

УДК 159.9

DOI 10.31483/r-109213

Костарева Кристина Дмитриевна

аспирант, преподаватель

ГБПОУ «Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

г. Пермь, Пермский край

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СТАРШЕКЛАССНИКА-БЛОГЕРА

Аннотация: интернет-среда становится одним из факторов социализации представителей молодого поколения. В настоящее время все больше старшеклассников открывают собственную жизнь, эмоции и поведение на всеобщее обозрение при ведении видеоблога в интернете. Исследование социально-психологических особенностей старшеклассника-блогера представляет значительный интерес, так как данная проблема в отечественных и зарубежных исследованиях недостаточно освещена. Статья поднимает вопрос социально-психологических особенностей, которые приобретаются молодыми людьми при использовании интернета для ведения блога. В качестве методологического инструментария исследования были использованы методики, включающие авторскую анкету, «Шкалу измерения тактик самопрезентации», «Шкалу социального доверия», «Методику Н. Холла на определение уровня эмоционального интеллекта» и другие. В статье представлены результаты сравнительного анализа социально-психологических особенностей старшеклассников как активных пользователей интернета, и старшеклассников-блогеров. Автором предпринята попытка рассмотреть ведение видеоблога как фактора социализации. В результате исследования были выявлены определенные особенности, которые заключаются в том, что старшеклассник-блогер может обладать низким выраженным самоотношением, испытывать антипатию к себе и активно использовать тактики защитного типа, то есть оборонительный стиль самопрезентации.

Ключевые слова: блог, старшеклассник-блогер, эмоциональный интеллект, уровень социального доверия, пользователь социальных сетей, тактики самопрезентации, самоотношение, самопринятие, отраженное самоотношение.

Kristina D. Kostareva

postgraduate student, lecturer

Perm College of Entrepreneurship and Service

Perm, Russian Federation

SOCIO-PSYCHOLOGICAL FEATURES OF A HIGH SCHOOL STUDENT BLOGGER

Abstract: *the Internet environment is becoming one of the factors of socialization of the younger generation. Nowadays, more high school students are opening up their own lives, emotions and behavior to the public when running a video blog on the Internet. The study of the socio-psychological characteristics of a high school student blogger represents a considerable interest, since, the number of domestic and foreign studies on this problem is not sufficient. The article arises the problem of acquiring socio-psychological characteristics by the young people using the Internet for blogging. As methodological tools of the study the author used various research methods including the author's questionnaire, «Scale of measurement of self-presentation tactics», «Scale of social trust of J. P. Blavatsky», «N. Hall's methodology for determining the level of emotional intelligence» etc. The article discusses the results of the comparative analysis of the socio-psychological characteristics of high school students, active Internet users and bloggers. The article describes an attempt to consider video blogging as a factor of socialization. As a result of the study, the definite features were identified, which consisted in the fact that a high school blogger having a low reflected self-attitude, may feel antipathy towards himself, and may actively use defensive-type tactics, that is, a defensive style of self-presentation.*

Keywords: *blog, blogger, high school student, emotional intelligence, level of social trust, user of social networks, tactics of self-presentation, self-attitude, self-acceptance, reflected self-attitude.*

