

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

**ТЕМА «Специфіка стереотипізації сучасних молодіжних субкультур в
Інтернеті (на прикладі субкультури аніме)»**

Освітньо-професійна програма

Соціальна та культурна журналістика

галузь знань **06 Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Терехова Д. А.

Керівник: Ревенко В. Г.

Рецензент: ст. вик. каф. телереп. майстр.

ХДАК Маслов Є. Ф.

Допущена до захисту на засіданні кафедри
журналістики « » _____ 2021 р.,

Протокол №

Харків 2021

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СУБКУЛЬТУРНОЇ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ..... | 6 |
| 1.1 Особливості субкультури «аніме»..... | 6 |
| 1.2 Стереотипний образ представників молодіжної субкультури «аніме».... | 12 |
| 1.3 Вплив Інтернету на формування стереотипних образів..... | 15 |
| РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНО-ПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СУБКУЛЬТУРНОЇ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ..... | 19 |
| 2.1 Методи дослідження і опис вибірки..... | 19 |
| 2.2 Аналіз отриманих результатів..... | 20 |
| 2.3 Пояснювальна записка проєктного відеоматеріалу..... | 30 |
| ВИСНОВКИ..... | 38 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 40 |

ВСТУП

Ідея проєкту: молодіжні субкультури стають все більш популярними у нашому суспільстві. Вони висвітлюються у традиційних і новітніх ЗМІ з різних боків. Однак, як же статті, аудіо- та відеоматеріали впливають на формування стереотипів щодо субкультури, необхідно дослідити.

Актуальність теми дослідження. У ХХІ столітті основний напрямок модернізації футурологи пов'язують з цифровою економікою, штучним інтелектом і робототехнікою, а здійснювати всі ці сміливі мрії і вирішувати проблеми кіберкультури належить новому «цифровому поколінню» («digital natives») молоді - в тому числі української.

«Цифрові племена», тобто молодіжні субкультури, що мешкають переважно в Мережі, виникають і змінюються швидше, ніж старше покоління встигає їх вивчити і виробити адекватні механізми взаємної адаптації. Однією з найбільш численних і креативних молодіжних субкультур є аніме-культура. У той же час субкультура аніме живе досить довго, щоб на її прикладі можна було вивчити одну з небагатьох глобальних (транснаціональних) культур, в яких в Україні є своє «представництво», тобто локальний автономний аніме-фендом.

Способи існування такої субкультури, як і реакція на неї різних груп суспільства висвітлюють багато приховані процеси і тенденції сучасної України. Субкультура аніме в цьому контексті може розглядатися як соціокультурний інститут, в рамках якого здійснюється як трансляція культурних цінностей і зразків, так і зворотний зв'язок - інтерпретація, критика і зміна цих культурних кодів з боку молодого покоління.

Так як дана субкультура розглядається як соціальне явище, сучасні ЗМІ, особливо простір Інтернет, впливають на формування і розвиток субкультури. Разом з тим, висвітлюючи тематику аніме, відбувається стереотипізація про субкультуру, а також її представників.

Об'єкт дослідження - транснаціональна субкультура аніме (аніме-фендом) як соціокультурна група.

Предмет дослідження - формування стереотипів про субкультуру в мережі Інтернет.

Мета дослідження - встановити роль Інтернету у формуванні стереотипів про субкультуру «аніме».

Дана мета визначила постановку конкретних дослідницьких завдань:

1. Визначити особливості розвитку субкультури «аніме»;
2. Визначити вплив Інтернету на формування стереотипів о субкультури;
3. Провести опитування серед представників субкультури «аніме» щодо стереотипів серед населення;
4. Записати та описати проєктний відеоролик.

У роботі були використані наступні *методи*:

- методи теоретичного дослідження – систематизація, теоретичний аналіз літератури, складання бібліографії, цитування.
- емпіричні методи – тестування, опитування, анкетування.

Джерела проєкту: складаються з робіт провідних українських і зарубіжних соціологів:

Також джерелами проєкту стали: люди віком від 14 до 23 у кількості 25 осіб (14 – жіночої статі та 11 – чоловічої статі), які є представниками субкультури «аніме»; пересічні громадяни віком від 30 до 55 років у кількості 21 особа (12 – жіночої статі, 9 - чоловічої).

Робота над проєктом: для початку роботи над проєктом, було проаналізувано літературні джерела для:

- розкриття поняття «субкультура», «аніме» та «стереотип»;
- виявлення стереотипів, які існують по відношенню до молодіжної субкультури «аніме»;
- аналізу ролі мережі Інтернет та ЗМІ у формуванні стереотипів щодо молодіжної субкультури.

Наступним етапом роботи над проєктом було проведення опитування серед представників молодіжної субкультури аніме щодо стереотипів, які існують по відношенню до них; також було проведено опитування пересічних громадян щодо їх відношення до субкультури «аніме» та її представників.

На останніх етапах проєкту, було проведено інтерв'ю представника субкультури «аніме».

Потенційна аудиторія проєкту: можна розділити на декілька категорій:

- 1) Соціологи, які займаються вивченням молодіжної культури та/або субкультур;
- 2) Представники молодіжної субкультури «аніме» або інших субкультур;
- 3) Журналісти, які висвітлюють тему молодіжних субкультур.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двої розділів: теоретичний та проєктний, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СУБКУЛЬТУРНОЇ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ

1.1 Особливості субкультури «аніме»

Поняття субкультури було введено в науковий обіг відносно недавно, у другій половині ХХ століття. Хоча вивчення самого феномену починається дещо раніше, з позиції соціальних наук і етнографії, в контексті дослідження маргінальних і периферійних, соціальних і етнічних утворень, які є частиною більш великих спільнот. Сам термін субкультура походить від злиття поняття культури і приставки «суб», з латинської мови означає підпорядкованість, знаходження «під чим-небудь», тобто в дослівному розумінні субкультура перекладається як «субкультура», якийсь її сегмент.

Субкультура – це специфічний, характерний тільки для цієї соціальної групи, спосіб поведінки, спілкування, проведення дозвілля; уявлення про світ, що втілюються в особливому молодіжному способі життя.

Парсонс виділяв такі риси молодіжної культури, які відрізняли її від основної культури:

- необхідність виробити автономні, незалежні від дорослих, форми поведінки, звільнитися від контролю;
- досить критичне ставлення до цінностей традиційного способу життя;
- «відкритість» до нового;
- подвійність, суперечливість психічних переживань, внаслідок маргінальності, неоднозначності почуттів любові і ненависті.

З початку 2000-х років, в Україні почалося повальне захоплення Японією. Японська культура почала набирати обертів, стало з'являтися все більше японських ресторанів. Японський щорічний кінофестиваль залучав величезну кількість відвідувачів.

Раніше, десь до 2005 року, дістатися до аніме було не просто. Любителям японської анімації доводилося відправлятися за дисками з улюбленим аніме на Горбушкін двір (Горбушка) - там можна було придбати піратські диски на японській мові з російськими, а іноді тільки з англійськими субтитрами. Велику роль в поширенні аніме в Росії зіграла компанія MC Entertainment. У 2003 році вона стала піонером у видавництві японської анімації. Після цього, з'явилося багато компаній, що займаються виданням аніме і манги.

Важливу роль в поширенні японської культури, а зокрема - аніме, зіграв інтернет. На даний момент завдяки всесвітній павутині можна швидко і без проблем знайти і завантажити абсолютно будь-яке аніме. Аніме стало модним і набуло величезної популярності, що і сприяло утворенню такої особливої молодіжної субкультури як "анимешники".

Ознаки, завдяки яким анімешників можна вважати субкультурою:

1) Особливі інтереси і цінності

Вивчення культури та історії Японії. Колекціонування аніме і манги, покупка фігурок і постерів із зображенням улюблених персонажів, малювання в стилі аніме, творчість фанфиков і т.п.

2) Свою мову - сленг

Самі часто вживані вирази:

- Охайо - привіт
- Коннічіуа - добрий день
- Джані - поки, до зустрічі
- Сайонара - прощай
- суго - круто
- Хідо - жахливо
- Кірі - красиво
- Коуаі - страшно
- Каваї - мило
- Хай - так

- Ії - немає

3) Манера поведінки та зовнішній вигляд

У цьому аспекті немає загального визначення для усіх представників цієї субкультури. Вони характеризуються, скоріше, віковою групою, жанровою особливістю переглядаємого аніме та напрямку субкультури. Наприклад, деякі починають змінювати інтонація та голос в цілому на більш дзвінкий, смятися гучніше, а при незручній ситуації ховати руки за головою, закривати очу та сміятися.

Щодо зовнішнього вигляду, він також залежить від вікової групи та напрямку субкультури. Так, наприклад, дівчата-підлітки любляють яскравий одяг та волосся, нестандартний для нашої країни макіяж. Дуже часто, можна зустріти наслідування улюбленого персонажу мультфільма. Також, представники аніме-культури люблять доповнювати образ різними деталями: брелок, значки, яскраві прикраси або резинки для волосся, окуляри, високі та масивні підбори та інше.

4) Організація груп

Часто, як і в інших субкультурах, представники аніме збираються у груп. Це можуть бути як живі зустрічі, прогулянки та обговорення, так і інтернет-групи. Такі інтернет групи можна зустріти у різних соціальних мережах. Однак, на сьогоднішній день, немає офіційної платформи для міжнародного спілкування між представниками аніме-культури.

