

Екатерина Асонова, Любовь Борусяк

РАДИО В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО РЕБЕНКА

Статья посвящена определению места слушания радио в досуге современных детей, основана на результатах интервью с московскими матерями, в ходе которых была собрана информация о том, что знают матери о «Детском радио», слушают ли передачи «Детского радио» их дети. Эмпирической базой исследования стало 21 интервью. Целью исследования было определить, слушают ли современные дети радио, как узнают о возможности его слушать, каким образом слушание радио включено в их повседневную жизнь, как их родители оценивают роль слушания радиоэфиров для развития своих детей. Исследование показало, что лишь половина респонденток знали о «Детском радио» и их дети слушают его передачи на постоянной основе, дети остальных респонденток слушают другие источники (подкасты, аудиокниги). Опрошенные матери уверены, что интерес к слушанию определяется способностью к восприятию на слух, а также отмечают, что этот вид внимания часто сопровождается другой деятельностью (рисование) или совмещается с поездкой в транспорте. Среди востребованных программ на «Детском радио» назывались познавательно-развлекательные, особенной ценностью матери наделяли возможность взаимодействия ребенка-слушателя с ведущими радиопрограмм, интерактивность эфира. Исследование показало, что современное радио для детей имеет свою аудиторию, его привлекательность связана с возникающим у юных слушателей чувства причастности и совместности.

Ключевые слова: «Детское радио», дети, матери, аудиоинформация

Тема получения информации современными детьми и подростками с помощью аудиоисточников изучена очень слабо, в отличие

Екатерина Андреевна Асонова, Московский городской педагогический университет, Москва, asonovaea@mgpu.ru

Любовь Фридриховна Борусяк, Московский городской педагогический университет, Москва, lubovbor@gmail.com

от детского и подросткового чтения и восприятия видеинформации. В течение длительного времени намного более заметными и привлекающими большее внимание исследователей были различные аспекты бытования видеинформации в современной культуре детства [Архангельский, Новикова 2021]. Между тем, наряду с аудиокнигами¹ в последнее время как во взрослой, так и детско-подростковой аудитории приобретают популярность подкасты. Начиная с декабря 2006 г. начинает работать радиостанция «Детское радио», которая делает развивающие программы для детей и информационно-просветительские для родителей (до этого времени радиопередачи для детей были представлены отдельными программами радиостанций, в настоящее время передачи на взрослом радио, адресованные детям, стали большой редкостью)².

В работах, посвященных изучению радио, отмечается ряд важных характеристик, связанных с восприятием радиопередач взрослыми слушателями. Эти характеристики легли в основу нашего исследования. Так, слушание определяется как форма внимания, которая требует от воспринимающего сосредоточенности и нередко бывает связана с телесными практиками и манипуляциями [Эрлманн 2010]. Благодаря исследованию Дж. Портера мы можем судить о возможностях радио вызывать у взрослых слушателей «ощущение сопричастности», которое связано с эффектом одновременного слушания эфирного радио, когда в одно и то же время радиопередачу слушает много людей [Портер 2025, 5]. Опираясь на характеристики слушания радио как формы внимания, мы определили поле своего исследования, цель которого — выяснить, слушают ли современные дети радио, и если да, то как они узнают об этой возможности, каким образом слушание радио включено в их повседневную жизнь, как родители оценивают роль слушания радиоэфиров в процессе развития своих детей.

Описание и границы исследования

Исследование проходило в апреле 2025 г.: было проведено 21 онлайн-интервью с родителями детей и подростков, в семьях, где имелось от одного до пяти детей в возрасте от 4 до 16 лет. Во всех случаях респондентами были женщины. Средняя длительность интервью составляла 45 минут, протяженность варьировалась от 30 до 60 минут. В двух случаях вместе с со своими матерями на вопросы интервьюера отвечали и подростки, изъявившее такое желание. Все участники исследования проживают в Москве

и имеют высшее образование. Набор респондентов проходил среди участниц родительских сообществ в социальной сети ВКонтакте. При отборе респондентов ограничений на заявлялось, за исключением проживания в Москве и наличия высшего образования. Эти ограничения были связаны с масштабом исследования, а потому стремлением к относительной однородности его участников.

