стремительным ростом информационного загрязнения городов и необходимостью поиска новых факторов детерминации противоправного поведения, не рассматривавшихся ранее в отечественной криминологии. Автором предложена научная дефиниция объекта исследования.

Методологический аппарат базируется на системном анализе актуальной статистики преступности в Российской Федерации и результатах комплексного социологического опроса, охватившего как мнение широкой общественности, так и позицию экспертного сообщества, представленного профессорско-преподавательским составом кафедры уголовного права.

Эмпирически подтверждена существенная корреляция между уровнем визуального загрязнения городской среды и ростом криминогенных рисков. Выявлено, что демонстрация недоступного уровня потребления через наружные носители выступает триггером социальной напряженности и зависти. В работе предложен комплекс мер по профилактике правонарушений, включающий регулирование визуального пространства. Исследование обосновывает необходимость междисциплинарного подхода к обеспечению безопасности, объединяющего усилия криминологов, социологов и урбанистов.

**Ключевые слова:** визуальный шум, теория «разбитых окон», избыточная реклама, городская среда, предупреждение преступности

**Для цитирования:** Миронов Н. В. Визуальный шум как фактор, влияющий на формирование городской преступности // Фемида.Science. 2026. № 1 (18). С. 123–130.

Original article

## Visual Noise as a Factor Influencing the Formation of Urban Crime

**Nikita V. Mironov**

*Russian State University of Justice named after V. M. Lebedev,  
Moscow, Russian Federation*

✉ *nikita.mir2004@gmail.com*

*Scientific supervisor: E. E. Popova*, Doctor of Science (Law), Associate Professor, Professor at the Criminal Law Department of the Russian State University of Justice named after V. M. Lebedev

**Abstract.** The article examines the impact of visual noise on the formation of illegal behavior. The relevance of the study stems from the rapid growth of urban information pollution and the necessity to identify new determinants of unlawful behavior that have not been previously addressed in domestic criminology. The author proposes a scientific definition of the research object.

The methodological framework is based on a systemic analysis of current crime statistics in the Russian Federation and the results of a comprehensive sociological survey, which encompassed both general public opinion and the perspectives of the expert community, represented by the faculty of the Criminal Law Department.

A significant correlation between the level of visual pollution in the urban environment and the growth of criminogenic risks has been empirically confirmed. It was revealed that the display of an inaccessible level of consumption via outdoor media acts as a trigger for social tension and envy. A set of measures for crime prevention, including the regulation of visual space, is proposed. The research justifies the need for an interdisciplinary approach to ensuring security, integrating the efforts of criminologists, sociologists, and urban planners.

**Keywords:** visual noise, “broken windows” theory, excessive advertising, urban environment, crime prevention

**For citation:** Mironov N. V. Visual noise as a factor influencing the formation of urban crime. *Femida. Science = Themis. Science.* 2026;(1):123-130. (In Russ.)

Вопрос о влиянии городской среды на уровень преступности является предметом постоянных исследований и дискуссий. Традиционно внимание уделялось социально-экономическим факторам, таким как уровень безработицы и доступность образования. Однако все больше исследований указывает на важную роль физической среды, включая такое явление, как «визуальный шум», в формировании криминогенной обстановки.

*Визуальный шум*, определяемый в данном исследовании как избыточная плотность рекламных вывесок, наличие граффити в неотведенных местах, а также не прикрытые строительными полотнами старые заброшенные или предназначенные к сносу строения, которые представляют собой избыток визуальной информации, создают ощущение информационного хаоса, заброшенности, отсутствия общественного контроля.

Для глубокого анализа изучаемой проблематики и получения эмпирических данных, верифицирующих теоретические положения, в рамках данного исследования был организован и проведен комплексный социологический опрос, включавший анкетирование как широкой общественности, так и представителей экспертного сообщества.

Проведенный опрос показал, что в общественном сознании визуальный шум воспринимается как избыток визуальных элементов, информации или беспорядка в окружающей среде, который затрудняет восприятие важной информации, отвлекает внимание и вызывает чувства дискомфорта и перегруженности. К таковым относятся:

- чрезмерная реклама: слишком много ярких вывесок, баннеров и рекламных щитов (68,6% ответов);
- несанкционированная расклейка объявлений (54,9%);
- заброшенные здания и территории: неухоженные здания, замусоренные участки (51%);
- реклама, размещенная на общественном транспорте (41,2%);
- несанкционированные граффити: незаконные надписи и рисунки на стенах (31%);
- плохое освещение: недостаточное или неисправное освещение улиц (15,7%).

