

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Н. П. Копцева
« _____ » _____ 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

51.03.01 «Культурология»

ВЛИЯНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ XXI ВЕКА
НА ДЕТСКОЕ САМОВОСПРИЯТИЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА
ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК У ПОДРОСТКОВ Г.КРАСНОЯРСКА)

Руководитель _____ доцент, канд. филос. наук Ю.С. Замараева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ И.В. Никулин
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2019

Продолжение титульного листа Бакалаврской работы по теме: «Влияние аудиовизуальной массовой культуры XXI века на детское самовосприятие (на материале анализа ценностных установок у подростков г.Красноярска)»

Нормоконтролер

подпись, дата

А.Е. Худоногова

инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Влияние аудиовизуальной массовой культуры XXI века на детское самовосприятие (на материале анализа ценностных установок у подростков г.Красноярска)» содержит 63 страниц текстового документа, 59 использованных источников.

АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА, МАССОВАЯ КУЛЬТУРА, ДЕТСКОЕ САМОВОСПРИЯТИЕ, АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ, ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ПОДРОСТКОВ, ПРИКЛАДНОЕ КУЛЬТУРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.

Цель исследования - анализ влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на ценностное отношение и самовосприятие среди красноярских подростков в возрасте 11-15 лет.

Задачи, решаемые в процессе работы:

1. Провести обзорный анализ российских и зарубежных научных статей, посвященных теме влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию.
2. Дать концептуальное обоснование специфики формирования юношеской психологии с позиции теории «Кризис юности» Эрика Эриксона.
3. Определить методику «серийные тематические ассоциации» А.И. Назарова и Р.В. Соколова, как основной метод к проведению прикладного психокультурного исследования.
4. Провести обзорный анализ видеохостинга YouTube и его аудитории, как современного канала трансляции аудиовизуальной массовой культуры.
5. Проанализировать ценностные представления подростков г.Красноярска об отношении к феномену современной аудиовизуальной культуры.

В результате проведенного теоретико-прикладного исследования выявлены ценностные установки подростков г.Красноярска, оценено влияние аудиовизуально массовой культуры на их самовосприятие.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 глава. Теоретический обзор научной литературы, посвященной влиянию аудиовизуальной культуры на детское самовосприятие в междисциплинарном научном пространстве	8
1.1. Обзорный анализ российских и зарубежных научных статей, посвященных теме влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию	8
1.2. Концептуальное обоснование специфики формирования юношеской психологии с позиции теории «Кризис юности» Эрика Эриксона	12
2 глава. Влияние аудиовизуальной массовой культуры начала XXI века на детское самовосприятие в контексте психокультурного эксперимента	14
2.1. Методика «серийные тематические ассоциации» А.И. Назарова и Р.В. Соколова, как основной метод к проведению прикладного психокультурного исследования	14
2.2. Обзорный анализ видеохостинга YouTube и его аудитории, как современного канала трансляции аудиовизуальной массовой культуры	15
2.3. Анализ ценностных представлений подростков г.Красноярска об отношении к феномену современной аудиовизуальной культуры	17
Заключение	54
Список источников	59

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. В XXI веке массовая культура, или поп-культура, развивается стремительными темпами, расширяя свои границы, охватывая всё большую аудиторию. Развитие интернета позволяет производителям использовать качественно новые источники трансляции культуры. Неизбежно ее потребителями становятся и дети, чей процесс социализации меняется под воздействием ускоряющихся информационных потоков. Массовая культура с её новыми источниками трансляции достигает до каждого человека и усиливает своё влияние с каждым днём. Осмысление данного вопроса касается сразу нескольких наук, таких как: психология, социология, культурология и педагогика. Но тем не менее, на сегодняшний день проблема остаётся мало изученной.

Объект исследования - особенности влияния аудиовизуальной массовой культуры на детское самовосприятие.

Предмет исследования – ценностные установки подростков в отношении современной аудиовизуальной продукции.

Цель исследования: анализ влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на ценностное отношение и самовосприятие среди красноярских подростков в возрасте 11-15 лет.

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить **ряд задач:**

1. Провести обзорный анализ российских и зарубежных научных статей, посвященных теме влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию;
2. Выявить концептуальное обоснование специфики формирования юношеской психологии с позиции теории «Кризис юности» Эрика Эриксона;

3. Рассмотреть методику «серийные тематические ассоциации», как основной метод к проведению прикладного психокультурного исследования;

4. Применить экспериментальный метод исследования когнитивных смыслов (ценностных представлений) в сознании детей школьного возраста российской региональной культуры начала XXI в.

Методы научного исследования:

1. концептуальные положения теории Эрика Эриксона при выявлении культурологической проблематики периода юности;
2. метод ассоциативного эксперимента (по методике А.И. Назарова и Р.В. Соколова «Серия тематических ассоциаций»), который был применен для изучения когнитивных смыслов феномена современной аудиовизуальной культуры начала XXI в.

Объем дипломной работы составил 63 страницы.

Структура дипломной работы включает в себя введение, две главы (пять параграфов), заключение, список литературы (59 использованных источников).

Глава 1. Теоретический обзор научной литературы, посвященной влиянию аудиовизуальной культуры на детское самовосприятие в междисциплинарном научном пространстве

Данная глава посвящена обзору современных научных работ, касающихся темы влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию и изучению специфики формирования юношеской психологии с позиции теории «Кризис юности» Эрика Эриксона.

1.1. Обзорный анализ российских и зарубежных научных статей, посвященных теме влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию.

В книге «Media and the Make-Believe Worlds of Children. When Harry Potter Meets Pokemon in Disneyland» (2014), авторами которой являются: Maya Gotz, Dafna Lemish, Hyesung Moon, Amy Aidman, описывается исследование о влиянии культуры на ребёнка в период взросления. Авторы отмечают, что СМИ и аудиовизуальная массовая культура тесно вплетаются в повседневную жизнь детей. Производители фильмов, мультфильмов, телепередач, как производители и трансляторы современной поп-культуры, предлагают широкий спектр визуальных образов, персонажей и моделей поведения, как положительных, так и негативных. Дети, в свою очередь, впитывая культурные ценности, подражают предложенным образам и копируют модели поведения, используя их в повседневной жизни и в своих фантазиях, вымышленных мирах. Авторы книги подчёркивают большую ответственность производителей аудиовизуальной массовой культуры перед подрастающим поколением [3].

В статье «How Advertising Beauty Influences Children's Self-Perception and Behavior» (2017) авторы Iris Vermeir и Dienneke Van de Sompel исследуют влияние рекламы, как части массовой культуры, на детское самовосприятие. Производители рекламы создают и транслируют образы «красоты» и «идеальной жизни», которые потребляются и детьми, в том числе. Ребенок неизбежно соотносит себя, своих близких и свой уровень жизни с транслируемыми рекламой образами. Авторы исследуют отношение ребенка к себе и к другим детям, когда ребенок ощущает не соответствие с увиденными образами [12].

Статья «Субъектогенез знаково-смысловой регуляции социального поведения в современных социокультурных условиях» (2013) и её авторы (Королёва Н.Н., Алёхина А.Н., Богдановская И.М., Проект Ю.Л.) повествуют о субъектности и субъектогенезе. Размышляя о том, как в современном обществе протекает субъектогенез, автор приходит к выводу, что в процессе осознания себя как чего-то отдельного, самостоятельного и автономного, дети сталкиваются с возросшим количеством информационных потоков. Возросло влияние массовой культуры, ускорились коммуникативные связи и информационные потоки. Ребёнок вынужден обрабатывать всю получаемую информацию, впитывать и осваивать сразу множество моделей социального поведения. Происходит разрыв с традициями, путаются социокультурные нормы, могут осваиваются одновременно полярные ценностные ориентиры [31].

Статья «Gaining a competitive edge: Longitudinal associations between children's competitive video game playing, conduct problems, peer relations, and prosocial behavior», Lobel, Adam, Engels, Rutger C. M. E., Stone, Lisanne L., Granic, Isabela (2019). Авторы статьи провели эксперимент, в котором участвовало 184 голландских ребенка. Целью исследования стало выявление влияния кооперативных и соревновательных видеоигр с элементами насилия на изменения поведения детей, их социальное развитие, отношение со

сверстниками и уровень агрессивности. Эксперимент длинной в год показал, что дети, с большей вероятностью, продемонстрировали улучшение социального поведения. Так же, не наблюдается взаимосвязь между частотой игр и изменением социального поведения [6].

В книге «Psychology and Culture. Thinking, Feeling and Behaving in a Global Context» (2019) Lisa Vaughn освещает вопросы растущей глобализации. Как в период стремительно растущей глобализации формируется и изменяется мышление человека и самовосприятие, протекает процесс социализации, как выстраивать межкультурные отношения. Работа затрагивает психологические, культурологические и социологические аспекты, давая широкое и междисциплинарное представление протекающих процессов [11].

Исследование «Parents, Television, and Children’s Emotional Expressions: A Cross-Cultural Multilevel Model» (2018) авторов Sebastian Scherr, Marie-Louise Mares, Anne Bartsch, Maya Goetz. Авторы изучили вопрос одновременного влияния родителей и телевидения на детскую социализацию эмоций. Ученые изучили совместное влияние родителей и телевидения на проявление детьми четырех основных эмоций (счастья, гнева, грусти и страха) с использованием данных самоотчетов 3570 детей в возрасте от 6 до 15 лет из 13 азиатских, европейских, ближневосточных и стран Южной Америки. Выяснилось, что родительская социализация грусти и медиа социализация гнева варьировались в зависимости от некоторых культурных показателей (напористость и гуманная ориентация). Тем не менее, в целом, несмотря на теорию о культурных различиях, одобрение родителями и (в меньшей степени) одобрение детьми моделей СМИ, как правило, предсказывали проявления эмоций у детей довольно последовательно во многих странах [9].

Статья «‘I don’t even dare to do it’: problematising the image of the competent and musical child», Pernilla Lagerlöf, Cecilia Wallerstedt (2017).

описывает исследования, в ходе которого авторы наблюдали за детьми, проводящими свободное время в игровой комнате, в отрезе от родителей и взрослых. Наблюдается применение в игровом процессе образов, впитанных из СМИ и аудиовизуальной массовой культуры. Испытуемые внедряют в игры сюжеты телепередач и прочие образы современной поп-культуры.[5]

В статье «Disturbed YouTube for Kids: Characterizing and Detecting Inappropriate Videos Targeting Young Children» (2019) авторы Kostantinos Papadamou, Antonis Papasavva, Savvas Zannettou, Jeremy Blackburn, Nicolas Kourtellis, Pias Leontiadis, Gianluca Stringhini, Michael Sirivianos повествуют о несовершенных алгоритмах видеохостинга YouTube, который позволяет детям смотреть запрещенный для них контент. Авторы утверждают, что всегда есть опасность того, что ребёнок, начиная просмотр с безобидного видеоролика, рано или поздно наткнётся на опасный для его психики материал. Невозможно отрицать, как погруженность детской аудитории в аудиовизуальные материалы YouTube, так и неизбежное негативное влияние некоторых из последних.[8]

1.2. Концептуальное обоснование специфики формирования юношеской психологии с позиции теории «Кризис юности» Эрика Эриксона.

Книга «Идентичность: юность и кризис» американского психолога Эрика Хомбергер Эриксона посвящена социальному становлению личности и проблемам юношеского возраста. Центральное понятие теории – идентичность. Эриксон понимает идентичность, как усвоенный и личностно принимаемый образ себя, отношение личности к окружающему миру. Согласно Эриксону, человек на протяжении жизни переживает ряд психосоциальных кризисов. Ученый выделяет восемь стадий развития идентичности, на каждой из которых человек делает выбор между двумя

альтернативными фазами решения возрастных и ситуативных задач развития. Характер выбора сказывается на всей последующей жизни в смысле ее успешности и неуспешности.

Для решения моих задач необходимо рассмотреть пятую стадию развития личности по Эриксону. Пятая стадия (11 – 20 лет) – ключевая для приобретения чувства идентичности. В это время подросток колеблется между положительным полюсом идентификации («Я») и отрицательным полюсом путаницы ролей. Перед подростком стоит задача объединения всего, что он знает о себе самом как сыне/дочери, школьнике, друге и пр. Все это он должен объединить в единое целое, осмыслить, связать с прошлым и спроецировать на будущее. При удачном протекании кризиса подросткового возраста у подростков формируется чувство идентичности, при неблагоприятном – спутанная идентичность, сопряженная с мучительными сомнениями относительно себя, своего места в социальной группе, в обществе, с неясностью жизненной перспективы. Здесь Эриксон вводит термин – «психологический мораторий», – которым обозначает кризисный период между юностью и взрослостью, в течение которого в личности происходят сложные процессы обретения взрослой идентичности и нового отношения к миру. Кризис порождает состояние «диффузии идентичности», которая составляет основу специфической патологии юношеского возраста.[58]

Подводя итоги, следует отметить, что проблема соприкосновения детского самовосприятия и продуктов аудиовизуальной массовой культуры особенно актуальна на сегодняшний день. Вопросы, поднимаемые в рамках этой темы, междисциплинарны. Они касаются сферы психологии, социологии, педагогики и культурологи одновременно и изучать их необходимо со всех точек зрения. Проблема влияния массовой культуры на детское самовосприятие все еще слабо освещена в трудах зарубежных исследователей, и в еще меньшей степени – в российских источниках.

В свою очередь, теория «Кризиса юности» гласит об особой важности осмысления психокультурных процессов, протекающих у подростков в возрасте с 11 лет, т.к. в этот период происходит осмысление всех усвоенных социальных ролей.

Глава 2. Влияние аудиовизуальной массовой культуры 21 века на детское самовосприятие в контексте психокультурного эксперимента

В данном параграфе становится целесообразным рассмотреть ситуацию с современными источниками аудиовизуальной массовой культуры и провести прикладное исследование с детьми школьного возраста. Ключевыми задачами параграфа на этом этапе работы являются: выбор и описание метода прикладного исследования; оценка современных источников массовой культуры; описание целей и задач исследования, описание его хода проведения; систематизация и интерпретация полученных данных.

2.1. Методика «серийные тематические ассоциации» А.И. Назарова и Р.В. Соколова, как основной метод к проведению прикладного психокультурного исследования.

Методом для проведения эксперимента стала методика «Серийные тематические ассоциации», которая принадлежит авторам А.И. Назарову и Р.В. Соколову. Актуальность данной методики определена в возможности получения не только типовых (стереотипных) представлений, возникающих сразу в сознании человека (данная методика традиционно применяется в экспериментах, когда учитывается первое слово ассоциаций), но и в углублении понимания посредством выявления сфер (областей), с которыми сознание реципиента связывает собственное переживание соприкосновения с объектом или явлением.

Цель исследования – получение актуальной культурной информации об отношении испытуемых к проблеме, выявление наиболее частотных ассоциатов, ранжирование их по ценностным категориям и эмоциональной окраске.

Задачами являются: 1) определение базовых понятий для исследования («слова-стимулы»), 2) разработка способа группировки полученных результатов, 3) выборка испытуемых и создание инструкции для реципиентов, 4) статистическая обработка информации согласно способу группировки, 5) интерпретация результатов. Данные задачи полностью определяют этапы экспериментального исследования. Методика психологического эксперимента изложена в книге Р. Готтсданкера «Основы психологического эксперимента», в которой определены методы проведения эксперимента и приведены критерии валидности результатов его проведения¹. [37],[38]

2.2. Обзорный анализ видеохостинга YouTube и его аудитории, как современного канала трансляции аудиовизуальной массовой культуры.

YouTube – выдающийся веб-сайт, который радикально изменил массовую культуру. YouTube является крупнейшим видеохостингом в мире, охватывающим огромную аудиторию. Популярный веб-сайт определяет поп-культуру сегодняшнего дня. Это новая площадка для выражения себя, воплощения творческих замыслов, политических и религиозных выступлений, продвижения музыкантов, фильмов и сериалов, освещения новостей и высказывания своего личного мнения. И всё это в одном месте, в свободном доступе для аудитории со всего мира. [10]

Самым ярким и самым успешным примером создания видеороликов для YouTube является шведский видеоблогер Феликс Арвид Ульф Чельберг, более известный как PewDiePie. На его одноименный канал Феликс загружает видеоролики игровой направленности, т.е. прохождения видеоигр с попутным комментированием происходящего, а так же различные развлекательные и юмористические материалы. По официальным данным на его Ютуб канале, на 03.07.2019 года количество подписчиков составляет 97

¹ Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента: пер.с англ. М.: Академия, 2005. 367 с.