Исследование носило зондажный характер, в нем использовались качественные социологические методы.

Второе ограничение: в качестве интервьюеров мы привлекали матерей, а не детей и подростков. В какой-то степени представления взрослых о слушательских предпочтениях детей могут отличаться от детских. Но поскольку в исследовании приняли участие женщины, внимательно относящиеся к тому, какую информацию через аудиоисточники получают их дети, можно предположить, что в целом эта информация верная.

В ходе интервью, отвечая на вопросы о специфике радио для детей и о специфике потребления радиоконтента, респондентки рассказывали не только о своих детях, но и о том, что им известно о других детях, слушающих радио. В исследовании приняло участие 11 матерей, имеющих более трех детей, а также ответы четырех респонденток касались не только их собственных детей, но и детей их знакомых, поэтому материалы интервью содержали не только информацию о слушании радио одним ребенком, но и суждения матерей, основанные на их сравнении отношения к радио разных детей.

Выбор «Детского радио» как главного интересующего нас на этом этапе исследования источника аудиоинформации, которую получают дети, обоснован двумя основными причинами: 1) «Детское радио» — это комплексный, гибридный источник аудиоинформации, включающий как стриминговый эфир, так и разнообразные подкасты, конкурсы, игры и прочие формы взаимодействия аудитории с продуктом; 2) «Детское радио» позволяет своим слушателям-детям активно осуществлять обратную связь: звонить в эфир, оставлять по его ходу заявки и предложения на форуме, посыпать свои рисунки и пр.

Радио не относится к числу наиболее популярных СМИ, скорее, находится на периферии массового сознания. По результатам Всероссийского опроса, проведенного Фондом «Общественное мнение», 2/3 взрослых россиян никогда не слушают радио, а среди тех, кто слушает, преобладают слушатели музыкальных радиостанций³. Гипотезой исследования было предположение, что в современ-

ных условиях, когда доля взрослого населения, слушающего радио невысока, для детской аудитории преимущества прямого эфира могут быть существенными.

Радио в жизни информантов в период их детства

Учитывая, что родители, как правило, стараются делиться с детьми культурными практиками своего детства, мы также решили выяснить, каков опыт родителей в области слушания радио и получения аудиоинформации.

В ходе интервью выяснилось, что практически никто из опрошенных матерей не имеет опыта слушания радио в детском возрасте. Они говорили о том, что слушали пластинки, выпущенные фирмой «Мелодия», или кассеты с записями сказок. Репертуар этих пластинок не так широк. Респондентки называли «Алису в стране чудес»⁴ и «Али-Бабу и 40 разбойников»⁵, а также «Бременских музыкантов»⁶, «Пеппи Длинныйчулок»⁷. Все они пыталась предъявить эти оцифрованные пластинки своим детям, но никто из опрошенных не стремился приобщить своих детей к прослушиванию радиопередач, так как сами они не имели опыта слушания радио. Никто из респондентов не сообщил, что они специально искали эфир «Детского радио», чтобы предложить его детям. Иными словами, радио отсутствует или почти отсутствует в практиках родительско-детской коммуникации и культурной трансляции.

Факторы, влияющие на интерес детей к аудиоинформации

Все участники исследования утверждали, что их дети активно слушают аудиокниги, подкасты, радио, хотя объем получаемой аудиоинформации существенно различается, в том числе между детьми в одной семье. Главными источниками аудиоинформации, судя по рассказам информантов, для их детей являются аудиокниги и подкасты, реже называли «Детское радио». В абсолютном большинстве случаев дети используют не один, а несколько аудиоисточников: аудиокниги, подкасты, радиопередачи.

Начнем анализ с общих причин обращения детей к аудиоинформации, как позитивно, так и негативно влияющих на их интерес к прослушиванию радио.

Различия в каналах восприятия. Все респонденты уверены, что у детей, как и у взрослых, бывают сильнее или слабее развиты разные каналы восприятия. Предпочтение слушать, а не читать или

рассматривать, матери объясняли именно этим — их дети аудиалы слушают радио, в отличие, например, от детей с ведущим визуальным каналом восприятия: «*Конечно, каналы восприятия бывают разные, это так и устроено. Про дочку совершенно понятно, что она абсолютно визуальный человек, ей нужно именно глазами смотреть, а сын, скорее любит слушать*» (Д., 37 лет, двое детей) и пр. Правда, довольно многие (12 информантов) говорили, что самим им было тяжело воспринимать аудиоинформацию, но путем долгих тренировок они развили у себя этот навык.