Костарева Кристина Дмитриевна

аспирант, преподавателё

Пермьри услам ёсёпе сервис колледжё

Пермь хули, Раçсей Федерацийё

АСЛА КЛАСРА ВЁРЕНЕКЕН БЛОГЕРАҢ ХУТШАҢУПА**ПСИХОЛОГИ УЙРАМЛАХЁ**

Аннотаци. Интернет талккәшё сәмрәк әрәвән сәнсемпе хутшәнмалли вырәнсенчен пёри пулса тәнә. Хальхи вәхәтра сәмрәксем интернетра видео блогё ертсе пынә май час-часах пётём халәха хәйсен пурнәсёпе туйәмё сәнчен тата пёр-пёр лару-тәрура хәйёнпе сәхәннә ку е вәл пуләм сәнчен каласа парассё. Аслә классенче вёренекек блогер халәхпа хутшәннин, психологи енчен хәйне епле тыткаланин уйрәмләхне тишкерсе пёлни хальхи вәхәтра пысәк пёлтерёшлё тёллев пулса тәрәть, мёншён тесен ку ыйтәва хальлөхе Раçсейре тата ют сёр-шивсенче туллин усса пәман. Стәтьяра сәмрәк сәнсем интернетпа усә курса блогра ёсленё чухне сәнсемпе хутшәнма мёнле хәнәхни тата психологи енчен епле улшәнни сәнчен сәмах пырәть. Тёпчевре методологи хатёрёсен ретёнче автор анкетипе, «Харпәр хәйне кәтартмалли (пәлләштармалли) тактикәна хакламалли шкалапа», «Халәх шәнәвён шкалипе», «Н. Холл төпчевсён туйәм интеллектён шәйне пёлмелли меслечёпе» т. ыт. те усә курнә. Стәтьяра интернетпа хәстар усә куракан аслә класс ачисем тата яш блогерсем сәнсемпе хутшәннинне тата психологи енчен епле пулнинне төпченё результатсене илсе пәнә. Автор төпчевё тәрәх, яшсем видео блогё ертсе пыни сәнсемпе хутшәннин пёлтерёшлё пайё пулать. Төпчевён пётёмлетёвё сәкән пек: аслә класра вёренекек блогер хәйне хәй тивёслинчен пёчөкрех хак пәма, хәйне вәрсма-тарәхма, хүтёленү тактикипе активлә усә курма, урәхла каласан, хәйёнпе пәлләштарнә чух та хәйне хүтёлекен стильпе усә курма пултарәть.

Тён сәмахсем: блог, аслә класра вёренекек блогер, туйәм интеллектё, халәх шәнәвён шәйё, халәх тетелёсемпе (социаллә тетелсемпе) усә куракан сән, харпәр хәйне кәтартмалли (хәйёнпе пәлләштармалли) тактика, харпәр хәйне хаклани, харпәр хәйне йышәнни, харпәр хәйне хакланин пәләрәмё.

Введение

В наше время непрерывного технического прогресса происходит активное развитие и изменение различных сторон нашей жизни в плане все большей информатизации и расширения коммуникации [Сосунова, 2020, с. 277].

Информационные технологии наращивают свое влияние в современном мире и, как следствие, ведущим источником получения и обмена информацией становится сеть Интернет [Балакина, 2012, с. 100]. Важнейшим социальным институтом, влияющим на современного человека (особенно молодого), наравне с семьей и обществом, становится интернет-пространство [Гришина, Абакумова, Данченко, 2019]. Интернет-пространство стало средой для социализации представителей поколения «digital native», с раннего возраста погруженных в виртуальное взаимодействие. Интернет-технологии проникают во все сферы жизни молодого поколения, во все уровни деятельности [Богдановская, Углова, Королева, 2021, с. 452].

Такие перемены способствовали, в том числе развитию блогинга, то есть деятельности, связанной с ведением блогов.

Блогосфера стала важной частью современного медиапространства, виртуальной платформой для коммуникации, самопрезентации, самореализации, социализации и неотъемлемой частью повседневной жизни человека [Жижина, 2019, с. 432]. Блогосфера представляет собой одну большую дискуссию. Люди с одинаковыми интересами получают возможность находить друг друга и взаимодействовать вне зависимости от своего географического пребывания с помощью линков (ссылок) [Пак, 2011, с. 283].

В России блогерство стало развиваться позже, чем в других странах, но при этом весьма быстро и активно – аналогично темпам распространения в нашей стране сети Интернет в целом.

На Западе явление «блог» появилось значительно раньше, чем в России. Но, несмотря на это, сегодня отечественный блогинг абсолютно ни по каким показателям не уступает зарубежному [Сипко, 2016, с. 23].

Блог – веб-сайт, содержание которого – постоянно наполняемые видеозаписи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны короткие записи, которые сортируются в обратном хронологическом порядке. Можно отметить, что блог отличается от обычного дневника средой, так как блоги публичны и предполагают множественность подписчиков, которые могут вступить в публичную беседу в комментариях к блогозаписям [Балакина, 2012, с. 100].

Формат видеоблога предполагает подготовку и регулярное размещение видеоконтента на одной из популярных платформ видеохостинга, реализующего базовые возможности социальных сетей [Напольских, Ермолаева, 2020, с. 139].

Если видео-контент является интересным по содержанию и отснят качественно, то данный видеоблог имеет, как правило, большую целевую аудиторию [Дадаева, Сновальникова, 2019].