Як ми бачимо, аніме-культура має свої особливості. Як зазначалося, особливості виникають в залежності від напрямку, вікової групи та часу зацікавленості аніме. Так, є приблизна класифікація представників аніме:

- 1) Новачок. Це людина, яка нещодавно почала цікавитися аніме-культурою. Приблизно до року. Вона це не розуміє усіх тонкощів та плутає у термінології.
- 2) Захоплений. Це людина, яка цікавиться аніме-культурою від 1 до 3 років. У неї є вже своя колекція книжок, статуєток, улюблений

мультфільм та жанр та своя група («жива» або онлайн), знає великий обсяг термінології та фактів.

Разом з тим, у цій категоріїснує своя підкатегорія – японісти. Це людина, яка не тільки цікавиться аніме, а ще й вивчає історію Японії, її мову та цінності.

- 3) Отаку. Це людина, яка цікавиться аніме-культурою більше 3 років. Вона вже знає майже всю термінологію, має велику колекцію книжок та статуєток. У нашій країні, цю категорію називаю «анімешники», Однак, ці два поняття необхідно розрізняти. Так, кожен отаку це анімешник, але не кожен анімешник може бути отакою.

Як і усі інші субкультури, аніме має свої позитивні та негативні сторони. Варто розглянути їх детальніше.

Позитивні сторони:

Анімешні субкультура по-своєму унікальна. Вона відрізняється терпимістю і особливою привітністю. Багато починаючі анімешники після перших своїх зібрань просто вражені гостинністю, відкритістю і позитивним поглядом на життя анімешної компанії. Дуже цікаво, що ця субкультура є своєрідним "плавильним казаном" для інших субкультур. Ви легко зможете зустріти анімешника - гота, анімешника-емо, анімешника металіста і навіть анімешника панка. Анімешнікі галасливі, яскраві, веселі і зовсім не агресивні.

Анімешні субкультура сприяє розвитку в людині її творчих здібностей. Серед анімешників багато дійсно талановитих людей, для даної субкультури характерні наступні види творчості:

Малювання. Для багатьох все починається з простого срисовування персонажів улюбленого аніме. Стель аніме досить незвичайний - великі очі, всілякі незвичайні костюми та зачіски, яскраві образи, нові способи передачі емоцій персонажа, - все це так не схоже на те, чого навчають у художніх школах - це набагато цікавіше. Все це спонукає вигадувати своїх персонажів, експериментувати. В результаті художників різного ступеня професійності серед анімешників дуже багато.

Літературна творчість. Вірші і проза за мотивами улюблених творів. В рамках цієї теми слід сказати про фан-фіках. Термін "фанфіку" (від англійського "fan fiction") означає літературний твір, в основу якого взяті сюжет і персонажі якого-небудь оригінального твору. Фанфіки створюються і шанувальниками аніме. Тематика може бути найрізноманітніша: це можуть бути твори гумористичні, пародійні, альтернативні перекази відомих творів. Особливе місце серед анімешних фанфіков займають твори романтичного і еротичного характеру.

Фанфик - це спроба автора показати своє бачення персонажів і сюжету того чи іншого аніме або манги. В Інтернеті можна знайти просто неймовірну кількість фанфіков від низькопробних графоманських опусів до високоякісної прози з відмінним стилем викладу. Вірші за мотивами аніме і манги також відносяться до фанфіку, але в порівнянні з прозою частка віршованих творів незначна. Часто це гумористичні або пародійні твори.

Говорячи про літературну творчість, не варто забувати перекладачів. Творчі переклади пісень з аніме і переклади іноземних фанфіков - це теж своєрідне творчість. Адже перекладачеві потрібно зробити так, щоб не було втрачено сенс твору, а й щоб читати такий твір було не нудно.

АМВ (AMV - Anime Music Video) - музичний кліп, створений шанувальниками аніме за допомогою програм для редагування відео з використанням фрагментів з улюбленого аніме і різноманітних музичних творів. На перший погляд, здається, що це просто - нарізати фрагменти з аніме і з'єднати відео з музикою. Однак насправді це велика праця, майстри АМВ витрачають дні, а часом і місяці на створення своїх творів. Адже створення кліпу включає в себе не тільки накладення зображення на музику, а й підбір і аналіз музичної композиції, розбір її буквально по секундах, розробку сюжету і концепції кліпу, обробка відео та використання різних спецефектів. Створюються об'єднання творців кліпів (найбільш відоме в Росії об'єднання - це "Акросс" - Асоціація аніме кліпмейкерів Росії), регулярно проводяться фестивалі і конкурси кліпів.

Розвиток акторської майстерності. У зв'язку з популярністю аніме фестивалів молодь зайнялася постановкою творчих номерів - сценок за мотивами улюблених аніме. Це включає самостійний пошиття костюмів, виготовлення прикрас і більш складного театрального реквізиту.

Творчість може виявлятися і в інших формах. Наприклад, у виготовленні анімешних фігурок, розробці та пошиття м'яких іграшок, моделюванні. Деякі за допомогою спеціальних комп'ютерних програм створюють своє "аніме", нехай воно не схоже на те аніме, яке ми звикли бачити з екранів, але це творчість, заслуговує не меншої поваги.

На завершення хотілося б сказати, що творча діяльність шанувальників аніме, не обмежується тільки створенням творів за мотивами аніме або манги. Творчість - багатогранний процес, так що можна говорити і про створення анімешниками музичних, літературних або художніх творів, безпосередньо не пов'язаних з аніме.

Негативні сторони:

Серед анімешників в ходу вираз: "підсадити на аніме". І дійсно японська анімація - як наркотик, може залучити і не відпустити, надмірне захоплення може призвести до таких наслідків:

1) Випадання з навколишнього світу і залежність (Людина буде сидіти вдома і безупинно поглинати все нові і нові аніме серіали)

P/s One ріесе - один з 3-х найпопулярніших аніме серіалів в світі, на даний момент налічує близько 500 епізодів (кожен по 20 хвилин), вихід триває. Два інших представники цієї трійки, - Наруто і Бліч, вже перевалили за 300 епізодів.

2) Втрата інтересу до загальної освіти для школяра і професійного для студента. Освіта відходить на другий план перед реалізацією економічних і дозвіллевих потреб.

3) Практично повне наслідування особистості улюбленого героя.

В цьому випадку виявляються досить незвичайні наслідки. Дуже часто трапляється, що дівчата, косплеющіє (зображують) чоловічих персонажів

говорять про себе в чоловічому обличчі і поза анімешних компаній. До речі, треба відзначити, що серед жанрів аніме присутні і мають популярністю такі як яой (романтичні відносини між представниками чоловічої статі) і юри (романтичні відносини між представницями жіночої статі). Анімешники дійсно толерантні практично до всіх і до всього, включаючи нетрадиційні стосунки. Так що бувають випадки, коли причетність до анімешної субкультури призводить до зміни сексуальної орієнтації (в основному серед дівчат, які ведуть себе подібно до свого улюбленого чоловічого персонажу і починають зустрічатися з дівчатами).

1.2 Стереотипний образ представників молодіжної субкультури «аніме»

В незалежності від того, як довго особа цікавиться аніме культурою, вона стикається зі стереотипами. Такі стереотипи склалися у населення протягом декілька років.

Поняття «стереотип» вперше введено в обіг відомим американським журналістом Волтером Липпманом в 1922 р в книзі «Громадська думка», де він визначає стереотип як спрощене, заздалегідь прийняте уявлення, не впливає з власного досвіду людини. Він виникає на основі опосередкованого сприйняття об'єкту: «Нам говорять про мир до того, як пізнаємо його на досвіді». Стереотипи, за твердженням У. Липпман, спочатку виникають спонтанно, в силу «неминучою потреби в економії уваги». Вони сприяють формуванню традицій і звичок.

Однак стереотипи можуть неадекватно відбивати дійсність, так як описують загальне правило, а не конкретний випадок. Це означає, що стереотип в більшості ситуацій адекватно описує реальність, але даний випадок в силу певних причин є винятком і не підпадає під стереотипне опис. Ми ж, використовуючи стереотип як алгоритм, застосовуємо його і до цієї ситуації і в підсумку отримуємо помилкове знання.

Особлива «підступність» стереотипів проявляється в тому, що вони змінюються повільніше, ніж змінюється дійсність. На якомусь етапі розвитку суспільства стереотип вірно відображав реальність, потім умови змінилися, змінилася реальність, але наші стереотипи залишилися колишніми. У цьому сенсі роль стереотипів дуальна: з одного боку, вони є компасом нашого поведінки, так як мають велике значення для оцінки людиною явищ і процесів, з іншого - можуть стати перешкодою для прогресивних перетворень, являючи собою відсталі малорухливі структури.

Термін «стереотип» бере свій початок у роботі У. Ліппмана. Він вказував, що стереотипи та його система в цілому – це важлива складова культури. Вона зберігає та формує наше уявлення щодо явища або процесу. Однак, наскільки б не був важливим стереотип, він може бути і руйнівним. Так, сильно стереотипізоване явище або процес, може зникнути, що негативно вплине на історію країни та людства в цілому.

