

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РОДИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

М. И. БЕРЕЗЕЦКАЯ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Посвящена социологическому анализу родительского поведения в современных условиях функционирования общества. Развитие компьютерных технологий, повсеместное распространение интернета, появление смартфонов и, соответственно, мобильных приложений значительно изменили стратегии родительского поведения. Рассматриваются особенности поведения родителей в цифровой среде и использование ими информационных технологий. Отдельное внимание уделяется описанию веб-сайтов, интернет-форумов, социальных сетей, мобильных приложений как площадок взаимодействия родителей друг с другом и со своими детьми. Специализированные интернет-сайты, форумы, социальные сети сочетают в себе информационные и развлекательные функции: здесь родители не только делятся советами и рекомендациями по воспитанию детей, но и находят единомышленников, друзей. Мобильные приложения и мессенджеры позволяют современным родителям быть на связи со своими детьми, располагать информацией об их местоположении без серьезных материальных затрат и находясь на большом расстоянии от них. Рассматривается феномен родителей-блогеров и детей-блогеров, а также проблема безопасности и конфиденциальности данных в интернете. В современном родительском поведении отмечается тенденция к демонстрации родительства в социальных сетях: растет количество родителей-блогеров и детей-блогеров, блогинг из хобби превращается в инструмент заработка. В статье содержатся результаты авторского исследования тематической направленности родительских блогов в *Instagram*.

Ключевые слова: социология детства; дети; родительское поведение; информационные технологии; блогинг; безопасность и конфиденциальность данных.

MODERN PARENTING IN THE DIGITAL WORLD

M. I. BEREZETSKAYA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The paper is concerned with sociological analysis of parenting in modern society. The development of computer technology, the widespread dissemination of the Internet, the advent of smartphones and mobile applications have significantly changed strategies of parenting behavior. This article discusses the features of the parental behavior in a digital environment and their use of informational technology. Special attention is paid to the description of websites, online forums, social networks, mobile applications as platforms for interaction between parents and with their children. Specialized websites, forums, social networks combine information and entertainment functions: on these sites parents not only share tips and tricks on children's bringing up, but also find like-minded friends. Mobile applications and messengers allow modern parents to be in touch with their children and to have information about their location being at a great distance from them and without serious material costs. The phenomenon of parents-bloggers and children-bloggers, as well as the problem of security and confidentiality of data on the Internet, is carefully analyzed in this article. In modern parental behavior there is

Образец цитирования:

Березецкая МИ. Особенности современного родительского поведения в условиях информационного общества. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2019;4:105–112.

For citation:

Berezetskaya MI. Modern parenting in the digital world. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*. 2019;4: 105–112. Russian.

Автор:

Мария Ивановна Березецкая – аспирантка кафедры социологии факультета философии и социальных наук. Научный руководитель – кандидат философских наук, доцент Л. В. Филинская.

Author:

Mariya I. Berezetskaya, postgraduate student at the department of sociology, faculty of philosophy and social sciences.
berezeckaya.mary@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9510-5571>

a tendency to demonstrate parenting in social networks. For example, the number of parents-bloggers and children-bloggers grows, blogging become the instrument for earning money. The article contains the results of an author's study of the thematic focus of parent blogs on Instagram.

Keywords: sociology of childhood; children; parenting; digital technology; blogging, data privacy and security.

Современное общество находится в состоянии постоянной динамики и развития, вместе с этим изменяются и родительские практики. Современные родители не ограничиваются советами по воспитанию ребенка из специализированных книг, журналов, а также от собственных родителей и родственников. Появление смартфонов, планшетов и компьютеров, а также скоростного интернета и Wi-Fi позволило родителям получать доступ к интернету практически из любого места. Они могут использовать онлайн-платформы и мобильные приложения как часть воспитательной практики для своих детей. Кроме того, данные технологии предоставили родителям возможность искать информацию и поддержку, обмениваться опытом друг с другом, не взирая на географическую отдаленность или разность часовых поясов. Современные родители большую часть своего времени проводят в режиме онлайн, тем самым вовлекая и приучая детей к жизни в цифровом обществе. Основной целью данной статьи является обнаружение и изучение особенностей родительского поведения в условиях современного информационного общества. Исходя из цели исследования, мы ставили перед собой следующие задачи: 1) определить возможности использования современных интернет-площадок и мобильных приложений родителями; 2) изучить феномен родительского и детского блогинга; 3) рассмотреть проблему безопасности и конфиденциальности персональных данных родителей и их детей в интернете.