Фоновое слушание, совмещение с другими занятиями. Слушание аудиокниг, подкастов позволяет совмещать получение информации с другими занятиями, быть фоновым, в отличие от занятий, требующих участия и зрительного компонента внимания. Почти все респонденты отмечали эту особенность как существенное достоинство и преимущество аудиоинформации по отношению к источникам другого вида (видео, тексты и т. д.) Дважды прозвучало высказывание о том, что современные дети «*многозадачны*», им не нравится заниматься чем-то одним. Практически все респондентки, рассказывая о том, как их дети слушают радио, говорили, что дети параллельно рисуют, занимаются домашними делами и даже делают уроки. Чаще всего, особенно говоря о дочерях, называли рисование: «*Дочка, если не в машине, слушает, когда рисует. И она обычно включала тоже, когда она что-то делает: либо она играет, „Лего“ собирает, включила подкаст, слушает, или рисует что-то. То есть какая-то у нее есть ее деятельность детская, а аудио, как сопровождение*» (М., 31 год, один ребенок).

Подчеркнем, что практически все респонденты назвали фактором, влияющим на развитие интереса к слушанию в качестве способа получения той или иной информации, то, что родители с детьми много времени находятся в дороге, автомобиле, транспорте: «*Чаще всего слушают, когда, например, едут в школу, а им на метро надо ехать*» (А., 42 года, четверо детей). Большинство респондентов упоминали аудиокниги, но единицы из информантов называли «Детское радио».

Откуда дети узнают о «Детском радио»

Отсутствие у родителей собственного опыта слушания радио в детстве, а потому и желания транслировать этот интерес детям, невысокий интерес к радио у современных взрослых россиян в целом создают не самую благоприятную ситуацию для привлечения

внимания и родителей, и детей к контенту радиостанций, ориентированных на детскую аудиторию.

Тем не менее семь респонденток сообщили о том, что их дети — постоянные слушатели «Детского радио». Никто из респондентов не пытался найти детскую радиостанцию целенаправленно, а узнавали о ее существовании случайно. В одном случае «Детское радио» включила воспитательница в детском саду. Ребенку понравилась передача, он попросил родителей найти радио-ресурс и начал слушать. В другом случае «Детское радио» включил таксист, увидев, что в такси садится семья с детьми. *«Как-то таксист для дочки это радио включил, так теперь она всегда просит его включать»* (М., 31 год, один ребенок). Девять респондентов упомянули советы друзей и знакомых. Обратив внимание на то, что обращение детей к радио фактически было случайным, респонденты сообщили, что детей оно смогло заинтересовать, а это значит, что и такой аудиоформат может быть привлекателен для детской аудитории.

Отвечая на вопрос о том, есть ли перспективы у радио для детей, многие респонденты, даже те, кто не знал о существовании такой радиостанции, давали положительные ответы. Главной причиной, почему появились такие ответы, можно назвать расчёт родителей, что детское радио предложит информацию, безопасную и соответствующую возрасту. *«Я про „Детское радио“ не знала, поэтому мои не слушали, но я уверена, что оно детям нужно, если хорошее. Слишком много всякой дряни в тех подкастах, которые им „Алиса“ предлагает, а радио делают все же профессионалы»* (Н., 38 лет, двое детей)

Впрочем, были и неопределенные ответы, когда респонденты затруднились как-то прокомментировать вопросы, связанные с детским радио, поскольку чувствовали свою неосведомленность в теме, и отрицательные ответы, в которых респонденты утверждали, что радио-ресурсы для современных детей уже не актуальны: *«Мне кажется, что просто отмер практически формат радио. Наше поколение еще радио включает, а поколение детей уже нет. Мне кажется, что это ушедший формат, он не вернется»* (Н., 29 лет, один ребенок). *«Зачем ей радио, если она сама может искать чего-то и собирать себе в плейлист, а не брать, что дают»* (Л., 38 лет, трое детей). Эти рассуждения свидетельствуют о том, что наряду с радио развиваются и другие источники аудиоинформации, которые воспринимаются родителями как более релевантные позиции активного использования медиа.