Как справедливо отмечается в научной литературе, городские пространства заполнили пестрые вывески, рекламные щиты и броские слоганы, создавая хаотичное визуальное впечатление. Эта перенасыщенность негативно сказывается на облике города и вызывает у горожан скорее равнодушие или негативные эмоции, нежели заинтересованность [1, с. 99]. Следовательно, подобные рекламные конструкции оказываются неэффективными даже для самих рекламодателей.

Кроме того, реклама, демонстрирующая роскошь, богатство и «хорошую жизнь», может усиливать чувство неудовлетворенности и зависти у людей, которые не имеют доступа к таким благам. Это может привести к ощущению социальной несправедливости и подтолкнуть к совершению преступлений с целью обретения материальных благ, кажущихся доступными только избранным.

В отношении влияния избыточной рекламы богатства и «хорошей жизни» на человека общественное мнение склоняется к признанию ее существенного негативного воздействия. Так, более половины респондентов (52,9%) прямо связывают такую рекламу с формированием чувства неудовлетворенности жизнью. Около половины опрошенных (47,1%) отмечают, что она создает завышенные иллюзии о возможности быстрого достижения богатства. Кроме того, 21,6% указывают на ее роль в формировании корыстного мотива, потенциально подталкивающего к совершению преступлений или правонарушений<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> В ходе исследования автором был проведен опрос населения и специалистов в области уголовного права и криминологии. Выборку составили 51 представитель общественности и 12 человек со стороны экспертного сообщества.

Мнение экспертного сообщества демонстрирует еще более выраженную убежденность в деструктивном влиянии рекламы роскоши. 66,7% специалистов разделяют мнение о ее воздействии на формирование чувства неудовлетворенности жизнью. Это на 13,8 процентных пункта выше, чем среди общественности. Иллюзии быстрого обогащения признают 50% экспертов (против 47,1% населения). А участие рекламы в формировании корыстного мотива отмечают 33,3% специалистов, что значительно превышает показатель среди общественности (21,6%).

Активная демонстрация в рекламе дорогих автомобилей, украшений, электроники и других предметов роскоши позиционирует их как высоко желанные объекты для потребителей. Специалисты отмечают, что подобное воздействие может потенциально способствовать ряду негативных явлений: порче имущества (50%), хищению чужого имущества (41,7%), нарушению общественного порядка (33,3%), а также нарушению правил дорожного движения (33,3%).

Так, по данным МВД РФ, за январь – август 2025 г. в России почти половину всех зарегистрированных преступлений (49,3%) составили хищения чужого имущества, совершенные путем: кражи – 302,1 тыс., мошенничества – 287,7 тыс., грабежа – 10,2 тыс., разбоя – 1,6 тыс. Почти каждая одиннадцатая кража, каждый двадцать девятый грабеж и каждое седьмое разбойное нападение были сопряжены с незаконным проникновением в жилище, помещение или иное хранилище<sup>2</sup>.

В общественных местах зарегистрировано 267,4 тыс. преступлений. На улицах, площадях, в парках и скверах зарегистрировано 117,8 тыс. преступлений, в том числе: 2,8 тыс. грабежей, 35,7 тыс. краж, 462 разбойных нападения<sup>3</sup>.

Нельзя определенно утверждать, что корыстный мотив краж, грабежей и разбойных нападений был сформирован только влиянием на личность виновного визуального шума, однако исключать наличие такого влияния нельзя. Необходимо проведение дополнительных исследований о том, каково влияние визуального шума на формирование мотива преступлений.

Проведенное нами исследование показывает, что визуальный шум, особенно мусор, может выступать обстановкой для совершения правонарушений и даже преступлений. Заброшенные здания и неухоженные территории являются частью визуального шума и могут привлекать бездомных, наркоманов и других лиц, склонных к противоправному поведению, тем самым отталкивая законопослушных граждан, так как последние считают подобные места социально опасными. Поскольку такая территория исключена из сферы общественного контроля (в нее не будут вкладывать финансы, например в установку видеонаблюдения, облагораживание территории и т. д.), пока не будет реализовываться инвестпроект, то она фактиче-

<sup>2</sup> См.: Состояние преступности в Российской Федерации за январь – август 2025 года // Министерство внутренних дел Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://xn--b1aew.xn--plai/reports/item/70644759/>.