Проблему блогерства в российской психологии рассматривали В.А. Абилюкенова, А.В. Гришина, И.В. Абакумова, И.В. Данченко, Е.М. Тарасова, М.В. Жижина, Е.Д. Сосунова, И.М. Богдановская, А.Б. Углова, Н.Н. Королева, Л.Г. Ахмаева [Абилюкенова, 2022; Гришина, Абакумова, Данченко, 2019; Тарасова, 2020; Жижина, 2019; Сосунова, 2020; Богдановская, Углова, Королева, 2021; Ахмаева, 2020]. Однако исследования, посвященные социально-психологическим особенностям блогера, немногочисленны или слабо представлены.

В зарубежной литературе тема блогерства представлена более широко, однако, в большинстве случаев рассматривается в контексте социальной активности, медиа-лидерства, определенной формы общения и самовыражения и др [Симонова, Пить, 2023, с. 138].

Значительная часть публикаций о поколении центениалов, содержащая опасения по поводу влияния на молодежь массового распространения гаджетов и скоростного Интернета, отражает ригидные установки и стереотипные страхи людей в отношении любых технологических изменений [Тарасова, 2020, с. 64].

На сегодняшний день СМИ отмечают, что внимание к явлению блогерства сконцентрировано среди подрастающего поколения. «Блогерство» как социаль-

но-психологическое явление активно воздействует на психику старшеклассников, устанавливает новые стереотипы поведения и стратегии самопрезентации в обществе.

Все вышеперечисленные теоретические воззрения могут способствовать специфическому становлению личности старшеклассника. В настоящее время наблюдается тенденция к тому, что уже с подросткового возраста ребенок начинает вести свой видеоблог, а если старшеклассник привлекает большую аудиторию, то процесс развития личности проходит в виртуальной реальности при презентации собственной жизни широким кругам.

Можно отметить, что деятельность старшеклассника-блогера зависит от его самооффективности, поскольку важным является организация собственной деятельности и умение презентовать себя, а также понимать свои собственные эмоции и эмоции окружающих.

В одном из зарубежных исследований было доказано, что самооффективность в работе находится во взаимосвязи между эмоциональным интеллектом и активным процессом построения своей карьеры [Nieto-Flores, Berrios, Extremera, 2019, с. 86].

Заявленное выше может свидетельствовать о том, что представитель современного общества, старшеклассник-блогер, развивая свой эмоциональный интеллект, будет более эффективен и сможет выбирать позитивные направления в профессиональной сфере блогинга.

Блогосфера может стать для него виртуальным социумом, в котором он реализует коммуникативную функцию посредством виртуального общения с людьми со схожими интересами. «Влог» – это своеобразный виртуальный клуб по интересам, где группируются подростки по принципу увлечения, например, компьютерными играми или путешествиями [Филипова, Ардальянова, Абросямова, 2017].

Особый научный интерес может представлять рассмотрение социально-психологических особенностей старшеклассника-блогера на основе системного подхода, т. е. как совокупность взаимосвязанных элементов, образующих в

комплексе единый процесс становления личности старшеклассника, который ведет блог и презентует свою жизнь подписчикам.

Для определения социально-психологических особенностей старшеклассника-блогера в качестве теоретической основы мы будем опираться на системный анализ. Таким образом, можно указать, что под социально-психологическими особенностями старшеклассника мы понимаем социальную ситуацию развития, ведущий вид деятельности, особенности сферы общения, психические новообразования, интеллектуальные параметры, эмоциональные качества личности.

Ввиду вышесказанного для дальнейшего изучения были отобраны такие характеристики, которые наиболее интересно раскрывают суть изучаемой проблематики и смогут определить особенности личности старшеклассника-блогера.

Для изучения социально-психологических особенностей старшеклассника-блогера нами заявлены следующие элементы: тактики самопрезентации, особенности эмоционального интеллекта, особенности социального доверия, возможные новообразования в сфере самоотношения. Также анкетный опрос позволяет нам определить особенности социальной ситуации развития старшеклассника. Все эти элементы в совокупности смогут сформировать научное видение влияния блога на личность молодого человека.

На основе анализа трудов отечественных и зарубежных авторов и результатов исследований можно сформулировать актуальность данной тематики, которая заключается в том, что российское блогерство представляет собой национальный вариант развития социокультурного явления и потому не может не проявлять свои особенные социально-психологические черты, накладывающие отпечаток на подрастающее поколение, представители которого являются активными в социальных сетях.

