

## Процесс формирования детского медиапотребления

Научный руководитель – Ершов Юрий Михайлович

*Каптерова Анастасия Андреевна*

*Студент (магистр)*

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия  
*E-mail: nas\_ka1997@mail.ru*

Современные дети - самая многочисленная и активная часть медиасреды. Существует представление о том, что «цифровые аборигены», так называют поколение, выросшее в цифровую эпоху, используют ограниченное количество типов контента. На самом деле, примерно с равным интересом они потребляют телевизионный (72%), игровой (71%), музыкальный (42%) и другие типы контента. Такие данные привели исследователи MOMRI.<sup>[1]</sup>

Более взрослые пользователи меняют планшет на телефон. В основном - первым мобильным гаджетом становится смартфон с выходом в интернет. У 37% детей впервые появились смартфоны с выходом в интернет в возрасте 7 лет, в 5-6 лет - у 14, 8%. Такие данные мы получили в результате опроса детей Томской области, который был проведен в феврале 2019 года. Мы опросили взрослых и детей для того, чтобы проанализировать особенности медиапотребления пользователей возраста 5-12 лет. На протяжении 15 дней (1 февраля-15 февраля 2019 г.) респонденты отвечали на опрос. Анкета была представлена в формате Google Формы. В опросе приняли участие 200 человек.

В результате опроса детей выяснилось, что они почти не прислушиваются к советам родителей в выборе контента. Самостоятельно принимают решение, что посмотреть. И начинается это в возрасте от 5 до 7 лет - возраст, в котором у детей появляются личные гаджеты и доступ к ноутбуку или компьютеру.

Основные результаты опроса родителей: несмотря на то, что взрослые с недоверием относятся к тому, что их дети проводят время в интернете, они почти не предлагают альтернативных занятий. Поэтому самостоятельное формирование информационного меню у детей происходит в достаточно раннем возрасте.

У каждого ребенка есть устоявшийся набор каналов. Определенные темы, жанры, которые он выбирает. Кроме предпочтений в каналах, есть предпочтения и в способах потребления. Например, кто-то любит смотреть фильм по телевизору, а кто-то скачивает тот же фильм с торрента и смотрит его в удобное время, другие идут в кинотеатр. Таким образом, продукт потребляется один, но характер и обстановка потребления различны. Это складывается в модель медиапотребления. В работе Образцовой Анастасии Юрьевны «Особенности медиапотребления детей школьного возраста» говорится о том, что их медиапотребление напрямую зависит от того, что смотрят и слушают их родители.[2] С такими выводами невозможно не согласиться. Но зависят дети от родителей в плане медиапотребления до определенного возраста. Наступает период, когда ребенок начинает осознанно делать выбор, оспаривать или соглашаться с рекомендациями родителей (если такие есть).

Принято считать, что родители отрицательно относятся к «игрушкам». Но опрос показал другое: 48% считают, видеоигры могут приносить пользу. Хотя родители не влияют на выбор игр. На вопрос: советуют ли родители, чем заниматься в интернете? Ответ положительный дали 59,3%. Но 70% детей в возрасте 5-7 лет не прислушиваются ко мнению родителей.

Не прислушиваются они и к советам родителей в выборе контента на Youtube. 76,9% родителей ограничивают ребят в просмотре роликов. Но это не мешает 80% детей делать самостоятельный выбор того, что смотреть.

Родители обеспокоены тем, что дети проводят в интернете очень много времени. 75% считают, что это пустая трата. 52,2%, что на просторах интернета дети могут столкнуться с контентом, связанным с насилием. А 37% опрошенных отмечают опасность негативного влияния рекламы. Но при этом 65% родителей не предлагают альтернативное занятие вместо сидения с гаджетом в руках. Мы заметили, что самостоятельное формирование информационного меню начинается в промежутке от 5 до 7 лет. Это связано с тем, что родители не всегда стремятся узнать, чем занимаются их дети в интернете, почему они смотрят определенных блогеров и чем их привлекают видеоигры. Совместный игровой процесс и просмотр видеороликов с ребенком - хороший шаг к изучению и анализу его медиапотребления. Впоследствии это поможет найти компромисс в выборе контента. А пока 96,3% детей смотрят ролики на Youtube самостоятельно, без родителей.

[1] ДЕТИ. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ. 2017. Отчет MOMRI // CYBERPSY URL: [http://cyberpsy.ru/articles/children\\_media\\_2017\\_momri/](http://cyberpsy.ru/articles/children_media_2017_momri/) (дата обращения: 12.02.2019)

[2] Образцова А.Ю. Особенности медиапотребления детей школьного возраста (на примере г. Углич) // Медиаскоп (электронный журнал). - 2014. - №4.

#### Источники и литература

- 1) Образцова А.Ю. Особенности медиапотребления детей школьного возраста (на примере г. Углич) // Медиаскоп (электронный журнал). - 2014. - №4.
- 2) Столбова Е. А. «Особенности стиля медиапотребления в раннем и позднем юношеском возрасте» // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - 2016. - №3.
- 3) ДЕТИ. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ. 2017. Отчет MOMRI // CYBERPSY URL: [http://cyberpsy.ru/articles/children\\_media\\_2017\\_momri/](http://cyberpsy.ru/articles/children_media_2017_momri/) (дата обращения: 12.02.2019)