<sup>3</sup> Там же.

ски будет формировать концепцию «разбитых окон», а чрезмерная реклама возле нее и другие формы визуального шума могут отвлекать внимание от потенциальных угроз и снижать бдительность со стороны потенциальных жертв, а также правоохранительных органов.

Теория «разбитых окон», предложенная американскими социологами Джеймсом Уилсоном и Джорджем Келлингом в 1982 г., представляет собой криминологическую концепцию, согласно которой незначительные правонарушения служат индикатором ухудшения общей криминальной ситуации. Авторы проиллюстрировали свою идею на следующем примере: если в здании игнорировать разбитое окно, то вскоре все окна окажутся разбиты, что приведет к мародерству и деградации криминогенной обстановки в окружающем районе. Уилсон, Келлинг и последователи этой теории полагают, что борьба с мелкими проступками – например, вандализмом, распитием спиртных напитков в общественных местах или безбилетным проездом – формирует в обществе нетерпимое отношение к любым преступлениям. Такой подход, по их мнению, способствует пресечению более серьезных правонарушений и задержанию тех, кто систематически нарушает общественный порядок [2, с. 138].

Социально-экономическая депривация, наряду с низким социальным контролем, является ключевым фактором, определяющим уровень преступности в районах с высоким уровнем визуального шума. Если рассматривать визуальный шум, особенно в его асоциальном выражении, с позиции теории «разбитых окон», то он выступает индикатором, сигнализирующим о снижении общественного порядка и формировании условий для преступности.

Необходимо также учитывать психологическое воздействие визуального шума, проявляющееся в повышенном уровне стресса и тревожности, а также способствующее импульсивному и агрессивному поведению. Проведенное исследование общественного мнения выявило, что значительная часть респондентов, сталкиваясь с данным феноменом, испытывает раздражение (62,7%), дискомфорт (47,1%), беспокойство (23,5%), агрессию (19,6%). Эти показатели находят свое подтверждение и в оценках экспертного сообщества.

Наличие заброшенных зданий и плохо освещенных улиц в районах с визуальным шумом формирует благоприятные условия для совершения правонарушений. Данное утверждение находит широкую поддержку: 84,3% респондентов из числа населения разделяют эту точку зрения, а в экспертном сообществе наблюдается полное единогласие (100%) в части поддержки этого мнения.

Исследования в области криминологии указывают на выраженную корреляцию между определенными социально-демографическими признаками и криминальной активностью. Установлено, что мужчины в среднем чаще совершают правонарушения, чем женщины. По результатам проведенного нами исследования, возрастная группа от 16 до 35 лет демонстрирует пик преступности, что может быть обусловлено как биологическими факторами, так и повышенной восприимчивостью к внешним стимулам, включая визуальную информацию и новые технологии, характерными для

данного возраста. Данный возрастной диапазон находит отражение в юридической доктрине<sup>4</sup>.

Наиболее значимыми характеристиками, определяющими преступное поведение, в ходе исследования общественного мнения признаны не внешние обстоятельства или социально-демографические показатели, а внутренние психологические установки и поведенческие особенности.

На первое место по значимости вышла склонность к деструктивному поведению – ее отметили 60,8% опрошенных. Практически столь же весомым фактором оказалось ощущение социальной несправедливости (52,9%).

Существенную роль, по мнению респондентов, играют аддиктивные расстройства: алкогольная или наркотическая зависимость фигурирует в ответах 43,1% участников опроса. Параллельно с этим высокую значимость имеют такие черты, как зависть (39,2%) и отсутствие постоянной занятости (39,2%), что подчеркивает связь преступного поведения с личностными переживаниями и социальной дезадаптацией. Семейное положение, в частности отсутствие семьи или наличие дисфункциональных семейных отношений, также ассоциируется с повышенной вероятностью девиантного поведения (15,7%).

На психологическом уровне склонность к агрессивным действиям, характеризующаяся выраженной агрессивностью, и склонность к спонтанным, необдуманым поступкам, определяемая как импульсивность, являются значимыми предикторами криминального поведения. Подавляющее большинство как рядовых граждан (76,5%), так и экспертов (66,7%) поддерживают включение мер по борьбе с визуальным шумом в стратегию предупреждения преступности.