Описание особенностей поведения родителей в цифровой среде и использования ими информационных технологий начнем с характеристики родительского присутствия на популярных интернет-площадках.

Веб-сайты и интернет-форумы. Сайты для родителей на просторах интернета появляются уже в 1990-х гг. (преимущественно англоязычные), однако с течением времени их популярность среди родителей не уменьшается. Рассчитанные на родительскую аудиторию сайты часто сочетают в себе возможность получать информацию из статей по самым разнообразным темам (беременность, воспитание, развитие детей) с возможностью общения друг с другом на форумах. Кроме того, такого рода площадки являются очень популярной платформой для рекламы детских товаров. Современные сайты для родителей часто предлагают своим пользователям собственные мобильные приложения, а также позволяют подключаться через уже существующие учетные записи в социальных сетях (*Facebook*,

Instagram, *Twitter*, *ВКонтакте*, *Одноклассники*), что, в свою очередь, позволяет родителям получать нужную им информацию более легко и быстро, а также быть постоянно на связи с другими пользователями. Таким образом, сайты реализуют продвижение своего контента и привлечение новой аудитории. Наиболее популярные из них каждый месяц набирают миллионы просмотров и десятки тысяч сообщений на форумах. К наиболее популярным ресурсам по данной тематике можно отнести англоязычные *BabyCenter*, *CafeMom*, *Parents.com* и *Parenting.com*, *Mumsnet* и *NetMums*, среди русскоязычных сайтов выделяются *Baby.ru*, *U-mama.ru*, *7ya.ru*, *Rebenok.by*.

Большинство исследователей сходятся во мнении, что родители ценят эти сайты за возможность получить поддержку и информацию от таких же родителей, хотя советы медицинских работников и близких членов семьи все же в большинстве случаев являются для них приоритетными [1; 2]. На форумах родители могут поделиться своими проблемами, переживаниями, разочарованиями и беспокойствами, так как анонимность в общении на сайтах такого рода способствует обсуждению личных тем. Более того, психологи высказывают предположение о том, что коммуникация на форумах с другими родителями может снизить уровень депрессии и поднять самооценку, так как в ходе общения с такими же родителями, как и они сами, пользователи начинают осознавать «нормальность» своих переживаний [3]. Специализированные сайты для родителей зачастую содержат в себе много информации о различных стратегиях и методиках воспитания детей, в том числе и альтернативных. Таким образом, у родителей появляется возможность опробовать разные варианты родительского поведения [4]. Кроме того, использование таких сайтов позволяет найти единомышленников и не чувствовать себя одинокими, находясь, к примеру, в декретном отпуске. Стоит отметить, что родительские форумы чаще ориентированы на матерей, однако проведенные зарубежные исследования продемонстрировали, что отцы также обращаются к родительским веб-сайтам и форумам за поддержкой и советом, особенно от других отцов. Мужчины, которые только готовятся стать отцами, или же те, кто чувствует свою неуверенность или отдаленность, могут использовать форумы для поиска информации, эмоциональной поддержки и места для саморефлексии [5]. Отличительной чертой стиля общения отцов является то, что они чаще используют юмор как инструмент общения,

особенно при разговоре на чувствительные и эмоционально тяжелые темы.

Мобильные приложения. Повсеместное распространение мобильных устройств и доступ к Wi-Fi позволяют родителям выходить на связь со своими детьми при минимальных материальных и временных затратах в любое время и в любом месте (при наличии интернета). Особенно актуальным использование мессенджеров становится во время физической разлуки детей и родителей – мессенджеры обеспечивают связь в условиях реального времени, а в случае видеозвонка позволяют не только слышать, но и видеть детей, что особенно важно для матерей и отцов, которые в силу тех или иных обстоятельств живут далеко от своих детей. Такой формат общения позволяет родителям участвовать в жизни ребенка, проявлять о нем заботу и выполнять материнские/отцовские функции, пусть и на расстоянии.