Что привлекает детей в «Детском радио»?

Первое, на что обращают внимание матери, дети которых слушают «Детское радио» — это контент, наличие любимых передач (об этом говорили четыре респондентки), второе — актуальная гибридность формата, то есть возможность слушать прямой (стриминговый эфир) и записи любимых передач в формате подкаста. Многие из этих передач существуют и в другом формате: их тексты издаются в виде книг, перерабатываются в театральные постановки и пр. (на это обратили внимание четыре респондентки). Третье — это интерактивность радио, которая, по мнению семи респонденток, отличает радио от других источников получения аудиоинформации (она отсутствует у аудиокниг, редко встречается у подкастов).

Среди всех передач «Детского радио» все матери слушающих его детей отмечали, что их детей привлекают передачи «Хрум, или Сказочный детектив» и «Веснушка и Кипятоша». Эти программы дети любят слушать и в прямом эфире, и многократно переслушивать в подкастах. В программе «Хрум» его герои (Мария Петровна и Максим) разгадывают загадки и головоломки, основанные на сказках. Развлекательная форма подачи материала (в виде детективной истории) в сочетании с познавательным содержанием делает передачу популярной у детей — матери отмечают, что дети с удовольствием пересказывают то, что узнали во время прослушивания. Участники исследования рассказывали, что есть дети, которые, начав слушать эту программу в автомобиле, отказывались выходить по завершении поездки, пока передача не окончится, хотя могли дома послушать подкаст. Ощущение живого действия, здесь и сейчас, оказывалось для них очень важным. Так, одна из респонденток поделилась информацией о том, что героиня «Хрума» Мария Петровна может по просьбе ребенка или его родителей, отправленной на сайт, поздравить слушателя с днем рождения. Вторую популярную передачу «Детского радио» — «Веснушка и Кипятоша», основанную на рассказах о приключениях девочки Веснушки и медного чайника по имени Кипятоша, респонденты тоже характеризуют как развлекательную и отмечают ее юмористический характер. Но для респонденток и их детей (по словам респонденток) основная ее ценность в познавательном содержании: герои программы путешествуют по России, узнавая при этом много нового. Программа имеет высокую степень интерактивности, в ее выпусках используются письма детей, что отмечается участниками интервью как развивающий фактор.

Детей привлекает интерактивность стримингового эфира, об этом сообщили четыре респондентки. Ребенок может позвонить в эфир, задать вопрос, попросить исполнить песенку, пообщаться с ведущим. Мы не разговаривали с самими детьми, сфокусировавшись на рассказах взрослых, и все они обращали внимание на сильный эмоциональный отклик своих детей на ситуации интерактивного взаимодействия радиоведущих со слушателями: «...маленьким особенно приятно, когда они не только слушают что-то, но даже сами могут там участвовать» (Д., 36 лет, двое детей), «Это такая радость для детей — соприкоснуться с этим большим миром» (Т., 32 года, один ребенок). Участие и соучастие, прямая коммуникация, принадлежность к сообществу ровесников, одновременно слушающих один и тот же стрим, чувство собственной значимости — все это, как говорили матери, вызывало у детей чувство радости, приближающегося к восторгу. Дозвониться в эфир очень сложно, желающих это сделать много, но респондентки отмечали, что есть и другие возможности взаимодействия, которыми пользовались их дети и которые тоже создают чувство причастности: можно оставить на сайте «Детского радио» заявку на участие в передаче, приложить свой рисунок и пр.

Одна из респонденток рассказала, что ее дети сами не звонили и не писали на «Детское радио», но им очень нравилось, когда это делали другие дети: «...когда дети звонили и что-то там говорили или отвечали на вопросы, детям моим очень нравилось» (Д., 36 лет, двое детей). Когда ребенок это делает сам, то эмоциональное воздействие усиливается еще больше. Одна из информанток рассказала, как несколько лет назад семилетняя дочь ее знакомых позвонила на «Детское радио», с ней немного поговорили и пригласили приехать на студию и стать соведущей одной из передач. Родители ее привезли, она оказалась в эфире и «была совершенно на седьмом небе от счастья. Реально, посадили ребенка в студию с ведущими, она вела весь этот эфир, он довольно долго длится, минут 40. Она была суперсчастлива, просто супер-пупер счастлива, в общем, ужасно довольна. После чего все знакомые дети, включая моих племянников, немедленно захотели, конечно, на „Детское радио“ дозвониться, и чтобы их тоже пригласили» (Н., 42 года, трое детей).

