



Серия «Психология»  
2026. Т. 56. С. 45–60  
Онлайн-доступ к журналу:  
<http://izvestiapsy.isu.ru/ru>

---

---

ИЗВЕСТИЯ  
Иркутского  
государственного  
университета

---

---

Научная статья

УДК 316.6  
<https://doi.org/10.26516/2304-1226.2026.56.45>

## Психологические предикторы вовлеченности юношей в экстремальные блогинг-коммуникации

И. М. Кыштымова\*

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия  
Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

Е. В. Зими́на

*Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

В. В. Парфенцова

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

**Аннотация.** Отмечается, что пользователи юношеского возраста тотально вовлечены в блогинг-коммуникации. Цель исследования – определить предикторы их участия в экстремальном блогинге. Методы: шкалирование блогов; имманентный анализ стимульного видео; опросники способов совладания и оценки субъективного благополучия PERMA-Profilер. Выявлено, что участники экстремального блогинга в трудных ситуациях прибегают к «дистанцированию» и «избеганию»; их уровень субъективного благополучия ниже, чем в контрольной группе, виртуальная компенсация слабой способности к деятельному решению реальных проблем непродуктивна.

**Ключевые слова:** медиакommunikации, видеоблог, экстремальный блогинг, игра в прятки, субъективное благополучие, стратегии совладания.

---

**Для цитирования:** Кыштымова И. М., Зими́на Е. В., Парфенцова В. В. Психологические предикторы вовлеченности юношей в экстремальные блогинг-коммуникации // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2026. Т. 56. С. 45–60. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2026.56.45>

---

Original article

## Psychological Predictors of Young Men's Involvement in Extreme Blogging Communications

I. M. Kyshtymova\*

*Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation  
Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*

E. V. Zimina

*Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*

V. V. Parfentsova

*Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation*

---

© Кыштымова И. М., Зими́на Е. В., Парфенцова В. В., 2026

\*Полные сведения об авторах см. на последней странице статьи.  
For complete information about the authors, see the last page of the article.

**Abstract.** Modern youth involvement in communication through blogs makes it important to understand the determinants of choice of user trajectories in blog media space. The purpose of the study is to determine strategies of overcoming difficulties and the level of subjective well-being of young adults being participants of extreme blogging communication. Hypothesis: involvement of young men in extreme blogging is unproductive and compensational, they typically choose ineffective strategies of coping behavior, a low level of subjective well-being which is closely related with the type of reaction on stress situations. The study involved 62 people ( $M=17,2$ ). To identify their user preferences blog scaling procedure was used; immanent analysis was used to assess psychological potential of a stimulus video "Extreme hide-and-peek in the abandoned prison"; Ways of Coping Checklist (WCCL) and the method of assessment of subjective well-being Perma-Profil were used to diagnose the participants. Results: extreme blogging participants most commonly use nonproductive coping strategies – avoidance and distancing; the level of their subjective well-being is remarkably lower than that of young men involved in not extreme kinds of blogging, and it is closely related with coping strategies being realized. Virtual compensation of weak ability of young men to actively address real challenges while watching and discussing extreme videos is nonproductive: reinforcing ineffective coping strategies it can induce subjective ill-being.

**Keywords:** Internet communication, video blog, extreme video, game of hide-and-peek, subjective well-being, coping strategies.

---

**For citation:** Kyshtymova I.M., Zimina E.V., Parfentsova V.V. Psychological Predictors of Young Men's Involvement in Extreme Blogging Communications. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Psychology*, 2026, vol. 56, pp. 45-60. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2026.56.45> (in Russian)

---

## Введение

В современном «мире гибридных коммуникаций» [Кастельс, 2017, с. 13] видеоблогинг занимает заметное место. Сайты, на которых их авторы регулярно выкладывают контент в форме видеозаписей, стали самой популярной частью молодежного интернет-пространства после появления хостинга Youtube.

Исследователи справедливо отмечают, что блогосфера является средой, в значительной степени определяющей «то, чем мы являемся» [Lange, 2019]; представляет собой «виртуальный социум, в котором формируется личность» [Филипова, Ардальянова, Абросимова, 2017, с. 9]. При этом изучение воздействия блогинг-коммуникаций на их участников затруднено неразработанностью методологии исследования; сложностью механизмов интернет-опосредствованного взаимодействия; жанровым разнообразием презентуемой блогерами информации; необходимостью разработки и реализации междисциплинарных алгоритмов исследования, интеграции приемов, разработанных в рамках разных научных парадигм.

Исследования видеоблогов проводятся преимущественно в прагматической парадигме полезности. Изучаются репутационный капитал видеоблогеров как эффективный «инструмент социальной коммуникации» [Лушиков, Терских, 2018, с. 47]; особенности организации профессиональных медиаблогов [Иссерс, 2024]; алгоритмы правового регулирования видеоблогинга [Иванов, 2024]; исследуются приемы вовлечения аудитории в блогинг-коммуникацию [Reaching ... , 2021]. Аргументировано суждение, что коммуникативный акт блогера соответствует модели рекламного воздействия с эффектом «заражения»: аудитория «бессознательно усваивает транслируемые образцы поведения и оценок» [Зверева, Шестерина, 2023, с. 420]. Для привлечения потребителей видеоконтента используется «эмоционализация»,

которую понимают как прием и «цель маркетинга» [Фельсер, 2009, с. 73]. Одной из эффективных форм актуализации эмоциональных переживаний, используемых в видеоблогах, является игра, «исконное качество которой кроется в интенсивности, в этой способности приводить в исступление» [Хейзинга, 1992, с. 11].

Ж. Бодрийяр наделяет игровыми функциями все опосредствованные интернетом коммуникации: «...гаджет стремится преодолеть кризис целесообразности и полезности с помощью игрового поведения» [Бодрийяр, 2021, с. 192]. Игра в этих условиях трансформируется, становясь такой «разновидностью удвоения реальности, в ходе которой реальность, понимаемая как игра, вычленяется из нормальной реальности» [Луман, 2005, с. 83]. Игровой жанр видеоблога, являясь игрой в игре, усиливает это удвоение. Цифровой игровой дискурс фантазиен, его социально адаптивные функции редуцируются, при этом актуализируется функция «новой мифологии», позволяющая игроку субъективно легитимизировать значимые переживания; в такой игре происходит «референция реальной реальности, как она осознается, оценивается и всегда предналичествует» [Там же, с. 98].