Новизна изучаемой проблемы заключается в следующем: в исследовании представлены социально-психологические особенности старшеклассников – активных пользователей Интернета, и старшеклассников, которые являются блогерами, и имеют свою аудиторию подписчиков от двух тысяч и более.

Цель исследования – это выявление социально-психологических особенностей старшеклассника-блогера.

Задачи.

1. Осуществить теоретический обзор по проблеме социально-психологических особенностей старшеклассников-блогеров.
2. Провести онлайн-анкетирование старшеклассников.
3. Определить группы старшеклассников – активных пользователей интернета и блогеров.
4. Провести сравнительный анализ социально-психологических особенностей старшеклассников, которые ведут свой блог, и тех, кто проводит более 5 часов в Интернете.

Материал и методы исследования

В исследовании приняли участие 88 старшеклассников, в том числе 38 юношей и 50 девушек в возрасте 17–18 лет, обучающиеся в 11 классе школ города Перми. Исследование проводилось при помощи социальной сети «ВКонтакте». Для установления количества времени, которое старшеклассник проводит в интернете, а также для выявления целей использования различных интернет-ресурсов была разработана авторская онлайн-анкета «Анкета пользователя социальных сетей». Вопросы анкеты направлены на изучение интернет-активности старшеклассников. По результатам анкетирования респонденты были разделены на две группы: старшеклассники, которые используют интернет для общения и просмотра видеоматериалов, т. е. активные пользователи интернета, и старшеклассники, которые снимают видео о своей жизни и являются блогерами.

На первом этапе по результатам анкетирования из 88 респондентов были отобраны старшеклассники, которые ведут видеоблог – 25 респондентов, и 25 респондентов, указавших в анкете, что проводят время в интернете, а именно в социальных сетях, свыше 5 часов в день.

На втором этапе исследования была проведена диагностика по следующим методикам: «Шкала измерения тактик самопрезентации», «Тест эмоционально-

го интеллекта Холла», «Шкала социального доверия», «Методика исследования самооотношения».

На основе теоретического анализа проблемы социально-психологических особенностей старшеклассников – активных пользователей интернета, было установлено, что, в основном, интерес исследователей направлен на рассмотрение интернет-зависимости, представлений старшеклассников о психических явлениях, особенностях профессии блогера. Однако отсутствуют попытки объяснить социально-психологические особенности старшеклассников – активных пользователей интернета, и блогеров. Современные исследования по представленной проблеме носят недостаточный, фрагментарный характер и являются устаревшими, поскольку развитие общества в целом происходит непрерывно, ввиду постоянно усиливающейся тенденции технологичности общества.

Теория поколений в своих основах опирается на исторические процессы и специфику социальных связей. Однако многие черты «поколения Z» в действительности могут быть следствием прохождения определенных возрастных стадий, а не характеристикой эпохи [Богачева, Сивак, 2019, с. 36].

Результаты исследования и их обсуждение

Рассмотрим результаты социально-психологического анкетирования респондентов, а именно, отобразим возможность разделения старшеклассников на группы – блогеров и активных пользователей интернета.

Итак, помимо вопросов возраста и пола, был вопрос «Сколько времени Вы проводите в Интернете (в день)?». Ответы респондентов были следующими: от 30 мин. до 1 часа – 0%, от 1 часа до 5 – 34,5%, более 5 часов – 65,5%. Таким образом, большая часть опрошенных проводит значительное количество времени в интернете.

Следующим был вопрос «Какие интернет-ресурсы Вы посещаете наиболее часто?». Большая часть респондентов (92%) ответили, что самыми посещаемыми являются социальные сети, форумы, чаты для общения.

Дальнейшие результаты анкетирования показали, что зарегистрированы в социальных сетях 100% опрошенных.

На вопрос «Любите ли Вы читать или смотреть блоги в интернете?» 82,7% респондентов ответили утвердительно, затруднились с ответом 10,9%, и ответили отрицательно 6,4%.

На вопрос «Как Вы считаете, в каком возрасте можно заняться блогингом?» 61% опрошенных ответили, что в возрасте от 17–18 лет, 39% – в возрасте от 21–25 лет.