004 103 человека, а суммарное количество просмотров всех видеороликов канала - 21 979 890 484.[4]

В России, как и во всем мире, охват аудитории YouTube достиг высоких показателей. По данным совместного исследования сайта Sostav.ru и портала Think with Google, охват аудитории видеохостинга составляет 82% россиян. Этот показатель выше, чем у большинства телеканалов российского телевидения (см. рисунок 1)[18].

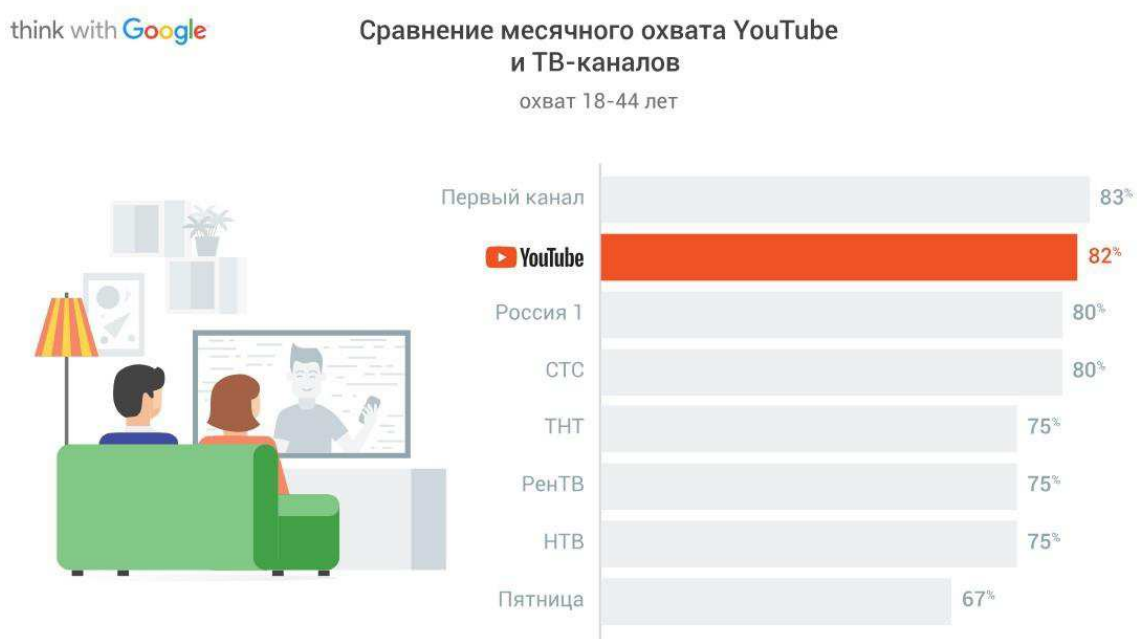


Рисунок 1.

В исследовании медиасети Yoola 2018 года выявлена характеристика аудитории YouTube в российском сегменте. Так, на пользователей в возрасте от 13 до 24 лет приходится 40,1% всех просмотров [25].

Важно учесть, что интерес россиян к телевидению и радио с каждым годом стремительно снижается. Всё больше граждан отдаёт своё предпочтение интернету, как способу провести своё свободное время. Результаты опроса ВЦИОМ в 2017 году гласят, что за 7 лет (с 2010 по 2017 гг.) количество граждан РФ, проводящих свободное время за просмотром ТВ, снизилось с 63% до 29%, при этом среди респондентов возраста 18-24 лет

этот показатель снизился до 8%. В свою очередь, количество граждан, проводящих свободное время в интернете с 2005 к 2017 году увеличилось с 5 % до 21%, а среди граждан 18-24 лет – до 44% [55].

Учитывая вышеупомянутые статистические данные, можно считать крупнейший видеохостинг YouTube одним из самых значимых источников создания и трансляции аудиовизуальной массовой культуры на сегодняшний день.

2.3. Анализ ценностных представлений подростков г.Красноярска об отношении к феномену современной аудиовизуальной культуры.

Целью моего исследования является выявление влияния аудиовизуальной массовой культуры в интернете на детское самовосприятие, на примере анализа отношения детей к YouTube, их ценностных ориентировок.

Задачи: определить базовые единицы ассоциативного эксперимента («слова-стимулы»); выработать способ группировки результатов по категориям; выборка испытуемых; обработка результатов эксперимента; интерпретация полученных данных.

Аудиторией ассоциативного эксперимента являются подростки города Красноярск в возрасте 11-15 лет. Выбранный возраст испытуемых обусловлен тем, что в этот период происходит активное формирование личности человека.

Количество участников - 25 человек.

«Словами-стимулами» выбраны названия наиболее популярных в подростковой среде жанров видеороликов на YouTube, чтобы выявить отношение испытуемых к каждому из них.

Ход проведения исследования: эксперимент провожу индивидуально с каждым ребенком. Ознакомливаю его с инструкцией. Называю «слово-стимул», испытуемый называет все ассоциации, которые приходят в голову, до тех пор, пока не будет уверен, что не может назвать больше. В таком случае, перехожу к следующему «слову-стимулу» и т.д. Результаты записываю сам, испытуемый произносит ассоциации вслух. Для себя дополнительно наблюдаю за интонациями, подмечаю оценочные и эмоциональные окраски. После опроса всех 25 испытуемых оформляю полученные результаты, структурирую, ранжирую по категориям и анализирую.

2.3.1. Индивидуальные данные, полученные в ходе ассоциативного эксперимента.

В данном параграфе приведены данные: ассоциаты, полученные в ходе проведения ассоциативного эксперимента с каждым из участников.

Егор, 11 лет.

1. YouTube: сайт, социальная сеть, платформа, свобода слова, развлечение, полезная информация.
2. «Летсплэй»: видеоигры, ютуб, клэш рояль, тиранит.
3. «Челленджи»: бутылка воды, задание, испытание.
4. «Пранки»: шутка, развлечение, реакции, Эдвард Билл.
5. «Опенкейсы» / «Анбоксинг»: кс го, донаты, истерики, радость, посылки, подарки, распаковка.
6. Влог: время из жизни, Холдик.
7. Спортивные каналы: «Боди-мания», «Тру Джим ММА», мышцы.
8. «Майнкрафтеры»: Фирамир, игра, летсплэй, школьники.
9. Автомобильные каналы: «Полный ездец», машины.
10. «Бьюти блоги»: косметика, влоги.

11. «Фуд блогеры»: Костя Павлов, Макс Брандт, хочу так же, готовят, оценивают еду.

Майя, 15 лет.

1. YouTube: Смотреть, канал, смешно, челлендж, деньги, подписчики, миллионы людей, кнопка, красный.

2. «Летсплэй»: VR, команда, микрофон, лень, виртуальный мир, интроверт, нет друзей.

3. «Челленджи»: Бутылка, время, смешно, пробовать новое, терпение.

4. «Пранки»: Смешно, обидно, Ютуб, кепка, скудный лексикон.

5. «Анбоксинг»: Много денег, что-то новое, скотч, ножницы, сувениры, открывать интересно.

6. Влог: Вести, интересно, приветствие, смешно, истории, фишки, путешествие, школа.

7. Спортивные каналы: Бегать, тряска, спортивный костюм, борода, go pro, путешествие, отдышка.

8. «Майнкрафтеры»: Квадрат, Стив, постройки, выживание, зомби, ад, много жизней, прохождение, приручить, карта, путешествие.

9. Автомобильные каналы: Машина, гонки, дрифт, водитель, авария, руль, мотоцикл, нарушать закон.

10. «Бьюти блогеры»: Хайлайтер, зеркало, тушь, туалетный столик, патчи, нарисованные брови, накладные ресницы и ногти, блёстки.

11. «Фуд блогеры»: Кушать, вкусно, толстый, правильное питание, жир, похудение, красота.

Роза, 15 лет.

1. YouTube: Канал, видео, блогер, красный

2. «Летсплэй»: Игра.
3. «Челленджи»: Глупость, шутка, люди.
4. «Пранки»: Издевательство, шутка, глупость, съемка, инстаграм.
5. «Анбоксинг»: Интрига, сюрприз, интерес, радость.
6. Влог: Жизнь, путешествия, скучно.
7. Спортивные каналы: Губерниев.
8. «Майнкрафтеры»: Ужасно, деградация, неинтересно, строительство.
9. Автомобильные каналы: ----
10. «Бьюти блоги»: Косметика, одежда, модели, красotka, розовый, блёстки.
11. «Фуд блоги»: Вкусно, зелёный, ASMR, полезно.

Валерия, 13 лет.

1. YouTube: Видео, лайфхаки, обзоры.
2. «Летсплэй»: Видеоигры, компьютеры, клавиатура.
3. «Челленджи»: «Пол – это лава».
4. «Пранки»: Люди, общественные места.
5. «Анбоксинг»: Посылки, коробки, почта.
6. Влог: Жизнь, развлечения, люди.
7. Спортивные каналы: Соревнования, обсуждения.
8. «Майнкрафтеры»: Игра, кубы, зомби.
9. Автомобильные каналы: Машины, обзоры.
10. «Бьюти блоги»: Косметика, распаковки, макияж, Александра Поснова.
11. «Фуд блоги»: Еда, экзотические блюда, путешествия.

Софья, 12 лет.

1. YouTube: Блогеры, популярность, лайки, подписчики.
2. «Летсплэй»: ---

3. «Челленджи»: Шарик с жидкостью над головой, «Замри».
4. «Пранки»: Рахим Абрамов, смех, сочувствие.
5. «Анбоксинг»: Распаковки, сайты, AliExpress, Pandao.
6. Влог: Путешествие.
7. Спортивные каналы: ---
8. «Майнкрафтеры»: Игра, знаменитая.
9. Автомобильные каналы: ---
10. «Бьюти блоги»: Красятся, косметика.
11. «Фуд блоги»: Готовят, кушают, еда.

Дарья, 12 лет.

1. YouTube: Видео, деградация, подписки, деньги, платформа.
2. «Летсплэй»: Дети, Майнкрафт, сопли, игры, GTA 5.
3. «Челленджи»: Задания, правила, мерзость, скука.
4. «Пранки»: Ёлка, Эдвард Билл, полиция, смех.
5. «Анбоксинг»: Реклама, AliExpress, блогеры, Лизка, электроника.
6. Влог: Жизнь, еда, события, съемки, фотографии.
7. Спортивные каналы: Правильное питание, сила воли, замешательство.
8. «Майнкрафтеры»: Дети, боль, собаки, геометрия.
9. Автомобильные каналы: Конкурсы, розыгрыши.
10. «Бьюти блоги»: Уроки макияжа, спасение, познавательная информация, Мария Вэй.
11. «Фуд блоги»: Инстаграм, еда, рецепты, авокадо, много денег.

Демид, 14 лет.

1. YouTube: Видеохостинг, просмотры, лайки, дизлайки, комментарии, люди, хейтеры, камеры.

2. «Летсплэй»: Игры, ужастики, шутеры, песочницы, королевская битва, Лоллошка, Фрост.
3. «Челленджи»: Бутылка, юмор, смех, обида, проигрыш.
4. «Пранки»: Смешно, страх, ужас, трупы.
5. «Анбоксинг»: Кейсы, CS GO, Overwatch, Epic Legends, день, Зерновка, время, радость, разочарование.
6. Влог: Руферы, падение, безбашенность, побеги, съемки, видеокамера, проблемы.
7. Спортивные каналы: Плавание, тренажёрный зал, футбол, Столяров.
8. «Майнкрафтеры»: Гриферы, время, песочница, обида.
9. Автомобильные каналы: Автомобиль, запчасти, деньги, цвет, тонировка.
10. «Бьюти блоги»: Помада, тушь, девочки.
11. «Фуд блоги»: Еда, вес, правильное питание, люди.

Марина, 11 лет.

1. YouTube: Красный, подписка, канал, видео, сеть.
2. «Летсплэй»: ---
3. «Челленджи»: Найди, отличия, челлендж в кафе, меняться жизнью.
4. «Пранки»: Из-за угла, паста в орео, пирог в лицо, шутка, докучение.
5. «Анбоксинг»: AliExpress, Китай, закупки, коробка, блогеры, почта.
6. Влог: Трансляция, жизнь, день, еда, дом, ты.
7. Спортивные каналы: Фитнес, зал, спортивная форма, тренажёры, гантели.
8. «Майнкрафтеры»: Квадрат, люди, мир.
9. Автомобильные каналы: Стрит рейсинг, переделка.

10. «Бьюти блоги»: Мэйкап, тональник, кисти, тени, зеркало.
11. «Фуд блоги»: Фэнси Самтейм, еда, Весёлая кухня, готовят, печка, повар, десерт.

Мария, 15 лет.

1. YouTube: Влог, инстаграм, 10 самых опасных животных.
2. «Летсплэй»: ---
3. «Челленджи»: Съесть лимон, съесть корицу, бутылка.
4. «Пранки»: Обнять/поцеловать прохожего.
5. «Анбоксинг»: Обзор, почта, AliExpress.
6. Влог: Отдых в Дубаи, поездка, Москва, 24 часа жизни.
7. Спортивные каналы: Футбол, хоккей, Универсиада.
8. «Майнкрафтеры»: Кубики, динамит.
9. Автомобильные каналы: Автомобиль.
10. «Бьюти блоги»: Косметика, tutorial.
11. «Фуд блоги»: Национальная кухня, сладости, МакДональдс.

Алиса, 12 лет.

1. YouTube: Видео, клипы, вайны, ролики.
2. «Летсплэй»: ---
3. «Челленджи»: Приколы, «Замри».
4. «Пранки»: Приколы над друзьями, смех.
5. «Анбоксинг»: Интерес, интрига.
6. Влог: ---
7. Спортивные каналы: ---
8. «Майнкрафтеры»: Игра, стройка, дом, нравится, сам создаешь свой мир.
9. Автомобильные каналы: ---
10. «Бьюти блоги»: ---
11. «Фуд блоги»: ---

Иван, 15 лет.

1. YouTube: Развлечение, страх, смех.
2. «Летсплэй»: Фишки, пасхалки, эмоции, печаль, радость, задумчивость.
3. «Челленджи»: Смех, попытка повторить, бутылка.
4. «Пранки»: Смех, желание попробовать, результат.
5. «Анбоксинг»: Разочарование, интрига, радость.
6. Влог: ---
7. Спортивные каналы: Мотивация, желание, тренировки, гордость.
8. «Майнкрафтеры»: Паника, удивление, встревоженность, блоки, Стив, алмазы, криппер.
9. Автомобильные каналы: Спортивный автомобиль, детали, двигатель, колёса.
10. «Бьюти блоги»: Современность.
11. «Фуд блоги»: Голод, пицца, национальная кухня, суши, еда.

Роман, 14 лет.

1. YouTube: Блогеры, видео, лайки, комментарии, просмотры, деньги, популярность, слава, тренды, подписки, рекомендации.
2. «Летсплэй»: Игры, плейлист, видео.
3. «Челленджи»: Футбольный челлендж, трендовый, безумный.
4. «Пранки»: Жестокость, веселье.
5. «Анбоксинг»: CS GO, FIFA, затраты, выигрыш, проигрыш, радость, Landstop.
6. Влог: Типичный день, просмотр, жизнь, ютубер, непонимание окружающих людей.

7. Спортивные каналы: Америка, челленджи, футбол, Матч ТВ, 2Drots.

8. «Майнкрафтеры»: 2012 год, тренды, неадекватность, школьники, Лололошка, творчество, строительство, воплощение идеи, архитектура, воссоздание, множество режимов.

9. Автомобильные каналы: Давидыч, Гордей, обзоры, характеристика, интересные факты, сведения, дорогие автомобили.

10. «Бьюти блоги»: Автомобильные каналы: Девочки, краситься, обзоры сумочек, косметика.

11. «Фуд блоги»: Тимур Сидельников, Обломов, Покашеварим, доставка еды, обзоры, Delivery club, рецепты, мастер-класс.

Даниил, 12 лет.