Получившие развитие в условиях «коммодификации культуры» [Хезмондалш, 2018] игры критически осмыслены Й. Хейзингой как «формы банальных развлечений, принимающих форму игры, но являющихся ее фальсификацией» [Хейзинга, 1992, с. 231]. Игра, используемая адресантами для решения их прагматических задач, лишается созидательных, развивающих свойств, а ее участниками становятся те, «кто готов... использовать такие игры как возможность позволить себе хоть каплю удовольствия и придать жизни видимость жизни» [Хютер, Кварх, 2020, с. 77]. Следствием получаемого «эрзац-удовлетворения» не становится психическая нормализация, наоборот, процесс «накопления тоски, виновности, отказа происходит параллельно процессу... удовлетворения» [Бодрийяр, 2021, с. 333].

Актуализации предельных эмоциональных реакций как средству привлечения подписчиков служит и размещение в видеоблогах экстремального контента. При этом исследования свидетельствуют, что идентификация с актерами экстремальных ситуаций в иммерсивной среде может провоцировать рискованное и асоциальное поведение [Dambrun, Vatine, 2010; Кыштымова, 2020], а к контролю эмоций при просмотре таких видео способны только те зрители, для кого тип транслируемого экстремального поведения является привычным [Understanding ... , 2024]. Известно, что участники реальных форм экстремальной деятельности испытывают состояния измененного сознания, как после употребления психотропных препаратов, и проявляют склонность к химической аддикции [Рабинович, 2013]. При этом вопрос о том, какое воздействие на потребителей оказывает их участие в экстремальных блогинг-коммуникациях, остается без ответа.

Основной целевой аудиторией экстремального блогинга является юношеская, для которой «понятия «риск – опасность – героизм»... синонимичны» [Пузыревич, 2019, с. 112], и особую значимость имеет готовность к преодолению трудностей, определяющая самооценку и социальный статус в

среде сверстников. Но в условиях цифрового опосредствования поведение участника провокационных интернет-коммуникаций: просмотр видео и его обсуждение в чате – не содержит реальных рисков. Привлекательность экстремальных видео для юношей связана с возможностью реализовать свойственное возрасту стремление к преодолению угроз в условиях их отсутствия: «исключение из мира (реального, социального, исторического) в знак безопасности» [Бодрийяр, 2021, с. 26]. Такое «исключенное» участие может вызывать удовольствие, но при этом пользователь «сталкивается с противоречием между пассивностью и нормами морали, которая остается моралью действия» [Там же]. Это противоречие может приводить к чувству вины и, как следствие, снижению уровня субъективного благополучия. Можно предположить, что вовлечению в экстремальные блогинг-коммуникации подвержены юноши, испытывающие сложности при необходимости деятельного решения значимых проблем, неосознанно стремящиеся компенсировать неразвитость эффективных стратегий преодоления препятствий участием в процессах их «зрелищной драматизации» [Там же].

Особенностью видеоблогов является их пролонгация: подписчики просматривают постоянно обновляемый контент и участвуют в его обсуждении. Их комментарии при этом проходят строгую процедуру модерации, что требует от участников соответствия правилам, заданным администраторами блога. Таким образом складывается специфическое сообщество, члены которого являются носителями принятых в нем ценностей и норм поведения. Представления о гомоморфных отношениях между структурой предметной области и ее индивидуальными отображениями [Максимова, Александров, 2023] позволяют рассматривать компоненты психологических структур активных подписчиков видеоблога как продукты их взаимодействий в блогинг-коммуникации. Разнообразие блогов, формальная и содержательная неоднородность их предметных областей требуют проведения психологического анализа размещаемого в конкретном блоге контента с целью определения его психологического потенциала и формирования гипотез о психологических особенностях участников блогинг-сообщества.

Среди жанрового многообразия игр, становящихся основой провокационного видеоконтента, широко распространены традиционно детские, например игра в прятки. Привлекательность прятков для участников блогинг-коммуникаций юношеского возраста представляется парадоксальной: эта игра рассматривается психологами как инструмент преодоления страхов у детей [Винникот, 2002; Захаров, 2000], с помощью которого осваиваются «топосы угрозы» и формируются навыки децентрации [Веселова, 2017, с. 276]. В теории транзактного анализа прятки понимаются как реализуемый участниками общения сценарий, при котором прячущийся занимает позицию ребенка, получая инфантильное удовольствие от подтверждения своей неспособности к противостоянию и принятия фатальной установки «мне всегда не везет» [Берн, 1992]. Можно предположить, что интерес юношей к блогам с «экстремальными прятками» связан с их неосознаваемым желанием социальной легитимизации своей склонности занимать пассивную позицию в сложных жизненных ситуациях.

В процессе нашего исследования проверялось предположение о том, что вовлеченность юношей в экстремальный блогинг носит непродуктивный компенсационный характер. Цель исследования – определение стратегий преодоления трудностей и субъективного благополучия участников экстремальных блогинг-коммуникаций юношеского возраста.

В процессе исследования решались задачи: 1) выявить предпочитаемые юношами блоги, активными подписчиками которых они являются; 2) провести психологический анализ видео, размещенного в наиболее популярном видеоблоге с целью выявления его психологического потенциала и обоснования исследовательских гипотез; 3) определить выраженность показателей уровня субъективного благополучия и копинг-стратегий у участников экстремального блогинга, провести их сравнение с показателями благополучия у юношей, не являющихся потребителями провокационного контента; 4) определить особенности взаимосвязи стратегий преодоления и благополучия в группах юношей, вовлеченных и не вовлеченных в экстремальный блогинг.

Исследовательские гипотезы: юноши, регулярно просматривающие и комментирующие экстремальные игровые видео, характеризуются: 1) непродуктивными стратегиями совладающего поведения; 2) низким уровнем субъективного благополучия; 3) субъективное благополучие участников экстремального блогинга в большей степени связано с их способностью к преодолению сложностей, чем в группе юношей, не вовлеченных в просмотр и обсуждение провокационных видео.