Если живой интерес у детей могут вызывать программы в формате записанных подкастов, то еще более сильные чувства у ребенка может вызывать только прямой эфир, если слушатель принимает в нем участие. Одна из респонденток рассказала, что ее дочь по призыву ведущего программы прислала на сайт рисунок, а потом

в эфире сказали, что Настенька прислала замечательный рисунок, его можно посмотреть на сайте: «*Естественно, Настенька была не одна художница, но в любом случае это сильно повлияло на ее самооценку*» (Т., 32 года, один ребенок).

Есть основания полагать, что несмотря на богатую традицию советского радио обращаться к материалам слушателей (огромное количество писем, которые получали редакции детских передач, активное использование включений с мест событий⁸), внимание к слушателю и интерактивность — приметы современного радио, так как под влиянием социальных медиа, развитием авторских подкастов меняется характер интерактивности: дети-слушатели достаточно легко становятся соведущими, наличие сайта делает процесс коммуникации более разнообразным и открытым, когда дети не только могут услышать ответ на свое письмо или заявку на поздравление с днем рождения, но и видят рисунки и письма других детей, что создает уже упомянутое нами «чувство сопричастности».

Что нравится и не нравится родителям на «Детском радио»?

Интервью с родителями показали, что их отношение к «Детскому радио» отличается амбивалентностью: одни и те же его свойства одними воспринимаются позитивно, а другими негативно. При этом дети, которые до какого-то возраста (приблизительно до 10–11 лет) его слушают, судя по словам родителей, делают это с удовольствием.

Качество контента. Многие родители характеризуют контент как достаточно качественный: передачи интересные, познавательные, музыкальное сопровождение их удовлетворяет: «*Хорошее радио, без всякой вот дешевки, чернухи, чем иногда там что-то цепляет внимание детей, то есть там абсолютно все спокойно и корректно*» (Т., 32 года, один ребенок), «*Наверно, я консерватор в каком-то смысле, но оно мне нравилось. Интересные передачи, полезные, познавательные*» (А., 40 лет, пятеро детей). Практически для всех родителей, у которых дети слушают радио (это, скорее всего, касается и других способов получения информации), важнее всего «полезность» потребляемого контента, как они это понимают. Для родителей важнее не форма, а содержание, то, чему передача «учит детей». Упоминались респондентами знания из разных областей науки, полезные навыки, которые ребенок может приобрести, например, что необходимо чистить зубы, уход за собой и своим здоровьем, ценность чтения и любознательности.

У других родителей немало претензий именно к контенту: «*Мне эстетически не нравятся какие-то слишком детские сладковато-приторные детские голоса, какие-нибудь там Веснушка и Кипятоша. Они разговаривают клоунскими голосами, недостаточно серьезно, в моем понимании с детьми. У меня с ними вот эстетические разногласия*» (Д., 36 лет, двое детей), «*Какие-то жуткие песенки крутятся на этом радио, мне все это не нравится. Песни по содержанию не те, все это с моим художественным вкусом не совпадает*» (А., 32 года, двое детей). Естественно, что слушатели-взрослые предъявляют разные требования к контенту и подаче материала. Проблема возникает в том, в какой степени родители ориентируются на собственные представления, на свой «культурный код» или на интересы и мнения детей.

(Без)опасность контента и возможность контроля. Относительно этого критерия мнения родителей тоже бывают противоположными. Среди респондентов есть те, кто доверяет авторам программ, полагая, что «*Детское радио*» если даже не очень полезно, то хотя бы безопасно для детей, поскольку редакция несет ответственность за соответствие контента возрасту целевой аудитории. Такие родители готовы делегировать «*Детскому радио*» функцию родительского контроля: «*А мне бы, как родителю, хотелось, чтобы была действительно радиоволна с годным как для родителя, так и для ребенка контентом. И я тогда буду спокойна, буду уверенней в качестве потребляемого контента ребенком*» (Н., 34 года, трое детей).