На вопрос «Хотели бы Вы стать блогером?» 63% старшеклассников ответили отрицательно, 37% имеют желание работать в сфере блогинга.

Ответом на вопрос «Являетесь ли Вы блогером в настоящий момент?» было установлено, что 45% старшеклассников являются блогерами.

Далее для старшеклассников, которые имеют статус блогера, был задан следующий вопрос «Сколько подписано людей на Вас как на блогера?». Результаты ответов следующие: из 45% старшеклассников 5% имеют маленькую аудиторию – от 100 до 500 подписчиков, 20% старшеклассников имеют аудиторию в количестве от 1000 и более подписчиков, 20% старшеклассников имеют подписчиков от 10 до 50 тысяч человек.

Проведенный опрос позволил определить две группы для сравнительного анализа: 1 группа – старшеклассники, являющиеся блогерами (25 человек), 2 группа старшеклассников – активные пользователи Интернета (25 человек). Таким образом, испытуемые были отобраны из всей выборочной совокупности по принципу наличия необходимого признака.

Для статистической обработки полученных данных применялось лицензионное программное обеспечение, реализованное пакетом статистических программ Statistica 12. Были использованы следующие процедуры:

- 1) описательная статистика;
- 2) непараметрический U-критерий Манна-Уитни для выявления статистически достоверных различий в двух группах. U-критерий Манна-Уитни используется для оценки различий между двумя независимыми выборками по уровню какого-либо количественного признака. Данный критерий был использован ввиду наличия ненормального распределения сравниваемых групп.

Результаты сравнительного анализа представили в таблице 1.

Таблица 1. Результаты сравнительного анализа средних показателей в 1 группе – старшеклассники, занимающиеся блоггингом, и 2 группе – старшеклассники – активные пользователи социальных сетей

Table 1. Results of a comparative analysis of average indicators in group 1 – high school students engaged in blogging, and group 2 – high school students – active users of social networks

Название переменной	Средний показатель в группе 1	Средний показатель в группе 2	U	Уровень значимости
Отраженное самоотношение	76	134	21	p≤0,01
Самопринятие	68,5	141,5	13,5	
Тактики защитного типа	153	57	2	
Извинения	136,5	73,5	18,5	
Пример для подражания	135	75	20	
Эмоциональная осведомлённость	133,5	76,5	21,5	
Управление эмоциями	67,5	142,5	12,5	
Уровень социального доверия	124,5	74,5	19,5	

По результатам сравнительного анализа показателя «Отраженное самоотношение» было установлено, что для старшеклассников, которые используют интернет в своих целях, характерно выраженное представление о способности вызывать у других людей уважение, симпатию. Все это может свидетельствовать о том, что для обычных пользователей интернета характерно более субъективное восприятие сложившихся отношений.

Старшеклассники-блогеры имеют более низкий показатель, что может свидетельствовать о том, что таким старшеклассникам сложнее представить, что они могут вызывать положительную реакцию у окружающих. Возможно, это обусловлено тем, что в интернете при ведении своего влога они часто сталкиваются с негативной оценкой собственной личности.

По показателю «Самопринятие» старшеклассники – активные пользователи интернета, имеют более высокий показатель. Вероятно, поэтому они чаще

испытывают чувство симпатии по отношению к себе, согласие с внутренними побуждениями и самим собой. Обычные пользователи Интернета склонны принимать себя такими, какие они есть, несмотря на недостатки и слабости. Однако старшеклассники-блогеры имеют более низкий показатель по «Самопринятию». Мы полагаем, что старшеклассникам-блогерам сложнее принимать себя со всеми своими недостатками и проблемами по причине постоянного обсуждения их личности другими пользователями интернета.

Рассмотрим показатели по методике «Шкала измерения тактик самопрезентации». По показателю «Тактики защитного типа» более высокий показатель характерен для старшеклассников, которые ведут собственный блог для подписчиков, в отличие от обычных пользователей социальных сетей.

Тактики защитного типа подразумевают стремление хорошо выглядеть, избегание возможности произвести негативное впечатление [Сорокина, 2014, с. 90].

Для старшеклассников-блогеров характерна защита от неблагоприятных оценок, а также оборонительный стиль самопрезентации, если блогер находится под угрозой негативных комментариев. Исходя из результатов, для старшеклассников-блогеров характерна тактика защитного типа «Извинения». Для старшеклассников-блогеров характерно использование такой тактики для снятия ответственности за то, что они говорят на видео как блогеры, а также за негативные события или ситуации, что, вероятно, позволяет им сохранить свою репутацию.