### **Организация и методы исследования**

*Методики исследования.* Для выявления пользовательских предпочтений и определения стимульного видеоблога использовался опросник, заполняя который, участники исследования: 1) указывали названия блогов, контент которых они регулярно просматривают и комментируют; 2) производили их оценку по 10-балльной шкале – от «Мне абсолютно не нравится его контент» до «Я обожаю его видео!»; 3) указывали количество времени, затрачиваемого на просмотр и комментарии этих видеоблогов.

Определение психологического потенциала стимульного экстремального видео, понимаемого как полимодальный медиатекст, осуществлялось в процессе имманентного анализа, предполагающего определение его содержательных (семантических) и формальных (синтаксических) особенностей, обуславливающих влияние на участников блогинг-коммуникации [Гаспаров, 1997; Кыштымова, 2018]. Возможность психологического исследования художественного мира игрового видео основана на представлении о структурной сопряженности функциональных систем искусства и развлечения [Луман, 2005].

Для выявления копинг-стратегий участников блогинг-коммуникаций использовался опросник способов совладающего поведения Р. Лазаруса, С. Фолкман [Методика ... , 2009]; их субъективное благополучие определялось с помощью опросника PERMA-Profilер [Исаева, Акимова, Волкова, 2022]. Обработка полученных данных производилась с помощью методов описательной статистики, непараметрических  $U$ -критерия Манна – Уитни и критерия Спирмена.

*Стимульный материал исследования* определялся на основе анализа пользовательских предпочтений. Опрос показал, что каждый участник исследования подписан на 9–10 каналов видеоблогеров и тратит на просмотр их контента более 19 ч в неделю. Самым популярным среди опрашиваемых оказался канал Димы Масленникова, автор размещает в сети один ролик в две недели, его средняя продолжительность – около часа. Таким образом, юноши, указавшие блог Д. Масленникова, смотрят весь его контент (табл. 1).

Таблица 1

Предпочитаемые юношами видеоблоги

№	БЛОГ	Подписчики, %	Оценка	Время, ч/нед.	№	БЛОГ	Подписчики, %	Оценка	Время
1	Дима Масленников	66	7,62	1–2	11	Приятный Ильдар	11	7,57	1–2
2	Kurpinov	43	8,54	3–6	12	Шастун	10	6,50	1–2
3	Влад А4	23	3,45	3–6	13	Алексей Столяров	8	6,80	3–6
4	MrBeast	20	5,15	1–2	14	Литвин	8	4,80	1–2
5	TheBrianMaps	19	8,3	3–6	15	Utopia show	6	9,50	1–2
6	Anastasiz	18	9,54	1–2	16	Егорик	6	8,00	1–2
7	ЕеOneGuy	16	6,00	1–2	17	Карина Карамбейби	6	7,50	1–2
8	Даник	15	7,33	1–2	18	Супер Стас	6	8,25	1–2
9	Катя Клэп	13	6,50	1–2	19	Сьендук	6	10,00	3–6
10	Windy31	11	7,12	1–2		Ян Топлес	6	8,75	1–2

Аудитория видеоблога Д. Масленникова в 2025 г. составила 18,9 млн подписчиков. Ее особенностью является выраженное стремление к установлению связей с автором канала и между собой [Зверева, Шестерина, 2023]. В блоге размещаются экстремальные видео: GhostBuster и «Экстремальные прятки». Последнее определено в качестве стимульного материала исследования.

*Участники исследования.* В исследовании приняли участие 62 старшеклассника в возрасте от 16 до 18 лет, из них 34 юноши и 28 девушек, все являются активными участниками блогосферы, при этом 31 чел. (17 юношей и 14 девушек) – подписчики блога Д. Масленникова (смотрят все выпуски «Экстремальных прятков» и участвуют в их обсуждении).

### Результаты исследования и их обсуждение

Для обоснования гипотез о предикторах вовлеченности в экстремальный блогинг осуществлен психологический анализ видео «Экстремальные прятки в заброшенной тюрьме»<sup>1</sup>.

Центральным образом анализируемого нарратива является тюрьма – традиционный символ неволи. Игровая установка «спрятаться в тюрьме» удваивает мотив изоляции, его усилению служит и определение «заброшенная». Образ тюрьмы в сознании человека психологи связывают с трудностями самореализации [Серебрякова, 2020]. В прецедентных текстах этот образ

<sup>1</sup> URL: <https://disk.yandex.ru/i/2EzNTGju8wptag>; <https://disk.yandex.ru/d/xxoSkWnfr6liOw> (дата обращения: 20.12.2025).

используется в сюжетах об обретении свободы и независимости. Исследуемый игровой нарратив трансформирует прецедентные смыслы: игрок должен не покинуть тюрьму, а глубже интегрироваться в ней – спрятаться. Образы локальных пространств, в которых прячутся герои, вульгарны: туалет, мусор... – изоляция таким образом символически связана с социально низким топосом, «мужество» находится там – это инвертированный вариант действительного мужества преодоления. На грязных тюремных стенах – плакат, выполненный в стилистике соцреализма, его призыв «Честью семьи дорожи» ироничен в пенитенциарном дискурсе.

Образы участников семантически полярны: деятельный, энергичный и властный полюс представлен ведущим Д. Масленниковым, пассивный и послушный – участниками игры. Правила игрового дискурса, заданные ведущим, безальтернативны, за их нарушение одна из участниц (Бэлла) подвергнута публичному наказанию. При внешней несхожести участников игры их образы художественно унифицированы кадрами сигналетической съемки, габитарной реминисценцией к голливудским фильмам тюремного жанра (оранжевые комбинезоны с идентификационным номером). Психологическая однородность маркируется сходными управляемыми моделями поведения, выражением принятия объективно неприятных ситуаций, например: «Офигенно! Даже если он меня будет трогать, то я буду мусором по сути – мягким, ну и че, главное, тихим». Непритязательность образов участников вызывает доверие подписчиков, провоцируя процесс выбора фокального персонажа и идентификацию с ним. Этому способствует и презентация до начала игры мест, где будут прятаться игроки. Предварительное знание делает зрителей соучастниками не действий ищущего («охранника»), но бездействия скрывающихся, задача которых – ждать предрешенного финала. Образ времени маркирует тягостность ожидания: «Посмотрел на часы – прошло минут тридцать, а по ощущениям часа два».

