

Всероссийская научно-практическая конференция
«Медиа- и информационная грамотность
в информационном обществе». Москва, 25 апреля 2013 г.
Сессия «Мир медиа: взгляд изнутри»

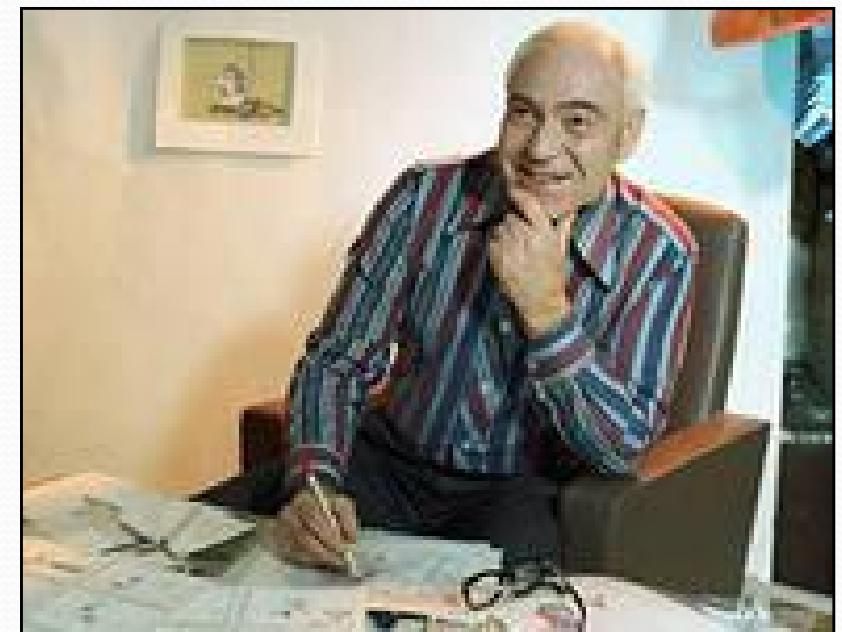
*Особенности просмотра
мультильмов российскими детьми
младшего дошкольного возраста*



Айгистова Юлия Владиславовна,
магистрант факультета
медиакоммуникаций
НИУ «Высшая школа экономики»

«Мультипликация в силу объективных условий, даже от нас не зависящих, становится или может в скором времени стать идеальным средством массовой коммуникации»

**Федор Савельевич Хитрук
1971 г.**



Методология исследования

Цель:

Изучить особенности потребления мультипликационного контента детьми младшего дошкольного возраста

Гипотеза:

Дети в возрасте до трёх лет являются активными потребителями мультипликационного контента

Методы:

- метод экспертного интервью;
- метод массового опроса;
- комплексная методика опроса родителей, включающая в себя элементы массового опроса и наблюдения за детьми;
- статистический анализ данных, проведенных исследований.

С какого возраста Ваш ребёнок активно смотрит мульфильмы?

Возраст ребенка	Процент от числа ответов
До шести месяцев	4%
От шести месяцев до года	19%
От года до двух лет	72%
От двух до трех лет	5%