Другие, напротив, считают, что контроль — это родительская прерогатива: «*В принципе, мне как маме проще выбрать то, что мне бы хотелось, чтоб они послушали. И поставить им то, что бы мне хотелось, чтобы они послушали из каких-то нравственных соображений, художественных соображений, чем вот это радио*» (Т., 26 лет, один ребенок). Отметим, что эта позиция не имеет прямого отношения непосредственно к радио, она свидетельствует скорее о разном понимании степени необходимого контроля за всем потребляемым ребенком контентом в любом формате.

Считают ли родители полезным или вредным радио для детей?

Поскольку «*Детское радио*» имеет гибридный формат (стриминговое вещание и подкасты), то высказываясь на тему слушания радиопередач, родители имели в виду классический стриминговый формат, специфичный только для радио, а не для любых способов получения детьми аудиоинформации. Родители тех детей, которые

являются поклонниками «Детского радио», скорее, склонны позитивно оценить влияние такого формата: «...тренируется терпение, потому что ты ждешь, когда начнется передача, ты не можешь начать ее слушать раньше или позже. Тренируется ощущение времени, понимание, что что-то происходит прямо сейчас, что ты не на все можешь повлиять. Еще ощущение присутствия очень мощное, приятно, например, что ты делаешь зарядку одновременно с кем-то еще» (И., 30 лет, двое детей). Сторонники прямого эфира делали упор именно на эти качества: воспитание выдержки, терпения, дисциплины, понимания, что не все возможно получить в ту минуту, когда ты этого захочешь. Противники формата обращают внимание на другое: подкаст или аудиокнига, если его выбрали не родители, а сам ребенок, делает ребенка более самостоятельным, способным понимать, что ему более интересно, а что менее, развивает умение искать информацию и, в каком-то смысле, развивает критическое мышление. С их точки зрения потоковое радио лишает ребенка всего этого: достаточно включить стрим, а дальше ты слушаешь то, что выбрали за тебя, вместо тебя.

Заключение

Зондажное исследование, основанное на интервью с матерями, показало, что «Детское радио» имеет свою аудиторию. Респондентки уверены, что, в первую очередь, это определено тем, что их детям, слушающим радио, более свойственно восприятие информации на слух. Также, по мнению опрошенных матерей, аудиальные форматы восприятия позволяют ребенку получать информацию на слух, сочетая это с другими видами деятельности, что для многих важно, а кроме того, их можно использовать в любой ситуации, прежде всего в дороге.

Интерес для дальнейшего изучения представляет связь восприятия на слух информации или художественных произведений и совмещенные с ним практики рисования, выполнения повседневной работы и даже школьных домашних заданий. Этот ракурс позволяет поставить исследовательские вопросы о связи работы воображения, необходимого для понимания, услышанного и/или прочитанного, с другими действиями в процессе слушания.

«Детское радио» является одним из источников аудиоинформации (аудиокниги и разного рода подкасты), но для нас было важно обнаружить, что именно радио имеет свою аудиторию. Родители, рассказывая о любимых передачах своих детей, отмечали особую

ценность сочетания интерактивности и развлекательности с познавательным характером программ. Более половины (13) респондентов полагают, что у радио есть перспективы в качестве аудиального формата для детей, направленного на соответствующую аудиторию, особенно в гибридном формате, когда стриминговое вещание сочетается с записанными и доступными на сайте подкастами. В качестве главного достоинства радио они видят его интерактивность, за счет которой радиоформат воспринимается детьми более эмоционально, чем все прочие. Высоко ценится родителями чувство совместности, которое испытывают их дети и которое возможно благодаря стремлению создателей радиоэфиров взаимодействовать со слушателями. Эти практики, как нам кажется, отражают значимые изменения в способах взаимодействия создателей аудиоконтента и их аудитории, которые связаны с высокой степенью доступности коммуникации ведущих со слушателями, дополнительными возможностями взаимодействия посредством сайта.