Вовлечение в транслируемый игровой нарратив поддерживается речевой экспрессией ведущего и в меньшей мере игроков. Обценная лексика передает «такой пик эмоционального состояния, что перестают действовать любые моральные нормы» [Волошин, Полипова, 2018]. Ее использование в блогинге, с одной стороны, выполняет функцию привлечения молодежи, для которой легитимизация нарушения культурных речевых границ становится знаком принятия в сообщество; с другой – отражает общую тенденцию к использованию неприличных слов в устной речи [Розина, 2014].

Свойственная обычным играм агональность в «Экстремальных прятках» редуцирована, условная «победа» заключается лишь в порядке проигрыша, избежать которого (быть найденным) невозможно. Игра требует от участников принятия институциональных правил: полного подчинения лидеру, исполнения пассивной ролевой функции и самоконтроля; можно предположить, что таким образом происходит развитие или укрепление фатальных установок – готовности принимать исход событий, избегая деятельного участия в них.

На следующем этапе исследования изучались стратегии преодоления и субъективное благополучие участников экстремального блогинга. Выявлено, что у них наиболее выражены непродуктивные стратегии преодоления сложных ситуаций: «дистанцирование» и «бегство – избегание». Юноши, вовлеченные в просмотр и обсуждение экстремального контента и «преодолевающие опасности» в условиях компьютерного опосредствования, в реальных ситуациях не проявляют склонность к действенному разрешению трудностей, уклоняясь от решения сложных жизненных задач и используя непродуктивные защитные механизмы.

В контрольной группе значения всех показателей совладания находятся в зоне умеренного использования стратегии: 40–60 (табл. 2).

*Таблица 2*

Выраженность копинг-стратегий у участников, вовлеченных и невовлеченных в экстремальный блогинг

Стратегии	Группы		p
	вовлеченные	невовлеченные	
Конфронтация	56,3	54,1	0,233
Дистанцирование	<b>62,0</b>	55,6	<b>0,001</b>
Самоконтроль	53,7	46,6	<b>0,001</b>
Поиск поддержки	51,5	52,0	0,740
Принятие ответственности	56,8	49,3	<b>0,004</b>
Бегство – избегание	<b>66,5</b>	55,4	<b>0,000</b>
Планирование решения проблем	53,4	55,5	0,224
Положительная переоценка	55,0	52,6	0,175

*Примечание:* жирным шрифтом выделены 1) значения показателей оцениваемых переменных, превышающих нормативный уровень; 2) значения статистических показателей значимости групповых различий (p).

Сравнение групповых показателей стратегий преодоления трудностей показало, что у вовлеченных в экстремальный блогинг юношей выше, чем в контрольной группе, не только значения «дистанцирования» и «бегства – избегания», но также стратегий «самоконтроль» и «принятие ответственности». Подавление и сокрытие эмоций, связанных с переживанием трудной ситуации, как и готовность к анализу своего поведения, характерные для этих стратегий, в сочетании со склонностью к дистанцированию и избеганию могут свидетельствовать об актуализации компенсационных механизмов, лежащих в основе предпочтения юношами экстремальных блогинг-коммуникаций.

Анализ выраженности показателей субъективного благополучия участников исследования показал, что в экспериментальной группе представленность основных компонентов благополучия: позитивных эмоций, вовлеченности, взаимоотношений, смысла, достижений и счастья, а также здоровья – меньше, чем в контрольной (табл. 3). И наоборот, значения шкал, маркирующих симптомы нарушения благополучия («негативные эмоции» и «одиночество») оказались выше у юношей, вовлеченных в экстремальный контент.

Таблица 3

Показатели субъективного благополучия участников исследования, вовлеченных и невовлеченных в экстремальный видеоблогинг

Шкала	Группа		p
	экспериментальная	контрольная	
Позитивные эмоции	6,7	7,8	<b>0,013</b>
Вовлеченность	6,7	6,9	0,530
Взаимоотношения	6,3	7,7	<b>0,005</b>
Смысл	6,0	7,1	<b>0,032</b>
Достижения	6,9	7,3	0,373
Счастье	6,5	8,1	<b>0,003</b>
Негативные эмоции	6,7	5,5	<b>0,001</b>
Здоровье/силы	5,6	6,5	0,099
Одиночество	5,2	4,4	0,193
Общий показатель благополучия Perma	6,5	7,4	<b>0,023</b>

*Примечание:* жирным шрифтом выделены значения статистических показателей достоверности групповых различий.

Определение уровня статистической значимости различий выраженности благополучия в экспериментальной и контрольной группах показало, что активные потребители экстремального блогинг-контента Д. Масленникова значительно меньше способны «сохранять оптимизм и смотреть на свое прошлое, настоящее и будущее с позитивной точки зрения» [Исаева, Акимова, Волкова, 2022, с. 118]; реже выстраивают прочные и доверительные отношения и реализуют в своей жизни значимые идеи. Они менее счастливы, чем юноши, не проявляющие интереса к исследуемому блогу, чаще испытывают беспокойство, грустят и злятся (рис. 1).

При анализе корреляций между стратегиями преодоления трудностей, характерных для участников исследования, и показателями их субъективного благополучия обнаружено, что в экспериментальной группе таких взаимосвязей значительно больше (24), чем в контрольной (13), т. е. удовлетворенность или, наоборот, недовольство жизнью участников экстремальных блогинг-коммуникаций в большей степени зависит от возможностей их реагирования на стрессовые ситуации (табл. 4).

Стратегия реагирования «переоценка» (изменение отношения к сложной ситуации) в экспериментальной группе связана со всеми показателями благополучия, ее можно рассматривать как основной предиктор субъективного благополучия активных подписчиков исследуемого видеоблога; в контрольной группе такая закономерность выражена слабее.

У вовлеченных в экстремальный блогинг юношей самоконтроль положительно коррелирует с позитивными эмоциями. Поиск социальной поддержки в обеих группах ожидаемо связан с взаимоотношениями, при этом у вовлеченных в экстремальный блогинг участников, в отличие от членов контрольной группы, желание поддержки также связано с позитивными эмоциями, достижениями, счастьем, здоровьем и общим показателем удовлетворенности.