В настоящее время пользователям смартфонов доступен огромный выбор различных приложений и для беременных женщин (позволяют будущим мамам следить за развитием и ростом плода, частотой сердцебиения и т. п.), и для молодых родителей (предназначены для мониторинга кормления, сна, роста и развития ребенка, а также для предоставления информации об уходе за ребенком): «Календарь беременности, общение мам поблизости» (более 1 млн скачиваний), «Дневник малыша – грудное вскармливание и уход» (более 500 тыс. скачиваний), «Первый год жизни малыша» (более 500 тыс. скачиваний) и др. Разработчики также учитывают желание родителей постоянно быть в курсе местонахождения своего ребенка и предлагают специальные GPS-трекеры с поддержкой смарт-часов и телефона ребенка, которые позволяют родителям видеть, где он находится и маршрут его передвижений, получать оповещения, когда ребенок покидает двор или школу, знать, сколько времени он играет на телефоне в школе, слышать звук вокруг ребенка, когда он не берет трубку («Где мои дети: родительский контроль» – более 10 млн скачиваний; «Семейный GPS-трекер *KidControl*» – 1 млн скачиваний; *Find my Kids* – более 1 млн скачиваний и др.). Родители могут также пользоваться приложениями типа радио- и видеоняни, с помощью которых можно наблюдать за сном ребенка, слышать и видеть, что происходит рядом с ним, а в случае, если ребенок проснется – в приложении появится оповещение или же родителю поступит звонок на телефон. Эти приложения ценятся пользователями за возможность оперативного доступа к информации и удобному формату ее представления. Следует отметить, что подавляющее большинство приложений по тематике родительства ориентиро-

ваны на женщин. К примеру, по запросу «для мам» *Play Market* выдает 97 приложений различной тематики (от дневника беременности до развивающих упражнений для детей), а по запросу «для пап» предлагаются только игры и сайты знакомств для одиноких родителей.

Социальные сети. Появление социальных сетей предоставило родителям новые варианты взаимодействия с другими родителями, а также возможность обмена своим родительским опытом. *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *Instagram*, *ВКонтакте* позволяют родителям загружать свои фотографии и фотографии своих детей, делиться собственными мыслями, комментировать фото/видео, отмечать или делиться контентом других людей. Использование социальных сетей родителями не ограничивается ведением собственной страницы. К примеру, в *Facebook* наряду с личными учетными записями существуют многочисленные специальные страницы для родителей, а необходимый контент в *Twitter* и *Instagram* можно легко найти с помощью хэштегов. Еще одним из наиболее популярных мест получения информации о воспитании детей является видеохостинг *YouTube* – там можно найти любую информацию: от руководства по сборке детской кроватки и обзора игрушек для детей до советов специалистов в области образования или же здравоохранения по воспитанию ребенка.

В настоящее время опубликовано лишь небольшое количество исследований о том, как родители используют социальные сети. Опрос американских родителей, проведенный исследовательским центром *Pew*¹, показал, что матери чуть чаще, чем отцы, используют социальные сети для оказания помощи и поддержки таким же матерям, а также в надежде получить их поддержку. Матери также чаще соглашались с тем, что социальные сети являются источником полезной информации для родителей. В ходе проведенных в странах Западной Европы и Северной Америки исследований было определено, что и матери, и отцы используют *Facebook* чаще других социальных сетей [6]. Данные исследования свидетельствуют о том, что матери с младенцами и маленькими детьми пользуются *Facebook* (в частности, специальными группами для матерей), чтобы знакомиться и встречаться с другими мамами, живущими поблизости, тем самым избавляясь от чувства одиночества и изоляции [7; 8]. Это относится и к родителям детей с особенностями развития, которые часто используют *Facebook* для поиска конкретных групп поддержки и информации, касающейся потребностей своих детей [9], а также к папам, находящимся в декрете, которые через страницы *Facebook* общаются с другими папами в декрете [9].

¹Duggan M., Lehnhart A. Parents and social media [Electronic resource] // Pew Research Center. URL: <http://www.pewinternet.org/2015/07/16/parents-and-social-media/> (date of access: 14.09.2019)

Родители на личных страницах в социальных сетях часто делятся с друзьями/подписчиками информацией о событиях своей жизни: сообщают о беременности, рассказывают о рождении ребенка, а также публикуют фото своих детей. В 2015 г. Британской организацией по безопасности в интернете было проведено исследование ($n=2000$ родителей) по тематике использования социальных сетей для обмена изображениями своих маленьких детей, в ходе которого было определено, что среднестатистический родитель опубликует примерно 1000 изображений в *Facebook* или *Instagram* к тому времени, когда его/ее ребенку будет 5 лет².

