

ДЕТСКИЙ КОНТЕНТ НА ЮТЮБ-КАНАЛЕ: ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Науен Тиен Зунг

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Козел В.И. – к.пед.н., доцент

В данной работе рассматривается детский контент на ютюб-канале и его отрицательные характеристики, такие как мультфильмы для дошкольников, видео с обзорами игрушек, пропагандой смены пола.

Детский контент занимает львиную долю всего ютуба, это максимально востребованный на ютубе тип контента, но детский он не потому, что он рассчитан на детей и полезен им, а просто потому, что дети его смотрят.

Начнем с того, что смотрят дошкольники. В основном это ролики, заставки которых выполнены в кислотно-ядовитых тонах, задача которых только одна, чтобы ребёнок на них просто нажал, и, возможно, посмотрел. Что в них происходит? Да ничего, как правило, не происходит, 99 процентов сюжетов (если сюжет вообще есть, что редкость) – это абсолютно бессмысленный контент, который невозможно пересказать. В этих сюжетах нет какой-то морали, диалогов, жизненных ситуаций, поучительных сюжетов, всего того, ради чего была придумана мультипликация, как средство помощи родителям в воспитании. Теперь всё наоборот, и из средства воспитания современная мультипликация превратилась в средство деградации. Во многих роликах идет размытие половой идентичности. В этих роликах есть только то, что обобщённо можно назвать «отупляющий, примитивный контент», и именно такого человека из маленького ребёнка такой контент и формирует [1].

Но родителей дошкольников такой контент, как правило, вполне устраивает, потому что видео с такой постановкой сюжета, с кислотными цветами, бессмысленными и повторяющимися действиями и отсутствием сюжета, оказывают на ребёнка транквилизирующее и гипнотическое действие. Ребёнок «залипает» на них, и парализованный от потока разносторонней и бесполезной, но яркой и токсичной информации, которую его растущий мозг еще не может обработать, уходит в своеобразный транс, не в силах оторваться. Но при этом он, естественно, молчит, не задает вопросов и не реагирует ни на какие внешние раздражители, залипая в планшет, что и нужно родителям. Ведь планшет маленьким детям покупают именно для этих целей, как домашний портативный транквилизатор, чтобы ребёнок не мешал, сидел смирно и, наконец, уже замолчал.

58-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2022

Второй по популярности тип контента, который смотрят дошкольники – это обзоры игрушек, цель которых в конечном итоге, формирование из ребёнка потребителя без чувства меры.

Главный на сегодняшний медиатренд – это пропаганда смены пола. Детям и подросткам внушается мысль о том, что они находятся не в своем теле, и что им срочно нужно сменить пол. К примеру, у ролика «Мой папа сменил пол» на данный момент более 2 миллионов просмотров. Во всех этих историях для героев всё заканчивается всегда хэппи-эндом, и вывод всегда делается только один, что всё это нормально и допустимо. Форма подачи материала наиболее сильная в плане убеждения. Всё нарисовано просто, рассказ ведётся всегда детским голосом, а это создаёт еще больший фактор доверия для ребёнка.

Дети сейчас мало гуляют, родители большую часть времени работают, и внешний мир современные дети воспринимают преимущественно с экрана, и те модели поведения, которые они видят на экране, они принимают для себя по умолчанию за норму поведения в обществе, ведь для них это и есть вполне себе реальный и настоящий мир.

Список использованных источников:

1. *Влияние гаджетов на психоэмоциональное развитие ребёнка. / Дети интернета. Что они смотрят, и кто ими управляет. Книга для родителей, педагогов, и специалистов по работе с детьми. – Режим доступа: https://vk.com/@viola_lyadvik-iz-knigi-deti-interneta-chto-oni-smotryat-i-kto-imi-upravlya. – Дата доступа: 27.02.2022.*