

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение
«Гимназия №6» города Перми

ОБРАЗЫ ПОПУЛЯРНЫХ БЛОГЕРОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ

Обществознание

Выполнила:
ученица 4а класса
Жорова Елизавета

Руководитель:
учитель начальных классов
высшей категории,
почетный работник общего
образования РФ
**Тимофеева
Татьяна Борисовна**

Пермь, 2019

Сейчас трудно представить мир без гаджетов - интернет и гаджеты стали неотъемлемой частью нашей жизни — мы учимся по скайпу, дружим в социальных сетях, отрабатываем учебные навыки в Учи.ру.

Грань между реальным миром и онлайн-пространством становится все менее четкой, это приводит к появлению новых увлечений и даже профессий. Одним из таких модных увлечений является блогерство. Большинство из нас так или иначе читает разных блогеров, наблюдает за их жизнью и даже сам осваивает это направление деятельности.

В своей работе я решила изучить степень увлечения блогерством ребят своего класса, а также разобраться в том, насколько это вредно или полезно.

Умы современных подростков захвачены блогингом. Ведь это так классно - фотографировать или снимать видео, писать небольшой текст, набирать подписчиков и получать большие деньги! Сейчас модно быть блогером или хотя бы просто вести свой блог даже среди некоторых групп взрослых людей. Люди выкладывают на всеобщее обозрение каждый свой шаг, зачастую значительно приукрашивая его и создавая видимость совсем другой, сказочной реальности, в которой они якобы живут. Появился даже слоган: «Не запостил, значит не было».

Кто такой блогер

Блогер - это человек, который ведет онлайн-дневник, "блог", регулярно публикует в нем новые записи. Блог в интернете может завести любой человек и писать на любую тему. В мире уже 2 млрд. блогеров, они пишут посты и создают видеоролики о себе и своем стиле жизни, о путешествиях, о красоте, об автомобилях, о бизнесе, о политике. Есть блог, который ведется от лица камня. А есть блог, где публикуют фото щенков и сравнивают их с кондитерскими изделиями. И, конечно, множество блогов о том, как вести блог.

Мое исследование носило лонгитюдный характер и проводилось в два этапа: в конце 1 класса и начале 4 класса.

В исследовании приняло участие 30 ребят, обучающихся в моем классе.

Исследование проводилось при помощи специально разработанной анкеты и методики Дембо-Рубинштейна.

Рассмотрим полученные результаты.

Любимый блогер есть у 90 % респондентов (это 27 человек из 30 на момент проведения исследования ребят класса, из них 9 человек написали, что у них несколько любимых блогеров (2 или 3). Только 5 человек отметили, что у них нет любимых блогеров). При этом в качестве любимого ребята воспринимают блогера, которого они либо читают/смотрят чаще всего, либо которого интересно читать, либо на которого хотели бы быть похожими.

Лидерами просмотров в нашем классе являются Настенка Кош и Эдисон Перец.

Абсолютное большинство респондентов характеризуют любимых блогеров (независимо от того, кто именно является этим блогером) как веселых (80%), энергичных (43%), добрых (30%), понимающих (27%), даже отмечают, что блогер является их «лучшей подругой / лучшим другом» (10%). Отмечают, что лучше всего у блогера получается снимать видео, а также реализовывать тематику блога (например, делать слаймы или выполнять трюки на самокате).

Интересная ситуация выявилась в восприятии недостатков блогеров (личностных качеств или каких-то поведенческих либо деятельностных навыков). Подавляющее большинство респондентов (90%) не смогли выделить какие-либо недостатки у любимого блогера, а также обозначить, что у него получается хуже всего. Только 3 человека из класса выделили «зоны роста» в деятельности любимого блогера, причем выделенные недостатки касаются именно качества блогерской деятельности. Например, стесняется говорить на камеру или у него не выходят смешные ролики. Получается, что вдумчиво

подходит к просмотру контента только 10% респондентов, для остальных свойственна идеализация блогера, восприятие его почти как идеального («у нее все получается», «она во всем классная», «он весь крутой» и т. д.). При этом подростки не видят разницы между образом, создаваемым блогером, и его реальной личностью, образ «крутого» или «классной» переносится из блога на всю жизнь автора. Ребята отмечают, что «хотели бы дружить с ней/ним» в реальной жизни.

Для характеристики любимых блогеров и самих себя в качестве самых значимых большинство респондентов (80%) использовали разные эпитеты. При этом блогеров, как правило, характеризовали с позиции личностных особенностей («красивый», «добрый», «веселый» и т. д.), а самих себя с позиции индивидуальных особенностей («девочка», «высокая», «темные волосы» и т. д.). Вероятно, это говорит о том, что блогеры воспринимаются подростками прежде всего как интересные личности (недаром они такие популярные), в то время как самих себя они идентифицируют больше с индивидуальными особенностями, затрудняясь в первую очередь обозначить свои сильные личностные качества.

При описании же идеального образа себя («Каким бы ты хотел быть?») подростки в подавляющем большинстве (83%) использовали при характеристике блогеров и самих себя одни и те же эпитеты («веселый», «добрый», «дружелюбный», «клевый», «прикольный» и т. д.), что позволяет сделать вывод о выборе восприятия любимого блогера как некоего образа себя идеального. Остается, правда, нераскрытым вопрос о механизмах данного проецирования: либо подростки формируют образ себя идеального и в соответствии с ним тот или иной блогер становится им интересен и переходит в разряд любимых, то ли, наоборот, какой либо блогер нравится подросткам, становится их любимым, и на его основе формируется образ идеального себя.