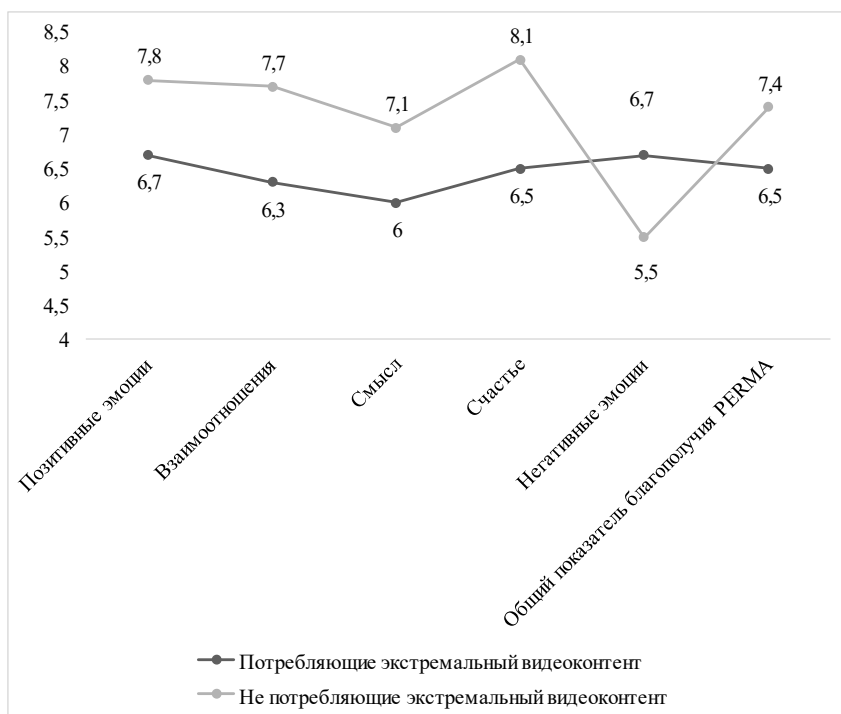


Рис. 1. Показатели субъективного благополучия у юношей и девушек, вовлеченных и невовлеченных в экстремальный видеоблогинг ( $p < 0,05$ )

Таблица 4

Значимая ( $p < 0,01$ ) взаимосвязь показателей субъективного благополучия<sup>1</sup> и копинг-стратегий участников исследования, вовлеченных и невовлеченных в экстремальный блогинг

Копинг-стратегии	Субъективное благополучие								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Экспериментальная группа									
Самоконтроль	0,37*					0,42*	0,38*		
Поддержка	0,53*		0,59*		0,45*	0,4*	0,54*		0,55*
Ответственность				0,37*					
Планирование	0,43*	0,38*	0,39*	0,59*		0,42*			0,54*
Переоценка	0,45*	0,64*	0,43*	0,4*	0,41*	0,45*	0,39*		0,57*
Контрольная группа									
Конфронтация			0,38*		0,36*				
Поддержка			0,36*						
Ответственность								-0,45*	
Бегство				0,37*					
Планирование		0,45*			0,47*				0,41*
Переоценка		0,37*		0,47*	0,46*	0,53*			0,42*

Примечание: 1 – позитивные эмоции, 2 – вовлеченность, 3 – взаимоотношения, 4 – смысл, 5 – достижения, 6 – счастье, 7 – здоровье (силы), 8 – одиночество, 9 – общий показатель благополучия PERMA.

Планирование решения проблем связано с большей частью показателей субъективного благополучия: позитивными эмоциями, вовлеченностью, взаимоотношениями, смыслом, счастьем – в экспериментальной группе; ответственность положительно коррелирует со смыслом.

Согласно полученным данным, наиболее выраженные у юношей, вовлеченных в экстремальные блогинг-коммуникации, способы преодоления трудностей: дистанцирование и избегание, а также конфронтация никак не связаны с показателями их субъективного благополучия.

На следующем этапе исследования проводилось обсуждение его результатов. Анализ игрового видео «Экстремальные прятки в заброшенной тюрьме», которое смотрят и обсуждают участвующие в исследовании юноши, показал, что его можно считать развернутой метафорой стратегий дистанцирования и избегания, – поощряемой целью фокальных персонажей, с которыми идентифицируются участники блогинга, является пассивное ожидание разрешения игровой (проблемной) ситуации. Поэтому высокая выраженность у подписчиков блога непродуктивных стратегий преодоления проблемных ситуаций представляется закономерной. Полученные результаты свидетельствуют, что действительное разрешение реальных жизненных проблем представляет для них серьезную трудность, преодолению сложностей они предпочитают отстранение от них, а возникающую вследствие неразрешенных трудностей тревогу снижают в процессе участия в «Экстремальных прятках», получая удовлетворение от легитимизации позиции «спрятавшегося» от проблем.

Большие, чем в контрольной группе, значения стратегий «принятие ответственности» и «самоконтроль» могут маркировать склонность к осознанию внутренних источников своих проблем и самокритичность подписчиков анализируемого блога. С другой стороны, поскольку значения этих стратегий находятся в нормативной зоне значений, можно предположить, что у юношей, участвующих в экстремальном блогинге, выше уровень рефлексии, что актуализирует потребность компенсирующего участия в виртуальных процессах преодоления препятствий.

О непродуктивности такой формы компенсации свидетельствуют данные о субъективном неблагополучии юношей, вовлеченных в экстремальный блогинг. Пассивная роль «прячущегося», одобряемая в игровом сообществе, не эффективна в реальности, и удовлетворение, получаемое в иммерсивной среде, не снижает, а усиливает чувство неблагополучия в реальности.

Связанность благополучия участников экстремального блогинга со способами реагирования на трудности маркирует особую значимость для них проблемных ситуаций, что может быть связано с неудачным опытом решения проблем и переживанием своей беспомощности. При этом виртуальные формы преодоления, в которые вовлекаются участники экстремальной игры, принося им удовлетворение, закрепляют потребность в пролонгации блогинг-коммуникаций.

Анализ стимульного видео показал, что транслируемые «экстремальные» ситуации наделяются нестандартными коннотациями, их прецедентные

смыслы трансформируются. Поэтому выявленная у подписчиков блога Д. Масленникова связанность стратегии «переоценка» со всеми показателями субъективного благополучия представляется закономерной. Можно предположить, что зрители, участвуя в обсуждении игрового контента, размещенного в блоге, виртуально восполняют потребность в таком когнитивно нагруженном способе реагирования на жизненные трудности.