Також, були виділені дві ознаки стереотипу:

- Детермінованість культури;
- Спосіб економії фізичних зусиль і, відповідно, мовних засобів.

Велика частина стереотипів про аніме культуру та її представників - це стереотипи поведінки і самої історії культури. Приклади широко відомі і досить очевидні. Так, наприклад, багато людей думають, що аніме руйнує дитячу психіку, спонукає до агресії та самогубства.

Якщо ми говоримо, що стереотипи: призводять до спотворення сприйняття про субкультуру і діяльності її представників, заважають об'єктивній оцінці суспільства та ЗМІ в цілому, обмежують поведінку деякими наборами реакцій, то при цьому важко знайти їх позитивну функцію і ввести поняття позитивного стереотипу. Так, стереотипи слід трактувати як певне перекручення сприйняття, заважає правильному відображенню дійсності, і в зв'язку з цим прагнути до його подолання.

Усталені стереотипи є перешкодою не тільки в виборі субкультури, тобто чуючи негативні сторони діяльності молодіжної спільноти, підлітки

просто не захочуть спілкуватися з такими особами і будуть постійно уникати спілкування з представниками будь-якої субкультури. У подальшому, такі підлітки ризикують не навчитися комунікувати зовсім.

Крім того, глибоко вкорінені стереотипи, як про самий напрям, так і про його представників в цілому, можуть привести до серйозних конфліктів. Так, наприклад, в соціальних мережах дуже часто можна спостерігати як користувачі реагують на представників субкультури: негативні коментарі, скарги на сторінку, цькування у директі і т.д..

Таким чином, глибинні, нав'язливі стереотипи заважають адекватному сприйняттю молодіжної субкультури і можуть привести до серйозних наслідків, аж до замаху на безпеку і життя особи.

Молодіжна субкультура має свою мову, особливу моду, мистецтву і стиль поведінки. Все більше вона стає неформальною культурою, носіями якої виступають підліткові групи. Молодіжна субкультура є викривлене дзеркало дорослого світу речей, відносин і цінностей [1].

1.3 Вплив Інтернету на формування стереотипних образів

Цікава взаємозв'язок соціальної активності молоді та мережевих спільнот Інтернет. Є соціологічні особливості розвитку, цінностей, поглядів і переконань, що впливають на дозрівання соціальної активності молоді в мережевих спільнотах Інтернет.

В напрямок останніх десятиліть формування вітчизняної соціології зосереджує зацікавленість на дослідженнях молоді. У центрі вивчення виявилися найбільш актуальні її проблеми, оскільки молодь стала одним з найважливіших суб'єктів споживання. Від її політичних, культурних, економічних виборів багато в чому залежить благополуччя всього суспільства.

Виникнення нових молодіжних моделей спаяні зі зміною культурного простору, з розвитком інформаційних практик (медіа, реклама, відео,

Інтернет), з формуванням новітнього якості суспільної комунікації, швидким чином трансформує інститути сучасного суспільства, що обумовлює нові теми в дослідженнях молоді. Формування мережі Інтернет призвело до основи віртуального простору, послід зародження новітніх розвинених тотожностей. Для молоді, воно стало територією, де апробуються новітні цивілізовані практики, нові типи спілкування, нові типи спільнот. У фокус дослідницького аналізу з них, як правило, виявляються найбільш ворожі прояви. У той же час, значення новоспечених практик, породжених появою Інтернет, недостатньо освоєні і виступи про актуальному укладі молоді виявляються урізаними, що робить життєвим темою вивчення громадської активності молоді в соціальній мережі Інтернет.

Соціальна активність реалізується в світогляді і діяльності суб'єкта, тобто ці категорії співвідносяться як ціле до частини. Соціологічний словник трактує соціальну активність як міру соціальної перетворюючої діяльності молоді, заснованої на усвідомленні внутрішньої необхідності дій, цілі яких визначаються суспільними потребами, зачіпає суспільні інтереси. Звідси, соціальна активність - свідомо, самостійна діяльність, спрямована на задоволення власних потреб особистості і вирішення суспільно значущих завдань.

Соціальна активність молоді специфічним чином мотивована. У структурі мотивів соціальної активності виділяються три підструктури: підструктура потреб, підструктура внутрішнього контролю, підструктура цілей.

Структура і види соціальної активності молоді будуть різними для кожного виду діяльності суб'єкта, тобто соціальна активність молоді може розглядатися тільки спільно з певним видом діяльності.

Можливості соціальних мереж Інтернет більшістю користувачів в даний час застосовуються переважно в розважальних цілях, що потенційно може сприяти розмивання індивідуальної та колективної ідентичності. Таким чином, проведені дослідження дозволяють прийти до наступних висновків.

Мережеві спільноти Інтернет лише частина від загальної маси ресурсів, що дозволяють молоді організовувати і проявляти свою соціальну активність. Інтернет стає повноцінним дозвілєвих простором, а, в окремих випадках, превалірує над іншими видами дозвілля практик. Спілкування в соціальних мережах Інтернет, на наш погляд, сприяє формуванню активної життєвої позиції, але без придбання справжнього соціального досвіду її реалізації.

В цілому комунікація масової культури і субкультури аніме ускладнюється небажанням масової культури визнати наявність аксіологічної складової в субкультурі аніме, і їй багато в чому властивий ворожий характер.

Східне культурне життя в українських ЗМІ висвітлюється поверхово, тому складно створити неупереджене ставлення до нього. Авжеж, з'являється інформація і про фестивалі, які вже пройшли, і про масштабні події, які мали вплив на увесь світ. Наприклад, коли йдеться про літературу, образотворче мистецтво або кіно. Частіше новини стосовно Кореї, Китаю чи Японії мають політичний характер. Існують також спеціальні сайти, власниками яких є асоціації або культурні центри. І там можуть з'являтися новини стосовно якоїсь окремої країни, а не східної культури взагалі. Наприклад, в Україні є Корейський культурний центр, на сайті якого з'являються новини культури і життя корейського народу. Однак більшу частину інформації шанувальники східної культури дізнаються через соціальні мережі, де створені спеціалізовані групи та пабліки, які цим займаються.

Ставлення масової культури до субкультури готовий значно толерантніше. Так, з 15 статей, розглянутих у роботі, 5 висловлюють чітку негативну позицію. 3 статті написані в нейтральному ключі.

Ми можемо побачити, що 67% друкованих ЗМІ сприяють успішній комунікації масової культури і даної субкультури. Так, масова культура навіть визнає наявність певних ціннісних орієнтирів у готовий, проектує позитивне в цілому до них ставлення. Звичайно, аксіологічна складова субкультури аніме кілька спрощується і стандартизується в рамках масової культури, і акцент

також ставиться на зовнішніх атрибутах, однак це пов'язано з самою природою маскульту.

На підставі даних, отриманих при проведенні аналізу, можна зробити наступні висновки:

- 1) Субкультура аніме і в меншій мірі готовий часто викликають неприйняття представників масової культури, аж до фізичного насильства.
- 2) Субкультура аніме може викликати цікавість представників масової культури, пов'язане, зокрема, зі стилем і способом поведінки.
- 3) Субкультура аніме часто пов'язують з суїцидом.
- 4) Представники субкультури часто зберігають зв'язок з цінностями даної субкультури протягом довгих років. Представники субкультури зазвичай стають частиною масової культури.
- 5) Субкультура аніме має значний вплив на масову культуру (музику, літературу, моду).
- 6) Представники субкультури часто відчують себе незрозумілими і неприйнятними.
- 7) Субкультура асоціюється з мистецтвом і хорошою освітою.

В цілому, комунікація масової культури і субкультури може оцінюватися як успішна, оскільки обидва комуніканта проявляють експліцитно зацікавленість в подальшій взаємодії, не протидіють один одному і навіть відчують необхідність в спільному співіснування, що, перш за все, як ми і продемонстрували, виражається на лінгвістичному рівні.

У висновку хотілося б відзначити, що інтерес до молодіжних субкультур в засобах масової інформації залишається стабільно високим протягом останніх років. Завдяки цьому в свідомості представника масової культури формується певний образ представника молодіжної субкультури. У випадку з субкультурою емо комунікація носить амбівалентний характер, оскільки внаслідок культивованого в друкованих ЗМІ негативного ставлення до даної субкультури процес взаємодії масової культури і субкультури емо

ускладнений (47% статей відображають негативне ставлення до емо). Комунікація між масовою культурою і субкультурою готовий розвивається більш успішно, оскільки негативне ставлення до готів, що утрудняє процес взаємодії між двома цими формаціями, міститься тільки в 13% статей.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНО-ПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СУБКУЛЬТУРНОЇ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ

2.1 Методи дослідження і опис вибірки

Система соціальних стереотипів представників субкультури аніме відображає особливості національного характеру. Тому стереотипи представляють особливий інтерес для дослідження.

Завдання дослідження - змодельовати специфіку аніме спільноти; з'ясувати, з якими стереотипами стикаються представники даної субкультури у повсякденності та які дратують найбільше; з'ясувати відношення пересічних громадян до субкультури аніме.

Для аналізу експериментального матеріалу був використаний метод емпіричного дослідження стереотипів, з якими стикаються анімешники . Для проведення експерименту було проведено опитування.