1. YouTube: Школьники, видео, контент, зарплата, деньги.
2. «Летсплэй»: ---
3. «Челленджи»: Риски, спорт.
4. «Пранки»: ---
5. «Анбоксинг»: AliExpress, посылка, обман.
6. Влог: Вконтакте, прямая трансляция, рассказ о жизни.
7. Спортивные каналы: Футбол, команда, Амкал.
8. «Майнкрафтеры»: Школьники.
9. Автомобильные каналы: ---
10. «Бьюти блоги»: Девушки, мода, красота, реклама, макияж, косметика.
11. «Фуд блоги»: Готовка, рецепты, стремление приготовить еду.

Дмитрий, 13 лет.

1. YouTube: Видео, просмотры, каналы, Снейлстик, блогер, интернет.

2. «Летсплэй»: Майнкрафт, Метро, Куплинов, английский язык.
3. «Челленджи»: Бутылка, музыка, глупые видео.
4. «Пранки»: «Пранк кашкой», для детей, глупость.
5. «Анбоксинг»: CS GO, деньги на ветер, траты, Мистер Макс, детские каналы.
6. Влог: Блогеры, быюти каналы.
7. Спортивные каналы: Футбол, Матч, скандалы, UFC.
8. «Майнкрафтеры»: Заработок, школьники, комьюнити, глупость, творчество, простор.
9. Автомобильные каналы: Сборка, пересборка, обзор, Академег, Давидыч.
10. «Быюти блоги»: Просмотры, косметика, для девочек, Андрей Петров, Слиден.
11. «Фуд блоги»: Обломов, Ванзай, аппетит.

Вячеслав, 15 лет.

1. YouTube: Летсплэй, блоги, каналы, подписчики, прохождения, обзоры, новинки, майнкрафт, игры, просмотры, реклама, интернет, веселье, свободное время, гайды, tutorиалы.
2. «Летсплэй»: Прохождение, пасхалки, баги, фичи, обзор, реклама, Мармок.
3. «Челленджи»: Ерунда, не смотрю, Иван Гай, бутылка, 24 часа, родственники.
4. «Пранки»: Ютуб, постановка, Эдвард Билл.
5. «Анбоксинг»: Вилсаком, реклама, обзор, рекомендация, ютуберы.
6. Влог: Лэтсплэйшики, Варпач, Иван Гай, Брэйи Мапс.
7. Спортивные каналы: Челленджи, футбол, обучение, гайды, видео уроки.

8. «Майнкрафтеры»: Лололошка, Фирамир, моды, лэтсплэй.
9. Автомобильные каналы: Академег, тест-драйв, обзор, рекомендации, гонки, обучение, новости, автомобили.
10. «Бьюти блоги»: Катя Клэп, Катя Адушкина, обзоры, реклама, трэш, девочки, ерунда, косметика.
11. «Фуд блоги»: Рецепты, обзоры, обучение, техника, распаковка.

Марк, 13 лет.

1. YouTube: Тренды, подписка, сохраненные видео, видео, реклама, индийские фильмы.
2. «Летсплэй»: Братишкин, не смотрю, Майнкрафт, Куплинов.
3. «Челленджи»: Детский канал, ютуб, бутылка.
4. «Пранки»: Детский, Ракамакафо, распались.
5. «Анбоксинг»: Тренды, игры, популярность, коллекционные фигурки.
6. Влог: Ивлеева, бывает интересно, ЧМ 2018, популярно.
7. Спортивные каналы: Матч ТВ, футбол, обзор матчей, любимая команда, хоккей.
8. «Майнкрафтеры»: Популярно, не играю, лэтсплэй, бессмысленно, бесполезно.
9. Автомобильные каналы: Смотра ТВ, Давидыч, не смотрю, машины, сборка, BMW, тренды, дорогие автомобили, двигатель.
10. «Бьюти блоги»: Бессмысленно для мальчиков, полезно для девочек, тренды.
11. «Фуд блоги»: Наш лидер, пародии, еда, вкусно, полезно, учиться готовить, интересно.

Дмитрий, 14 лет.

1. YouTube: Хостинг, гейминг, лайки, подписки, дизлайки, рекомендованное, ютубер, пользователь, видео.

2. «Летсплэй»: Игры, Майнкрафт, Радуга, КС, Дота, прохождение, испытание, челленджи.
3. «Челленджи»: Бутылка, лёд, острый перец, электрический стул, трудности.
4. «Пранки»: Общество, улица, чувства людей, Эдвард Билл.
5. «Анбоксинг»: Покупки, Китай, AliExpress, упаковка, открывать, Тимон Чейз, интрига.
6. Влог: Жизнь, встречи, покупки, Булкин, Джарахов.
7. Спортивные каналы: Кастомный матч, люди, турнир, трансляции, победа, поражение.
8. «Майнкрафтеры»: Лэтсплэй, добыча ресурсов, моды, сервер, Лоллошка.
9. Автомобильные каналы: Покупка, тест-драйв, обзор, мощность, автомобили, Булкин, Давидыч, стоимость.
10. «Бьюти блоги»: Макияж, распаковки, Маша Вэй, гости.
11. «Фуд блоги»: Путешествие, еда, дорогие блюда, трэш-блюда, оценивание, вкус.

Александр, 13 лет.

1. YouTube: Реклама, долгое времяпрепровождение, отдых, каналы, хостинг, трейлеры, тизеры, игры, лента.
2. «Летсплэй»: Долгие видео, нудный, скучный, запись игры, Куплинов, Брейндит, Винд31.
3. «Челленджи»: Бесплезная трата времени, глупость, обливание холодной водой, борьба с болезнью.
4. «Пранки»: Издевательство, вред, плохое времяпрепровождение.
5. «Анбоксинг»: Распаковка, обзоры, интерес, впечатление.
6. Влог: Растрата аккумулятора камеры, иногда полезная информация, много воды, ни о чем.

7. Спортивные каналы: Мало, маленькая аудитория, ЗОЖ, чемпионаты, Матч ТВ.

8. «Майнкрафтеры»: 2010 год, инди-индустрия, Майкрософт, кросс-платформа, школьники, тренды, засоряют, глупые авторы видео, разнообразность, xbox one x.

9. Автомобильные каналы: Давидыч, машины, долгая дорога, надоедливая музыка в интро, красота, дороговизна, характеристика, стоимость, зимние колеса.

10. «Бьюти блоги»: Мусор, тренды, засорение, девушки, косметика, сумки, одежда, нативная реклама, много денег, ванна с чипсами, Саша Спилберг.

11. «Фуд блоги»: Алексей Шевцов, тарелки, мизерные порции, ресторан, кафе, столовая, вафли, Бельгия, дорогая еда в ресторанах, официант, поднос, влоги.

Александр, 14 лет.

1. YouTube: Влогеры, интернет, видео, советы, макияж.

2. «Летсплэй»: Игры, съемка, интернет.

3. «Челленджи»: Задание, съемка.

4. «Пранки»: Шутки, люди.

5. «Анбоксинг»: Вскрытие, распаковка, интернет, камера, вещи.

6. Влог: Жизнь, мероприятие, человек, Катя Клэп.

7. Спортивные каналы: Футбол, хоккей.

8. «Майнкрафтеры»: Игра, куб, интернет.

9. Автомобильные каналы: Машины, обзоры, информация, техника.

10. «Бьюти блоги»: Косметика, макияж, образы, оттенки, советы, Ира Блан.

11. «Фуд блогеры»: Еда, кухня, продукты, рецепты.

Анастасия, 13 лет.

1. YouTube: Видео, блогеры, не смотрю.
2. «Летсплэй»: ---
3. «Челленджи»: Бутылка.
4. «Пранки»: ---
5. «Анбоксинг»: ---
6. Влог: Катя Адушкина.
7. Спортивные каналы: ---
8. «Майнкрафтеры»: Квадраты, игра.
9. Автомобильные каналы: Автомобиль.
10. «Бьюти блогеры»: ---
11. «Фуд блогеры»: ---

Алексей, 12 лет.

1. YouTube: Съёмки, творчество, блог, игры.
2. «Летсплэй»: Прохождение, игры, бои, челлендж в игре.
3. «Челленджи»: Вызов, А4, неприятно, скучно.
4. «Пранки»: Подставы, Эдвард Билл, Соболев, Гурам, смешно, реакции, жесть.
5. «Анбоксинг»: Затраты, деньги, полезный, бесполезный, обзор, техника, Вилсаком, Техноблоги.
6. Влог: Путешествие, подписчики, встречи.
7. Спортивные каналы: Футбол, жизнь, питание.
8. «Майнкрафтеры»: Гриферы, отрицательно.
9. Автомобильные каналы: Гараж 47, эксперимент, автомобили.
10. «Бьюти блогеры»: Катя Клэп, ногти, стрелки.
11. «Фуд блогеры»: KFC, Сидельников, разные страны.

Александр, 11 лет.

1. YouTube: Видео, смотреть, слушать, музыка, клипы.
2. «Летсплэй»: Игры, CS GO, Донбас.
3. «Челленджи»: А4, коробки, приколы, друг над другом.
4. «Пранки»: Шутки, розыгрыши.
5. «Анбоксинг»: Бугага, посылки, китайские.
6. Влог: День человека.
7. Спортивные каналы: ---
8. «Майнкрафтеры»: Мир, блоки, квадраты.
9. Автомобильные каналы: Тюнинг, автомобили.
10. «Бьюти блоги»: ---
11. «Фуд блоги»: Рецепты, повар.

Юлия, 13 лет.

1. YouTube: Кнопка, блогеры, видео, красный, фотографии.
2. «Летсплэй»: Феромир, игры, видео.
3. «Челленджи»: Смешно, блогеры, А4, слаймы, игры.
4. «Пранки»: Видео, нормально, смех, Эдвард Билл.
5. «Анбоксинг»: Скучно, барахло, бессмысленно, реклама.
6. Влог: Блогер, улица, жизнь, речь, настроение, интересно.
7. Спортивные каналы: Футбол, мастер-класс.
8. «Майнкрафтеры»: Лэтсплей, квадрат.
9. Автомобильные каналы: Неинтересно.
10. «Бьюти блоги»: Игорь Синяк, Косметос, жизнь.
11. «Фуд блоги»: Еда.

2.3.2. Ассоциации, полученные в ходе психокультурного эксперимента (989 ассоциатов)

YouTube	Видео (13), подписка/подписчик (8), блогеры (7), канал (6), красный (4), лайки (4), деньги (4), просмотры (4), реклама (3), интернет (3), хостинг (3), игры (3), кнопка (2), дизлайки (2), развлечение (2), платформа (2), смотреть (2), тренды (2), блог (2), комментарии (2), обзоры (2),
---------	---

	<p>популярность (2), клипы(2), рекомендации (2), сайт, социальная сеть, свобода слова, полезная информация, смешно, челлендж, миллионы людей, лайфхаки, фотографии, слушать, музыка, съемки, творчество, не смотрю, советы, макияж, долгое времяпрепровождение, отдых, трейлеры, тизеры, лента, гейминг, ютубер, пользователь, сохраненные, индийские фильмы, летсплэй, прохождения, новинки, майнкрафт, веселье, свободное время, гайды, tutorиалы, Снейклик, школьники, контент, зарплата, слава, страх, смех, вайны, ролики, влог, инстаграм, 10 самых опасных животных, сеть, хейтеры, камеры, деградация.</p>
«Летсплэй»	<p>Игры (видеоигры) (11), Майнкрафт (4), прохождение (3), Куплинов (3), CS:GO (2), челленджи (2), видео (2), пасхалки (2), YouTube, Клэш Рояль, VR, команда, микрофон, лень, виртуальный мир, интроверт, нет друзей, компьютеры, клавиатура, дети, сопли, GTA 5, ужастики, шутеры, песочницы, королевская битва, фишки, эмоции, печаль, радость, задумчивость, плейлист, Метро, английский язык, баги, фичи, обзор, реклама, не смотрю, Радуга, Дота, испытание, долгие видео, нудный, скучный, запись игры, съемка, интернет, бои, Тиранит, Лололошка, Фрост, Мармок, Братишкин, Брейндит, Винди31, Dumbazz, Фиромир.</p>
«Челленджи»	<p>Бутылка с водой (10), смех/смешно (4), А4 (3), задание (3), глупость (3), скучно (2), приколы (2), испытание, время, попробовать новое, терпение, шутка, люди, «Пол – это лава», шарик с жидкостью над головой, «Замри», правила, мерзость, юмор, обида, проигрыш, «Найди отличия», челлендж в кафе, меняться жизнью, съесть лимон, съесть корицу, «Замри», попытка повторить, футбольный челлендж, трендовый, безумный, риски, спорт, музыка, ерунда, не смотрю, Иван Гай, 24 часа, родственники, детский канал, ютуб, лёд, острый перец, электрический стул, трудности, бесполезная трата времени, обливание холодной водой, борьба с болезнью, съемка, вызов, неприятно, коробки, друг над другом, блогеры, слаймы, игры.</p>
«Пранки»	<p>Смех/смешно (8), Эдвард Бил (6), шутка (5), YouTube (2), глупость (2), люди (2), издевательство (2), реакции (2), развлечение, обидно, кепка, скучный лексикон, съемка, инстаграм, общественные места, Рахим Абрамов, сочувствие, Ёлка, полиция, страх, ужас, трупы, из-за угла, паста в Орео, пирог в лицо, докучение,</p>

	обнять/поцеловать прохожего, приколы над друзьями, желание попробовать, результат, жестокость, веселье, «Пранк какашкой», для детей, постановка, детский, Ракамакафо, распались, общество, улица, чувства людей, вред, плохое времяпрепровождение, подставы, Соболев, Гурам, жесть, розыгрыши, видео, нормально.
«Опенкейсы» / «Анбоксинг»	AliExpress (6), радость (5), деньги/затраты (5), распаковка (4), посылки (4), интрига (4), обзор (4), CS:GO (4), интерес (3), реклама (3), почта (3), коробки (3), Китай/китайский (3), разочарование (2), блогеры (2), Wylsacom (2), донаты, истерики, подарки, что-то новое, скотч, ножницы, сувениры, открывать интересно, сюрприз, сайты, Pandao, Лизка, электроника, Overwatch, Epic Legends, день, Zernovka, время, закупки, FIFA, выигрыш, проигрыш, Landstop, обман, деньги на ветер, Мистер Макс, детские каналы, рекомендация, ютуберы, тренды, игры, популярность, коллекционные фигурки, покупки, упаковка, открывать, Тимон Чейз, впечатление, вскрытие, интернет, камера, вещи, полезный, бесполезный, техника, Техноблоги, Бугага, скучно, барахло, бессмысленно.
Влог	Жизнь (8), путешествие (4), интересно/бывает интересно (3), «Типичный день» (3), еда (2), съемки (2), встречи (2), блогеры (2), Время из жизни, Холдик, вести, приветствие, смешно, истории, фишки, школа, скучно, развлечения, люди, события, фотографии, руферы, падение, безбашенность, побег, видеочамера, проблемы, трансляция, дом, ты, отдых в Дубаи, поездка, Москва, 24 часа жизни, просмотр, ютубер, непонимание окружающих людей, Вконтакте, прямая трансляция, рассказ о жизни, бьюти каналы, лэтсплэйчики, Варпач, Иван Гай, Брэйн Мапс, Ивлеева, ЧМ 2018, популярно, покупки, Булкин, Джарахов, растрата аккумулятора камеры, иногда полезная информация, много воды, ни о чем, мероприятие, человек, Катя Клэп, Катя Адушкина, подписчики, улица, речь, настроение.
Спортивные каналы	Футбол (10), Матч ТВ (4), хоккей (3), тренажёрный зал (3), челленджи (2), спортивная форма/костюм (2), соревнование (3), правильное питание (2), «Боди-мания», «Тру Джим ММА», мышцы, бегать, тряска, борода, go pro, путешествие, одышка, Губерниев, обсуждения, сила воли, замешательство, плавание, Столяров, фитнес, гантели, Универсиада, мотивация, желание, тренировки, гордость, Америка, 2Drots, команда, Амкал, скандалы,