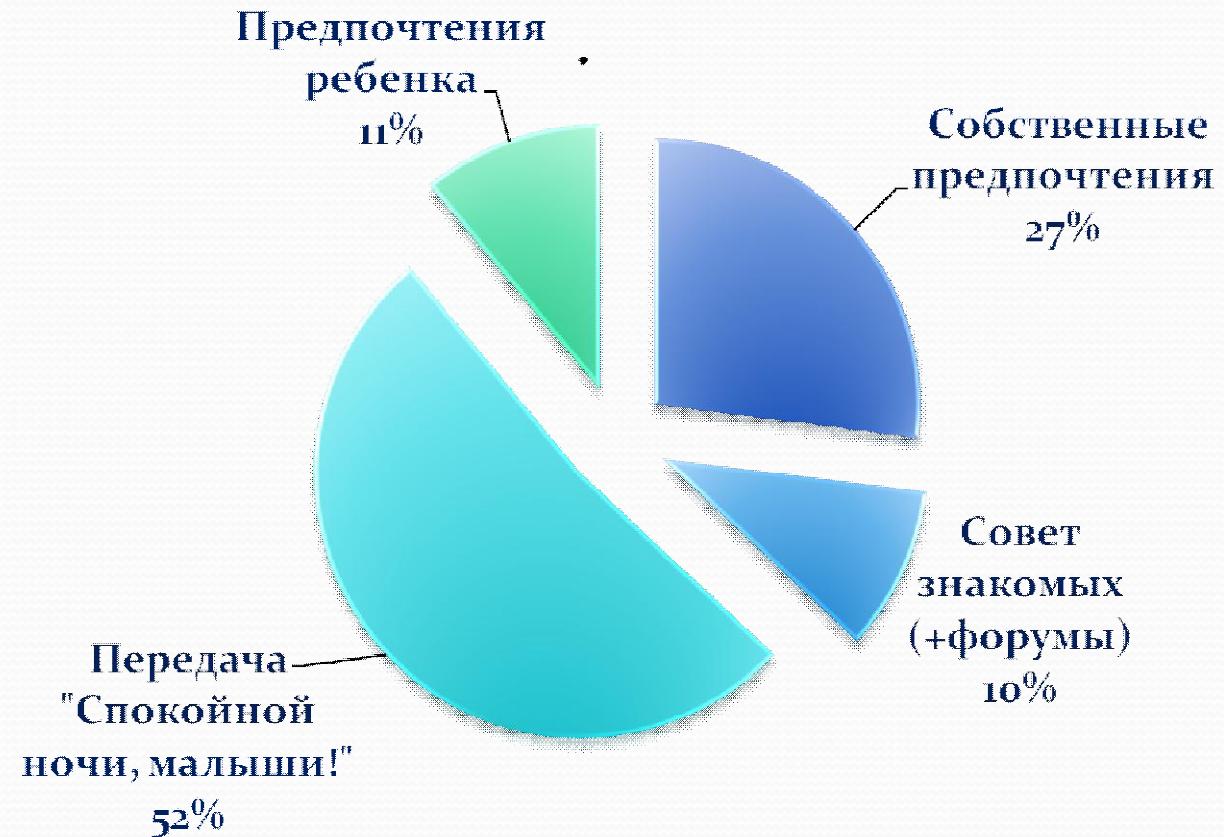
Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

В среднем, сколько времени проводит ребёнок, смотря мульфильмы?

Время просмотра	Процент от числа ответивших
Менее 30 минут	9%
30-60 минут	46%
60-90 минут	39%
Свыше 90 минут	6%

Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

На чем основывается Ваш выбор мультильма для ребенка?



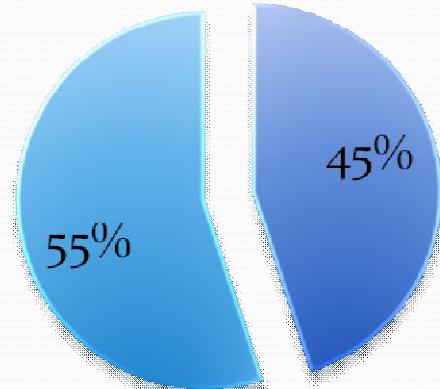
Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Что смотрит Ваш ребенок из анимационной продукции?



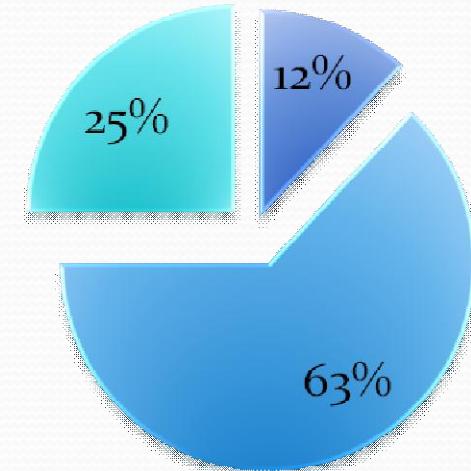
Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Что смотрит Ваш ребенок из анимационной продукции?



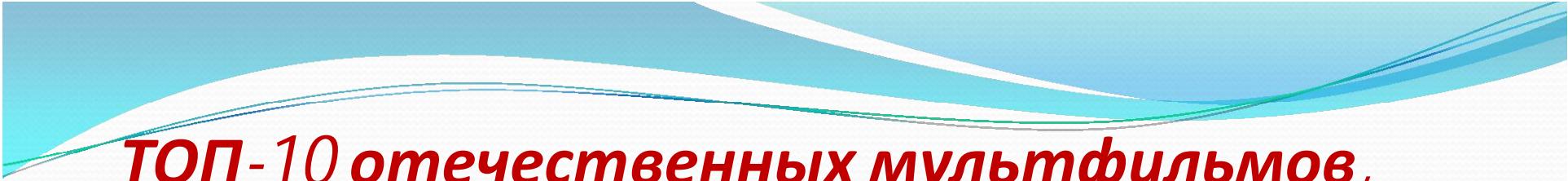
- 45% Отечественная мультипликация
- 55% Зарубежная мультипликация

Довольны ли Вы тем, что смотрят Ваши дети?