Подводя итоги, можно отметить, что современные аудиоформаты развиваются, находя новые возможности удовлетворять информационные потребности детей. Современное радио использует новые возможности цифровых форматов, которые предлагает интернет. Для современного родителя аудиоконтент детей оказывается вписаным в общий контекст повседневности и родительских забот о развитии ребенка, его безопасности и качестве жизни.

Примечания

¹ Интерес к аудиокнигам и изучению их места в культуре и образовании есть в сфере когнитивных исследований языка [Ненашева 2023], обучения иностранным языкам [Козлова 2023] и в сфере книгоиздания или создания аудиоконтента [Березина 2025], [Морозова 2024].

² Например, на сайте радио Маяк есть подкаст «Чтение для детей» или видеопередачи: «Шонанпыл» («Радуга») — передача на марийском языке для младших школьников, телепроект об увлечениях современных детей «Мы вам покажем». Такие радиостанции, как Авторадио, радио Культура или Радио Москвы предлагают только передачи для родителей.

³ Страница о результатах исследования на сайте Фонда «Общественное мнение»: <https://fom.ru/Dosug/14580?ysclid=mey6hn0bfy923461763>.

⁴ Аудиосказка «Алиса в Стране чудес» — аудиоинсценировка О. Герасимова по мотивам сказки Л. Кэрролла, автор музыки и слов песен — В. Высоцкий, фирма «Мелодия», 1976 г.

- ⁵ Аудиосказка «Али-Баба и сорок разбойников». Сценарий и тексты песен — В. Смехов, музыка В. Берковского и С. Никитина, фирма «Мелодия», 1982 г.
- ⁶ Аудиосказка «Бременские музыканты» по мотивам одноимённой сказки братьев Гримм. Сценарий В. Ливанова, стихи Ю. Энтина, музыка Г. Гладкова. Режиссер — В. Ливанов, оркестр под упр. Г. Гладкова, фирма «Мелодия», 1969 г.
- ⁷ Аудиосказка «Пеппи Длинныйчулок». Музыка В. Дашкевича, либретто Ю. Михайлова по повести А. Линдгрен. Режиссер — В. Виноградов, звукорежиссер — В. Виноградов, фирма «Мелодия», 1985 г.
- ⁸ Подробнее об том, каким было взаимодействие детских редакций со слушателями, мы знаем из исследований М. С. Костюхиной [Костюхина 2024].

Литература

Исследования

Архангельский, Новикова 2021 — Архангельский А. Н.¹⁾, Новикова А. А. Трансмедийный поворот в стратегиях обучения: нарративные практики на уроках литературы // Вопросы образования. 2021. № 2. С. 63–81. DOI: 10.17323/1814-9545-2021-2-63-81

Березина 2025 — Березина Н. Г., Лезунова Н. Б. Изменения технологии редакционно-издательского процесса в цифровую эпоху // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2025. № 1. С. 160–166. DOI: 10.30725/2619-0303-2025-1-160-166

Козлова 2023 — Козлова Е. Д. Нейролингвистическое обоснование и апробация методики развития рецептивных навыков с помощью аудиокниги // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2023. Т. 9, № 3. С. 82—91. DOI: 10.18413/2313-8971-2023-9-3-0-7

Костюхина 2024 — Костюхина М. С. «Вести из леса» — советский радиопроект и программа жизни // Детские чтения. 2024. № 2 (26). С. 263–287. DOI: 10.31860/2304-5817-2024-2-26-263-287

Морозова 2024 — Морозова Д. Н. Современные технологии создания аудиокниг с использованием искусственного интеллекта // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2024. № 2. С. 25–28.

Ненашева 2023 — Ненашева Ю. А. Психосемиологическая основа художественного чтения (на материале аудиокниги) // Когнитивные исследования языка. 2023. № 4 (55). С. 866–869.

¹⁾Признан иностранным агентом в РФ.

Porter 2025 — Porter, Дж. Утраченный звук: забытое искусство радиоповествования / пер. с англ. М. Мирошниченко. М.: Новое литературное обозрение, 2025.

Erlmann 2010 — Erlmann V. Reason and Resonance: A History of Modern Aurality. New York: Zone Books, 2010.

Rubery 2011 — Audiobooks, Literature, and Sound Studies / ed. by M. Rubery. New York, London: Routledge, 2011.