	UFC, обучение, гайды, видео уроки, обзор матчей, любимая команда, кастомный матч, люди, трансляции, победа, поражение, мало, маленькая аудитория, ЗОЖ, жизнь, мастер-класс.
«Майнкрафтеры»	Игра (6), лестплэй (5), школьники (5), квадрат (5), строительство (4), куб (3), Фирамир (2), Лололошка (3), творчество/воплощение идеи (3), блок (2), зомби (2), мир (2), гриферы (2), Стив (2), тренды (2), моды (2), выживание, ад, много жизней, прохождение, приручить, карта, путешествие, ужасно, деградация, неинтересно, знаменитая, дети, боль, собаки, геометрия, время, песочница, обида, люди, динамит, дом, нравится, сам создаешь свой мир, паника, удивление, встревоженность, алмазы, крипер, 2012 год, неадекватность, архитектура, воссоздание, множество режимов, заработок, сообщество, глупость, простор, популярно, не играю, бессмысленно, бесполезно, добыча ресурсов, сервер, 2010 год, индустрия, Майкрософт, кросс-платформа, засоряют, глупые авторы видео, разнообразность, xbox one x, интернет, отрицательно.
Автомобильные каналы	Автомобиль/машина (12), обзор (6), Давидыч (5), дрифт/уличные гонки (4), сборка/пересборка (3), Академег (2), тюнинг (2), двигатель (2), характеристика (2), дорогие автомобили (2), тест-драйв (2), стоимость (2), «Полный ездец», водитель, авария, руль, мотоцикл, нарушать закон, конкурсы, розыгрыши, запчасти, деньги, цвет, тонировка, спортивный автомобиль, детали, колёса, Гордей, интересные факты, сведения, рекомендации, обучение, новости, Смотря ТВ, не смотрю, BMW, тренды, покупка, мощность, Булкин, долгая дорога, надоедливая музыка в интро, красота, дороговизна, зимние колеса, информация, техника, Гараж 47, эксперимент, неинтересно.
«Бьюти блоги»	Косметика (11), макияж (5), краситься (2), девочки/девушки (5), красота (2), одежда (2), реклама (2), распаковки (2), тушь (2), блёстки (2), зеркало (2), тренды (2), Катя Клэп (2), Мария Вэй (2), влоги, хайлайтер, туалетный столик, патчи, нарисованные брови, накладные ресницы и ногти, модели, розовый, Александра Поснова, уроки макияжа, спасение, познавательная информация, помада, тональник, кисти, тени, tutorial, современность, обзоры сумочек, мода, просмотры, для девочек, Андрей Петров, Слиден, Катя Адушкина, обзоры, трэш, ерунда, бессмысленно для мальчиков, полезно для девочек, гости,

	мусор, засорение, сумки, нативная реклама, много денег, ванна с чипсами, Саша Спилберг, образы, оттенки, советы, Ира Блан, ногти, стрелки, Игорь Синяк, Косметос, жизнь.
«Фуд блогеры»	Еда (10), рецепты (6), готовить (4), вкусно (3), правильное питание (2), путешествие (2), повар (2), кушать (2), оценивание (2), обзоры (2), национальная кухня (2), полезно (2), Обломов (2), Тимур Сидельников (2), Костя Павлов, Макс Брандт, хочу так же, толстый, жир, похудение, красота, зелёный, АСМР, экзотические блюда, инстаграм, авокадо, много денег, вес, люди, Фэнси Самтейм, Весёлая кухня, печка, десерт, сладости, МакДональдс, голод, пицца, суши, Покашеварим, доставка еды, Delivery club, мастер-класс, стремление приготовить еду, Ванзай, аппетит, обучение, техника, распаковка, Наш лидер, пародии, учиться готовить, интересно, дорогие блюда, трэш-блюда, вкус, Алексей Шевцов, тарелки, мизерные порции, ресторан, кафе, столовая, вафли, Бельгия, дорогая еда в ресторанах, официант, поднос, влоги, кухня, продукты, KFC, разные страны.

Таблица 1. Ассоциации, полученные в ходе проведения эксперимента.

2.3.3. Ассоциаты, разделенные на условные категории

YouTube	Видео (13), подписка/подписчик (8), блогеры (7), канал (6), красный (4), лайки (4), деньги (4), просмотры (4), реклама (3), интернет (3), хостинг (3), игры (3), кнопка (2), дизлайки (2), развлечение (2), платформа (2), смотреть (2), тренды (2), блог (2), комментарии (2), обзоры (2), популярность (2), клипы(2), рекомендации (2).
	Сайт, социальная сеть, челлендж, миллионы людей, лайфхаки, фотографии, музыка, съемки, творчество, советы, макияж, трейлеры, тизеры, лента, гейминг, ютубер, пользователь, сохраненные, индийские фильмы, летсплэи, прохождения, новинки, майнкрафт, гайды, tutorиалы, школьники, контент, зарплата, вайны, ролики, влог, инстаграм, сеть, хейтеры, камеры.
	Смотреть (2), слушать, не смотрю.
	Развлечение (2), популярность (2), полезная информация, смешно, долгое времяпрепровождение, отдых, веселье, свободное время, слава, страх, смех, деградация.
	Снейлстик, «10 самых опасных животных», Майнкрафт.

«Летсплэй»	Игры (видеоигры) (11), Майнкрафт (4), прохождение (3), Куплинов (3), CS:GO (2), челленджи (2), видео (2), пасхалки (2).
	Игры (видеоигры) (11), прохождение (3), челленджи (2), видео (2), пасхалки (2), команда, микрофон, компьютеры, клавиатура, дети, сопли, фишки, плейлист, английский язык, баги, фичи, обзор, реклама, испытание, запись игры, съемка, интернет, бои, YouTube.
	Майнкрафт (4), CS:GO (2), пасхалки (2), Клэш Рояль, GTA 5, ужастики, шутеры, песочницы, королевская битва, Метро, баги, фичи, Радуга, Дота, VR, виртуальный мир.
	Куплинов (3), Тиранит, Лололошка, Фрост, Мармок, Братишкин, Брейндит, Винд3, Донбас, Фиромир.
	Лень, интроверт, нет друзей, сопли, эмоции, печаль, радость, задумчивость, не смотрю, долгие видео, нудный, скучный.
«Пранки»	Смех/смешно (8), Эдвард Бил (6), шутка (5), YouTube (2), глупость (2), люди (2), издевательство (2), реакции (2).
	Шутка (5), YouTube (2), люди (2), кепка, съемка, инстаграм, общественные места, полиция, приколы над друзьями, результат, постановка, общество, улица, подставы, розыгрыши, видео.
	Смех/смешно (8), шутка (5), глупость (2), издевательство (2), реакции (2), развлечение, обидно, скудный лексикон, сочувствие, страх, ужас, трупы, докучение, приколы над друзьями, желание попробовать, жестокость, веселье, для детей, детский, чувства людей, вред, плохое времяпрепровождение, жесь, нормально.
	Эдвард Бил (6), YouTube (2), Рахим Абрамов, Ёлка, Ракамакафо, Соболев, Гурам.
	«Из-за угла», «паста в Орео», «пирог в лицо», «обнять/поцеловать прохожего», «Пранк какашкой».
«Челленджи»	Бутылка с водой (10), смех/смешно (4), А4 (3), задание (3), глупость (3), скучно (2), приколы (2).
	Бутылка с водой (10), задание (3), приколы (2), испытание, время, терпение, шутка, люди, правила, юмор, проигрыш, риски, спорт, музыка, родственники, YouTube, лёд, острый перец, электрический стул, трудности, съемка, вызов, коробки, блогеры, слаймы, игры.

	<p>Смех/смешно (4), глупость (3), скучно (2), мерзость, обида, трендовый, безумный, ерунда, не смотрю, детский канал, бесполезная трата времени, неприятно.</p> <p>Пробовать новое, попытка повторить, не смотрю, борьба с болезнью.</p> <p>«Бутылка с водой» (10), «Пол – это лава», «шарик с жидкостью над головой», «Замри», «Найди отличия», «челлендж в кафе», «меняться жизнью», «съесть лимон», «съесть корицу», «замри», футбольный челлендж, «24 часа...», лёд, острый перец, электрический стул, обливание холодной водой, борьба с болезнью, коробки, слаймы.</p> <p>A4 (3), Иван Гай.</p>
«Опенкейсы» / «Анбоксинг»	<p>AliExpress (6), радость (5), деньги/затраты (5), распаковка (4), посылки (4), интрига (4), обзор (4), CS:GO (4), интерес (3), реклама (3), почта (3), коробки (3), Китай/китайский (3), разочарование (2), блогеры (2), Wylsacom (2).</p> <p>Деньги/затраты (5), распаковка (4), посылки (4), обзор (4), реклама (3), почта (3), коробки (3), блогеры (2), донаты, подарки, скотч, ножницы, сувениры, сюрприз, сайты, электроника, день, время, закупки, выигрыш, проигрыш, рекомендация, ютуберы, тренды, игры, коллекционные фигурки, покупки, упаковка, впечатление, вскрытие, интернет, камера, вещи, техника.</p> <p>Радость (5), интрига (4), интерес (3), разочарование (2), истерики, что-то новое, открывать интересно, обман, деньги на ветер, детские каналы, полезный, бесполезный, скучно, баракло, бессмысленно.</p> <p>CS:GO (4), AliExpress (6), реклама (3), Китай/китайский (3), Pandao, Overwatch, Epic Legends, FIFA.</p> <p>Блогеры (2), Wylsacom (2), Лизка, Zernovka, Landstop, Мистер Макс, ютуберы, Тимон Чейз, Техноблоги, Бугага.</p>
Влог	<p>Жизнь (8), путешествие (4), интересно/бывает интересно (3), «Типичный день» (3), еда (2), съемки (2), встречи (2), блогеры (2).</p>

	<p>Жизнь (8), путешествие (4), еда (2), съемки (2), встречи (2), Время из жизни, приветствие, истории, фишки, школа, развлечения, события, фотографии, падение, побеги, видеочамера, проблемы, трансляция, дом, поездка, просмотр, Вконтакте, прямая трансляция, рассказ о жизни, бьюти каналы, ЧМ 2018, покупки, растрата аккумулятора камеры, мероприятие, улица, речь, настроение.</p>
	<p>Блогеры (2), люди, риферы, ты, ютубер, человек, подписчики, бьюти каналы, лэтсплэйщики, Холдик, Варпач, Иван Гай, Брэйв Мапс, Ивлеева, Булкин, Джарахов, Катя Клэп, Катя Адушкина.</p>
	<p>«Типичный день» (3), «Время из жизни», вести, «отдых в Дубаи», Москва, «24 часа жизни», рассказ о жизни.</p>
	<p>Интересно/бывает интересно (3), смешно, скучно, безбашенность, непонимание окружающих людей, популярно, растрата аккумулятора камеры, иногда полезная информация, много воды, ни о чем.</p>
Спортивные каналы	<p>Футбол (10), Матч ТВ (4), хоккей (3), соревнование (3), тренажёрный зал (3), челленджи (2), спортивная форма/костюм (2), правильное питание (2).</p>
	<p>Футбол (10), хоккей (3), тренажёрный зал (3), челленджи (2), спортивная форма/костюм (2), соревнование (3), правильное питание (2), мышцы, тряска, борода, GoPro, путешествие, одышка, обсуждения, сила воли, плавание, фитнес, гантели, тренировки, скандалы, UFC, обучение, гайды, видео уроки, обзор матчей, трансляции, победа, поражение, ЗОЖ, жизнь, мастер-класс, мотивация.</p>
	<p>Матч ТВ (4), Губерниев, Столяров, Универсиада, Америка, «2Drots», команда, «Амкал», любимая команда, люди, маленькая аудитория, «Боди-мания», «Тру Джим ММА».</p>
	<p>Сила воли, замешательство, мотивация, желание, гордость, скандалы, мало.</p>
«Майнкрафтеры»	<p>Игра (6), лестплэй (5), школьники (5), квадрат (5), строительство (4), куб (3), Лололошка (3), творчество/воплощение идеи (3), Фирамир (2), блок (2), зомби (2), мир (2), гриферы (2), Стив (2), тренды (2), моды (2).</p>

	Игра (6), лестплэй (5), квадрат (5), строительство (4), куб (3), блок (2), мир (2), моды (2), тренды (2), выживание, ад, прохождение, карта, путешествие, боль, геометрия, время, песочница, динамит, дом, алмазы, архитектура, воссоздание, заработок, простор, сервер, интернет.
	Школьники (5), зомби (2), гриферы (2), Стив (2), дети, собаки, люди, сообщество, крипер, глупые авторы видео, Фирамир (2), Лололошка (3), инди-индустрия, Майкрософт, Xbox1X.
	Творчество/воплощение идеи (3), много жизней, ужасно, деградация, неинтересно, знаменитая, боль, обида, нравится, сам создаешь свой мир, паника, удивление, встревоженность, 2012 год, неадекватность, множество режимов, глупость, простор, популярно, не играю, бессмысленно, бесполезно, 2010 год, засоряют, глупые авторы видео, разнообразность, отрицательно.
Автомобильные каналы	Автомобиль/машина (12), обзор (6), Давидыч (5), дрифт/уличные гонки (4), сборка/пересборка (3), AcademeG (2), тюнинг (2), двигатель (2), характеристика (2), дорогие автомобили (2), тест-драйв (2), стоимость (2).
	Автомобиль/машина (12), обзор (6), тюнинг (2), двигатель (2), характеристика (2), дрифт/уличные гонки (4), дорогие автомобили (2), тест-драйв (2), стоимость (2), авария, руль, мотоцикл, конкурсы, розыгрыши, запчасти, деньги, цвет, тонировка, спортивный автомобиль, детали, колёса, сведения, рекомендации, обучение, новости, тренды, покупка, мощность, зимние колеса, информация, техника, эксперимент.
	Водитель, Давидыч (5), Академег (2), «Полный ездец», Гордей, Смотря ТВ, Булкин, Гараж 47, BMW.
	Обзор (6), сборка/пересборка (3), тюнинг (2), тест-драйв (2), дрифт/уличные гонки (4), нарушать закон, обучение, покупка, эксперимент.
	Нарушать закон, интересные факты и сведения, не смотрю, долгая дорога, надоедливая музыка в интро, красота, дороговизна, неинтересно.
«Бьюти блоги»	Косметика (11), макияж (5), девочки/девушки (5), красота (2), краситься (2), одежда (2), реклама (2), распаковки (2), блёстки (2), зеркало (2), тушь (2), тренды (2), Катя Клэп (2), Мария Вэй (2).

	<p>Косметика (11), макияж (5), красота (2), одежда (2), реклама (2), тушь (2), блёстки (2), зеркало (2), тренды (2), влоги, хайлайтер, туалетный столик, патчи, нарисованные брови, накладные ресницы и ногти, уроки макияжа, помада, тональник, кисти, тени, tutorial, современность, обзоры сумочек, мода, просмотры, обзоры, сумки, нативная реклама, много денег, образы, оттенки, советы, ногти, стрелки, жизнь.</p>
	<p>Девочки/девушки (5), модели, гости, Катя Клэп (2), Мария Вэй (2), Александра Поснова, Андрей Петров, Слиден, Катя Адушкина, Саша Спилберг, Ира Блан, Игорь Синяк, Косметос.</p>
	<p>Спасение, познавательная информация, современность, для девочек, трэш, ерунда, бессмысленно для мальчиков, полезно для девочек, засорение, много денег.</p>
	<p>Краситься (2), распаковки (2), розовый, нативная реклама, «ванна с чипсами».</p>
«Фуд блогги»	<p>Еда (10), рецепты (6), готовить (4), вкусно (3), правильное питание (2), путешествие (2), повар (2), кушать (2), оценивание (2), обзоры (2), национальная кухня (2), полезно (2), Обломов (2), Тимур Сидельников (2).</p>
	<p>Еда (10), рецепты (6), правильное питание (2), путешествие (2), оценивание (2), обзоры (2), национальная кухня (2), жир, похудение, красота, экзотические блюда, инстаграм, авокадо, много денег, вес, печка, десерт, сладости, голод, пицца, суши, доставка еды, мастер-класс, аппетит, обучение, техника, распаковка, пародии, дорогие блюда, трэш-блюда, вкус, тарелки, мизерные порции, ресторан, кафе, столовая, вафли, дорогая еда в ресторанах, поднос, влоги, кухня, продукты, разные страны.</p>
	<p>Повар (2), люди, официант, Обломов (2), Тимур Сидельников (2), Костя Павлов, Макс Брандт, Фэнси Самтейм, Весёлая кухня, Покашеварим, Ванзай, Алексей Шевцов, МакДональдс, Delivery club, Наш лидер, Бельгия, KFC.</p>
	<p>Вкусно (3), полезно (2), хочу так же, толстый, красота, зелёный, много денег, голод, стремление приготовить еду, аппетит, интересно, мизерные порции.</p>
	<p>Готовить (4), кушать (2), оценивание (2), хочу так же, стремление приготовить еду, обучение, учиться готовить.</p>
	<p>ASMR.</p>

Таблица 2. Ассоциации, разделённые по условным категориям.