Зарубежные исследователи для описания нового типа родительского поведения используют термин *sharenting*, образованный от слов *to share* – делиться и *parenting* – родительство», «родительские обязанности, воспитание, т. е. примерный перевод данного термина может звучать как «демонстративное родительство», «родительство напоказ» (в русскоязычных материалах понятие используется без перевода – «шерентинг»). Данный термин описывает стремление современных родителей делиться информацией о себе и своих детях при помощи различных онлайн-платформ, а интернет-блоги становятся источником информации и своеобразным средством развлечения для родителей. Стоит отметить, что в настоящее время письменные блоги (к примеру, на *LiveJournal*) теряют свою популярность и все большее количество блогеров можно встретить на платформах типа *Instagram* и *YouTube*. Данная тенденция еще раз подтверждает нацеленность современного человека с его клиповым мышлением на быстрое получение информации, желательное при помощи яркого и запоминающегося визуального ряда.

Рассмотрим феномен родительского блогинга на примере анализа наиболее популярных родительских аккаунтов в *Instagram*. Данная платформа выбрана нами в силу ее популярности, а также удобства для ведения личного блога. Формат публикаций в *Instagram* позволяет совместить яркую картинку с ненавязчивым и достаточно кратким текстом, что способствует быстрому привлечению аудитории, а удобный формат комментариев создает комфортные условия для взаимодействия с ней. Кроме того, по охвату публикаций *Instagram* опережает другие социальные сети (*ВКонтакте*, *YouTube*), следовательно, именно на данной платформе блогерам предоставляется больше возможностей заработать на рекламе, что, в свою очередь, и привлекает их туда.

В ходе анализа родительских аккаунтов мы ставили перед собой цель изучить основную темати-

ку их профилей и особенности рекламных интеграций. Исследование было проведено методом контент-анализа, в ходе которого мы изучили 10 самых крупных аккаунтов «инстамам» и 10 самых крупных аккаунтов «инстапап» и их публикации за август 2019 г. Следует отметить, что в топ-10 не были включены аккаунты «звездных родителей», так как их аудитория была привлечена в силу популярности личности, а не в силу контента, связанного с тематикой семьи и детства (к примеру, аккаунты телеведущей Ксении Бородиной, модели Оксаны Самойловой, певицы Айзы Анохиной и др.). Таким образом, для анализа были выбраны следующие аккаунты «инстамам»:

1) Елена Сажина (3,3 млн подписчиков). Описание профиля: «Мама ДВОЙНЯШЕК». За август 2019 г. – 25 публикаций;

2) Валерия Чекалина (3 млн подписчиков). Описание профиля: «Родила двойню и выгляжу еще круче. Создала свой бренд косметики. Мои фотки облетают весь мир». За август 2019 г. – 19 публикаций;

3) Екатерина Шрейнер (2,9 млн подписчиков). Описание профиля: «Мастер-классы для детей и родителей, идеи для творческого развития». За август 2019 г. – 22 публикации;

4) Алина Левда (2,7 млн подписчиков). Описание профиля: «Сериал о жизни без отпуска в декрете. Ноги от Бога. Сын от мужа». За август 2019 г. – 22 публикации;

5) Кристина Дудкова (2,6 млн подписчиков). Описание профиля: «Принцесса из коммуналки. Маленький город – не приговор». За август 2019 г. – 16 публикаций;

6) Екатерина Климова (2,5 млн подписчиков). Описание профиля: «Мать с шилом в Ж... или Девочка, которая прошла путь от “Доширака” до “Порше”». За август 2019 г. – 10 публикаций;

7) Лиза Миллер (2,2 млн подписчиков). Описание профиля: «Самая успешная мама “Инстаграма”. От общаги до квартиры в целый этаж». За август 2019 г. – 8 публикаций;

8) Алия Бай (1,9 млн подписчиков). Описание профиля: «МАМА-БЛОГЕР 2019 по версии mail.ru, ♥ИНСТА-МАМА 2017, ♥БЛОГЕР ГОДА 2018». За август 2019 г. – 30 публикаций;

9) Лариса Суркова (1,8 млн подписчиков). Описание профиля: «Первый психолог в “Инстаграм”. Кандидат наук, а не абы-кто, 5 детей и 18 книг». За август 2019 г. – 33 публикации;

10) Эльмира Ылясова (1,6 млн подписчиков). Описание профиля: «Я Эля. Ко мне на “ты”. У меня 4 дочки и один сыночек. Материнство как религия». За август 2019 г. – 43 публикации.

²Today's children will feature in almost 1,000 online photos by the time they reach age five [Electronic resource] // Nominet. URL: <https://www.nominet.uk/todays-children-will-feature-in-almost-1000-online-photos-by-the-time-they-reach-age-five/> (date of access: 15.09.2019).