Современная городская среда насыщена разнообразными формами рекламного присутствия – от статических объектов, таких как витрины, билборды, фасады, до элементов, интегрированных в транспорт и дорожное покрытие. Текущий технологический этап позволяет перейти от стандартных площадок к более креативным форматам и дизайнерским решениям.

Представляется, что для решения рассмотренной проблемы необходимо провести изучение мнения общества, особенно населения, проживающего на конкретной территории, о необходимости, количестве и формах рекламной продукции, граффити и т. п.

Поэтому в числе необходимых мер профилактики преступности, ассоциируемой с визуальным шумом, результаты опроса общественного мнения демонстрируют приоритет комплексного подхода, сочетающего элементы регламентации и благоустройства:

- 1) устранение и минимизация визуального шума;
- 2) упорядочение рекламы и вывесок;
- 3) разработка и соблюдение строгих правил для размещения рекламы (размер, местоположение, освещение);

<sup>4</sup> Лунев В. В. Криминология : учеб. для вузов. М. : Юрайт, 2025. С. 178; Николаева Ю. В., Батюкова В. Е., Гримальская С. А. и др. Криминология. Общая часть : учеб. пособие. М. : КноРус, 2024. С. 178.

- 4) сокращение количества рекламных щитов и баннеров;
- 5) требование к владельцам бизнеса согласовывать вывески с архитектурным стилем здания и окружающей среды;
- 6) регулярная уборка улиц, удаление граффити, ремонт заброшенных зданий, улучшение освещения;
- 7) благоустройство территорий: создание парков, скверов, детских площадок, улучшение внешнего вида зданий;
- 8) установка камер видеонаблюдения в общественных местах.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает существенную связь между визуальным шумом и уровнем преступности. Визуальный шум как проявление социальных проблем и недостатка контроля способствует формированию среды, благоприятной для совершения преступлений. Полученные данные подчеркивают необходимость комплексного подхода к профилактике преступности, включающего не только усиление правоохранительных мер, но и систематическое устранение визуального шума посредством благоустройства городской среды, повышения ее качественных характеристик.

#### Список источников

1. Александрова О. Ю. Влияние наружной рекламы на облик города // Архитектоника региональной культуры : материалы Всерос. науч.-практ. конф., посвящ. 55-летию Юго-Западного гос. ун-та (Курск, 19–20 дек. 2018 г.) / отв. ред. М. М. Звягинцева. Курск : Юго-Запад. гос. ун-т, 2019. С. 98–103.
2. Петров А. Теория «разбитых окон»: теория и практика применения // Формирование экономики знаний в России: вузы, предприятия и институты : материалы науч. конф. студентов и молодых ученых НИМБ (Н. Новгород, 11 марта 2015 г.) / науч. ред. И. В. Гуськова, Т. В. Шагалова. Н. Новгород : Нижегород. ин-т менеджмента и бизнеса, 2015. С. 137–138.

#### References

1. Aleksandrova O. Yu. The influence of outdoor advertising on the city image. In: M. M. Zvyagintseva, ed. *Architectonics of Regional Culture*. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference dedicated to the 55th Anniversary of Southwest State University (Kursk, 19–20 December 2018). Kursk: Southwest State University; 2019. Pp. 98–103. (In Russ.)
2. Petrov A. “Broken Windows” theory: theory and practice of application. In: I. V. Gusko-va, T. V. Shagalova, eds. *Formation of knowledge economy in Russia: universities, enterprises, and institutes*. Materials of the NNIMB Scientific Conference of Students and Young Scientists (Nizhny Novgorod, 11 March 2015). Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod Institute of Management and Business; 2015. Pp. 137–138. (In Russ.)

#### Информация об авторе

Н. В. Миронов – студент 4 курса.

#### Information about the author

N. V. Mironov – 4th year student.

**Конфликт интересов**

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

**Conflict of interests**

The author declares no relevant conflict of interests.

Статья поступила в редакцию 02.02.2026; одобрена после рецензирования 16.02.2026; принята к публикации 24.02.2026.

The article was submitted 02.02.2026; approved after reviewing 16.02.2026; accepted for publication 24.02.2026.