Связь положительных эмоций со способностью к регуляции эмоционального состояния в трудных ситуациях, обнаруженная в экспериментальной группе, отвечает предположению о том, что «Экстремальные прятки» требуют от игроков самоконтроля, и маркирует значимость для испытуемых этого типа реагирования на трудности.

Выявленная в группе участников экстремального блогинга взаимосвязь критериев субъективного благополучия (позитивных эмоций, достижения, счастья, здоровья и общего показателя удовлетворенности) с использованием стратегии социальной поддержки указывает на острую потребность в помощи и принятии, с удовлетворением которой связано участие в блогинг-коммуникации.

Согласно полученным данным, благополучие вовлеченных в экстремальный блогинг юношей в большей степени связано с их готовностью к преодолению проблемных ситуаций посредством их анализа и планирования решений, чем у участников контрольной группы. Это может свидетельствовать о когнитивной фиксации на способах выхода из трудных ситуаций, субъективной значимости эффективных решений.

Обнаруженная в группе вовлеченных в экстремальный контент юношей связь позитивных эмоций с такими копинг-стратегиями, как самоконтроль, поиск социальной поддержки, планирование и самооценка, как и отсутствие взаимосвязи позитивных эмоций с любыми копинг-стратегиями в контрольной группе, маркируют значимость реализуемых в блогинг-коммуникации «Экстремальные прятки» стратегий и позволяют заключить, что вовлеченность в эту игру носит компенсаторный характер: виртуальная реализация указанных стратегий вызывает положительные эмоции.

## **Выводы**

Жизнедеятельность современного человека опосредствована цифровыми коммуникациями. Понимание характера этого опосредствования осложнено огромным разнообразием видов цифровых сред, важнейшим из них является блогосфера, психологическая значимость которой связана с ее коммуникативной природой – формированием виртуальных сообществ, члены которых просматривают и активно обсуждают размещаемый блогером контент, разделяют общие ценности и модели поведения.

В процессе изучения психологического значения такого сообщества для его участников юношеского возраста мы, во-первых, определили наиболее популярный у старшеклассников блог, затем на основе психологического анализа размещенного в нем видео «Экстремальные прятки в заброшенной тюрьме» сформулировали гипотезы о непродуктивном компенсационном

характере вовлеченности в процессы просмотра и обсуждения этого контента, о ее связанности со склонностью использовать в трудных жизненных ситуациях стратегии дистанцирования и избегания, которые легитимизируются в сообществе блога, а также о том, что уровень субъективного благополучия участников экстремального блогинга невысок. Эмпирическая проверка показала, во-первых, обоснованность сделанных предположений и, во-вторых, продуктивность исследовательского алгоритма, согласно которому изучение психологии человека в блогосфере обязательно должно включать анализ размещаемого в конкретном блоге контента, понимаемого как полимодальный художественный текст, т. е. требует междисциплинарного подхода. Полученные результаты дают основание и для предположения о том, что блогосфера может содержать потенциал развития продуктивных способов преодоления трудностей, проверка этой гипотезы требует исследования других блогов.

### Список литературы

- Берн Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Л.: Лениздат, 1992. 400 с.
- Бодрийяр Ж.* Общество потребления. М.: АСТ, 2021. 384 с.
- Веселова И.* Визуальный инструментарий и эмоциональный опыт. Игра в прятки // Первичные знаки / назначенная реальность. СПб.: Проппов. центр, 2017. С. 272–286.
- Винникот Д. В.* Игра и реальность. М.: Ин-т общегуманитар. исслед., 2002. 288 с.
- Волошин Ю. К., Политова Е. А.* Семиотика и обценная лексика // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. № 4(32). С. 82–88. [https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-4\(32\)-82-88](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-4(32)-82-88)
- Гаспаров М. Л.* Избранные труды. Т. II. О стихах. М.: Языки рус. культуры, 1997. 504 с.
- Захаров А. И.* Дневные и ночные страхи у детей. СПб.: Союз, 2000. 448 с.
- Зверева Е. А., Шестерина А. М.* Интерактивный компонент медиа контента как средство формирования комьюнити // Медиалингвистика. 2023. № 10 (3). С. 407–423. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.308>
- Иванов А. А.* Videоблог педагогического работника: правовые аспекты // Право и государство: теория и практика. 2024. № 10 (238), С. 173–177.
- Исаева О. М., Акимова А. Ю., Волкова Е. Н.* Опросник благополучия PERMA-Profilер: апробация русскоязычной версии // Социальная психология и общество. 2022. Т. 13, № 3. С. 116–133. <https://doi.org/10.17759/sps.2022130308>
- Иссерс О. С.* Videоблог врача как новая дискурсивная практика медицинского общения в виртуальной среде // Коммуникативные исследования. 2024. Т. 11, № 4. С. 730–745.
- Кастельс М.* Власть коммуникации. М.: Издат. дом ВШЭ, 2017. 591 с.
- Кыштымова И. М.* Психологический анализ медиатекста: образ животного в рекламном нарративе // Российский психологический журнал. 2018. № 3 (15). С. 209–228. <https://doi.org/10.21702/rpj.2018.3.10>
- Кыштымова И. М.* Восприятие молодежью «экстремальной» рекламы (на примере Adrenaline Rush) // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3, С. 514–529. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(3\).514-529](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(3).514-529)
- Лузан Н.* Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.
- Луциков В. А., Терских М. В.* Videоблогинг как инструмент социальной коммуникации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. № 4 (13). С. 47–56.
- Максимова Н. Е., Александров И. О.* Психологические структуры: системно-эволюционная парадигма. М.: Ин-т психологии РАН, 2023. 440 с.
- Методика психологической диагностики способов совладания со стрессовыми и проблемными для личности ситуациями / Л. И. Вассерман [и др.].* СПб.: Изд-во НИПНИ им. В. М. Бехтерева, 2009. 39 с.

Пузыревич Н. Л. Подростковый нарратив как метод изучения отношения к рискованному поведению у современных подростков // Вестник Барановичского государственного университета. Серия: Педагогические науки. Психологические науки. Филологические науки. 2019. № 7 (19). С. 109–113.

Рабинович М. И. Преднамеренный спортивный и дорожно-транспортный риск у подростков и молодежи (по материалам франкоязычной периодики 2000-х) // Современная зарубежная психология. 2013. № 2 (2). С. 101–117.