Опитування - це «метод отримання вербальної (письмовій або усній) інформації шляхом прямого або непрямого взаємодії дослідника з опитуваним і в формі реєстрації відповідей на питання за допомогою спеціальних документів». Він характеризується економічністю, оперативністю і порівняльною простотою проведення. Джерелом інформації в опитуванні є респондент - безпосередній учасник досліджуваних подій чи явищ, а самі відповіді на запропоновані йому запитання - первинною інформацією.

Проведення опитування включало три етапи:

- підготовчий етап (розробка інструментарію опитування (опитувальник.), Формування вибіркової сукупності, підготовка та інструктаж інтерв'юерів;
- польовий етап (період збору даних, тобто сам процес проведення опитування, контроль якості польових робіт);
- аналітичний етап (обробка первинних даних).

В експерименті взяло участь 25 осіб, пов'язані з аніме культурою. Вікові рамки випробовуваних - від 14 до 24 років (14 – жіночої статі та 11 – чоловічої статі), які є представниками субкультури «аніме».

Для проведення опитування була розроблена анкета, що включає такі питання:

1. З якими стереотипами Ви стикалися?
2. Як часто Ви чуєте стереотипи про анімешників у свою адресу?
3. У чому специфіка аніме культури, на Вашу думку?
4. Що дратує Вас у відношенні суспільства?

Також було проведено опитування пересічних громадян щодо їх ставлення до субкультури аніме та її представників. В експерименті взяла участь 21 особа (12 – жіночої статі, 9 - чоловічої) віком від 30 до 55 років.

Для проведення опитування була розроблена анкета, що включає такі питання:

1. Що Ви знаєте про субкультуру аніме?
2. Звідки ви дізналися про цю субкультуру?
3. Яке Ваше ставлення до даної субкультури?
4. Якими чинниками воно було сформоване?

2.2 Аналіз отриманих результатів

Як зазначалося, для початку було проведено опитування представників аніме-культури про стереотипи про субкультуру. Після проведення опитування були отримані наступні відповіді, які розташовані по «популярності», тобто по кількості разів згадування, на такі запитання:

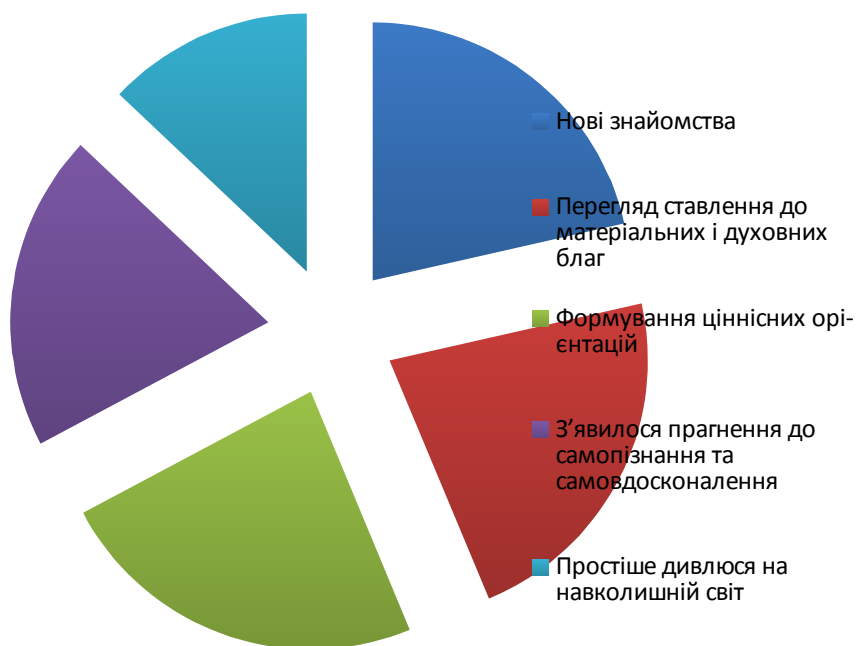
Як довго Ви цікавитесь аніме?



Рис. 2.1. Час зацікавлення аніме-культурою опитуваних

Що змінилося у Вашому житті, коли Ви почали цікавитися даною субкультурою?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:



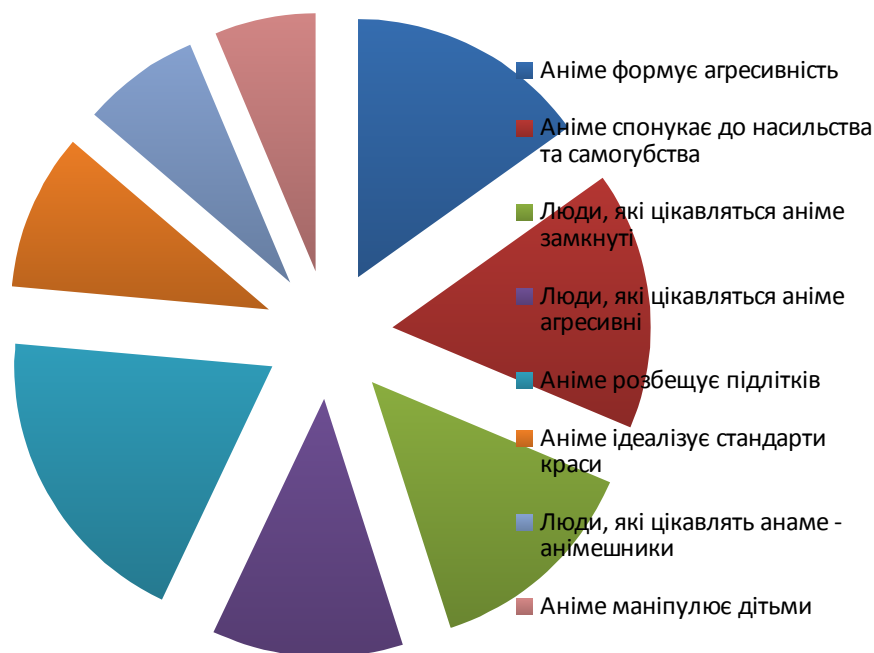
*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.2. Зміни опитуваних, коли вони почали цікавитися аніме-культурою

З якими стереотипами Ви стикалися?

Виходячи з цього переліку, можна зробити висновок, що стереотипів про аніме-культуру доволі багато. Тільки у цьому переліку їх , які найчастіше згадували опитуванні, але є ж і інші стереотипи, з якими стикаються анімешники.

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:



*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.3. Відповіді щодо стереотипів про аніме-культуру

Як часто Ви чуєте стереотипи про анімешників у свою адресу?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:

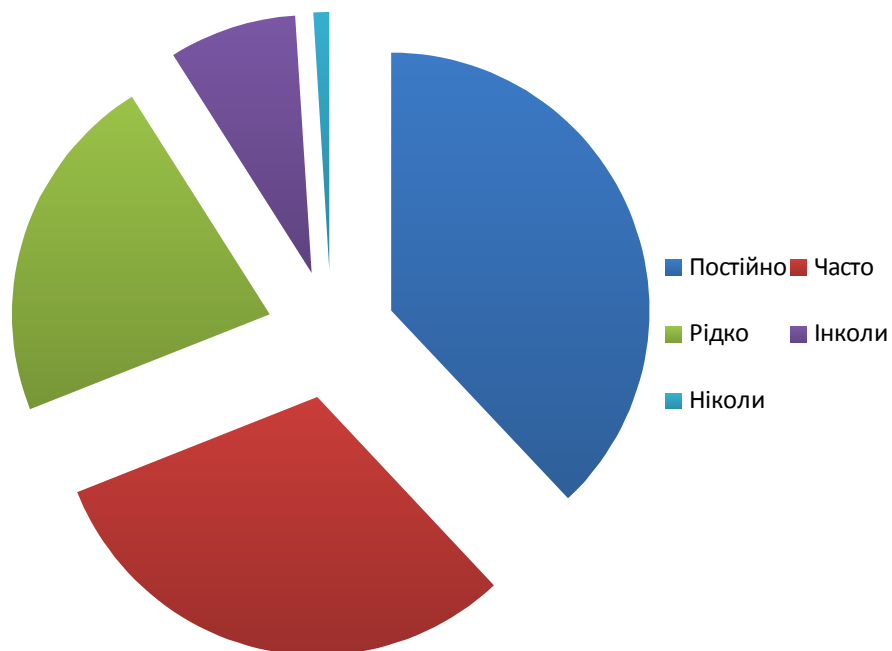
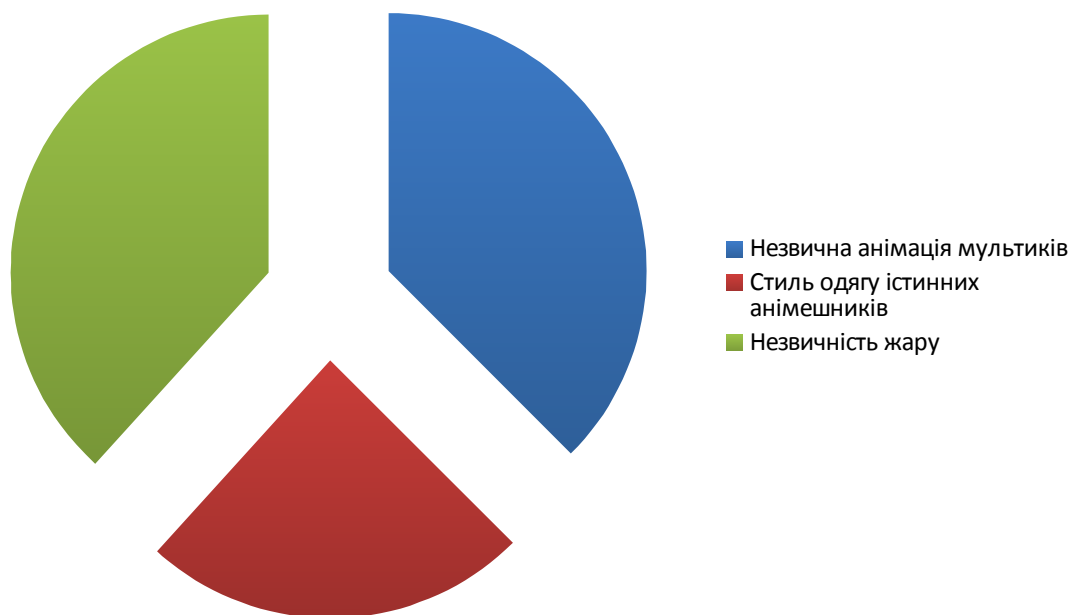