В ходе анализа перечисленных выше страниц было определено, что контент большинства из них имеет сходную тематику. Перечислим выделенные нами наиболее популярные темы публикаций:

1. *Семья*. «Инстамамы» чаще всего дают советы по воспитанию детей и созданию гармоничных отношений в семье, рассказывают об особенностях формирования личности ребенка, влиянии родителей на судьбу детей; описывают особенности отдыха и путешествий с детьми, дают соответствующие советы; делятся успехами и достижениями детей; говорят о здоровье детей, делятся полезной детской литературой, а также описывают особенности подготовки детей к школе / детскому саду.

2. *Мастер-классы/тьюториалы*. Блогеры рассказывают и показывают, как делать прически для ребенка, макияж для себя, интересные способы завязывания пояса/платка; дают советы по уходу за телом; идеи для подачи и нарезки фруктов/овощей, рецепты блюд.

3. *Идеи для развлечений с детьми*. Описываются увлекательные научные эксперименты, приводят творческие задания.

4. *Беременность*. Авторы дают советы по подготовке к рождению ребенка, рассказывают об особенностях путешествий/перелетов для беременных, подготовке детей к появлению брата/сестры.

5. *Личная жизнь* (публикации, не связанные с семейными отношениями). Приводятся истории успеха, рассуждения о женской дружбе, принятии себя и своей внешности, рассказы о путешествиях, правилах ведения здорового образа жизни, покупках и др.

6. *Реклама, конкурсы/розыгрыши*. «Инстамамы» рекламируют питьевую воду, очистители воздуха, доставки еды, интернет-магазины, мобильные приложения, косметику, парфюмерию, собственные бренды (одежда, парфюмерия, кофе и др.), медицинские препараты, отели; совместно с представителями отдельных компаний проводят розыгрыши призов.

7. *Социальная ответственность*. Авторы пишут о проблеме ВИЧ/СПИД, о благотворительности.

Однако стоит отметить, что, несмотря на общую схожесть контента и одинаковую аудиторию, «инстамамы» стремятся найти собственную нишу: кто-то специализируется на психологических вопросах, кто-то описывает способы раннего развития ребенка, кто-то придумывает варианты увлекательных экспериментов для детей, а кто-то делится рецептами приготовления блюд.

Профили «инстапап» имеют свои особенности и заметные отличия. Рассматривались следующие аккаунты:

1) Артем Чекалин (2 млн подписчиков). Описание профиля: «Честный мужской блог. Отец двух замечательных детей и муж самой лучшей девуш-

ки». За август 2019 г. – 11 публикаций. Супруг блогера Валерии Чекалиной;

2) Никита Серов (1,1 млн подписчиков). Описание профиля: «Качаю мышцы, сына и мозг. Составляю план питания/тренировок». За август 2019 г. – 10 публикаций;

3) Артем Левда (1,1 млн подписчиков). Описание профиля: «Отец сына, муж жены». За август 2019 г. – 9 публикаций;

4) Мансур Шангареев (823 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Многодетный отец. Писатель. Будни папы с четырьмя детьми». За август 2019 г. – 6 публикаций;

5) Сергей Мозг (782 тыс. подписчиков). Описание: «Слишком много блогеров в семье!». За август 2019 г. – 8 публикаций;

6) Дмитрий Тоболатор (751 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Лучший папа 2019. Дочь – подросток, сын – малыш». За август 2019 г. – 15 публикаций;

7) Петр Сурков (697 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Мужской взгляд на деньги, семью, развитие». За август 2019 г. – 19 публикаций;

8) Антон Дудков (509 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Тревел-блогер. Заботливый отец». За август 2019 г. – 4 публикации;

9) Максим Роговцев (501 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Счастливый муж и отец 4 девочек». За август 2019 г. – 32 публикации;

10) Андрей Клеверин (470 тыс. подписчиков). Описание профиля: «Инстапапа 2017. Отец пяти парней. Взгляд мужчины на отношения и воспитание». За август 2019 г. – 29 публикаций.

Исходя из анализа аккаунтов были выделены доминирующие темы публикаций.

1. *Семья*. Отцы пишут о семейных традициях, воспитании и здоровье детей, распределении домашних обязанностей, об отношениях детей между собой и с родителями. Часто затрагиваются вопросы отношений между мужчинами и женщинами.

2. *Мастер-классы/тьюториалы/советы*. «Инстапапы» дают советы по ремонту, уборке в доме, кулинарные рецепты.