Розина Р. И. Активные процессы в современной русской речи // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. 2014. № 2. С. 221–234.

Серебрякова К. А. Образ тюрьмы как отражение последствий травмы развития личности. Анализ случаев // Антология российской психотерапии и психологии. Специальный выпуск. М. : Общерос. проф. психотерапевт. лига, 2020. С. 197–203.

Фельсер Г. Психология потребителей и реклама. Харьков : Гуманитар. центр, 2009. 704 с.

Филипова А. Г., Ардалянова А. Ю., Абросимова Е. Е. Videоблогинг и современные подработки: опасности интернет-пространства // Теория и практика общественного развития. 2017. № 8. С. 9–13.

Хезмондали Д. Культурные индустрии. М. : Издат. дом Высш. шк. экономики, 2018. 456 с.

Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня. М. : Прогресс : Прогресс-Академия, 1992. 464 с.

Хютер Г., Кварх К. Спасите игру! Ведь жизнь – это не просто функция. М. : Ресурс, 2020, 192 с.

Dambrun M. L., Vatine E. Reopening the study of extreme social behaviors: Obedience to authority within an immersive video environment // European Journal of Social Psychology. 2010. Vol. 40. P. 760–773. <https://doi.org/10.1002/ejsp.646>.

Lange P. G. Thanks for Watching: An Anthropological study of video sharing on YouTube. Colorado : University Press of Colorado, 2019. 363 p.

Reaching audiences through travel vlogs: The perspective of involvement / D. Xu [et al.] // Tourism Management. 2021. Vol. 86. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104326>

Understanding consumers' emotional responses towards extreme foodporn contents in social media: Case of whole oven baked camel / O. Güler [et al.] // International Journal of Gastronomy and Food Science. 2024. Vol. 35. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100868>

## References

Bern Je. *Igry, v kotorye igrajut ljudi. Ljudi, kotorye igrajut v igry* [Games People Play. People Who Play Games]. Leningrad, Lenizdat Publ., 1992, 400 p. (in Russian)

Bodrijjar Zh. *Obshhestvo potreblenija* [Consumer Society]. Moscow, AST Publ., 2021, 384 p. (in Russian)

Veselova I. Vizualnyj instrumentarij i jemocionalnyj opyt. Igra v prjatki [Visual tools and emotional experience. Hide and seek]. *Pervichnye znaki / naznachennaja realnost* [Primary signs / assigned reality]. St. Petersburg, Proppov center Publ., pp. 272-286. (in Russian)

Vinnikot D.V. *Igra i realnost* [Game and Reality]. Moscow, Institute for General Humanitarian Research Publ., 2002, 288 p. (in Russian)

Voloshin Ju.K., Politova E.A. Semiotika i obscennaja leksika [Semiotics and obscene vocabulary]. *Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki* [Actual problems of philology and pedagogical linguistics], 2018, no. 4(32), pp. 82-88. [https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-4\(32\)-82-88](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-4(32)-82-88) (in Russian)

Gasparov M.L. *Izbrannye trudy. T. 2. O stihah* [Selected Works, Vol. 2. About Poems]. Moscow, Languages of Russian Culture Publ., 1997, 504 p. (in Russian)

Zaharov A.I. *Dnevnye i nochnye strahi u detej* [Day and night fears in children]. St. Petersburg, Sojuz Publ., 2000, 448 p. (in Russian)

Zvereva E.A., Shesterina A.M. Interaktivnyj komponent media kontenta kak sredstvo formirovaniya komjuniti. [Interactive component of media content as a means of community formation]. *Medialingvistika* [Medialinguistics], 2023, vol. 10, no. 3, pp. 407-423. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.308> (in Russian)

Ivanov A.A. Videoblog pedagogicheskogo rabotnika: pravovye aspekty [Video blog of a teaching staff member: legal aspects]. *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika* [Law and state: theory and practice], 2024, vol. 10 (238), pp. 173-177. (in Russian)

Isaeva, O.M. Akimova A.Ju., Volkova E.N. Oprosnik blagopoluchija PERMA-Profilera: aprobacija russkojazychnoj versii [The PERMA-Profiler well-being questionnaire: testing the Russian-language version]. *Socialnaja psihologija i obshhestvo* [Social Psychology and Society], 2022, vol. 13, no. 3, pp. 116-133. <https://doi.org/10.17759/sps.2022130308> (in Russian)

Issers O.S. Videoblog vracha kak novaja diskursivnaja praktika medicinskogo obshhenija v virtualnoj srede [Doctor's video blog as a new discursive practice of medical communication in a virtual environment]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], 2024, no. 11 (4), pp. 730-745. (in Russian)

Kastel's M. *Vlast' kommunikacii* [The Power of Communication]. Moscow, HSE Publ., 2024, 591 p. (in Russian)

Kyshtymova I.M. Psihologicheskij analiz mediateksta: obraz zhivotnogo v reklamnom narrative [Psychological analysis of media text: the image of an animal in an advertising narrative]. *Rossijskij psihologicheskij zhurnal* [Russian Psychological Journal], 2018, vol. 3 (15), pp. 209-228. <https://doi.org/10.21702/rpj.2018.3.10> (in Russian)

Kyshtymova I.M. Vospriyatie molodezh'ju "jekstremalnoj" reklamy (na primere Adrenaline Rush) [Perception of Extreme Advertising by Young People (by the example of Adrenaline Rush commercials)]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Theoretical and Practical Issues of Journalism], 2020, vol. 9(3), pp. 514-529. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(3\).514-529](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(3).514-529) (in Russian)

Luman N. *Realnost massmedia* [The Reality of Mass Media]. Moscow, Praxis Publ., 2005, 256 p. (in Russian)

Lushhikov V.A., Terskih M.V. Videoblogging kak instrument social'noj kommunikacii [Video blogging as a tool of social communication]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija: Obshhestvennye nauki* [Bulletin of Tambov University. Series: Social Sciences], 2018, vol. 4 (13), pp. 47-56. (in Russian)

Maksimova N.E., Aleksandrov I.O. *Psihologicheskie struktury: sistemno – jevoljucionnaja paradigma* [Psychological structures: systemic-evolutionary paradigm]. Moscow, Institute of Psychology Russian Academy of Sciences Publ., 2023, 440 p. (in Russian)