2.3.4. Ассоциаты разделены по категориям.

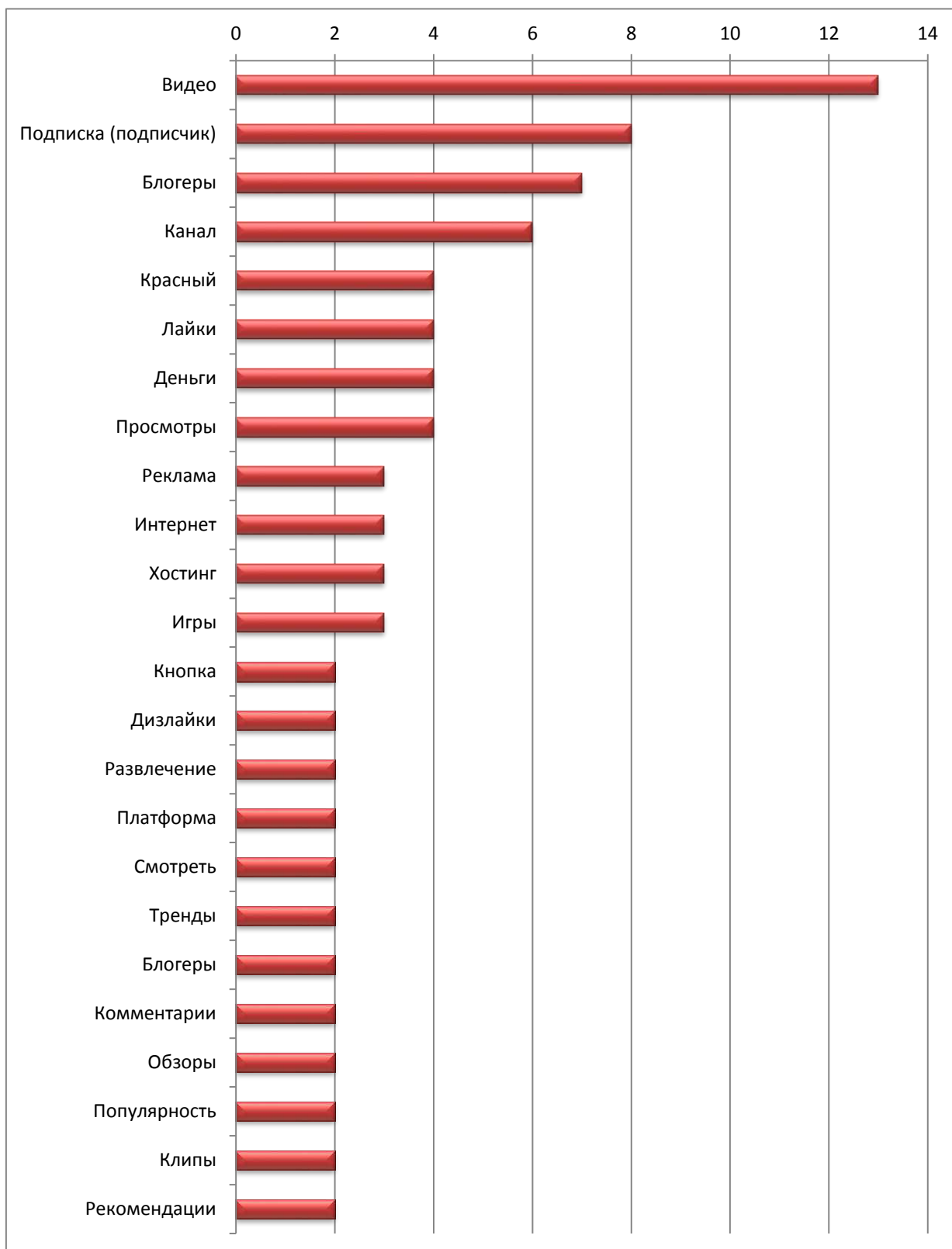
<p>Псевдонимы блогеров, названия каналов. 70 ассоциаций (7,08%)</p>	<p>Эдвард Бил (6), Давидыч (5), Лололошка (4), Фирамир (3), А4 (3), Куплинов (3), Катя Клэп (3), AcademeG (2), Обломов (2), Тимур Сидельников (2), Wylsacom (2), Мария Вэй (2), Снейклик, Тиранит, Фрост, Мармок, Братишкин, Брейндит, Винди31, Dumbuzz, Иван Гай, Рахим Абрамов, Ракамакафо, Соболев, Гурам, Лиззка, Zernovka, Landstop, Мистер Макс, Тимон Чейз, Техноблоги, Бугага, Холдик, Варпач, Иван Гай, Брэйн Мапс, Ивлеева, Булкин, Джарахов, Катя Адушкина, «Боди-мания», «Тру Джим ММА», Губерниев, Столяров, «2Drots», «Полный ездец», Гордей, Смотра ТВ, Булкин, Гараж 47, Александра Поснова, Андрей Петров, Слиден, Катя Адушкина, Саша Спилберг, Ира Блан, Игорь Синяк, Косметос, Костя Павлов, Макс Брандт, Фэнси Самтейм, Весёлая кухня, Покашеварим, Ванзай, Алексей Шевцов.</p>
<p>Сфера видеоигр. 72 ассоциации (7,28%)</p>	<p>Игры (видеоигры) (22), лэтсплей (лэтсплейщики) (7), CS:GO (6), Minecraft (5), песочница (2), гриферы (2), моды (2), гейминг, Клэш Рояль, VR, виртуальный мир, GTA 5, шутеры, королевская битва, Метро, баги, фичи, Радуга, Дота, запись игры, Overwatch, Epic Legends, FIFA, много жизней, прохождение, крипер, множество режимов, добыча ресурсов, сервер, индустрия, Майкрософт, кросс-платформа, xbox one x.</p>
<p>Действия. 30 ассоциаций (3,03%)</p>	<p>Готовить (4), не смотрю (3), смотреть (2), засоряют (2), краситься (2), кушать (2), пробовать новое, меняться жизнью, съесть лимон, съесть корицу, попытка повторить, обнять/поцеловать прохожего, распались, открывать, бегать, приручить, сам создаешь свой мир, не играю, нарушать закон, учиться готовить.</p>
<p>Бренды.</p>	<p>AliExpress (6), YouTube (4), Матч ТВ (4),</p>

22 ассоциации (2,22%)	Pandao, Вконтакте, Microsoft, BMW, McDonald's, KFC, Delivery club, Наш лидер.
Источник полезной информации. 30 ассоциаций (3,03%)	Рецепты (6), полезно (полезный) (3), обучение (3), полезная информация (2), мастер-класс (2), советы (2), гайды (2), tutorиалы (2), видео уроки, уроки макияжа, информация, познавательная информация, интересные факты, полезно для девочек, учиться готовить, мотивация.
Развлечение (досуг). 54 ассоциации (5,46%)	Смешно (смех) (15), интересно (бывает интересно) (7), радость (6), шутка (6), развлечение (4), творчество/воплощение идеи (4), свободное время (время) (3), веселье (2), приколы (2), долгое времяпрепровождение, отдых, эмоции, юмор, настроение.

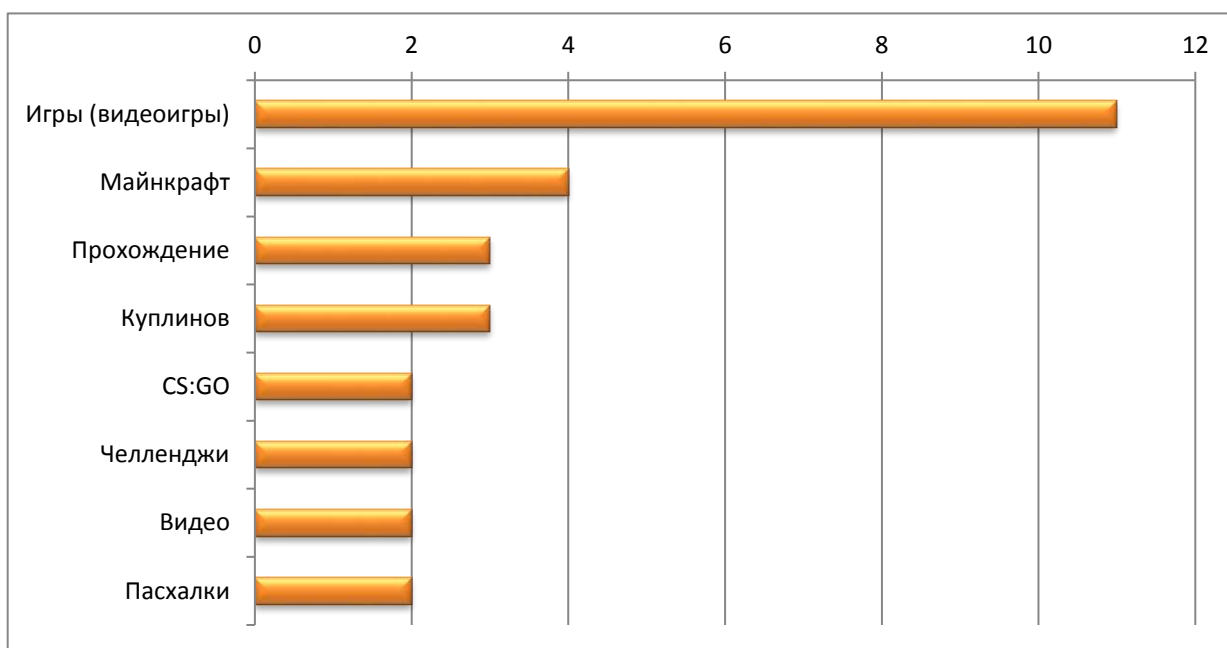
Таблица 3.

2.3.5 Наиболее частотные ассоциации в ассоциативном ряду на каждое «слово-стимул»

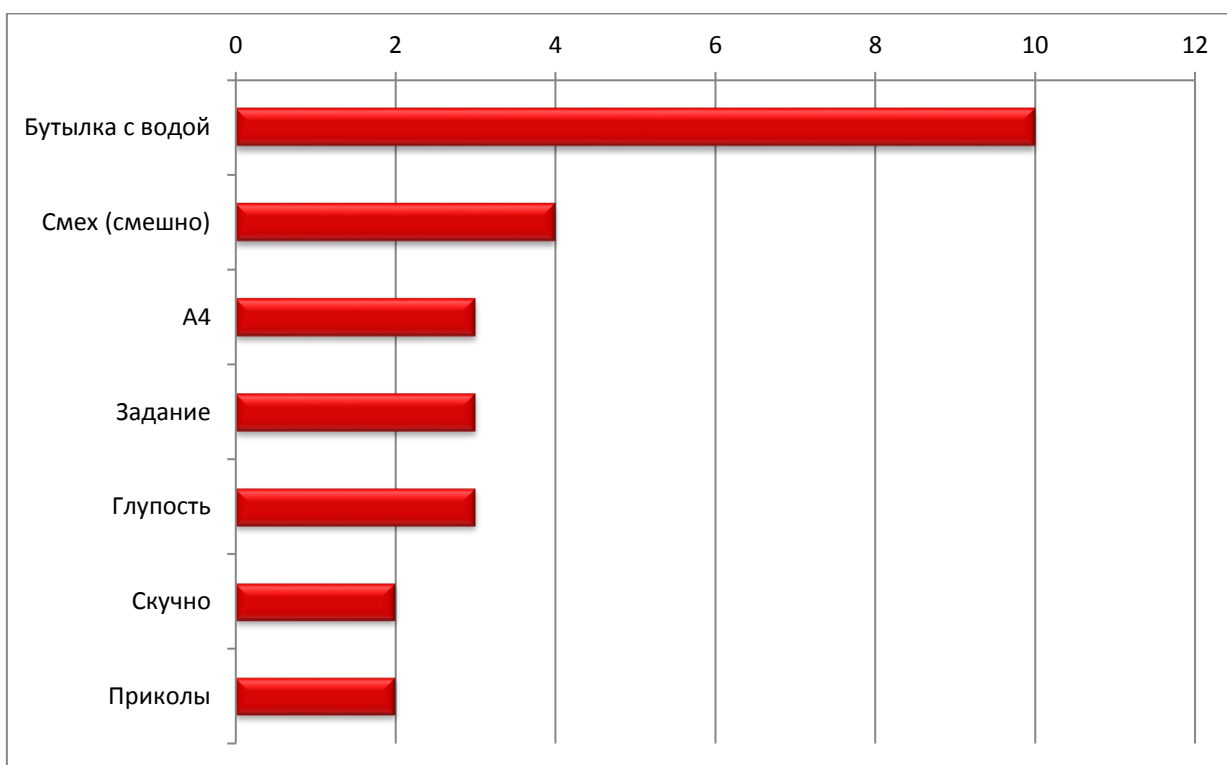
2.3.5.1. «YouTube»:



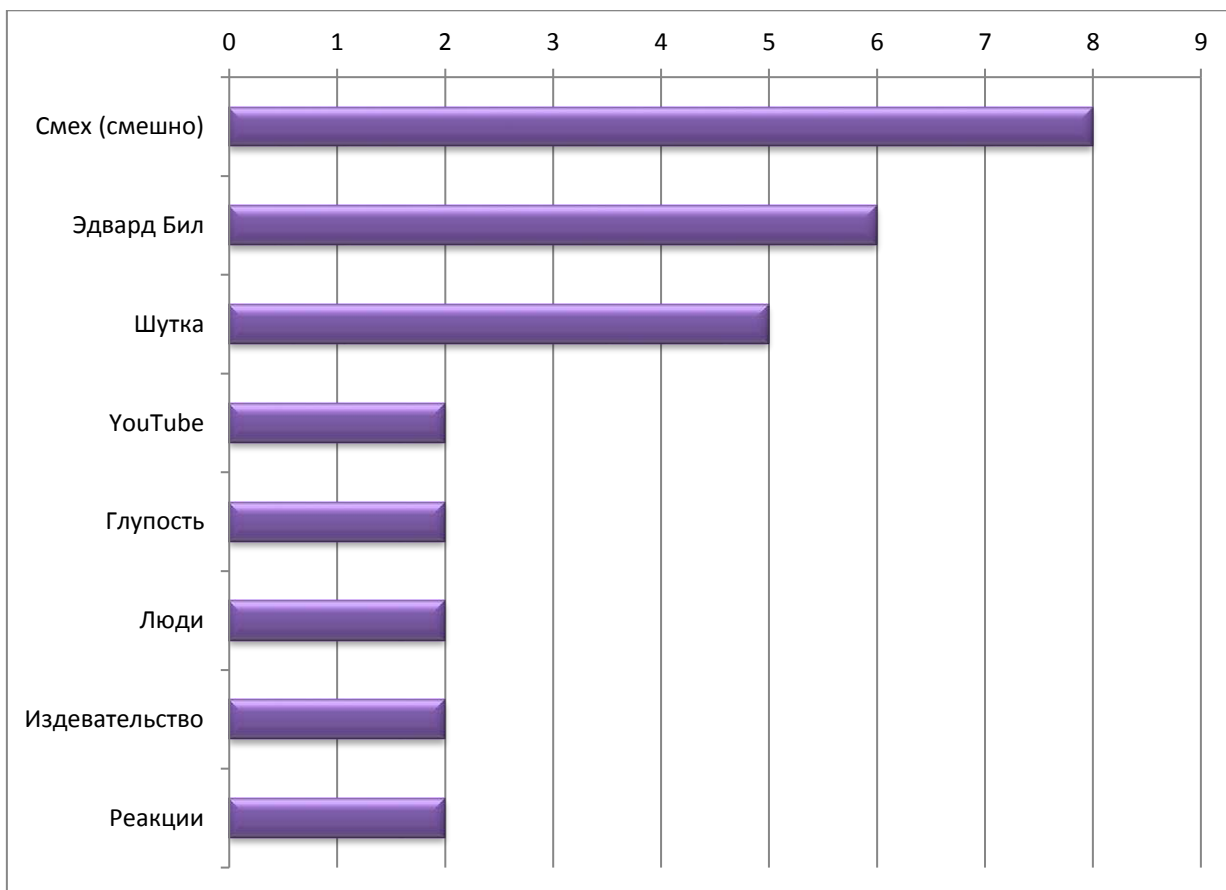
2.3.5.2. «Лэтсплей»:



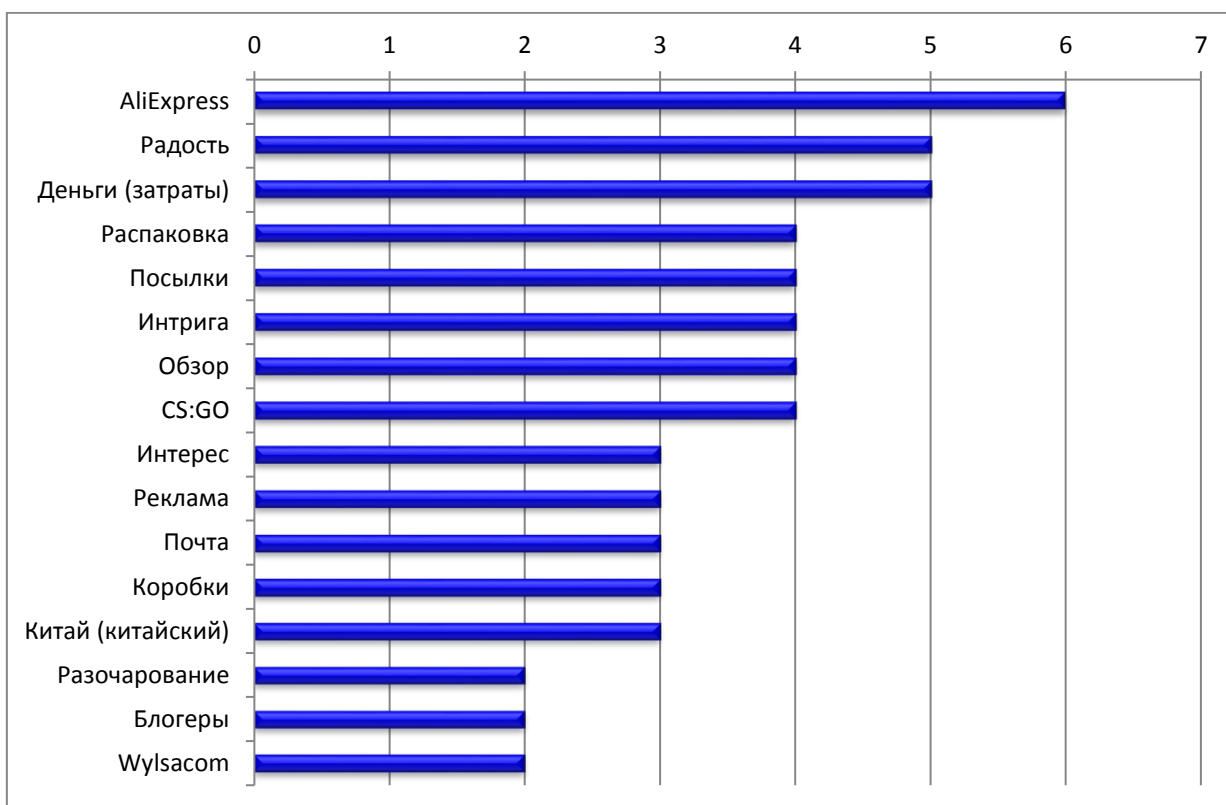
2.3.5.3. «Челленджи»:



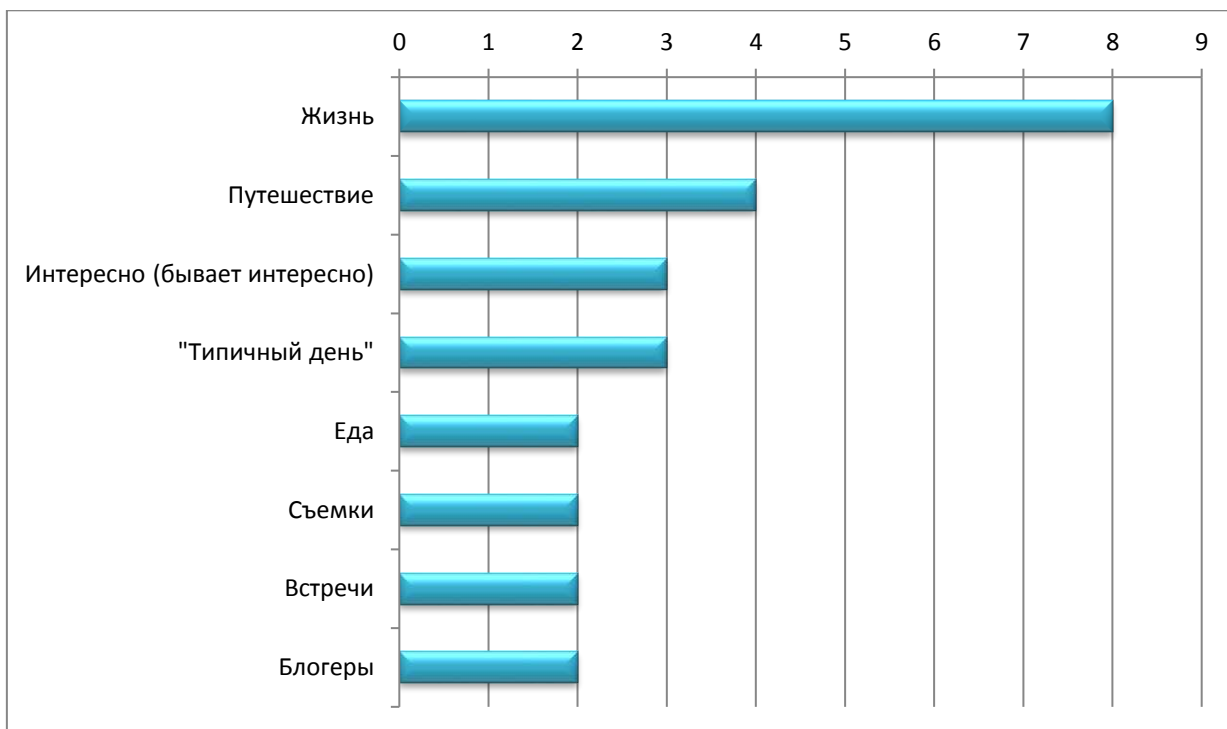
2.3.5.4. «Пранки»:



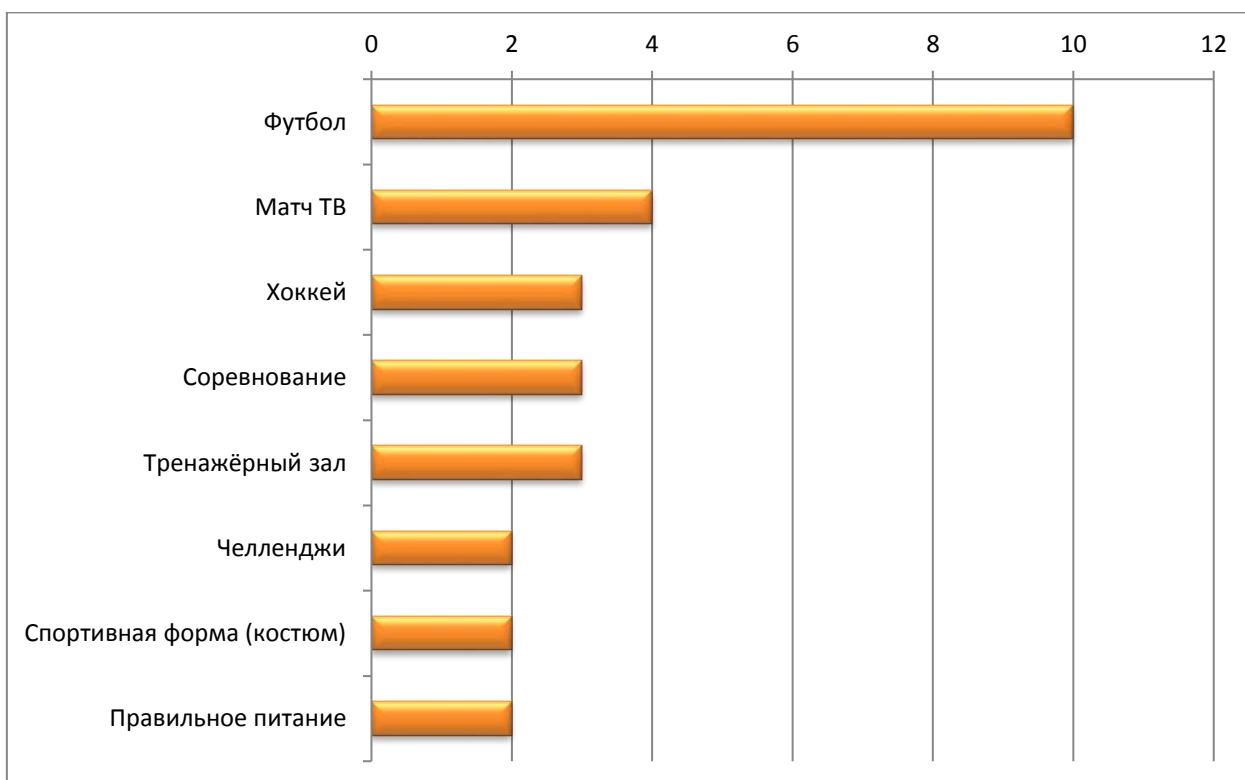
2.3.5.5. «Опенкейсы» / «Анбоксинг»:



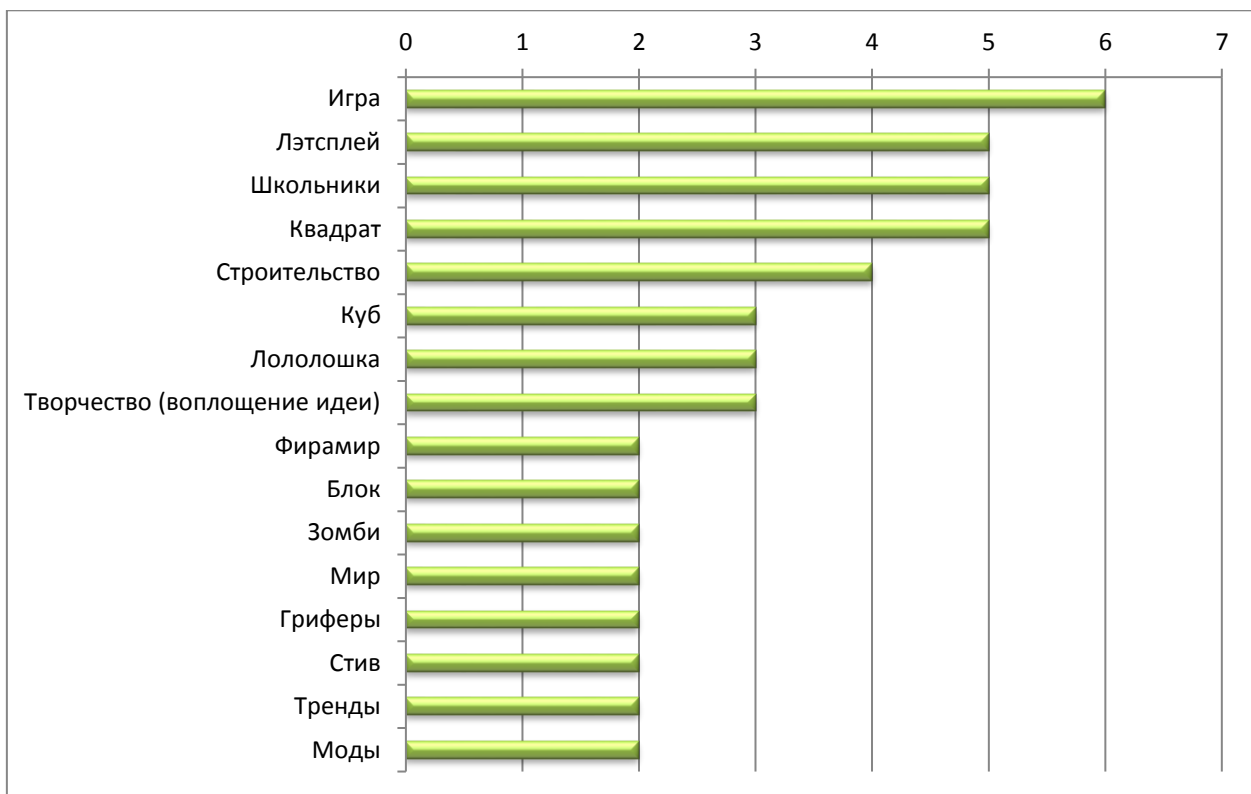
2.3.5.6. Влог:



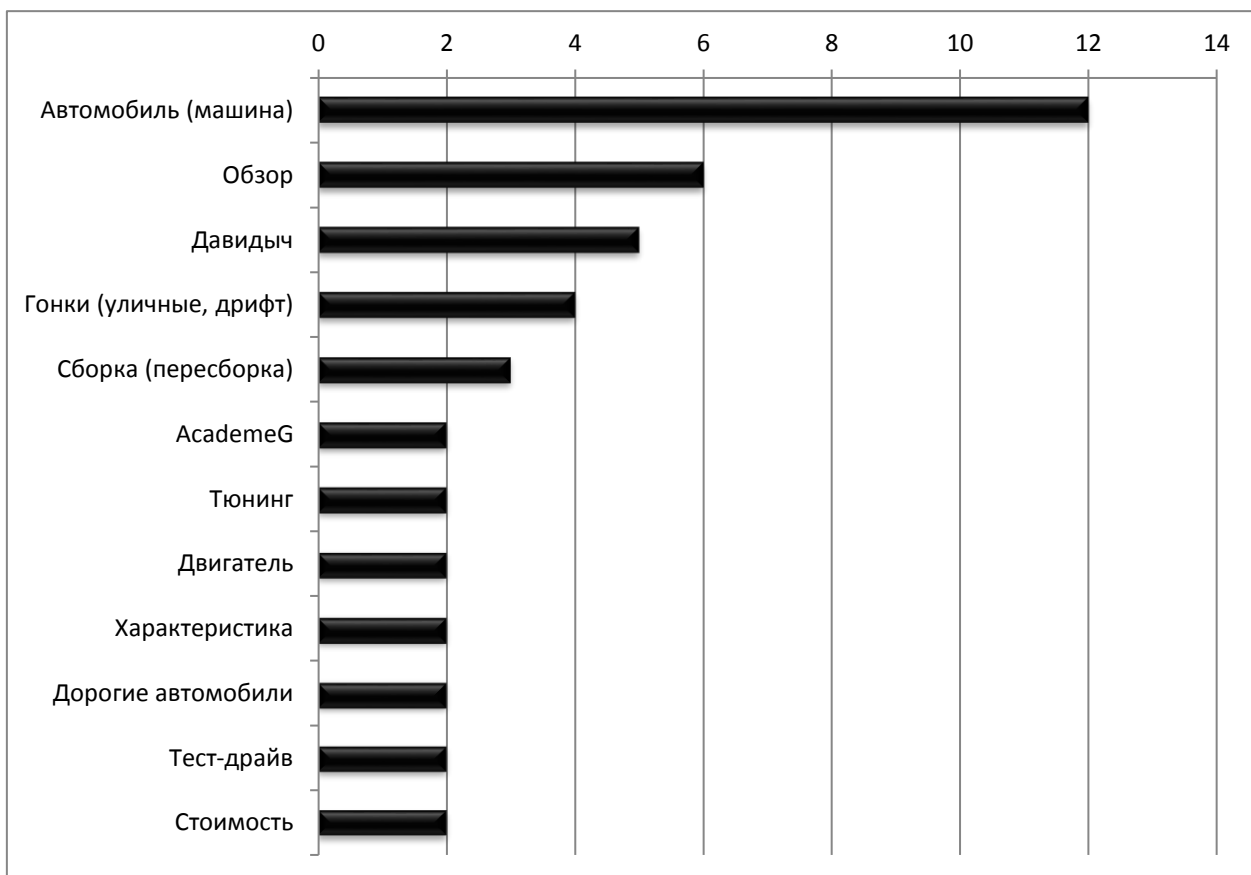
2.3.5.7. «Спортивные каналы»:



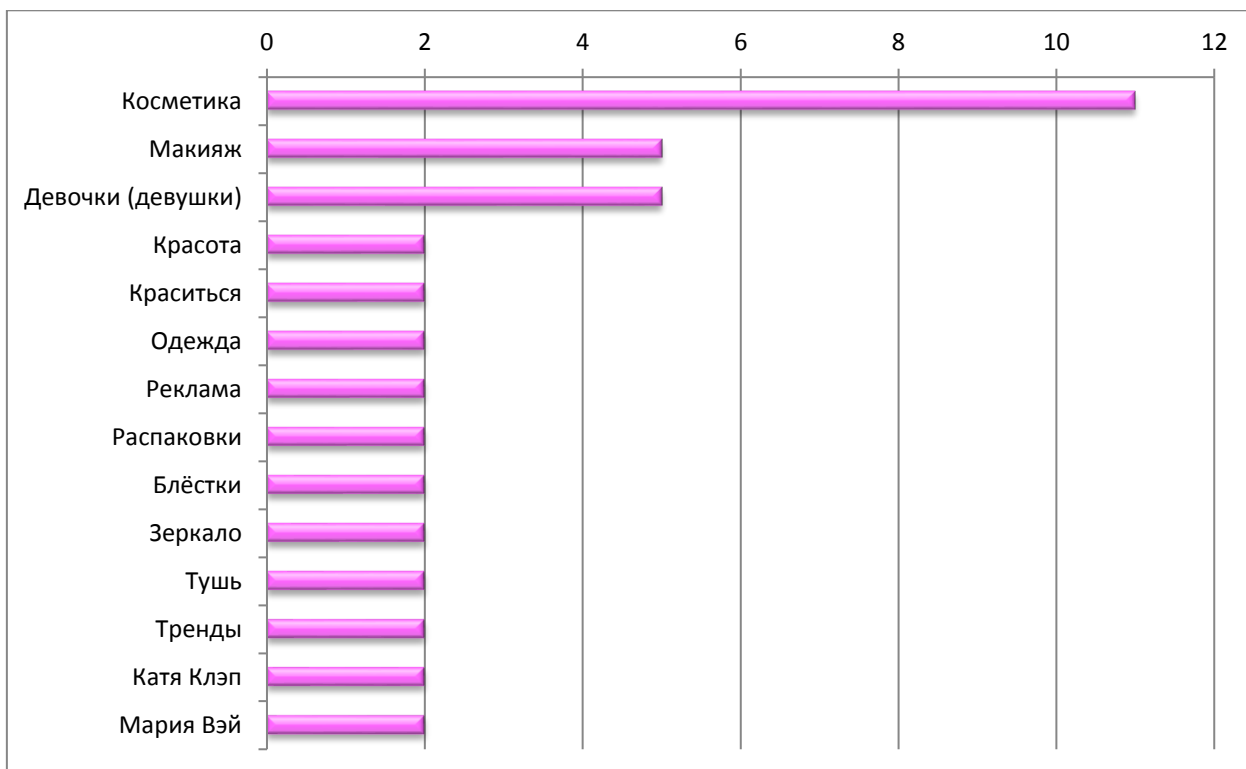
2.3.5.8. «Майнкрафтеры»:



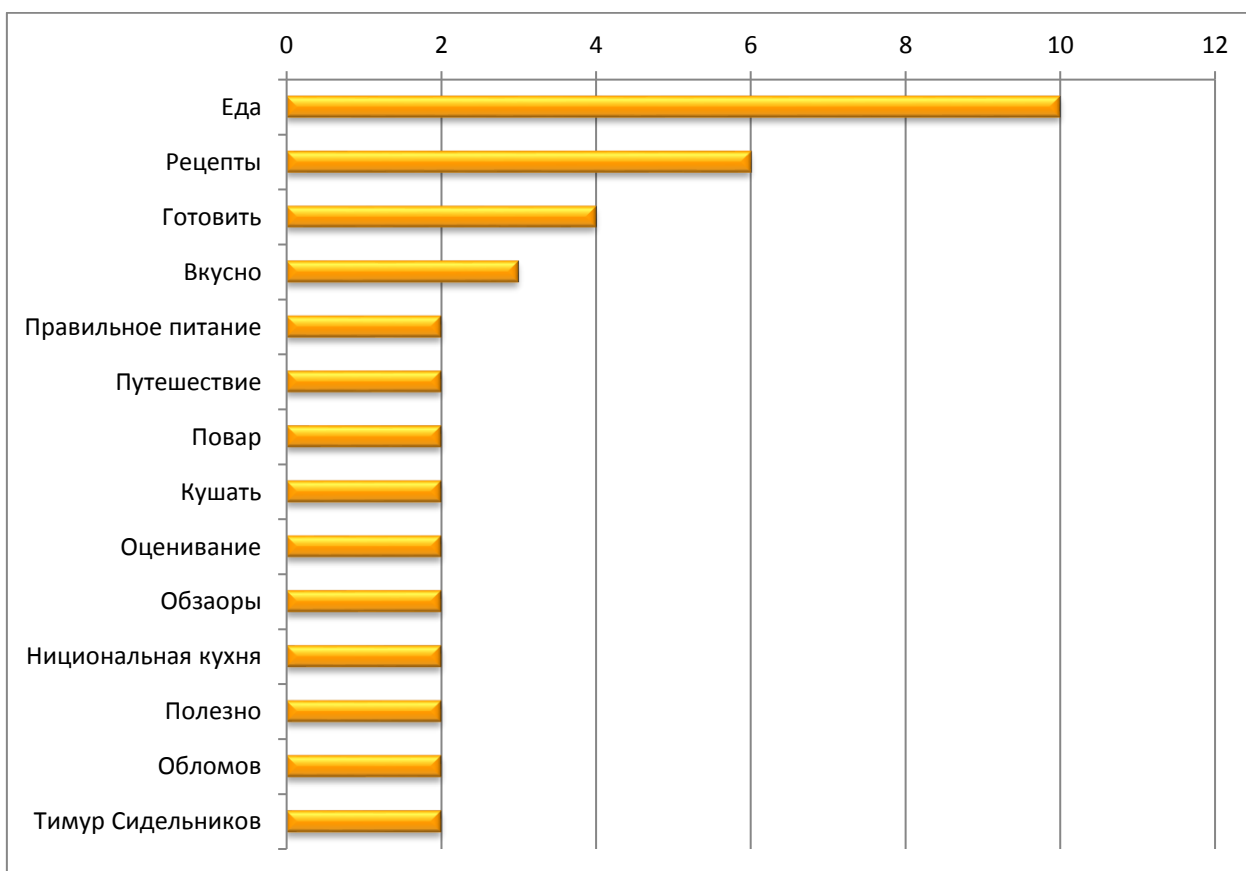
2.3.5.9. «Автомобильные каналы»:



2.3.5.10. «Бьюти блоги»:



2.3.5.11. «Фуд блоги»:



2.3.6. Положительные и отрицательные оценочные ассоциации.

Положительные оценочные ассоциации:

Смешно (смех) (15), интересно (бывает интересно, интерес) (7), радость (6), популярность (популярно) (5), красота (4), творчество/воплощение идеи (3), вкусно (3), полезно (полезный) (3), полезная/познавательная информация (2), иногда полезная информация, полезно для девочек, веселье (2), отдых, слава, нормально, открывать интересно, развлечения, мотивация, гордость, знаменитая, нравится, интересные факты, спасение.

63 положительных ассоциаций (6,37%).

Отрицательные оценочные ассоциации:

Глупость (6), скучно (5), обидно (обида) (3), бесполезная трата времени (бесполезно, бесполезный) (3), бессмысленно (2), неинтересно (2), разочарование (2), издевательство (2), страх (2), деградация (2), ужасно (ужас) (2), засорение (засоряют) (2), лень, печаль, жестокость, вред, жесть, истерики, обман, баракло, безбашенность, мерзость, ерунда, неприятно, скудный лексикон, нудный, плохое времяпрепровождение, ни о чем, мало, паника, встревоженность, неадекватность, глупые авторы видео, отрицательно, надоедливая музыка в интро, трэш, ерунда, бессмысленно для мальчиков, мусор, толстый, нет друзей.

62 отрицательные ассоциации (6,27%).

Выводы второй главы:

Аудиовизуальная массовая культура XXI века активно развивается. Благодаря развитию и распространению интернета, появляются новые источники распространения культуры в повседневной жизни человека. Видеохостинг YouTube поменял полюса, и теперь каждый человек без особых усилий способен создавать продукты массовой культуры и транслировать их на миллионную аудиторию её потребителей. Большой частью аудитории становятся дети школьного возраста, которые получили в

свободный доступ всё разнообразие материала: от развлекательного игрового контента до познавательных обучающих видеороликов.

Проведенное исследование дало **ряд результатов**, которые можно выразить в тезисах:

А) Низкий уровень стереотипного мышления у детей.

В ходе исследования и сортировки полученных данных был выявлен низкий уровень повторений ассоциатов. Частотные ассоциации встречаются редко, повторения имеют низкие количественные показатели. Из этого можно сделать вывод, что мышление каждого ребенка уникально и не похоже на мышление другого. Высокий уровень индивидуальности развивается в каждом испытуемом, в том числе благодаря широкому спектру продуктов массовой культуры, из которых каждый способен выбрать то, что нравится именно ему.

Б) Блогеры становятся новыми кумирами.

Значительной частью ассоциатов стали псевдонимы блогеров и названия каналов (7,08%). Так реципиенты подчеркивают важность личностей на данной площадке. Блогеры, или так называемые «лидеры мнений», вместе со своим аудиовизуальным продуктом несут свои ценностные установки и мнения. Дети, в свою очередь, внимательно прислушиваются к блогерам, как к личным авторитетам. Многие испытуемые отмечают, что для них видеоролики их любимых авторов – это «совет», «полезная информация» и, иногда, даже своего рода «спасение».

В) Компьютерные видеоигры – весомая часть современной аудиовизуальной массовой культуры.

Частое упоминание ассоциатов, связанных со сферой видеоигр (7,28%), говорит о том, что гейминг является весомой частью, как контента на YouTube, так и современной культуры в целом. Видеоигры требуют наличия мощного персонального компьютера, которого у большинства детей нет. Поэтому видеоролики с прохождениями игр становятся простейшей альтернативой для подростков. Современные видеоигры зачастую имеют

хорошо прописанные сюжет и характер главных героев. Последние, как образцы морали и культуры, нередко становятся примером для подражания детей. Но так же и те, кто проходит игры и комментирует игровой процесс, так называемые «летсплейщики», вносят свою лепту, транслируя для аудитории свои личные ценности.

Рассматривая тему современных видеоигр, нельзя не отметить, что они зачастую содержат сцены насилия, о которых порой не упоминают летсплейщики.

Также, к этой сфере относится киберспорт. Бурно развивающееся направление последних лет привлекает всё больше внимания аудитории школьного возраста и несёт те же ценности, что и спорт в традиционном представлении.

Г) YouTube – уникальный источник познавательной информации и развлечений одновременно.

Ассоциаты категорий «полезная информация» (3,03%) и «развлечения (досуг)» (5,46%) показывают, что реципиенты сталкиваются с продуктами обеих групп. Желая провести время в развлекательной форме, они могут узнать что-то новое и познавательное. И наоборот, обращаясь за полезной информацией, они часто проводят время интересно, получая удовольствие и поднимая себе настроение. Таким образом, можно сделать вывод, что ребенок открыт для получения познавательной информации, потому что авторы видеороликов преподносят её не скучно, в развлекательной форме. *Для школьника намного интересней поглощать знания в аудиовизуальной яркой развлекательной обложке.*

Д) Дети с легкостью дают оценку материалу, с которым сталкиваются.

Выделение положительных (6,37%) и отрицательных (6,27%) оценочных ассоциатов показало, что испытуемые склонны давать оценку тем продуктам аудиовизуальной массовой культуры, с которыми сталкиваются на просторах видеохостинга. Ассоциаты оценочного и эмоционального

характера составляют 12,64% от всех полученных в ходе эксперимента. Этот показатель иллюстрирует избирательность детей, способность давать оценку и выбирать материал, подходящий для каждого из них по вкусу. Они знакомятся со всеми жанрами и направлениями видеороликов и способны определить для себя, что им нравится больше, а что меньше. Реципиенты осознают свободу своего личного выбора.

Е) Ярко выраженная индивидуальность современных детей.

Большую часть полученных в ходе исследования ассоциатов невозможно распределить по конкретным категориям. Прослеживается количественное *преимущество уникальных ассоциаций над типичными и частотными*. Эти факты наталкивают на вывод о том, что среди современных детей 11-15 лет ярко выражена индивидуальность. Соприкасаясь с аудиовизуальной массовой культурой во всей её широте, каждый ребенок желает почерпнуть только те культурные и ценностные установки, которые близки именно ему.

Подводя итог, можно сказать, что современного ребенка не пугает широта спектра аудиовизуальной массовой культуры. Дети свободно ориентируются в её многообразии, ровняются на тех личностей, которые транслируют близкие для них ценности, наполняются себя свежими культурными установками и сами создают современную культуру.

Таким образом, новое поколение демонстрирует высокую способность к рефлексии и саморефлексии ценностей, которые транслируются через аудиовизуальные каналы. При этом, огромное количество современной аудиовизуальной продукции фиксирует факт выросшего большого поколения блогеров, задающих новые (другие) ценности и нормы. Аудиовизуальная продукция на сегодняшний день является новой рефлексивной средой развития для нового поколения детей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью дипломной работы являлся анализ влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на ценностное отношение и самовосприятие среди красноярских подростков в возрасте 11-15 лет.

Для реализации цели выполнены **следующие задачи:**

1. *Проведен анализ российских и зарубежных статей, посвященных теме влияния современной аудиовизуальной массовой культуры на детскую психологию.* Обзорный анализ показал, что проблема соприкосновения детского самовосприятия и продуктов аудиовизуальной массовой культуры особенно актуальна на сегодняшний день. Вопросы, поднимаемые в рамках этой темы, междисциплинарны. Они касаются сферы психологии, социологии, педагогики и культурологи одновременно и изучать их необходимо со всех точек зрения. Проблема влияния массовой культуры на детское самовосприятие все еще слабо освещена в трудах зарубежных исследователей, и в еще меньшей степени – в российских источниках.

2. *Рассмотрена теория «Кризис юности» Эрика Эриксона и её представление юношеской психологии,* согласной которой подростки в возрасте с 11 лет переживают ключевую стадию формирования идентичности, как состояния принятия цельного образа себя. По Эриксону, подростки с 11 лет осваивают и переосмысливают уже полученные социальные роли, сравнивают с предыдущим опытом и проецируют на будущее. В результате положительного течения «кризиса юности», подросток достигает личной идентичности, при отрицательном – происходит своеобразный «сбой» в идентификации, и подросток начинает путь поиска нового содержания социальных ролей в иных областях.

3. *Для проведенного прикладного психокультурного исследования выбрана и рассмотрена методика «серийные*

тематические ассоциации» А.И. Назарова и Р.В. Соколова. Актуальность данной методики определена в возможности получения не только типовых (стереотипных) представлений, возникающих сразу в сознании человека (данная методика традиционно применяется в экспериментах, когда учитывается первое слово ассоциаций), но и в углублении понимания посредством выявления сфер (областей), с которыми сознание реципиента связывает собственное переживание соприкосновения с объектом или явлением.