- 12 % Да
- 63% Нет
- 25% Относительно

Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет



ТОП-10 отечественных мультиков, которые любят дети младшего дошкольного возраста

- | | |
|--------------------------|-------------------------------------|
| <i>1. Лунтик</i> | <i>6. Ну, погоди!</i> |
| <i>2. Маша и Медведь</i> | <i>7. Барbosкины</i> |
| <i>3. Смешарики</i> | <i>8. «Богатыри»</i> |
| <i>4. Винни Пух</i> | <i>9. Чебурашка и крокодил Гена</i> |
| <i>5. Фиксики</i> | <i>10. Про Ёжика и медвежонка</i> |

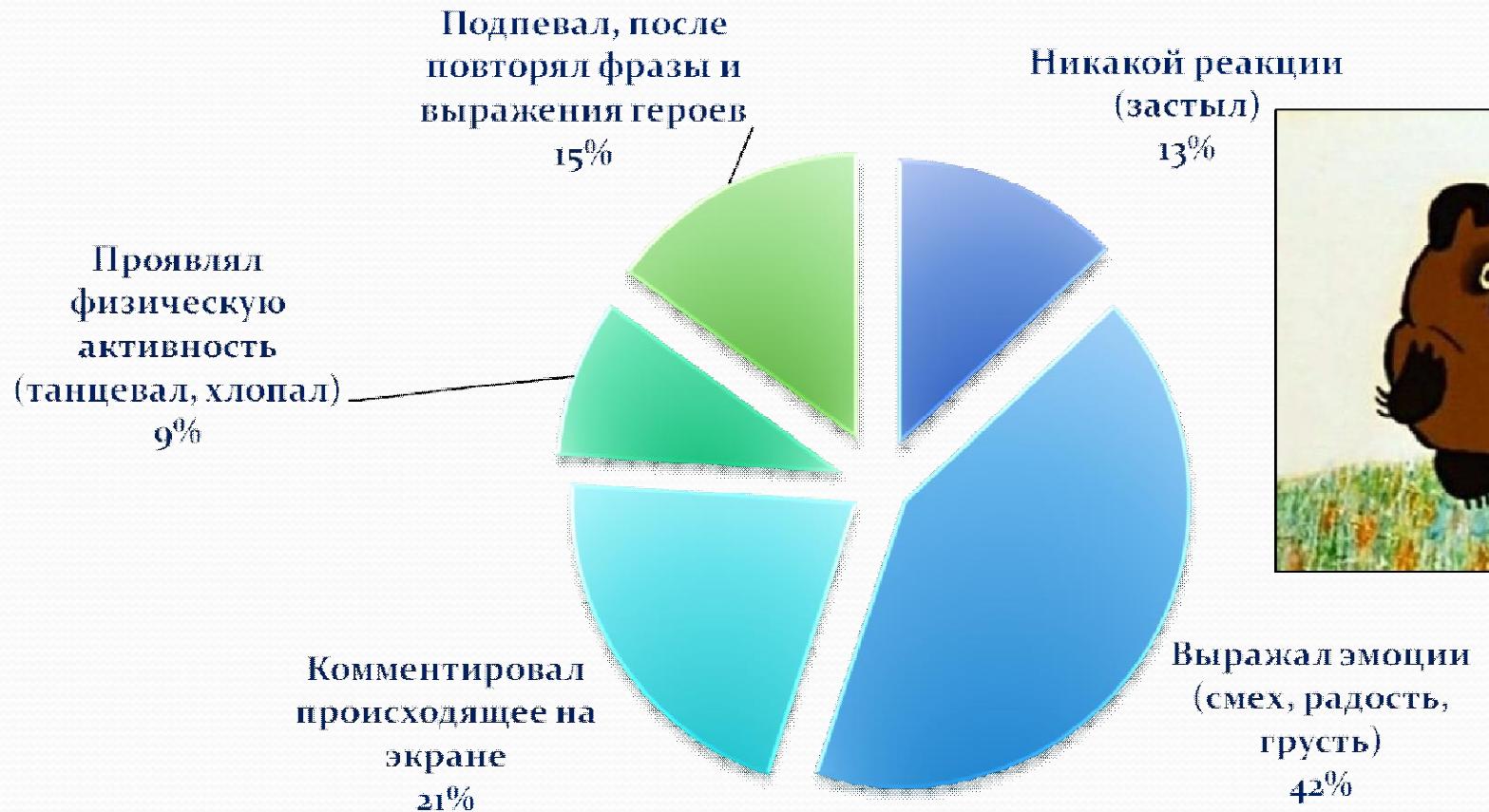
Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Реакция детей на просмотр серии (317) мультильма «Лунтик»