Также среди ассертивных тактик самопрезентаций в группе старшеклассников-блогеров был выявлен более высокий уровень по показателю «Пример для подражания», чем в группе старшеклассников – активных пользователей Интернета. Таким образом, можно предположить, что старшеклассник-блогер будет демонстрировать перед камерой поведение, предъявляемое как нравственное и привлекательное, вызывающее уважение, подражание и восхищение с целью привлечения подписчиков.

Рассмотрим особенности эмоционального интеллекта у старшеклассников-блогеров и старшеклассников – обычных пользователей Интернета. Ранее, в не-

которых работах, авторы изучали роль эмоционального интеллекта как фактора социализации и становления субъекта в подростковом возрасте.

Существует динамика развития эмоционального интеллекта в процессе социализации подростков в стабильные и кризисные периоды развития общества [Литвиненко, Обухова, 2020, с. 35].

Результаты по методике Н. Холла на определение уровня эмоционального интеллекта (опросник EQ) показали значимые различия по параметру «Эмоциональная осведомленность». Таким образом, было выявлено, что старшеклассники-блогеры лучше понимают и осознают свои эмоции, а также постоянно пополняют свой уровень знаний в сфере психологии эмоций. Ведение блога предполагает демонстрацию рекламы продуктов или услуг. Очень часто реклама психологических онлайн-услуг транслируется с экранов блогеров. Можно предположить, что осведомленность в области эмоций связана с ведением блога и стремлением лучше понимать свое внутреннее состояние.

По показателю «Управление эмоциями» более высокий результат показали не старшеклассники-блогеры, а старшеклассники – активные пользователи интернета. Таким образом, старшеклассники, не ведущие блог, обладают эмоциональной гибкостью и лучше управляют своими эмоциями.

По методике «Шкала социального доверия Дж. Роттера» было установлено, что старшеклассники-блогеры склонны испытывать абсолютное доверие к окружающим, что может быть связано с потребностью постоянно показывать свою жизнь на камеру и ожидать оценки от окружающих. Возможно, это способствует формированию доверия к окружающим и желанию получать оценку собственного поведения со стороны.

Наиболее интересные, с точки зрения аудитории блогера, посты активно цитируются, обсуждаются в сотнях и тысячах комментариев, что популяризирует блогера, повышает его авторитет и доверие со стороны аудитории.

Подобный эффект является яркой особенностью современного медиaproстранства, проявляя признаки настоящей субкультуры: устойчивые шаблоны

поведения, отличные от других ценности и сленг, вплоть до собственного мировоззрения [Ахмаева, 2020, с. 156].

Выводы

Таким образом, мы можем отметить, что старшеклассник-блогер – это молодой человек, который раскрывает свою жизнь на камеру и снимает значительную часть своей жизни, а после выкладывает свой контент в Интернет.

Результаты исследования показали, что группа старшеклассников-блогеров обладает определенными социально-психологическими особенностями. Старшеклассники, которые используют Интернет для собственных интересов, обладают собственными характеристиками.

Можно полагать, что жизнь на камеру накладывает отпечаток на становление личности старшеклассника. В результате исследования было установлено, что старшеклассник-блогер имеет самопринятие ниже, чем у сверстников. Ему труднее управлять своими эмоциями, но при этом, он более образован в знаниях об эмоциональной сфере и обладает высоким социальным доверием к окружающим. Общение при помощи блога становится более личным. Возможно, именно поэтому увеличивается показатель социального доверия к окружающим.

Насыщенная коммуникация, предоставляемая в видеоблогах, обеспечивает более личное взаимодействие, что делает видеоблоги потенциально мощным инструментом [Warmbrodt, Sheng, Hall, Cao, 2010, с. 43].

Блогосфера становится для подрастающего поколения жизненным ориентиром, в том числе закладывая представления о жизни, ценностях и поведении в обществе. В то же время эти представления оказываются не всегда реалистичны, формируя неверное представление о жизни и ценностных ориентирах [Сосунова, 2020, с. 278].

Блогосфера – это зеркало общественного мнения, в котором отражаются чаяния молодых людей, их проблемы, трудности, которые они могут показать в опосредованном публичностью общении [Рахвалова, 2010, с. 92].