4. Проведен анализ ценностных представлений подростков г.Красноярска об отношении к феномену современной аудиовизуальной культуры. Для выполнения данной задачи проведено прикладное психокультурное исследование по методике «серийные тематические ассоциации». Целью исследования стало выявление влияния аудиовизуальной массовой культуры в интернете на детское самовосприятие, на примере анализа отношения детей к YouTube, их ценностных установок. Аудиторией эксперимента стали подростки г.Красноярска в возрасте 11-15 лет, в количестве 25 человек. «Словами-стимулами» были выбраны названия наиболее популярных в подростковой среде жанров видеороликов на YouTube, чтобы выявить отношение испытуемых к каждому из них. Всего было получено 989 ассоциаций, из которых были выделены ассоциации по следующим категориям: псевдонимы блогеров, названия каналов (70 ассоциаций (7,08%)), сфера видеоигр (72 ассоциации (7,28%)), действия (30 ассоциаций (3,03%)), бренды (22 ассоциации (2,22%)), источник полезной информации (30 ассоциаций (3,03%)), развлечение (досуг) (54 ассоциации (5,46%)). Выделены наиболее частотные ассоциации к каждому «слову-стимулу» и представлены в графиках. Так же, отмечены положительные и отрицательные оценочные ассоциации. Из 989

всех полученных ассоциаций получилось 63 положительных ассоциаций (6,37%) и 62 отрицательные ассоциации (6,27%).

5. Анализ полученных данных проведённого прикладного психокультурного исследования позволил сделать *ряд выводов*:

- Во-первых, *низкий уровень стереотипного мышления у детей*. Частотные ассоциации встречаются редко, повторения имеют низкие количественные показатели. Мышление каждого ребенка уникально и не похоже на мышление другого. Высокий уровень индивидуальности развивается в каждом испытуемом, в том числе благодаря широкому спектру продуктов массовой культуры, из которых каждый способен выбрать то, что нравится именно ему;
- Во-вторых, *блогеры становятся новыми кумирами*. Блогеры, или так называемые «лидеры мнений», вместе со своим аудиовизуальным продуктом несут свои ценностные установки и мнения. Дети, в свою очередь, внимательно прислушиваются к блогерам, как к личным авторитетам;
- В-третьих, *компьютерные видеоигры – весомая часть современной аудиовизуальной массовой культуры*. Частое упоминание ассоциатов, связанных со сферой видеоигр (7,28%), говорит о том, что гейминг является весомой частью, как контента на YouTube, так и современной культуры в целом;
- В-четвертых, «YouTube» – уникальный источник познавательной информации и развлечений одновременно. *Для школьника намного интересней поглощать знания в аудиовизуальной яркой развлекательной обложке*. Ассоциаты категорий «полезная информация» (3,03%) и «развлечения (досуг)» (5,46%) показывают, что реципиенты сталкиваются с продуктами обеих групп. Дети открыты для получения

познавательной информации, потому что авторы видеороликов преподносят её в развлекательной форме;

- В-пятых, *подростки с легкостью рефлексировали визуальный материал, определяя содержание контента.* Ассоциаты оценочного и эмоционального характера составляют 12,64% от всех полученных в ходе эксперимента. Этот показатель иллюстрирует избирательность детей, способность давать оценку и выбирать материал, подходящий для каждого из них по вкусу. Реципиенты осознают свободу своего личного выбора;

- В-шестых, *ярко выраженная индивидуальность современных детей.* Соприкасаясь с аудиовизуальной массовой культурой во всей её широте, каждый ребенок желает почерпнуть только те культурные и ценностные установки, которые близки именно ему. Прослеживается количественное *преимущество уникальных ассоциаций над типичными и частотными.* Таким образом, *новое поколение демонстрирует высокую способность к рефлексии и саморефлексии ценностей, которые транслируются через аудиовизуальные каналы.* При этом, *огромное количество современной аудиовизуальной продукции фиксирует факт выросшего большого поколения блогеров, задающих новые (другие) ценности и нормы.* *Аудиовизуальная продукция на сегодняшний день является новой рефлексивной средой развития для нового поколения детей.*

Данная работа может использоваться в дальнейших исследованиях культурологов, психологов, социологов и педагогов, т.к. является междисциплинарной. Развитие исследования направления считаю необходимым, потому что проблема влияния аудиовизуальной массовой

культуры на детское самовосприятие на сегодняшний день является мало изученной и крайне актуальной.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. **Aharoni T.** When high and pop culture (re) mix: An inquiry into the memetic transformations of artwork //New Media & Society. – 2019. – С. 1461444819845917.
2. **Burgess J., Green J.** YouTube: Online video and participatory culture. – John Wiley & Sons, 2018.
3. **Gotz M. et al.** Media and the make-believe worlds of children: When Harry Potter meets Pokémon in Disneyland. – Routledge, 2014.
4. **Herrman J.** YouTube’s Monster: PewDiePie and His Populist Revolt //The New York Times. – 2017.
5. **Lagerlöf P., Wallerstedt C.** ‘I don’t even dare to do it’: problematising the image of the competent and musical child //Music Education Research. – 2019. – Т. 21. – №. 1. – С. 86-98.
6. **Lobel A. et al.** Gaining a competitive edge: Longitudinal associations between children’s competitive video game playing, conduct problems, peer relations, and prosocial behavior //Psychology of Popular Media Culture. – 2019. – Т. 8. – №. 1. – С. 76.

7. **O'Keeffe G. S. et al.** The impact of social media on children, adolescents, and families //Pediatrics. – 2011. – Т. 127. – №. 4. – С. 800-804.
8. **Papadamou K. et al.** Disturbed youtube for kids: Characterizing and detecting disturbing content on youtube //arXiv preprint arXiv:1901.07046. – 2019.
9. **Scherr S. et al.** Parents, Television, and Children's Emotional Expressions: A Cross-Cultural Multilevel Model //Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2019. – Т. 50. – №. 1. – С. 22-46.
10. **VASYUTKIN A. R., ROMANOVA G. V.** THE IMPACT OF YOUTUBE ON POP CULTURE// Казанский национальный исследовательский технологический университет. – 2018. – с. 13-15.
11. **Vaughn L.** Psychology and culture: Thinking, feeling and behaving in a global context. – Routledge, 2019.
12. **Vermeir I., Van de Sompel D.** How advertising beauty influences children's self-perception and behavior //Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. – IGI Global, 2017. – С. 1495-1511.
13. **Аmineва Е. С.** Современная культура и СМИ: к вопросу о взаимовлиянии //Постулат. – 2019. – №. 1s.
14. **Базева Л. П.** Развития межличностных отношений у детей старшего дошкольного возраста в игровой деятельности : дис. – 2019.
15. **Богатырева, Т.Г.** Современная культура и общественное развитие [Текст] / Т.Г. Богатырева; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М. : РАГС, 2001. – 170с.; 21 см. – Библиогр. : с. 45–70.
16. **Василевич, А.П.** Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте: на материале цветообозначения в языках разных систем [Текст] / АН СССР, Ин-т языкознания. – М. : Наука, 1987. – 138, [2] с.; 22 см. Библиогр. : с. 135–139. – 1800 экз.

17. **Вежбицкая, А.** Понимание культур через посредство ключевых слов [Электронный ресурс] / А. Вежбицкая ; [перевод с англ. А.Д. Шмелёва. под ред. Т. В. Булыгино. – М. : Языки славянской культуры, 1999.] – Ресурс сайта Twirpx.com. URL: <http://www.twirpx.com/file/58792/> (дата обращения: 25.02.2010).

18. Второй по популярности после «Первого канала»: подробный обзор аудитории российского YouTube 2018 [Электронный ресурс] / Интернет портал Sostav. – 2018. – режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html>

19. **Городецкая, Л.А.** Ассоциативный эксперимент в коммуникативных исследованиях [Текст] / Л.А. Городецкая // Теория коммуникации & прикладная коммуникация: сборник научных трудов / под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. – С. 28–37.

20. **Горошко, Е.** Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента: монография [Электронный ресурс] / Е. Горошко. – Харьков: Ра-Каравелла, 2001. – 320с. – Ресурс сайта электронного журнала Текстология.Ру (журнал открыт 30.10.2000). – режим доступа: <http://www.textology.ru/razdel.aspx?id=38>.

21. **Готтсданкер, Р.** Основы психологического эксперимента [Текст]: пер.с англ. Р. Готтсданкер: М. : Академия. Серия: высшее профессиональное образование, 2005. – 367с. – ISBN 5-7695-2005-1. (в пер.).

22. **Ерофеев, С.А.** Культурные исследования [Электронный ресурс] / С.А. Ерофеев // Экономика социология менеджмент. – режим доступа: www.ecsocman.edu.ru-/db/msg/149222.html

23. **Жилинская А. В., Бочавер А. А.** Подходы к изучению построения подростками траектории жизненного пути //Новости. – 2019.

24. История и методология науки. программа курса, рабочая программа [Текст] / Х.Г. Тхагапсоев, Е.Н. Ивахненко ; Кабардино-Балкарский гос. ун-т. – Нальчик , 2004. – 33 с.
25. Как взрослеет аудитория YouTube и меняется контент [Электронный ресурс] / Интернет портал Adindex.ru. – 2018. - режим доступа:<https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2018/08/15/173543.phtml>
26. **Капитонова, А.В.** Свободный ассоциативный эксперимент как метод изучения языкового сознания в психолингвистике [Текст] / А.В. Капитонова // Язык. Коммуникация. Культура: тенденции XXI века: материалы международной конференции, посвященной 60-летию факультета иностранных языков. – Красноярск, 2007. – С. 156 – 161.
27. **Келле, В.Ж.** Процессы глобализации и динамика культуры [Текст] / В.Ж. Келле // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 1. – С. 69–70.
28. **Кононенко Н. и др.** Большой формат: экранная культура в эпоху трансмедийности. Часть 3. – Litres, 2019.
29. **Копцева, Н.П.** Выбор методологических оснований для современных культурных исследований [Текст] /Н.П. Копцева, К.В. Резникова // Журнал СФУ. Серия Гуманитарные науки. – 2009. – Т.2, № 4 – С. 491–506.
30. **Копцева, Н.П.** Культурно-антропологический проект социальной инженерии (проблема методологии современных прикладных культурных исследований) [Текст] / Н.П. Копцева // Журнал СФУ. Серия Гуманитарные науки. – 2010. – Т.3, №1. – С. 22–34.
31. **Королева Н. Н.** и др. Субъектогенез знаково-смысловой регуляции социального поведения в современных социокультурных условиях //Человек, субъект, личность в современной психологии. – 2013. – С. 281-284.

32. **Красовская Е.** Аудиовизуальные СМИ в процессе трансформации культурной парадигмы медиапотребления. – 2019.
33. **Культурология [Текст]: учебник: [для студентов высших учебных заведений в качестве учебника по дисциплине "Культурология"] / под ред. Ю. Н. Солониной, М.С. Кагана. – М. : Высшее образование, 2009. – 566 с. – (Университеты России). – Библиография в подстрочном примечании. – 3000 экз. – ISBN 978-5-9692-0373-0.**
34. **Культурология XX века: антология [Текст] / сост. С.Я. Левит. – М. : Юрис, 1995. – 655 с. – (Лики культуры). – ISBN 5-7357-0044-8.**
35. **Латкина Ю.** Суицид как кризис идентичности. – Litres, 2019.
36. **Лукьянович П.** Телевидение как средство трансляции культуры. – 2019.
37. **Назаров А. И., Соколов Р. В.** Ассоциация и ассоциативный эксперимент: разные судьбы //Вопросы психологии. – 2007. – №. 4. – С. 125-138.
38. **Назаров А. И., Соколов Р. В.** Вариативность серийных ассоциаций //Вопросы психологии. – 2008. – №. 5. – С. 150-160.
39. **Палкин, А.Д.** Ассоциативный эксперимент как способ кросс-культурного исследования образов сознания [Текст] / А.Д. Палкин // Вопросы психологии. – 2008. – № 4. – С. 81–89.
40. **Попова, Т.В.** Ассоциативный эксперимент в психологии: учебное пособие [Текст] / Т.В. Попова ; Рос. акад. образования, Моск. психол. – соц. ин-т. – М. : Флинта: МПСИ, 2006. – 70 , [1] с. : табл. – 3000 экз. – (Библиотека психолога). – ISBN 5-89349-791-0.
41. **Репринцева Е. А.** Игровая культура в системе средств воспитания гражданственности школьников: реалии эпохи и традиции русского этноса //Ученые заметки ТОГУ. – 2016. – Т. 7. – №. 4-2. – С. 212-224.

42. **Рождественская Н.** Девиантное поведение и основы его профилактики у подростков. Учебное пособие. – Litres, 2019.
43. **Розин, В. М.** Культурология [Текст]: учебник для вузов / В. М. Розин. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М. : Гардарики, 2005. – 462 с. – (Disciplinae). – Библиогр. : с. 457–462 (182 названия). – 5000 экз. – ISBN 5-8297-0134-0: 152.00.
44. **Романова А. Л., Смирнова Е. О.** Смешное и страшное в современной детской субкультуре //Культурно-историческая психология. – 2013. – Т. 2013. – №. 2. – С. 81-87.
45. **Рудакова В. Л., Савинова С. В.** Возможности использования персонажей современных мультфильмов в педагогическом процессе детского сада //Организация развития мыслительной деятельности детей дошкольного и младшего школьного возраста: теория и практика. – 2016. – С. 105-109.
46. **Симакова Т. А.** РАЗВИТИЕ КИБЕРУСТОЙЧИВОСТИ ЛИЧНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ //Психология XXI века: вызовы, поиски, векторы развития. – 2019. – С. 574-578.
47. **Собкин В. С., Федотова А. В.** Подростковая агрессия в социальных сетях: восприятие и личный опыт //Психологическая наука и образование. – 2019. – Т. 24. – №. 2. – С. 5-18.
48. **Сорокоумова Е., Талакова Е.** Возрастная психология: я-концепция в становлении личности младшего школьника 2-е изд. Учебное пособие для СПО. – Litres, 2019.
49. **Турунен, Н.** Ассоциативный эксперимент как средство выявления картины мира у представителей разных культур [Текст] / Н. Турунен, Л.И. Харченкова // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж : ВГТУ, 2000. – С. 74–78.
50. **Харламенкова Н.** Самоутверждение подростка. – Litres, 2019.

51. **Хлопова А. И.** АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ КАК МЕТОД УСТАНОВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КОННОТАЦИИ БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ //Юго-Западного государственного университета Серия ЛИНГВИСТИКА И ПЕДАГОГИКА. – 2019. – С. 80.
52. **Чебанюк, Т.А.** Методологическое основания культурологии как междисциплинарной области знания [Текст] / Т.А.Чебанюк // Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 т. Том I: Теория культуры / отв. ред. Д.Л. Спивак. – СПб. : Алетейя, 2008. – С. 126–136.
53. **Чебанюк, Т.А.** Методы изучения культуры: учебное пособие [Текст] / Т.А. Чебанюк ; Комсомольско-на-Амуре гос. технический университет. – СПб. : Наука-СПб., 2010 . – 350 с. – Библиогр. в конце тем и в сносках. – 21 см. – 1000 экз. – ISBN 978-5-02-025416-9 : 313.65.
54. **Черкасова, Г.А.** Русский ассоциативный словарь [Текст] / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. – М. : ИРЯ, 1994. – Кн. 1 : Прямой словарь : от стимула к реакции. – 223 с. – ISBN 5-87232-023-Х.
55. Число смотрящих телевизор россиян за семь лет упало вдвое [Электронный ресурс] / РБК. – 2017. - режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/29/11/2017/5a1e69959a794786eca2bcbd>
56. **Шнейдер Л.** Психология идентичности 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Litres, 2019.
57. **Эльконинова Л. И.** Единство аффекта и интеллекта в сюжетно-ролевой игре //Культурно-историческая психология. – 2016. – Т. 12. – №. 3. – С. 247-254.
58. **Эриксон Э. Г.** Идентичность: юность и кризис. – Флинта [и др.], 2006.
59. **Яковец Ю. В.** Интернет в диалоге цивилизаций и становление интегрального социокультурного строя //Информационное общество. – 2002. – №. 1. – С. 5-7.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Н. П. Копцева
« 09 » марта 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

51.03.01 «Культурология»

ВЛИЯНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ XXI ВЕКА
НА ДЕТСКОЕ САМОВОСПРИЯТИЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА
ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК У ПОДРОСТКОВ Г.КРАСНОЯРСКА)

Руководитель


подпись, дата

доцент, канд. филос. наук
должность, ученая степень

Ю.С. Замараева
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

И.В. Никулин
инициалы, фамилия

Красноярск 2019