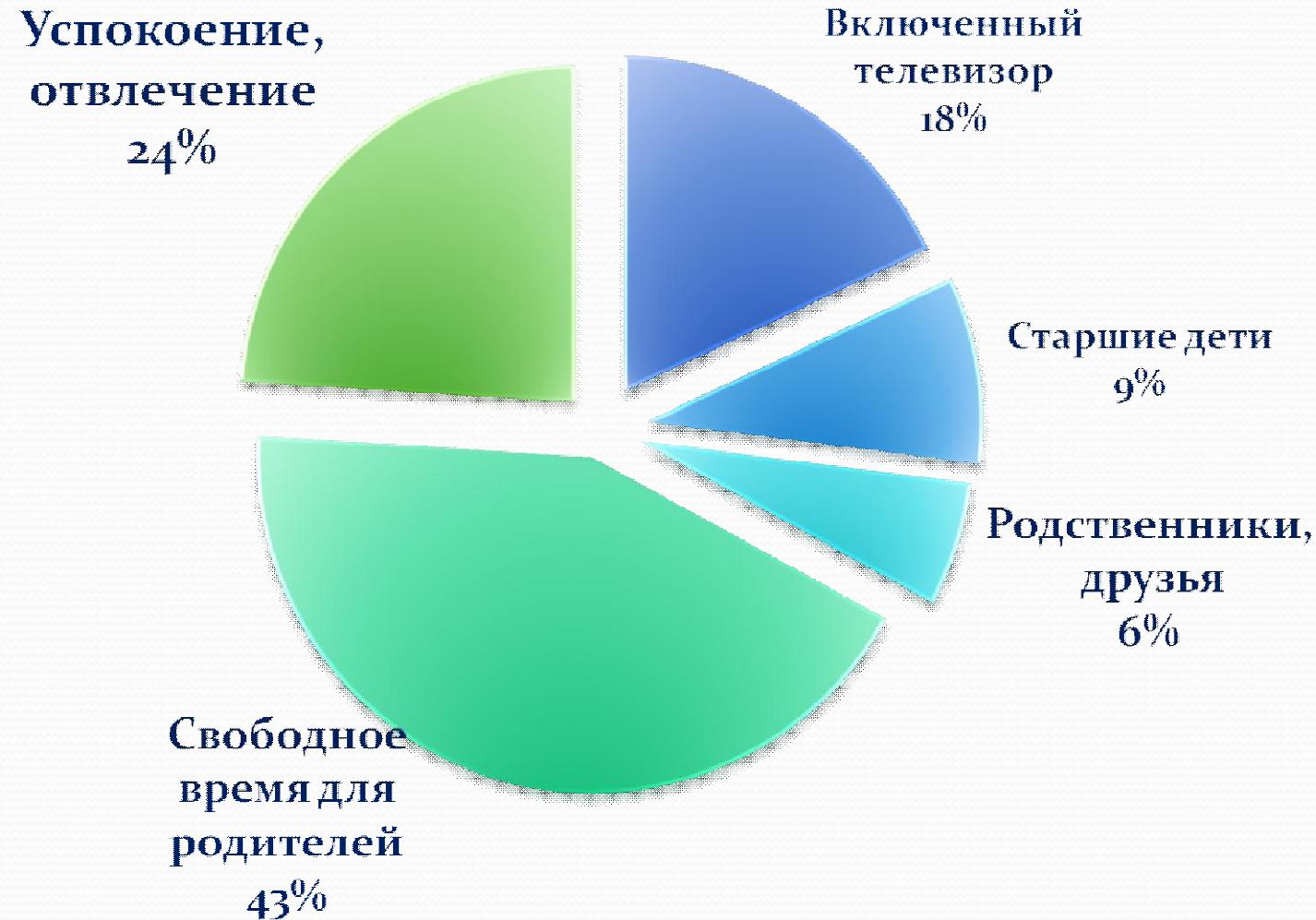
Данные эксперимента, проведённого родителями среди детей в возрасте 2,5-3-х лет, участвовало 200 детей

Реакция детей на просмотр серии (1) мультфильма «Винни Пух и все все все»



Данные эксперимента, проведённого родителями среди детей в возрасте 2,5-3-х лет, участвовало 200 детей

Основные причины раннего просмотра мультильмов



Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет



Проблемы просмотра мультиков детьми, с которыми сталкиваются родители

- «Зомби-эффект»
- *Появление детских страхов*
- *Повышенная «покупательская активность» ребенка*
- *Истерики, нежелание любого другого досуга*