Рис. 2.4. Відповіді про частоту стикання зі стереотипами про аніме-культуру

У чому специфіка аніме-культури, на Вашу думку?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:

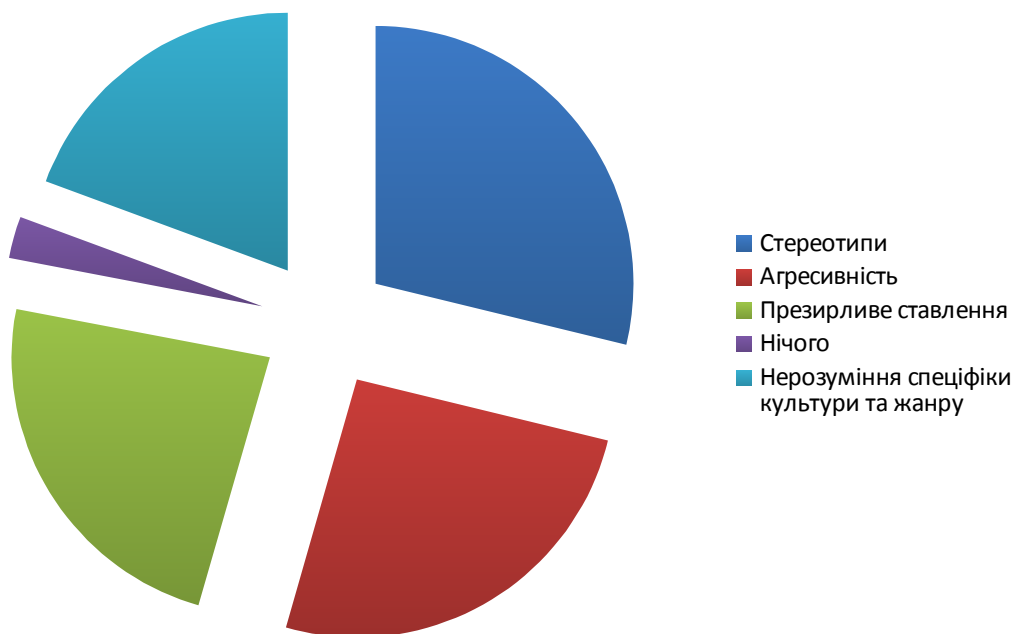


*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.5. Відповіді про специфіку аніме-культури

Що дратує Вас у відношенні суспільства?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:

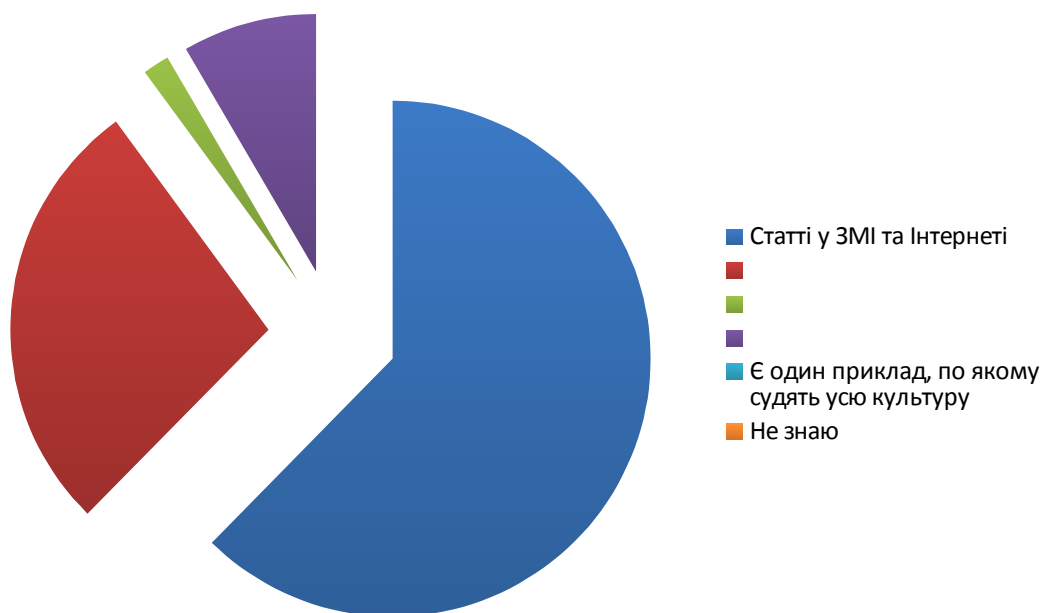


*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.6. Відповіді про відношення суспільства до аніме-культури

Як Ви вважаєте, через що склалася така думка у суспільства?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:



*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.7. Відповіді про чинники формування стереотипів

Виходячи з аналізу опитування можна зробити наступні висновки. Так, опитуванні зазначили, що постійно стикаються зі стереотипами про аніме-культуру та людей, які цікавлять аніме. Також, найбільше їх дратують стереотипи про те, що аніме травмує дитячу психіку, розбещує та спонукає до насильства й самогубства.

На думку опитуваних, саме статті у ЗМІ та Інтернеті формують стереотипи про аніме-культуру. Адже, саме там є негативне висвітлення субкультури, а про позитивні сторони ніхто не говорить. Тому у суспільства сформоване тільки негативне ставлення до аніме.

Однак, за словами представниками аніме-культури можна судити про вплив субкультури аніме на їхнє життя, світовідчуття принципи. Судячи зі слів молоді можна говорити, що в більшості своїй воно позитивно впливає на людину.

Говорячи про формування ціннісних орієнтацій можна сказати про підвищення морального, морально-ціннісного та духовного рівнів, зміна

сприйняття світу, ставлення до оточуючих і собі, характер - змінюються в тій чи іншій мірі. Багато стають більш емоційними, сентиментальними і чуттєвими, змінюється ставлення до людей старшого віку, до своїх рідних і близьким, тваринам, природі.

Переглядають своє ставлення до матеріальних і духовних благ, змінюється погляд на навколишні речі, простіше дивляться на навколишній світ, намагаються не помічати в ньому погане і зле, прагнуть зробити його кращим і добрішим, з'являється неприязнь до різного роду стереотипам.

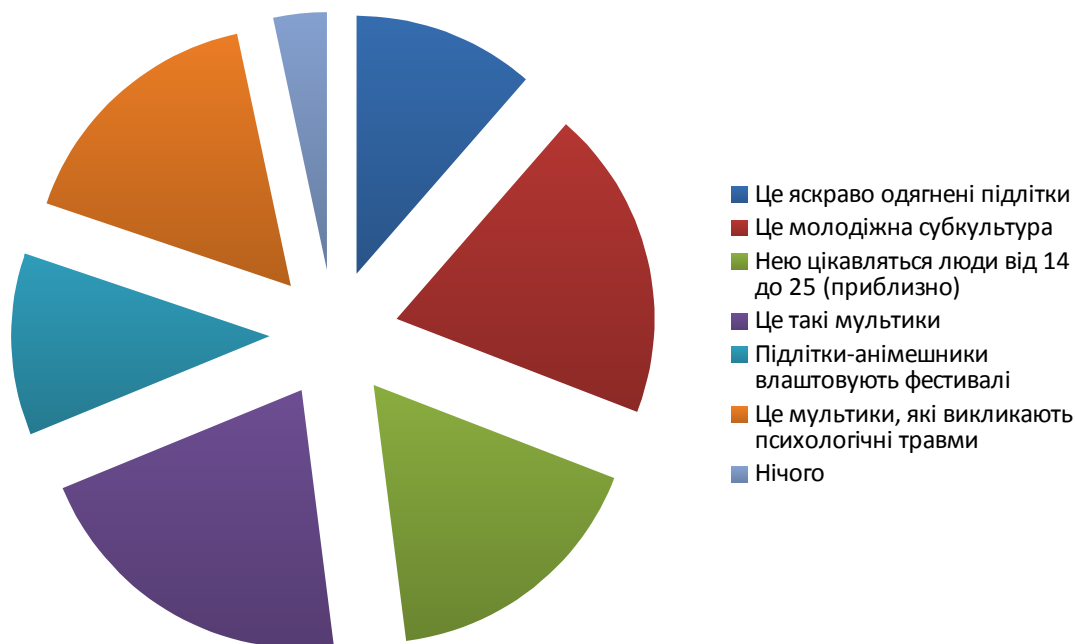
Згодом анимешники переглядають своє «буття» - прагнуть до самопізнання, розвитку в собі нових здібностей, будь то спорт, невивчені мови, культури інших країн, зокрема Японії. Деякі навіть приймають іншу релігію.

