

**Социологический анализ повседневных практик медиапотребления детей  
младше трех лет**

***Ткач Валерия Петровна***

*Аспирант*

*Российский университет дружбы народов, Факультет гуманитарных и социальных наук, Москва, Россия*

*E-mail: vtkach@vitpc.com*

В настоящее время знакомство со средствами массовой информации начинается в очень раннем возрасте. Современный ребенок к трем годам приобретает, как правило, довольно значительный аудиовизуальный опыт: он активно пользуется телевизионной и компьютерной техникой, владеет навыками обращения с мобильным телефоном, может выйти в Интернет. Без сомнения, уровень осведомленности о различных медианосителях, а также степень владения ими зависит от целого ряда факторов, основными из которых выступают возраст, наличие медийных средств в семье и отношение родителей к медиаобразованию. Однако при любых условиях интерес, проявляемый детьми к медиа, остается неизменно высоким, превращая средства массовой информации в неотъемлемую часть детской жизни. <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Исследование структуры детского медиапотребления позволяет выстраивать прогнозы дальнейшего развития медиасреды. Однако работ, посвященных анализу специфики медиапотребления детей в возрасте до трех лет, практически не существует. Это связано, прежде всего, со сложностью получения информации от респондентов столь юного возраста. Фактически единственным методом, позволяющим получить достоверную информацию о медиапотреблении детей в возрасте до трех лет, является опрос родителей, выступающих в качестве экспертов. Подобный экспертный опрос помогает достаточно широко осветить повседневные практики взаимодействия детей с современными медианосителями, раскрыть, как они изменялись по мере взросления ребенка, выяснить сложившиеся к этому возрасту детские медиапредпочтения, а также предоставляет информацию об отношении родителей к медиапотреблению детей и влиянию их позиции на специфику взаимоотношений ребенка с медиаканалами.

Нами был проведен экспертный опрос 30 родителей, имеющих детей младше трех лет. Вопросы задавались респондентам в процессе личного интервью, что позволяло обсудить особенно интересные аспекты, заострить внимание на отдельных ситуациях, раскрыть личную позицию родителя по отношению к анализируемой проблеме.

Современные родители делятся на два ярко выраженных лагеря. Одни считают, что медиапотребление способствует развитию или, по крайней мере, не вредит ребенку и одновременно дает взрослым немного свободного времени. Такие родители не препятствуют детскому медиапотреблению, а зачастую даже поощряют. Другие выступают яркими противниками детского медиапотребления, обвиняя телевизор и компьютер в задержке развития, в проблемах со становлением речи и в повышенном нервном возбуждении ребенка. Зачастую выбор той или иной модели поведения напрямую связан с практикой медиапотребления, принятой в семье. Если взрослые сами с удовольствием

в больших объемах смотрят телевизор или вечерами сидят за компьютером, то и отношение к детскому медиапотреблению складывается более лояльное. Если в семье уже есть дети постарше, то объемы медиапотребления младшего ребенка обычно выше, чем у других детей в том же возрасте, так как они имеют возможность присоединиться не только к родителям, сидящим за телевизором, но и к старшим братьям или сестрам.

По объему медиапотребления всех детей можно условно разделить на три группы. Первая группа – это дети, которые либо совсем не смотрят телевизор и не пользуются компьютером, либо делают это крайне редко, от случая к случаю, но не больше часа в день. Ко второй группе относятся дети со средним уровнем медиапотребления: от часа до трех часов в день. И, наконец, третья группа – полная противоположность первой, сюда попали дети, чье медиапотребление не ограничивается родителями, либо эти попытки не приносят существенных результатов. Как следствие, эти дети проводят перед экраном свыше трех часов в день.

Попадание в ту или иную группу зависит не только от позиции родителей по отношению к детскому медиапотреблению, но и от возраста ребенка. Дети до года обычно оказываются перед экраном случайно, повседневных практик телесмотра или использования компьютера у них еще не появилось. Первые шаги в медиапотреблении начинаются после года, когда ребенок учится пользоваться пультом управления, сенсорным экраном мобильного телефона, а некоторые и компьютерной мышкой. В этот период многие дети переходят в группу со средним уровнем медиапотребления от часа до трех в день. А после двух лет для некоторых компьютер, планшет и телевизор становятся основными видами досуга, в результате чего эти дети попадают в третью группу, проводя перед экраном более трех часов в сутки.

Ребенок, чье медиапотребление практически неограниченно, к трем годам обладает навыками использования современной техники, не значительно отличающимися от уровня взрослого пользователя. Он свободно переключает каналы на телевизоре, настраивает уровень громкости, использует все возможности DVD-плеера. Владение компьютером не ограничивается у таких детей просмотром видео, но также подразумевает умение пользоваться мышкой, поиск в Интернете, работу с файлами и папками. Мобильные телефоны и планшеты к этому возрасту освоены детьми зачастую лучше, чем взрослыми, за счет применения технологии «тачскрин», которая легка и интуитивно понятна в использовании.

Проблема, на которую жалуются многие родители, чьи дети освоили к трем годам современную технику, это отсутствие интереса к книгам. Ребенок привыкает к постоянной смене изображения, к мгновенной реакции на свои действия, к интересному звуковому сопровождению, которые характерны для использования компьютера, мобильного телефона или телевизора. В книгах таким детям не хватает интерактивности и динамичности.

Современные дети живут в совершенно ином мире, чем жили в детстве их родители. Они больше общаются с компьютерами и телевизорами, чем со взрослыми или друг с другом, «поселившись» с самого раннего возраста в Интернете. Специфика такого интенсивного медиапотребления предопределяет многие особенности этого поколения. Во-первых, все более заметным становится преобладание виртуальной коммуникации над межличностной. Кроме того, идет процесс снижения авторитета родителей с одновременным усилением роли детей в качестве экспертов. Детям все более свойственна

склонность к так называемому «клиповому мышлению»: более качественному усвоению информации, если она подается короткими яркими сюжетами. Новое поколение требует от любого медиа максимальной интерактивности и возможности для обсуждения полученной информации – социальной составляющей. Причем информация должна быть легко доступна в любой момент времени в любом месте. Это, вероятно, будет первое в полной мере «цифровое» поколение, представители которого никогда не жили в мире без доступа к сотне телевизионных каналов, широкополосного Интернета, повсеместно доступной Wi-fi связи, планшетов и смартфонов. Уже современные подростки в той или иной мере демонстрируют эти черты, но в детях, которым сейчас нет еще и трех лет, они проявятся в полном объеме. Нельзя охарактеризовать эти особенности как положительные или негативные, надо просто иметь в виду, что новое поколение принципиально отличается от предыдущих. Специфика этого поколения изменит не только сферу медиапотребления, но и наложит свой отпечаток на другие области повседневной жизни: ценностные ориентации, процесс коммуникации, практики потребления, мировоззрение людей в целом.