3. *Бизнес*. Авторы затрагивают вопросы финансовой грамотности, дают советы по построению собственного бизнеса, советы по ведению личного блога и поиску целевой аудитории.

4. *Личная жизнь* (публикации, не связанные с семейными отношениями и работой). Эта тема включает в себя истории успеха, рассказы о путешествиях, о покупках, о спорте, обсуждение проблем кризиса среднего возраста и др.

5. *Реклама и конкурсы/розыгрыши*. «Инстапапы» рекламируют сети детских кафе, бытовую технику, коляски, интернет-магазины и др.

Следует отметить, что «инстапапы» в своих аккаунтах в большинстве случаев предпочитают не

ограничивать себя выбором какой-либо одной ниши (только один «инстапапа» из рассматриваемых специализируется на написании советов по ремонту и уборке дома, а также приготовлению блюд, остальные рассуждают о семейных отношениях в целом).

При сравнении аккаунтов отцов и матерей в *Instagram* первое, что следует отметить, это количество подписчиков: у отцов их значительно меньше. Кроме того, отличается содержательная сторона: женские блоги в большей степени нацелены на углубленное описание «правил» гармоничной совместной жизни и советов по воспитанию и развитию ребенка, мужчины же чаще пишут о своей работе, дают советы по ведению бизнеса, мотивируют подписчиков к поиску любимого дела, а тематика воспитания ребенка в большей части сводится к общим рекомендациям и рассказам о своих детях.

Необходимо подчеркнуть, что реклама товаров и услуг часто встречается в аккаунтах родителей-инстаблогеров, однако не все подписчики могут ее заметить, так как она всегда (во всех рассмотренных нами случаях) представлялась в нативном (естественном) формате, иными словами, включалась в публикацию блогера в таком виде, чтобы ее нельзя было идентифицировать как рекламу, чтобы у читателей создавалось ощущение ценной информации, а не прямого побуждения к покупке. Для этого блогеры сопровождают рекламные публикации семейными фотографиями и историями из личной жизни.

Понятие *sharenting* касается не только блогеров, но и обычных пользователей социальных сетей, которые также с удовольствием делятся фотографиями своих детей. Однако данное явление экспертами оценивается неоднозначно. С одной стороны, современные родители имеют возможность при помощи интернет-ресурсов находить новых знакомых, единомышленников, получать советы и поддержку со стороны, быть частью определенного сообщества, будь то сообщество «мамочек» во *Вконтакте* или же подписчиков того или иного блогера. С другой стороны, возникает вопрос о правомерности таких действий родителей. В настоящее время все большее количество экспертов обращают внимание на то, что публикации фотографий и рассказов о детях в интернете нарушают их право на неприкосновенность частной жизни³. К примеру, во Франции уже принят закон, который позволяет взрослым детям предъявлять иск своим родителям за такие нарушения⁴.

Некоторые родители не ограничиваются созданием собственных блогов или публикацией фото и видео своих детей в социальных сетях, они идут дальше – создают и ведут их персональные страницы. К примеру, свою обширную аудиторию в *Instagram* уже имеют дети «звездных» родителей: сын продюсера Яны Рудковской и фигуриста Евгения Плющенко Александр (@*gnomgnomych*, 339 тыс. подписчиков), дочь Филиппа Киркорова Алла-Виктория (@*allavictoriyakirkorova*, 269 тыс. подписчиков) и его сын Мартин (@*martinkirkorov*, 166 тыс. подписчиков), сын актрисы Эвелины Блэданс Семен (@*semensemin*, 237 тыс. подписчиков), сын актрисы Галины Боб Лев (@*levsergeich*, 86,8 тыс. подписчиков), сыновья актрисы Марии Кожевниковой Иван и Максим (@*ivanbromaks*, 26,4 тыс. подписчиков) и др. В большинстве своем в данных профилях публикуются сопровождающиеся кратким текстом фотографии, сделанные в путешествиях, на праздниках, ежедневных занятиях и т. п. Из перечисленного списка выделяется аккаунт Семена Семина, который ведет его папа: наряду с обычными фотографиями в нем размещается много информации о различных социальных проектах и о детях с синдромом Дауна.

