

Предпочтения в видеоблогинге учащихся школы

Научный руководитель – Малова Елена Николаевна

Анохина Евгения Сергеевна

Студент (бакалавр)

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и
Николая Григорьевича Столетовых, Педагогический институт, Владимир, Россия

E-mail: anohina.zhenya1314@mail.ru

Стремительные цивилизационные изменения вызвали к жизни новую актуальную потребность современного человека - интернетизацию жизненного пространства. С 2007 г. в России стало популярным такое интернет-явление, как видеоблогинг - создание и выкладывание в сеть видеоматериалов на ту или иную тему. Блогосфера стала главным каналом распространения трендов, а блогеры - трансляторами культурных инноваций в более широкие массы [4]. Столяровым И. проанализированы причины популярности видеоблогинга [2]. Текутьевой И. А. предприняла попытку создать классификацию видеоблогинга из одиннадцати жанров [3].

Социальная и возрастная психология все чаще говорит об особенностях социальной ситуации развития детей и молодежи в контексте киберсоциализации, в целом об изменении моделей социализации ребенка в современном обществе, о разрыве между поколениями [1]. У российского родительского и педагогического сообщества выражена обеспокоенность возможным влиянием.

Исследование предпринято с целью объективирования предпочтений в видеоблогинге у учащихся на базе школ г. Владимир и г. Ковров в 2017 г. Проведен опрос учащихся 7 (n=35), 9 (n=35) и 11 (n=35) классов, в ходе которого предлагалось ответить на семь вопросов.

По результатам исследования удалось установить, что количество учащихся, которые не смотрят блогеров, составляет в 7 классе 11 %, в 9 классе 44 %, в 11 классе 25,7 %. Увлечение не имеет тотального характера, в старших возрастах доля не увлеченных данным явлением увеличивается.

Анализ предпочитаемых видеоблогеров позволил проранжировать популярных. У всех трёх групп испытуемых первый ранг у Соболева Н. (45 %, 25 %, 17 % соответственно), чей видеоблог имеет острую социальную проблематику и помогает школьникам разобраться в реалиях современного мира. Это возможность получить ответы на трудные, волнующие вопросы (несправедливость, ранняя беременность, взаимоотношения), одобрение-порицание поступков и взглядов на жизнь. Чуть ниже рангом популярность видеоблогеров имеет различия. Седьмой класс предпочитает более лояльные и отчасти весьма любопытные каналы (КликКлак, YanGo и др.). В девятом классе второй-третий ранг делят каналы с социальной проблематикой (Ларинпротив, Руслан Усачев) и удовлетворяющие интересы, определенные полом (Мария Вэй, Илья Стрекаловский). Одиннадцатый класс отдает предпочтение «легким блогерам» (Саша Чистова, Саша Спилберг и др.).

Контент-анализ ответов на вопрос «Назовите причины, по которым Вы их смотрите?» позволил выделить следующее: интерес, юмор и позитив, скука (чтобы отвлечься и когда нечего делать), полезно. Уровень категории «интерес» к контенту блогера сильно выражен у седьмого класса, к одиннадцатому он падает; у категории «полезно» обратная тенденция. Интерес к видеоблогу, обусловленный увлечениями, хобби, по мере взросления меняется на то, что является познавательным и имеет обучающий ресурс.

Первый ранг нелюбимых блогеров у трёх групп испытуемых имеют ИванГай и Марьяна Ро. Подобную непопулярность они приобрели благодаря своим глупым шуткам, кривляниям, скандалам, неуважением к другим людям. Сомнительная смысловая нагрузка контента, пропаганда нездорового образа жизни (алкоголь, курение), обсценная лексика являются причинами непопулярности других блогеров (Хованский, Лиззка, Андрей Мартыненко)

На вопрос о возможной пользе видеоблогинга для общества получены ответы: да (от 45% до 35 %), нет (около 10 % у всех групп), частично, только некоторые блогеры (от 45 до 35 %). Школьники не уверены в пользе видеоблогинга для общества, но они и не отвергают его весомое значение, они понимают, что есть негативная, а есть положительная информация.

На вопрос «Хотели бы вы быть видеоблогером?» доля ответа «нет» во всех возрастных группах перешагнула порог 50 %. Несмотря на современную информатизацию общества и рост популярности видеоблогинга, дети не видят для себя такого предназначения, многие даже считают бесполезным занятием. Однако 40 % семиклассников всё же мечтает заняться данной сферой с целью ранней карьеры и популярности, что может объясняться возрастными особенностями.

На важный с точки зрения становления идентичности у современных детей вопрос о кумирах и авторитетах среди блогеров ответ «нет» во всех группах испытуемых перевалил за 50%, ответ «некоторые блогеры» составил 10-15 % у всех классов.

Можно предположить, что данные результаты устанавливают достаточно критичное отношение к видеоблогингу современных школьников, весьма сомнительна их главенствующая роль в воспитании современного подростка. Они фильтруют информацию по уровню своих знаний, потребностей возраста и особенностей воспитания, видеоблогеры не более чем средство познания мира (как книга или журнал) и безобидное развлечение современного общества. Традиционные социальные институты пока ещё способны влиять на развитие и воспитание детей.

Проведенное пилотажное исследование позволяет приоткрыть дверь в мир современного детства, реальное пространство взросления, по разным причинам оторванного от мира взрослых. Представленные результаты несколько оптимизируют взгляд на ситуацию с влиянием видеоблогинга на современного ребенка. Целесообразно продолжение исследования в данном проблемном поле.

Источники и литература

- 1) 1. Плешаков В.А. Теория киберсоциализации человека. Монография / Под общ. ред. чл.-корр. РАО, д.п.н., профессора А.В. Мудрика. М.: МПГУ; «Homo Cyberus». 2011.
- 2) 2.Столяров А.И. Современный видеоблогинг: причины популярности // <https://sibac.info/studconf/hum/lx/91137>
- 3) 3. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>
- 4) 4. Шейхетов С., Ефимов К., Безденежных И. Это наша молодеЖЖь // <http://molodeg.org/actions/youth-young-people.htm>