Интересно сравнить полученные результаты с полученными мной данными в исследовании, которое проводилось в конце нашего первого класса.

Тогда в качестве любимых у ребят нашего класса мной изучались мультфильмы и мультипликационные герои. Выявившиеся тогда закономерности были менее четкими. Только половина респондентов идентифицировала свой образ (причем тогда, как реальный, так и идеальный) с любимыми мультипликационными героями. Из чего можно сделать вывод: с взрослением и переходом к младшему подростковому возрасту (от первого к четвертому классу) возрастает влияние мультимедийного контента на самовосприятие и формирование своего идеального образа, а также значительно возрастает его влияние на формирование вектора саморазвития.

При изучении времени просмотра было выявлено, что большинство моих одноклассников (90%) смотрит интернет-каналы (не включая просмотр телепередач) более 1 часа ежедневно (указывалось время от 1 часа до 3 часов) и только 3 человека смотрят интернет менее 1 часа в день. Среднее время — 1,5 часа в день.

По сравнению с данными первого класса время просмотра мультимедиа контента значительно выросло. Среднее время в первом классе составляло 1 час, при этом варьировалось от 10 минут в день до 1,5 часов. При этом указывалось, что ребята смотрят мультфильмы и интернет 3-5 раз в неделю. Только 7 человек просматривали контент каждый (в том числе будний) день.

Была выявлена четкая закономерность: чем больше времени проводит подросток за просмотром канала любимого блогера, тем более сходными эпитетами он описывает себя (особенно себя идеального) и любимого блогера. По сравнению с данными первого класса взаимосвязь также значительно усилилась.

Полученные данные полностью поддерживают выдвинутую в начале исследования гипотезу.

По результатам исследования можно сделать следующие **выводы**:

1. Личностные особенности младших подростков оказались частично

взаимосвязаны с личностными особенностями любимых блогеров: выявилась четкая положительная взаимосвязь в части образа «Я идеальное» и отсутствие взаимосвязи в части образа «Я реальное»

2. Время просмотра канала любимого блогера значительно превышает допустимые нормы для данной возрастной категории (1 час в день, включая образовательные ресурсы — Учи.ру, Яндекс.учебник и тд)

3. Время просмотра канала любимого блогера оказывает существенное влияние на значимость блогеров в формировании личности подростков: с возрастанием времени и частоты просмотра возрастает влияние мультимедийного контента на формирование своего идеального образа и формирование вектора саморазвития

Таким образом, выдвинутые в начале исследования гипотезы получили эмпирическую поддержку.

На основании проведенного исследования и полученных выводов можно предложить следующие **рекомендации** по формировании гигиены восприятия мультимедийного контента:

- четко отслеживать свое время просмотров интернет-каналов (через специальные приложения в телефоне, айпаде, ноутбуке)
- осознанно подходить к выбору просматриваемого мультимедиа контента (понимать, что то, что мы смотрим, неосознанно оказывает влияние на нашу личность. То есть каждый раз, включая что-либо, нужно думать, почему я это смотрю, хочу ли я так же? Что я могу сделать, чтобы стать в жизни таким же?)
- понимать, что любой блог это прежде всего образ, который довольно тщательно создается и не всегда полностью раскрывает особенности данного человека, проявляемые им в реальной жизни.

Использованная литература

1. Аксюта М., Сандлер Т. Почему одни подростки трудны, а другие — нет. // Воспитание с помощью окружения / Аксюта М., Сандлер Т. - М.: В Круге, 2014. - 360 с.
2. Анастаси А., Урбина С. Психологическое тестирование. С.Пб: Питер, 2016 г.
3. Ахтамьянова И., Беляева О. Формирование мышления подростка: психолого-педагогический аспект. М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011. - 144 с.
4. Белобрагин В.В. Влияние музыкальных кумиров на психическое состояние подростков // Социальная политика и социология — 2013 г. - № 6 — с.39-46
5. Биккулова О., Как стать блогером и можно ли считать это профессией, 2019 // <https://proforientator.ru/publications/articles/kak-stat-blogerom-i-mozhno-li-eto-schitat-professiey.html>
6. Григорович Л. А. Проблема нравственного развития подростка: М.: НОУ ВПО Московский психолого-социальный университет, 2014. - 248 с.
7. Джей М. Почему не стоит откладывать жизнь на потом. М.: Иванов и Фербер, 2016 г.
8. Елисеева Н. Кумиры современных подростков // Учительская газета — 2007 г. - №3 - <http://www.ug.ru/archive/17826>
9. Казанцева А. Кто бы мог подумать! Как мозг заставляет нас делать глупости. М.:Смысл, 2015
- 10.Казанская В. Подросток. Социальная адаптация. - М.: Питер, 2011. - 288 с.
- 11.Мещеряков Б., Зинченко В., Большой психологический словарь. М. ЭксмоПресс, 2016
- 12.Образ современного блогера. Классификация // <https://nataly->

r.livejournal.com/219052.html

- 13.Обухова Л. Возрастная психология. М.: Юрайт, 2019
- 14.Омарова М. Особенности самосознания подростков. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 132 с.
- 15.Райс Ф., Долджин К. Психология подросткового возраста. М.: Питер, 2014. - 816 с.
- 16.Разапкина Г. Подросток выбирает профессию. М.: Юрайт, 2019
- 17.Синичкина Е. Практическая психология для подростков, или Как научиться любить себя и других. - М.: АСТ-Пресс, 2001. - 304 с.
- 18.Сушинских С.Е. Подростковый возраст. Психологические особенности // <https://nnmama.ru/content/vospitanie/Upperschool/PsyArt1/>