Таким образом, результаты данного исследования можно рассматривать как основу для дальнейшего изучения социально-психологических особенно-

стей старшеклассников-блогеров с целью разработки комплекса рекомендаций для родителей и образовательных учреждений по формированию представлений о том, как ведение блога влияет на развитие психики старшеклассника и с какими психологическими трудностями такой молодой человек может столкнуться в будущем.

Список литературы

1. Абилюкенова В. А. Станет ли блогерство профессией? (Блогерство – новый феномен среди профессий?) // Вестник прикладной этики. 2022. №59. С. 141–156. EDN JEFAOY
2. Ахмаева Л. Г. Приемы работы блогеров с мужской целевой аудиторией на примере российского блогера Дмитрия «Гоблина» Пучкова // Вестник университета. 2020. №8. С. 155–161. DOI 10.26425/1816-4277-2020-8-155-161. EDN HALLLD
3. Балакина Ю. В. Блоги – новое явление в текстовой лингвистике // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 100–103. EDN OXOLGL
4. Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z». Москва : НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
5. Богдановская И. М., Углова А. Б., Королева Н. Н. Психологические факторы доверия к популярным видеоблогерам у современной молодежи // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. №3. С. 451–467. EDN JTNTYR
6. Гришина А. В., Абакумова И. В., Данченко И. В. Интернет-блоги как фактор инициации выбора профессии российскими школьниками // Мир науки. Серия: Педагогика и психология. 2019. Т. 7. №6. С. 106. EDN VMATJI
7. Дадаева Т. М., Сновальникова У. А. Отражение социальных проблем в новых медиа (на примере видеоблога YouTube-канала TrashSmash) // Огарев-online. 2019. №9. С. 7. EDN BYZMRX
8. Жижина М. В. Социальные представления студенческой молодежи о личности блогера // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия:

Философия. Психология. Педагогика. 2019. №4. С. 432–436. DOI 10.18500/1819-7671-2019-19-4-432-436. EDN PNAHKG

9. Литвиненко В. А., Обухова Ю. В. Современные исследования эмоционального интеллекта в отечественной психологии // Северо-Кавказский психологический вестник. 2020. №18/2. С. 28–43. DOI 10.21702/ncpb.2020.2.3. EDN CQHВIA

10. Напольских А.А., Ермолаева Е.Н. Коммуникативно-функциональная характеристика речевого поведения видеоблогера // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира. Комсомольск-на-Амуре : Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2020. С. 138–143. EDN SZXXED

11. Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2011. №2. С. 283–292.

12. Рахвалова Н. А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека // Вестник Брянского государственного университета. 2010. С. 91–95.

13. Симонова А. А., Пить В. В. Феномен блогерства в контексте новых форм удаленной занятости // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. №1. С. 135–143. DOI 10.18413/2408-9346-2023-9-1-1-2. EDN WUBBYM

14. Сипко Е.С. Популярность влогов в информационном пространстве России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Филологические науки. 2016. №4. С. 22–28. EDN ZHTZCB

15. Сорокина Ю. В. Стратегия самопрезентации как элемент эффективного речевого воздействия в рамках педагогического дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. №6 (335). С. 89–92.

16. Сосунова Е. Д. Особенности представлений старшеклассников о профессиональной деятельности блогеров // Страховские Чтения. 2020. №28. С. 277–284. EDN FWDBTZ

17. Тарасова Е. М. Некоторые психологические особенности студентов поколения z // Вестник Московского государственного областного

университета. Серия: Психологические науки. 2020. №2. С. 62–70. DOI 10.18384/2310-7235-2020-2-62-70. EDN BPF CFD

18. Филипова А. Г., Ардальянова А. Ю., Абросимова Е. Е. Видеоблогинг и современные подростки: опасности интернет-пространства // Теория и практика общественного развития. 2017. №8. С. 9–13 DOI 10.24158/tipor.2017.8.1. EDN ZCQHPT

19. Nieto-Flores M.-P., Berrios M. P., Extremera N. (2019). Job search self-efficacy as a mediator between emotional intelligence and the active job search process. *International Journal of Social Psychology*. 34(1). 86–109. <https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1537652>

20. Warmbrodt J., Sheng H., Hall R., Cao J. (2010). Understanding the Video Bloggers' Community. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*. 2. 43–59. <https://doi.org/10.4018/ijvcsn.2010040104>