Однако чаще детские аккаунты/каналы можно встретить на другой популярной платформе – видеохостинге *YouTube*. Своеобразным показателем растущей популярности детского контента в *YouTube* является первое место канала *Like Nastya Vlog* в рейтинге топ-10 самых быстрорастущих каналов по версии РИАБ. За август 2019 г. канал вырос на 2,2 млн подписчиков, каждый день в среднем на него подписывается 73,3 тыс. человек, а на данный момент у канала 33 млн подписчиков. Опережает его по численности подписчиков в русскоязычном *YouTube* только канал *Kids Diana Show* (34 млн подписчиков, ежемесячный прирост аудитории в среднем – 1,3 млн человек). В топ-5 самых популярных детских каналов на *YouTube* еще входят каналы *Mister Max* (14 млн подписчиков), *Miss Katy* (14,3 млн подписчиков) и *Ya – Alisa* (9,6 млн подписчиков). Их контент во многом совпадает: везде (в разном количестве) присутствуют распаковки игрушек, киндер-сюрпризов, челленджи, игры, обзоры игрушек, песни, истории, видео о правилах поведения в разных ситуациях.

Такая активная включенность интернета и медiateхнологий в жизнь детей наталкивает на размышления о конфиденциальности их данных и кибербезопасности. Персональная информация современных детей зачастую появляется в мобиль-

³Wayne T. The right to privacy for children online [Electronic resource] // The New York Times. URL: http://www.nytimes.com/2016/04/17/fashion/celebrity-childrenonline-privacy.html?_r=0 (date of access: 16.09.2019).

⁴Chazan D. French parents 'could be jailed' for posting children's photos online [Electronic resource] // The Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/12179584/Frenchparents-could-be-jailed-for-posting-childrens-photos-online.html> (date of access: 16.09.2019).

ных приложениях, личных профилях их родителей в социальных сетях, на форумах еще до их рождения или же в первые годы жизни, однако эти очень личные данные используются не только по прямому назначению (к примеру, для удобства пользования тем или иным приложением), но и в интересах множества коммерческих структур. Информация о молодых родителях или людях, которые ожидают ребенка, особенно ценна с коммерческой точки зрения, поскольку именно эта категория людей только выходит на новый для себя рынок детских товаров и услуг, следовательно, они более восприимчивы к рекламе и нацелены на приобретение большого количества предметов детского обихода. По оценкам американских экспертов, интернет-маркетологи платят гораздо больше за просмотр данных беременных женщин по сравнению с другими пользователями интернета⁵.

Вопросы безопасности и конфиденциальности в интернете стали подниматься в родительской среде не так давно; до настоящего времени эти проблемы среди непрофессионалов освещались достаточно редко. Сейчас же информацию по данной тематике можно найти не только на страницах научных журналов, но и в газетах, и на новостных интернет-порталах. Тем не менее опрос американских родителей, проведенный исследовательским центром *Pew*, показал, что они слабо обеспокоены тем, что в социальных сетях размещается много информации о детях⁶. Опрос австралийских матерей также выявил низкий уровень озабоченности вопросами конфиденциальности, связанными с их личными данными или данными их детей⁷. В ходе опросов было выявлено, что родители осторожно делятся информацией о своих детях на таких сайтах, как *Twitter* [8], однако многие не проверяют настройки приватности своих учетных записей в *Facebook* и не думают о проблемах конфиденциальности, связанных с этим сайтом, несмотря на то, что обычно они публикуют там большое количество материалов о своих детях [8]. Кроме того, опасность таится и в том, что чем больше информации о ребенке находится в открытом доступе в интернете, тем он более незащищен перед такими негативными явлениями, как кибербуллинг, онлайн-груминг, внимание со стороны людей с психическими расстройствами.

Изучение поведения современных родителей в условиях информационного общества является актуальной и перспективной темой, так как иссле-

дования не всегда успевают за изменениями, происходящими с нами каждый день. Преимущества описанной нами информации мы видим в ее новизне и актуальной эмпирической основе статьи.

Перечислим основные **выводы**.

1. Современные родители располагают множеством интернет-платформ и информационных площадок, где у них есть возможность получить советы и рекомендации по воспитанию детей, найти поддержку и единомышленников, почувствовать себя частью сообщества, находясь в декретном отпуске, не оставаясь один на один со своими переживаниями. Кроме того, специальные мобильные приложения и мессенджеры позволяют родителям без лишних временных и денежных затрат находиться на связи со своими детьми, несмотря на расстояние.