Medvedeva E.V. Specifika auditorii videobloga i ee vlijanie na process social'noj kommunikacii [Specifics of the video blog audience and its influence on the process of social communication]. *Medialingvistika* [Medialinguistics], 2021, vol. 8, no. 3, pp. 261-272. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.305> (in Russian)

Vasserman L.I. et. al. *Metodika psihologicheskaj diagnostiki sposobov sovladanija so stressovymi i problemnymi dlja lichnosti situacijami* [Methodology of psychological diagnostics of ways of coping with stressful and problematic situations for the individual]. St. Petersburg, Bekhterev Scientific Research Institute Publ., 2009, 39 p. (in Russian)

Puzyrevich N.L. Podrostkovyj narrativ kak metod izuchenija otnoshenija k riskovannomu povedeniju u sovremennyh podrostkov [Adolescent narrative as a method for studying attitudes toward risky behavior in modern adolescents]. *Vestnik Baranovichskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Pedagogicheskie nauki. Psihologicheskie nauki. Filologicheskie nauki* [Bulletin of Baranovichi State University. Series: Pedagogical Sciences. Psychological Sciences. Philological Sciences], 2019, vol. 7 (19), pp. 109-113. (in Russian)

Rabinovich M.I. Prednamerennoj sportivnyj i dorozhno-transportnyj risk u podrostkov i molodezhi (po materialam frankojazychnoj periodiki 2000-h) [Intentional sports and road traffic risk in adolescents and young adults (based on materials from French-language periodicals of the 2000s)]. *Sovremennaja zarubezhnaja psihologija* [Modern Foreign Psychology], 2013, vol. 2 (2), pp. 101-117. (in Russian)

Rozina R.I. Aktivnye processy v sovremennoj russkoj rechi [Active processes in modern Russian speech]. *Trudy instituta russkogo jazyka im. V.V. Vinogradova* [Proceedings of the V.V. Vinogradov Russian Language Institute], 2014, vol. 2, pp. 221-234. (in Russian)

Serebrjakova K. A. Obraz tjurny kak otrazhenie posledstvij travmy razvitiya lichnosti. Analiz sluchaev [The image of prison as a reflection of the consequences of trauma in personality development. Case analysis]. *Antologiya rossijskoj psichoterapii i psichologii, Spetsialnyi vypusk* [Anthology of Russian psychotherapy and psychology, Special issue]. Moscow: All-Russian professional psychotherapeutic league Publ., 2020, pp. 197-203. (in Russian)

Felser G. *Psihologija potrebitelej i reklama* [Consumer Psychology and Advertising]. Khar'kov, Humanitarian Center Publ., 2009, 704 p. (in Russian)

Filipova A.G., Ardaljanova A.Ju., Abrosimova E.E. Videoblogging i sovremennye podrostki: opasnosti internet-prostranstva [Video blogging and modern teenagers: the dangers of the Internet space]. *Teorija i praktika obshhestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 2017, vol. 8, pp. 9-13. (in Russian)

Hezmondalsh D. *Kulturnye industrii* [Cultural Industries]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2018, 456 p. (in Russian)

Hejzinga J. *Homo Ludens. V teni zavtrashnego dnja* [Homo Ludens. In the Shadow of Tomorrow]. Moscow, Progress – Progress Academy Publ., 1992, 464 p. (in Russian)

Hjuter G., Kvarh K. *Spasite igru! Ved zhizn – jeto ne prosto funkcija* [Save the game! Because life is not just a function]. Moscow Resource Publ., 2020, 192 p. (in Russian)

Dambrun M.L., Vatine E. Reopening the study of extreme social behaviors: Obedience to authority within an immersive video environment. *European Journal of Social Psychology*, 2010, vol. 40, pp. 760-773. <https://doi.org/10.1002/ejsp.646>

Lange P.G. *Thanks for Watching. An Anthropological Study of Video Sharing on YouTube*. Colorado, University Press of Colorado, 2019, 363 p.

Xu D. et al. Reaching audiences through travel vlogs: The perspective of involvement. *Tourism Management*, 2021, vol. 86. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104326>

Güler O. et al. Understanding consumers' emotional responses towards extreme foodporn contents in social media: Case of whole oven baked camel. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2024, vol. 35. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100868>

#### Сведения об авторах

##### **Кыштымова Ирина Михайловна**

доктор психологических наук, профессор,  
кафедра психологии образования  
и развития личности  
Иркутский государственный университет  
Россия, 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1  
e-mail: [info@creativity.ru](mailto:info@creativity.ru)

##### **Зимина Екатерина Викторовна**

кандидат социологических наук, доцент,  
заведующий кафедрой социологии  
и психологии  
Байкальский государственный университет  
Россия, 664000, г. Иркутск, ул. Ленина, 11  
e-mail: [ZiminaEV@bgu.ru](mailto:ZiminaEV@bgu.ru)

##### **Парфенцова Виктория Владимировна**

специалист по учебно-методической работе,  
Юридический институт  
Иркутский государственный университет  
Россия, 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1  
e-mail: [vita\\_muller@vk.com](mailto:vita_muller@vk.com)

#### Information about authors

##### **Kyshtymova Irina Mihajlovna**

Doctor of Sciences (Psychology), Professor  
Department of Psychology of Education  
and Personal Development  
Irkutsk State University  
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003,  
Russian Federation  
e-mail: [info@creativity.ru](mailto:info@creativity.ru)

##### **Zimina Ekaterina Viktorovna**

Candidate of Sciences (Sociology),  
Associate Professor, Dean of the Department  
of Sociology and Psychology  
Baikal State University  
11, Lenin st., Irkutsk, 664000, Irkutsk,  
Russian Federation  
e-mail: [ZiminaEV@bgu.ru](mailto:ZiminaEV@bgu.ru)

##### **Parfentsova Victoria Vladimirovna**

Specialist in Educational and  
Methodological Work, Law Institute  
Irkutsk State University  
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003,  
Russian Federation  
e-mail: [vita\\_muller@vk.com](mailto:vita_muller@vk.com)

Статья поступила в редакцию 09.01.2026; одобрена после рецензирования 13.05.2026; принята к публикации 21.05.2026  
The article was submitted January, 09, 2026; approved after reviewing May, 13, 2026, accepted for publication May, 21, 2026