References

1. Abilkenova, V. A. (2022). Will blogging become a profession? (Is blogging a new phenomenon among professions?). *Bulletin of Applied Ethics*, 59, 141–156. EDN: JEFAOY

2. Akhmayeva, L. G. (2020). Methods of bloggers working with a male target audience on the example of Russian blogger Dmitry «Goblin» Puchkov. *Bulletin of the University*, 8, 155–161. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-8-155-161>. EDN: HALLLD

3. Balakina, Yu. V. (2012). Blogs – a new phenomenon in textual linguistics. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 1, 100–103. EDN: OXOLGL

4. Bogacheva, N. V., Sivak, E. V. (2019). *Myths about «generation Z»*, 64. Moscow: HSE.

5. Bogdanovskaya, I. M., Koroleva, N. N., Uglova, A. B. (2021). Psychological factors of trust in popular video bloggers modern youth. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 3, 451–467. EDN: JTNTYR

6. Grishina, A. V., Abakumova, I. V., Danchenko, I. V. (2019). Internet blogs as a factor in initiating the choice of profession by Russian schoolchildren. *World of Science. Pedagogy and Psychology*, 7(6). EDN: BMATJI

7. Dadaeva, T. M., Snovalnikova, U. A. (2019). Reflection of Social Problems in New Media: a Study of Videoblog Trashsmash on Youtube). *Ogarev-Online*, 9. EDN: BYZMRX

8. Zhizhina, M. V. (2019). Student youth's social perceptions of blogger personality. *Izvestiya Saratov University New series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 4. 432–436. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-4-432-436>. EDN: PNAHKG

9. Litvinenko, V. A., Obukhova, Yu. V. (2020). Modern research of emotional intelligence in Russian psychology. *North Caucasian Psychological Bulletin*, 18/2. 28–43. <https://doi.org/10.21702/ncpb.2020.2.3>. EDN: CQHBIA

10. Napolskikh A.A., Ermolaeva E.N. (2020). Communicative and functional characteristics of the speech behavior of a video blogger. *Dialogue of cultures – dialogue about peace and in the name of peace*. 138–143. Komsomolsk-on-Amur: Amur State University of Humanities and Pedagogy. EDN: SZXXED

11. Pak, E. M. (2011). Blogs in the system of creative activity of a journalist. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and literature*, 2. 283–292. EDN: NWBXOB

12. Rakhvalova, N. A. (2010). The blogosphere as a means of self-expression of a young person. *The Bryansk State University Herald*, 14. 91–95.

13. Simonova, A. A., Pyt, V. V. (2023). The phenomenon of blogging in the context of new forms of remote employment. *Research Result. Business and Service Technologies*, 1. 135–143. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2023-9-1-1-2>. EDN: WUBBYM

14. Sipko, E. S. (2016). Vlogs popularity in the information Russian space. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 4. 22–28. EDN: ZHTZCB

15. Sorokina, Yu. V. (2014). The strategy of self-presentation as an element of effective speech influence within the framework of pedagogical discourse. *Vestnik Chelyabinsk State University*. 89–92.
16. Sosunova, E. D. (2020). Features of seniors pupil's representations about bloggers' professional activity. *Strahov Readings*, 28. 277–284. EDN: FWDBTZ
17. Tarasova, E. M. (2020). Some psychological features of generation Z students. *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology*, 2. 62–70. <https://doi.org/10.18384/2310-7235-2020-2-62-70>. EDN: BPF CFD
18. Filipova, A. G., Ardalyanova, A. Yu., Abrosimova, E. E. (2017). Videoblogging and modern teenagers: the dangers of the Internet. *Theory and Practice of Social Development*, 8. 9–13. <https://doi.org/10.24158/tipor.2017.8.1>. EDN: ZCQHPT
19. Nieto-Flores, M.-P., Berrios, M. P., Extremera, N. (2019). Job search self-efficacy as a mediator between emotional intelligence and the active job search process. *International Journal of Social Psychology*, 34(1). 86–109. <https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1537652>
20. Warmbrodt, J., Sheng, H., Hall, R., Cao, J. (2010). Understanding the Video Bloggers' Community. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, 2. 43–59. <https://doi.org/10.4018/ijvcsn.2010040104>