References

Arkhangelsky 2021 — Arkhangelsky, A. N., Novikova, A. A. (2021). Transmediyny poverot v strategiyakh obucheniya: narrativnye praktiki na urokakh literatury [A transmedia turn in educational strategies: storytelling in teaching literature to school students]. Voprosy obrazovaniya, 2, 63–81. DOI: 10.17323/1814-9545-2021-2-63-81

Berezina 2025 — Berzina, N. G., Lezunova, N. B. (2025). Izmeneniya tekhnologii redaktsionno-izdatel'skogo protsessa v tsifrovyyu epokhu [Changes in the technology of the editorial and publishing process in the digital era]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury, 1, 160–166. DOI: 10.30725/2619-0303-2025-1-160-166

Kozlova 2023 — Kozlova, E. D. (2023). Neyrolingvisticheskoe obosnovanie i aprobatsiya metodiki razvitiya retseptivnykh navykov s pomoshch'yu audioknigi [Neurolinguistic justification and validation of the methodology of receptive skills development with the help of an audiobook]. Nauchnyy rezul'tat. Pedagogika i psichologiya obrazovaniya = Research Result. Pedagogy and Psychology of Education, 9(3), 82–91. DOI: 10.18413/2313-8971-2023-9-3-0-7

Kostukhina 2024 — Kostukhina, M. S. (2024). “Vesti iz lesa” — sovetskiy radioproekt i programma zhizni [“Vesti iz Lesa” — Soviet radio project and life programme]. Detskie chtenia, 2(26), 263–287. DOI: 10.31860/2304-5817-2024-2-26-263-287

Morozova 2024 — Morozova, D. N. (2024). Sovremennye tekhnologii sozdaniya audioknig s ispol'zovaniem iskusstvennogo intellekta [Modern technologies for creating audiobooks using artificial intelligence]. Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela, 2, 25–28.

Nenasheva 2023 — Nenasheva, Yu. A. (2023). Psichosemiologicheskaya osnova khudozhestvennogo chteniya (na materiale audioknigi) [The psychosemiological basis of artistic reading (based on audiobooks)]. Kognitivnye issledovaniya yazyka, 4(55), 866–869.

Porter 2025 — Porter, J. (2025) Utrachennyj zvuk: zabytoe iskusstvo radiopovestvovaniya [Lost Sound: The Forgotten Art of Radio Storytelling] (transl. M. Miroshnichenko). Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).

Erlmann 2010 — Erlmann, V. (2010). Reason and Resonance: A History of Modern Aurality. New York: Zone Books.

Rubery 2011 — Rubery, M. (Ed.). (2011). Audiobooks, Literature, and Sound Studies. New York, London: Routledge.

Ekaterina Asonova

Moscow City University, Laboratory of Socio-Cultural Educational Practices; ORCID: 0000-0002-3707-5191

Lyubov Borusyak

Moscow City University, Laboratory of Socio-Cultural Educational Practices; ORCID: 0000-0002-8723-1850

RADIO IN THE LIVES OF CONTEMPORARY CHILDREN

The article explores the place of radio listening in the leisure activities of contemporary children. It is based on the results of interviews with mothers from Moscow, during which information was collected about their awareness of *Children's Radio (Detskoe radio)* and whether their children listen to its programs. The empirical basis of the study consists of 21 interviews. The research aimed to determine whether modern children listen to the radio, how they learn about this possibility, how radio listening is integrated into their daily lives, and how parents assess the role of radio broadcasts in their children's development. The study revealed that only half of the respondents were aware of *Children's Radio*, and their children listened to its programs on a regular basis, while the children of the other respondents preferred alternative audio sources such as podcasts and audiobooks. The interviewed mothers believed that children's interest in listening is determined by their auditory perception skills and noted that this type of attention is often accompanied by other activities (such as drawing) or occurs during transportation. Among the most popular *Children's Radio* programs were educational and entertainment formats. Mothers especially valued the opportunities for interaction between child listeners and radio hosts, emphasizing the importance of on-air interactivity. The findings indicate that contemporary children's radio maintains its own audience, and its appeal lies in the sense of involvement and shared experience.

Keywords: “Children's radio”, children, mothers, audio information