Для підтвердження або спростування попереднє судження, було проведено опитування пересічних громадян щодо їх відношення до аніме-культури. Як було зазначено, в експерименті взяла участь 21 особа (12 – жіночої статі, 9 - чоловічої) віком від 30 до 55 років.

Для проведення опитування була розроблена анкета, що включає такі питання:

Що Ви знаєте про субкультуру аніме?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:

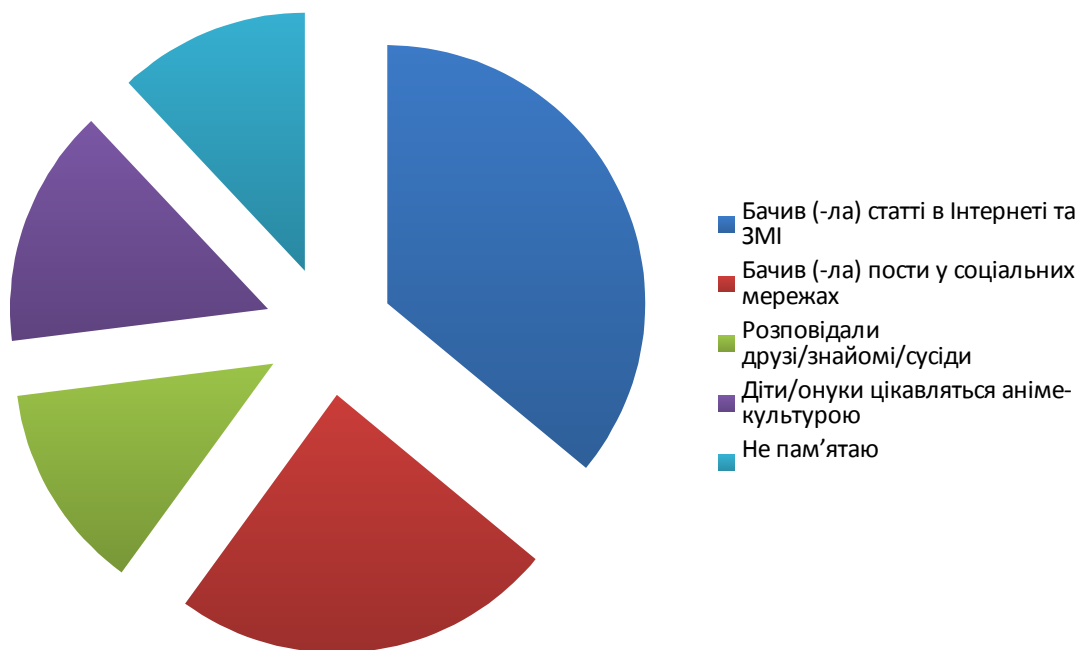


*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.8. Відповіді щодо уявлення суспільства про аніме-культуру

Звідки ви дізналися про цю субкультуру?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:



*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.9. Чинники, які сформували ставлення до аніме-культури

Яке Ваше ставлення до даної субкультури?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:

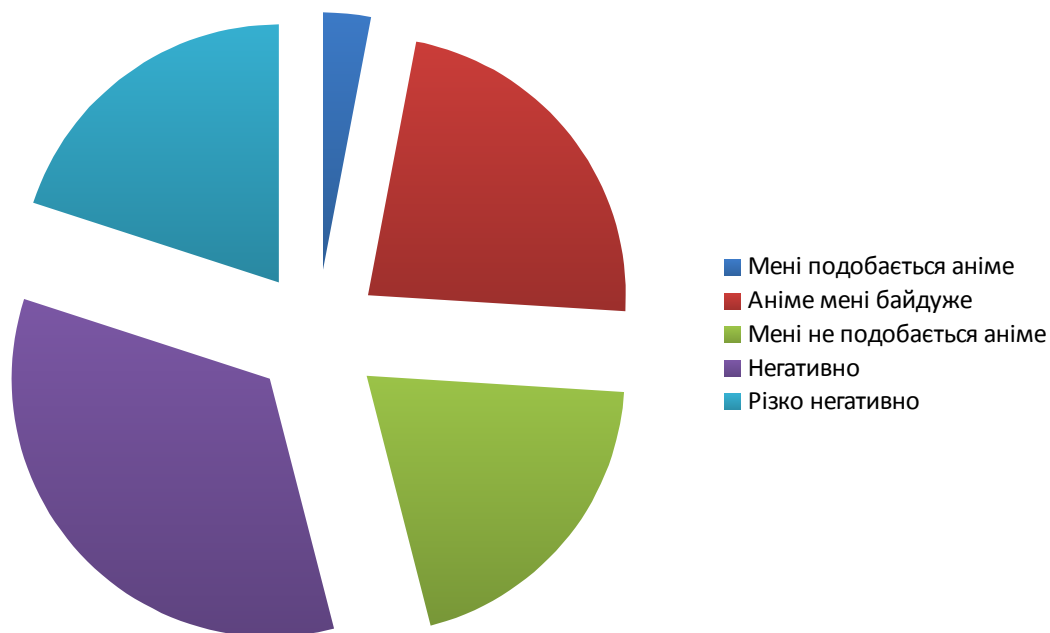
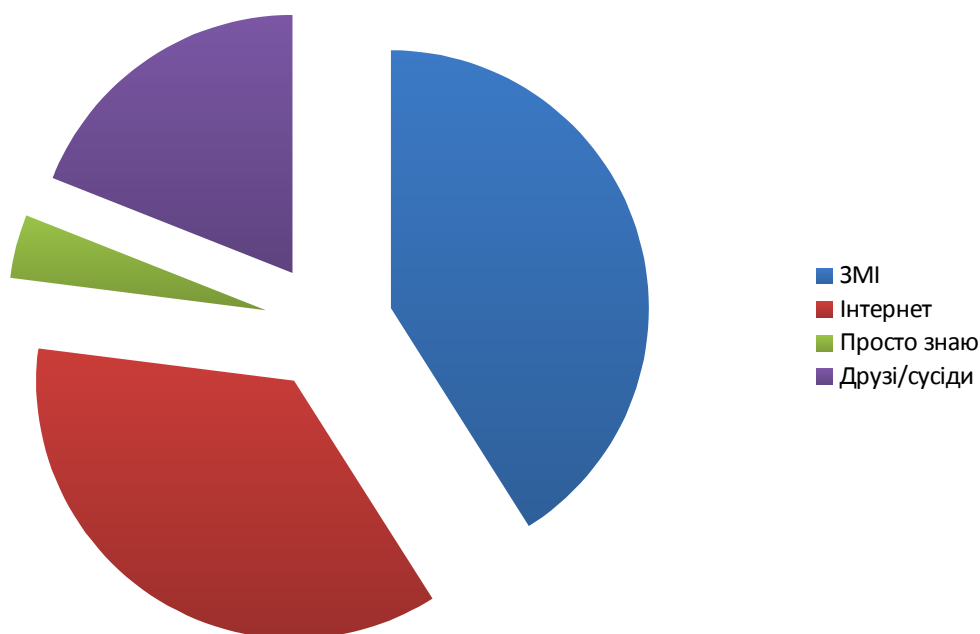


Рис. 2.10. Ставлення пересічних громадян до аніме-культури

Якими чинниками воно було сформоване?

Якщо брати у процентному співвідношенні, опираючись на кількість згадування серед опитуваних, тоді:



*можливо декілька варіантів відповіді

Рис. 2.11. Чинники, які сформували ставлення до аніме-культури

Таким чином, ми бачимо, що ставлення пересічних громадян до субкультури аніме більше негативне (34%) або байдуже (23%). І тільки 3% опитуваних подобається аніме-культура. Таке ставлення формується у людей за допомогою ЗМІ та Інтернету. Бо саме там висвітлюються статті з негативними наслідками перегляду або наслідуванню аніме. Можна сказати, що найбільшу роль у формуванні стереотипів про субкультуру виконує саме ЗМІ та Інтернет.

Тому журналістам та користувачам соціальних мереж більш детально ознайомитися зі специфікою данної субкультури та висвітлювати як негативні, так і позитивні сторони аніме. Це також підтверджується тим, що одини із стандартів журналістів – об'єктивність, достовірність та занурення у проблематику. А висвітлення проблеми з однієї думки, необ'єктивне та упереджене ставлення.

2.3 Пояснювальна записка проєктного відеоматеріалу

Мета роботи. Метою роботи є повідомити про стереотипізацію молодіжної субкультури аніме; виявити із них правдиві та не правдиві; з'ясувати які стереотипи та ставлення до них дратує найбільше.

Тематика роботи. Тематикою роботи є молодіжні субкультури в умовах глобалізації, стереотипізація молодіжних субкультур, вплив ЗМІ та мережі Інтернет на стереотипізацію молодіжних субкультур на прикладі аніме-суспільства, стереотипи, які дратують представників аніме-культури.

