

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Видеоконтент для детей на Интернет-площадках

Научный руководитель – Шевелев Григорий Александрович

Сакерина Елизавета Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sakerinaelizaweta@yandex.ru

Начиная с 1990-х годов предназначенный для детей видеоконтент претерпел трансформацию в российской медиасреде. Исследователи отмечают во многом негативные изменения. Социологи А. Шариков и В. Чудинов рассматривают проблему: телепоказ перенасыщен криминалом и насилием, чисто развлекательными программами. Ценности стали формироваться под влиянием западной культуры, принципы и традиции детского советского вещания во многом забыты.

А вместе с тем с каждым годом растет количество детской аудитории на интернет-площадках. К возрасту 3-6 лет более 30% владеют телефонами, к 11 – 72%, к 14 – девять из десяти детей пользуются смартфонами. Е. Вартанова пишет, что дети посвящают цифровым технологиям фактически все свободное время после школы и домашней работы.

Т.В. Корнеева отмечает, что телевизор формирует «эталон эмоционального реагирования», то есть образец восприятия какой-либо ситуации. Альберт Бандура высказал идею, что телевидение способно соперничать с родителями и учителями в качестве источника ролевых моделей для подражания. Однако, видеоконтент не гарантирует глубокое понимание сложных тем, постоянный просмотр цифрового контента тормозит развитие ребёнка, влечет за собой зависимость, создаёт «иллюзорный мир» и заменяет живое общение.

За защитой детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, следит государство на уровне законодательных мер, финансировании, постоянном мониторинге и контроле, активном сотрудничестве с образовательными и культурными учреждениями. Интернет-площадки (YouTube, Rutube, VK) и онлайн-кинотеатры (КиноПоиск, Okko, Wink, START и другие) обеспечивают безопасное нахождение детей в информационном пространстве, создавая отдельные приложения, вводя «родительский контроль» с продуманными функциями и устанавливая пользовательские ограничения на размещение недопустимого для ребенка видеоконтента.

Нишу детского вещания в современной России заполняют короткометражные и полнометражные анимационные мультфильмы, мультипликационные сериалы, программы для разных возрастов и детские видеоблогеры. Непрофессиональные коммуникаторы тоже создают контент. Например, на YouTube для маленьких детей (0-5 лет) – это каналы Blippi (23,4 млн. подписчиков), Кукутики (6, 4 млн. подписчиков). Фактически YouTube (до замедления) если и не стал альтернативой традиционному детскому телевидению, то точно сделался помощником, ведь многие передачи загружаются параллельно на видеоплатформу, откуда ребенку проще получить доступ к информации, которая находится здесь и сейчас. Согласно данным mediascope на 2023 год среди детей 4-8 лет – 95% предпочитают мультфильмы, 65% – детские программы, 57% – клипы, по 32% – развлекательные шоу и блоги. Среди детей 9-11 лет 83% смотрят мультфильмы, 78% – клипы, 56% – видеоблоги, 46% – детские программы, 42% – кинофильмы. Среди детей 12-17 лет 64% склоняются к клипам, 61% – кинофильмы, 49% – сериалы, 44% – видеоблоги, 39% – игровые стримы. То есть, чем старше становится ребенок, тем меньше его интересует формат мультфильмов, и тем чаще он выбирает формат видеоблогов.

Популярные *детские видеоблогеры* среди детей дошкольного и младшего школьного возрастов: *MissKaty* (25,3 млн. подписчиков, 16 млрд. просмотров), *MisterMax* (24,9 млн. подписчиков, 16,4 млрд. просмотров), *KidsDianaShow* (131 млн. подписчиков, 111 млрд. просмотров), *LikeNastyaVlog* (22,1 млн. подписчиков, 10 млрд. просмотров), *Супер Полина* (13,9 млн. подписчиков, 5 млрд. просмотров), *Влад и Никита* (18,7 млн. подписчиков, 11 млрд. просмотров). Основная тематика блогов – развлекательная.

Среди детей 12-17 лет знамениты: *Влад А4* (75 млн. подписчиков в YouTube), *Дима Масленников* (18,7 млн. подписчиков в YouTube), *Валя Карнавал* (28,3 млн. подписчиков в Tik Tok), *Даня Милохин* (18,4 млн. подписчиков в Tik Tok), *Дмитрий Куплинов* (17 млн. подписчиков в YouTube). По данным Ростелеком в третьем квартале 2024 года старшие дети 1870 тыс. раз вводили запрос «Влад А4», 1493 тыс. – «Дима Масленников», 901 тыс. – «MR BEAST», 791 тыс. – Елена Райтман.

Общую тенденцию детского контента можно обозначить как рост развлекательного материала: снижается доля содержательных программ, которые развивают интеллект, внимательность и любознательность. Кроме этого, автор на основе встроенного наблюдения за детьми до 14 лет провел исследование, согласно которому самим детям не хватает образовательного контента.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. «Телевидение для детей» - 80 с. [Электронный ресурс] – режим доступа: file:///C:/Users/User/Downloads/Detskoe_TV.pdf
- 2) Корнеева Татьяна Владимировна Ребенок в информационном пространстве // Вестник МГПУ. Серия: Педагогика и психология. 2008. №3. С.83
- 3) Мыгаль Марина Сергеевна ПРОБЛЕМЫ ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ // ScienceTime. 2016. №2 (26). С. 420-426. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-detskogo-televideniya-v-rossii> (дата обращения: 23.12.2024).
- 4) Шариков А.В., Чудинова В.П. Детское телевидение. Взгляд социолога // Дети и культура / Отв. Ред. Б.Ю.Сорочкин. М.: КомКнига, 2007. С. 58-85.