2. В настоящее время среди родителей наблюдается тенденция к демонстрации своего родительства и детей. Растет количество не только родителей-блогеров, но и детей-блогеров. Блогинг из разновидности хобби превращается в полноценную работу и инструмент заработка. В последние годы самые успешные блогеры активно внедряют рекламу в свой контент, превращая блог в коммерческий проект, где описание собственного родительского опыта сочетается с конкретными рекомендациями по покупке тех или иных продуктов и товаров. Также стоит отметить, что среди блогеров доминирует установка на демонстрацию образа «идеального родительства»: подписчики видят только яркие и красочные фотографии из совместных семейных путешествий, большого дома со сказочными детскими комнатами и огромным количеством игрушек в них и др. Данное явление социологи называют «гламуризацией» детства и относятся к нему в большей степени негативно, так как обычные родители из-за искаженной картинки в интернете перестают верить в себя как в хорошего родителя и начинают воспринимать себя как «неправильных».

3. В силу активного проникновения информационных технологий в жизнь родителей и детей возникает проблема безопасности и конфиденциальности их персональных данных. Личная информация этих групп интернет-пользователей интересует производителей товаров для беременных, детских товаров и услуг, представителей других коммерческих структур по причине особой восприимчивости молодых родителей и детей к рекламе, так как личная информация о потенциальном

⁵ Vertesi J. My Experiment opting out of big data made me look like a criminal time [Electronic resource] // Time.com. URL: <http://time.com/83200/privacy-internet-big-data-opt-out/> (date of access: 15.09.2019).

⁶ Duggan M., Lehnhart A. Parents and social media [Electronic resource] // Pew Research Center. URL: <http://www.pewinternet.org/2015/07/16/parents-and-social-media/> (date of access: 14.09.2019).

⁷ Lupton D., Pedersen S. An Australian survey of women's use of pregnancy and parenting apps online [Electronic resource] // Women and Birth. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.wombi.2016.01.008> (date of access: 14.09.2019).

потребителе позволяет правильно организовать стратегию ведения контекстной рекламы. Совсем другая опасность таится в анонимности интернет-пространства: никто из родителей, демонстрирующих фотографии и видео своих детей в социальных сетях (или создающих персональные страницы своих детей), не может быть уверен в том, кто именно просматривает их по ту сторону экрана и с какой

целью. Родители должны осознавать все опасности и следовать рекомендациям: не использовать геолокацию в местах, где они часто бывают с детьми, у себя дома, в их школе, не оставлять в открытом доступе адрес места жительства, адрес или номер школы, свой номер телефона и номер телефона ребенка. Также важно объяснять детям правила безопасного поведения в интернете.

Библиографические ссылки / References

1. Chen P, Aram D, Tannenbaum M. Forums for parents of young children: parents' online conversations in Israel and France. *International Journal About Parents in Education*. 2014;8(1):11–25.
2. Johnson S. Intimate mothering publics: comparing face-to-face support groups and internet use for women seeking information and advice in the transition to first-time motherhood. *Culture, Health & Sexuality*. 2015;17(2):237–251. DOI: 10.1080/13691058.2014.968807.
3. Hall W, Irvine V. E-communication among mothers of infants and toddlers in a community-based cohort: a content analysis. *Journal of Advanced Nursing*. 2009;65(1):175–183. DOI: 10.1111/j.1365-2648.2008.04856.
4. Madge C, O'Connor H. Mothers in the making? Exploring liminality in cyberspace. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 2005;30(1):83–97.
5. Eriksson H, Salzmann-Eriksson M. Supporting a caring fatherhood in cyberspace – an analysis of communication about caring within an online forum for fathers. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*. 2013;27(1):63–69. DOI: 10.1111/j.1471-6712.2012.01001.x.
6. Ammari T, Schoenebeck S. Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. In: *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'15)*. New York: ACM Press; 2015. p. 1905–1914.
7. Gibson L, Hanson VL. Digital motherhood: how does technology help new mothers. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'13)*. New York: ACM Press; 2013. p. 313–322. DOI: 10.1145/2470654.2470700.
8. Morris MR. Social Networking Site Use by Mothers of Young Children. In: *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW'14)*. New York: ACM Press; 2014. p. 1272–1282. DOI: 10.1145/2531602.2531603.
9. Ammari T, Schoenebeck SY, Morris MR. Accessing social support and overcoming judgment on social media among parents of children with special needs. In: Adar E, Resnick P, editors. *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media; 2014 June 1–4; Michigan, USA*. Palo Alto: AAAI Press; 2014. p. 22–31.

Статья поступила в редколлегию 30.09.2019.
Received by editorial board 30.09.2019.