Матеріал на якому розроблятиметься тематика

- Літературні джерела з теми молодіжних субкультур, зокрема, соціологічні дослідження з цього питання;
- Опитування представників субкультури аніме;
- Опитування пересічних громадян;
- Матеріали ЗМІ та мережі Інтернет, а також соціальні мережі (Instagram, Facebook, YouTube);

Проблематика роботи. Через глобалізацію та перехід до більш частішого використання мережі Інтернет, у сучасному суспільстві, особливо у молоді, з'явилися нові субкультури. Вони прийшли до України із західних та східних країн та мають свою специфіку й особливості. Чим більше вони охоплюють населення, тим представляють більшу цікавість для суспільства, ЗМІ та Інтернету, яка не завжди формує позитивне ставлення до нової субкультури. Тому важливо розуміти: які стереотипи правдиві, а які ні, та як вони впливають на самих представників молодіжної субкультури, на прикладі аніме.

Конфлікт та шляхи розв'язання. Це той випадок, коли конфлікт виникає між ЗМІ й Інтернетом та представниками молодіжної субкультури. Перші формують стереотипізацію суспільства про молодіжну субкультуру аніме. Другі вважають сформовані стереотипи «неправдивим» та «нечесними» по відношенню до них та намагаються їх заперечувати.

Головна ідея роботи. Знайти та показати шляхи вирішення проблеми стереотипізації про молодіжну субкультуру аніме у суспільства. Показати, хто такі насправді «аніmeshники» та чим вони цікавляться.

Композиція екранної роботи. Далі представлена коротка характеристика герою інтерв'ю, який є представником аніме-культури. Розвиток подій продовжується розповідю героя щодо стереотипів про аніме-культуру.

Літературний опис екранної роботи. Молодіжні субкультури, зокрема, аніме – одна із складових становлення нового покоління у суспільстві. Однак, не завжди представники аніме-культури стикаються з позитивним ставленням до себе. Це обумовлено стереотипами про субкультуру, які виникають через статі у ЗМІ та Інтернеті. Тому необхідно з'ясувати достовірність цих стереотипів та шляхи їх викоронення.

Сценарний план відеозйомок екранної роботи

Дата та час зйомок: 30 квітня 2021 року, 13:00 – 14:30

Дата та час монтування: 03 травня 2021 року, 12:00 – 21:00

Етапи роботи:

1. План матеріалу та зйомки. Цей етап забезпечив майбутній відеороботі бути інформативною та послідовною. Було сформульовано тематику, проблематику та шляхи розв'язання внутрішнього конфлікту. Зйомка повинна була складатися із 3-х етапів: бесіда з героєм, формування структури зйомок та підготовка апаратури.
2. Запис інтерв'ю. На цьому етапі герою ставилися запитання та демонструвалися результати опитування пересічних громадян. Проводився запис відповідей герою.
3. Кінцевий етап. На цьому етапі було переглянуто відзнятий відеоматеріал разом з героєм, виявлення «браку» та, по можливості, відзняття фрагменту знову.

Журналістський хід

Відеоробота представлена у вигляді монолога героя, для кращого сприйняття інформації.

Розшифровка матеріалів. Анімешники – люди, які не тільки дивляться аніме, но і відносять себе до аніме-культури, в цілому.

Аніме-культура – ідеологічні уявлення та наслідування.

Аніме – первинний жанр мультфільмів у Японській культурі.

Монтажний аркуш

| Зміст кадру (місце дії, що зображено) | Хронометраж | Масштаб зображення (загальний, середній, крупний, деталь) | Звуковий супровід кадру (музика, шуми, звукові ефекти, голос) | Титри | Текст |
|--|-------------|---|---|---|---|
| Заставка | 00-05 сек. | Загальний | Музика | Дипломний проект; Що дратує анімешника? ; by Терерхова Д.А. | |
| Головний герой | 05-14 сек. | Загальний | Розповідь героя | Євгеній. Анімешник з 7-літнім стажем. | Коничуа. В обществе сложилось мнение «люди, которые смотрят аниме - анимешники». Это вызывает как минимум недоумение. Анимешники |
| Фотографії анімешників (взято із відкритих джерел) | 14-20 сек. | Загальний | Розповідь героя | | Люди, который принадлежит к определенной субкультуре и следует определенной идеологии.. |
| Головний герой | 20-41 сек. | Загальний | Розповідь героя | | А есть обычный человек, который просто смотрит аниме. Вот для меня, просмотр японской анимации |

| | | | | | |
|------------------------------|----------------|-----------|-----------------|----------------------|---|
| | | | | | <p>ничем не отличается от просмотра голливудских фильмов или европейских сериалов. Я почему-то не слышал чтобы любителей индийских или турецких сериалов называли как-то по особенному. Поэтому не нужно обобщать всех к одному показателю.</p> |
| Перебивка | 41-44 сек. | Загальний | Музика | 2, анімешника дратує | |
| Головний герой | 44-50сек. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Аниме любяты только люди нетрадиционной ориентации. Вы серьезно? Вы видели какая там рисовка персонажей?</p> |
| Фото анімешгероїв | 50-59 сек. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Кстати, специфика жанра – идеализация стандартов красоты. Да, такое есть. Но это особенность и в этом нет ничего плохого.</p> |
| Головний герой | 59сек-1:03 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Кстати, к еще одной особенности жанра – это гиперболизация абсолютно всего:</p> |
| Фото з мультфільму у анімешу | 1:03-1:11 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>от положения тела до эмоций. Да, некоторых это отталкивает. Но такая специфика жанра,</p> |

| | | | | | |
|----------------|---------------|-----------|-----------------|----------------------------|---|
| Головний герой | 1:11-1:12 хв. | Загальний | Розповідь героя | | тут или смиритесь или не смотреть. |
| Перебивка | 1:12-1:15 хв. | Загальний | Музика | 3, анімешника дратує | |
| Головний герой | 1:15-1:29 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Меня бесят диванные критики. Они ни разу не смотрели японскую анимацию, но все о них знают. Вот услышали что где-то кто-то сказал про аниме, например, это человечки с большими глазами, которые портят детскую психику и все. Они везде и всегда только об этом и говорят. Посмотри для начала.</p> |
| Перебивка | 1:29-1:32 хв. | Загальний | Музика | 4, анімешника дратує | |
| Головний герой | 1:32-1:51 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Вы когда-нибудь спрашивали «как ты относишься к аниме»? если ответ «никак» - это бесит. Вот они относят любителей аниме к другому населению. Вне обычного общества. Хотя, по сути, это такие же люди, которые также любят мультики фильмы и сериалы. Но почему-то нас относят к другому измерению.</p> |
| Перебивка | 1:51-1:54 хв. | Загальний | Музика | 5, | |

| | | | | | |
|-------------------|---------------|-----------|---------------------|----------------------------|--|
| | | | | анімешника дратує | |
| Головний герой | 1:54-2:34 хв. | Загальний | Розповід ь героя | | я не понимаю родителей и людей старшего поколения, которые во всех бедах винят аниме, ну или другую субкультуру. Не хочет идти в школу – это из-за твоего аниме, нервничает и переживает – это аниме виновато. Там же только жестокости, насилие и манипуляции.. Мультипликация это всего лишь способ передачи информации, через которые автор передает аудитории свои идеи. Они могут быть направлены как на ребенка так и на взрослого. А не как у нас считают что мультики только для детей. Но у каждого мультика есть свой возрастной рейтинг |
| Перебивка | 2:34-2:37 хв. | Загальний | Розповід ь героя | 6, анімешника дратує | |
| Головний герой | 2:37-2:45 хв. | Загальний | Розповід ь героя | | Меня бесят СМИ и Интернет, ну не прям они, а статьи об аниме в них. |
| Статті ЗМІ | 2:45-3:03 хв. | Загальний | Розповід ь героя | | Они освещают аниме только в |

| | | | | | |
|--------------------|---------------|-----------|-----------------|--|---|
| | | | | | <p>плохом свете. Говоря, что оно разрушает детскую психику, склоняет к агрессии и самоубийствам, формирует замкнутость.</p> |
| Головний герой | 2:54-2:57 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>В Японии же аниме является национальным достоянием. Оно там повсюду. Идешь по улице и «о, аниме-герой». и они же не кричат что аниме призывает к разрушению.</p> |
| Фото вулиць Японії | 2:57-3:05 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Оно там повсюду. Идешь по улице и «о, аниме-герой». и они же не кричат что аниме призывает к разрушению.</p> |
| Головний герой | 3:05-3:30 хв. | Загальний | Розповідь героя | | <p>Так вот, в статьях не говорится о положительных сторонах аниме. Например, в «Наруто» раскрывается тема справедливости, дружбы, любви. Другие мультфильмы формируют семейные ценности, целеустремленность, склоняет к самоанализу и саморазвитию. За серию произошло всего лишь два</p> |

| | | | | | |
|-------------------|---------------|-----------|---------------------|----------------------|--|
| | | | | | удара, но нам расскажут все от внутреннего анализа до великих проблем оппонентов. |
| Перебивка | 3:30-3:34 хв. | Загальний | Музика | Анімешника дратує | |
| Головний герой | 3:34-3:38 | Загальний | Розповід ь героя | | Так вот, прежде чем судить об аниме, разберитесь больше в теме. Саянара |

Анонс роботи. Через «прірву» між старим та новим поколінням, вони часто не розуміють захоплення один одного. Так, дорослі люди не розділяють та негативно відносяться до молодіжних субкультур, зокрема, аніме. Та намагаються показати своїм дітям або онукам негативні сторони субкультур. У той час як молоде покоління намагається показати позитивні сторони участі у субкультурі. Усі непорозуміння підсилюються статтями ЗМІ та Інтернету. В результаті, виникають стереотипи про певну субкультуру. В роботі представленні не тільки суперечності та аналіз результатів опитування, а й шляхи вирушення стереотипізації. Це може допомогти розвіяти стереотипи та знайти порозуміння між поколіннями.

Естетична якість твору. Відеоролик досить легкий для сприйняття респондентами, ніякого тиску чи негативу у роботі не представлено, а, отже сюжет досягнув свої цілі – проінформувати, показати та вмотивувати. Серед переваг можна зазначити гумористичні ноти, які розбавляють великий обсяг інформації.

ВИСНОВКИ

Після проведення дослідження та створення проєктного продукту, можна зробити такі висновки.

1. Зародження аніме-культури припадає на кінець XX – поч. XIX ст. у Японії. Там ця культура являється осноположною та первинною і вважається національним надбанням. У нашу країни ця субкультура стала популярною протягом останнього десятиліття, починаючи мультфільмами «Покемон» та «Наруто».

Специфіка аніме як жанру полягає в парадоксальному поєднанні локальної екзотики і космополітизму, як на рівні стилістики (візуальних образів), так і на рівні сюжетів і тематики. Парадоксальним є також поєднання східних і західних цінностей: високою контекстуальності (найбільш затребувані аніме - це багатосерійні серіали про «світи» - уявні всесвіти, населені кланами персонажів з дуже складною генеалогією і історією) і яскравою індивідуальністю героїв, в тому числі жіночих персонажів.

2. У суспільства сформувалося безліч стереотипів про аніме та аніме-культуру, в цілому. Найпопулярніший це те, що аніме руйнує дитячу психіку та спонукає до агресії й самогубства. Статті у ЗМІ та Інтернеті висвітлюють тільки негативні сторони даної субкультури. Тим самим, не демонструючи інші думки та сторони, формують стереотипний образ про аніме. Однак, як говорять самі представники аніме, такі стереотипи дратують.

Так, захоплення аніме різнобічно впливає на людей - змінюється їх поведінку; зовнішній вигляд, багато наслідують улюбленим героям; в лексиконі з'являються нові слова, відповідної тематики; міняються смакові пристрасті в музиці, їжі та ін. І що дуже важливо змінюються і формуються нові ціннісні установки. Але зазначені зміни – це позитивні трансформації, які не руйнують психіку та не спонукають до агресії, не говорячи вже про самогубство.

3. Для підтвердження гіпотези, було проведено опитування. У якому взяло участь 25 осіб, пов'язані з аніме культурою. Вікові рамки випробовуваних - від 14 до 24 років (14 – жіночої статі та 11 – чоловічої статі), які є представниками субкультури «аніме». Також було проведено опитування пересічних громадян щодо їх ставлення до субкультури аніме та її представників. В експерименті взяла участь 21 особа (12 – жіночої статі, 9 - чоловічої) віком від 30 до 55 років.

Виходячи з аналізу опитування можна зробити наступні висновки, що представники аніме-культури постійно стикаються зі стереотипами у суспільстві. Також, найбільше їх дратують стереотипи про те, що аніме травмує дитячу психіку, розбещує та спонукає до насильства й самогубства.

Це підтверджується і словами пересічних громадян, що ЗМІ та Інтернет сформували у них ці стереотипи про субкультуру. Тому журналістам і користувачам соціальних мереж варто більше розібратися в темі та висвітлювати усі сторони субкультури аніме.

4. Після проведення опитування, було взято інтерв'ю у представника аніме-культури. Він розповів про те, що дратує представників цієї субкультури та шляхи вирішення цих стереотипів.

1. Переклад аніме та висвітлення його в маси на державному рівні. Бо зараз це висвітлюється на піратських сайтах;
2. В результаті попереднього пункту, підлітки обирають мультфільми не у своїй віковій категорії. Тому стикається зі специфічними сценами.
3. ЗМІ та Інтернет пишуть тільки про негативні торони аніме-культури. Що ще раз підтверджує гіпотезу дослідження.

Результати дослідження можуть бути використані для подальшого дослідження про аніме-культуру та руйнування стереотипних уявлень у населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аврамченко С. М. Неформальний підліток / С.М. Аврамченко, І. В. Євтушенко, С.Г. Харенко – К. : Марич, 2009. – 84 с.
2. Артёмов П. М. Типологізації молодіжних субкультур: аналіз основних напрямків та нових засад / П. М. Артёмов // Соціологія майбутнього : науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – 2011. – № 2. – С. 32–37
3. Баяновська М. Р. Соціально-педагогічна діяльність самодіяльних і молодіжних об'єднань (на матеріалах Закарпаття) : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.05; 13.00.01 / Баяновська Марія Романівна. – К., 1996. – 186 с
4. Біндяк А.Д. Девіантна поведінка молоді в українському суспільстві / А.Д. Біндяк : [Електронний ресурс]. Ре-жим доступу: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Pedagogica/67903.doc.htm.
5. Бусел Ю. Сучасні молодіжні субкультури : пофігізм чи протест / Юлія Бусел. – К. : Шкільний світ, 2009. – 96 с.
6. Головатий Н. Ф. Соціологія молоді: Курс лекцій. К., 1999.
7. Головенько В. А. Український молодіжний рух у ХХ столітті. – К., 1997.
8. Черниш Н. Соціологія. Курс лекцій. Львів: Кальварія, 2003.
9. Карп'як Вадим. Молодіжні субкультури // Спілка української молоді. – <http://www.cym.org/ua/content/subcult1.asp>.
10. Молодь і субкультури. Виховна бесіда. //Завуч. - № 1 (331). – С. 23-25.
11. Підласий І. Ідеали українського виховання. // Рідна шк. – 1999. - №3; 2000. – №2, 4.
12. Піча В.М. Культурологія. – Львів: Магнолія, 2003.
13. Рибалка О.Я. Формування моральних цінностей у між статевих стосунках підлітків // Пост методика. – №5-6.- 2001. – С. 146-149.
14. Сінкевич Н. Особливості формування морально-ціннісних орієнтацій у дівчат-підлітків // Рідна школа. – №12. – 2000. – С.22-23.

15. Яременко О.О. Молодіжний рух в Україні. – К., 1996..
16. Молодіжна субкультура: сучасні вияви (Т. В. Бондар) // Український соціум. - 2003. - № 1 (2). - С. 24-29.
17. Шимановський М. Субкультури в Україні: штрихи до портрета // Шкільний світ-2006-№15(квітень)-21-23с.
18. Яворницька О. Теорія субкультури соціологічної перспективі // І.- 2002- №24-100-108с.
19. Карп'як В. Молодіжні субкультури // Спілка української молоді. – Режим доступу: <http://www.cym.org/ua/content/subcult1.asp>
20. Чугаєвський В. Г. Молодіжна політика й соціальна робота : навч. посібник. – Київ : Видав.-поліграф. центр «Київський університет», 2005.
21. Селецька Т. В. Молодіжна субкультура: вплив на формування особистості / Т. В. Селецька, Т. О. Сливінська [та ін.] // Практична психологія та соціальна робота. – 2009. – № 12. – С. 58–66
22. Тюрменко І. І. Культурологія : теорія та історія культури: навч. посіб / І.І.Тюрменко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 370 с.
23. Савельєв Ю.Б. Взаємодії субкультур як фактор соціокультурного розвитку: Автореф. дис. ... канд. філос. наук. 09.00.03 .- Київ, 1997. - 26 с.
24. Слюсаревській М.М. Субкультура як об'єкт дослідження. - [Www.countries.ru / library](http://www.countries.ru/library)
25. Охрімчук Р. М. Дитячі громадські об'єднання в Україні : їх виховні можливості та пропозиції школі / Р. М. Охрімчук // Початкова школа. – 2005. – № 7. – С. 47–50.
26. Павловський В. В. Основи ювентології: наукова монографія / В. В. Павловський. – К. : Дакор, 2007. – 237 с.
27. Паламарюк О. Вболівальники субкультур. Неформальні групи як втеча від реального життя? / Олеся Паламарюк // День. – 2003. – № 151. – С.

28. Юнг Н. В. Вікові особливості підлітка як чинник підвищеної психологічної уваги щодо ризику формування аддиктивної поведінки / Н. В. Юнг // Науковий вісник ПДПУ ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2004. – № 4–5. – С. 100–103.
29. Виды и жанры аниме [Skatits 15.02.2009]. Picejams: <http://catalog.anime.dvdspecial.ru/genres.shtml>
30. Статьи о Японии [Skatits 20.02.2009] Picejams: <http://leit.ru/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=1051>
31. Статьи о Японии [Skatits 20.09.2009] Picejams: <http://leit.ru/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=1325>