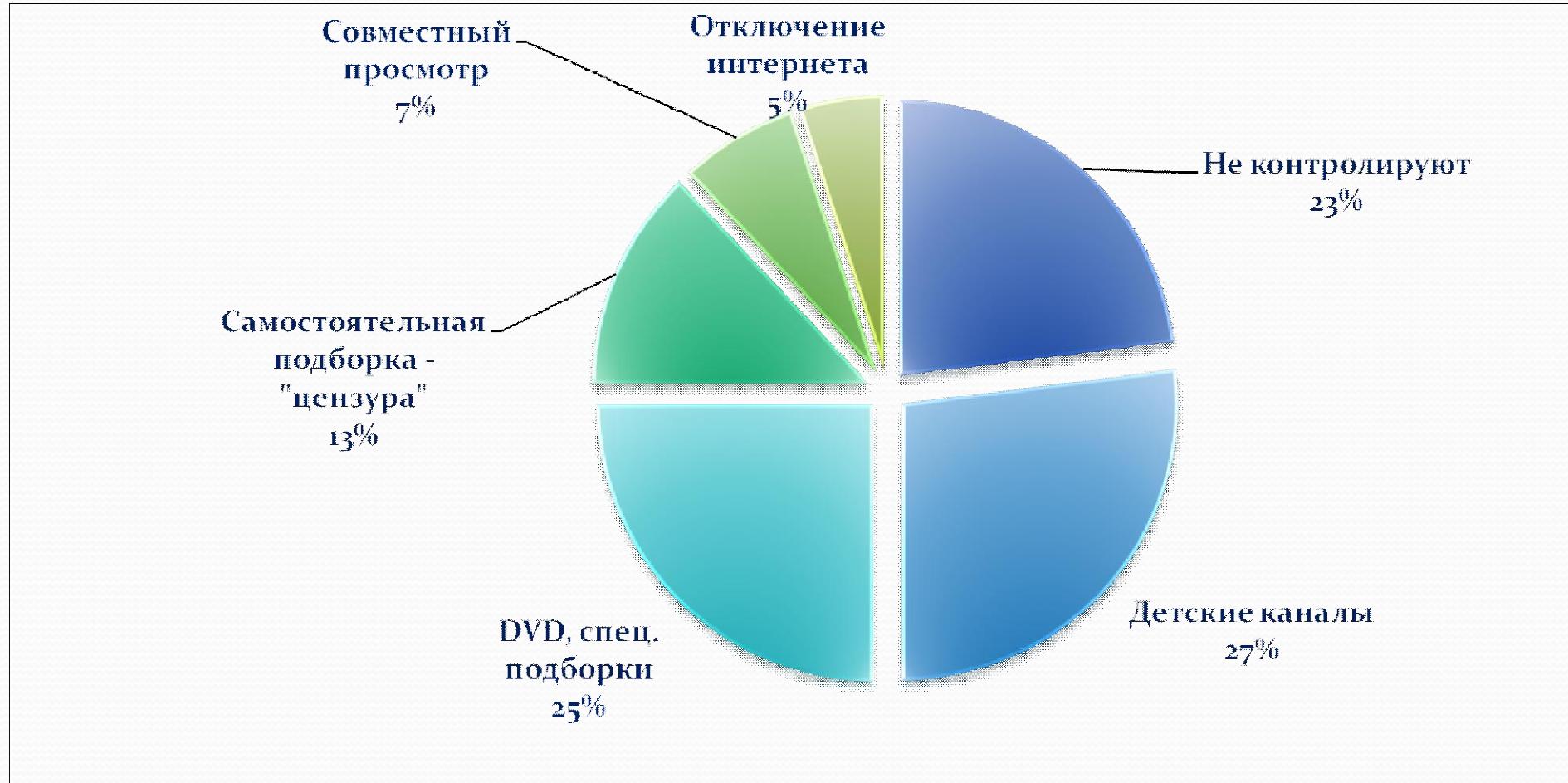
Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Проблемы просмотра мультиков детьми, с которыми сталкиваются родители

- **63% детей от 2-х лет могут самостоятельно включать себе мультильмы**
- **54% детей имеют товары (рюкзаки, футболки, кружки) с «любимыми» героями из мультильмов**
- **34% детей отказывается смотреть отечественные мультильмы, требуя только зарубежные**
- **67% родителей отмечают низкое качество как основную проблему современных отечественных мультильмов**

Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Методы родительского контроля мультиликационного контента



Данные опроса 1500 матерей, 20-35 лет, имеющих детей в возрасте до 3-х лет

Выводы:

- Исследование показывает, что сегодня возраст аудитории, потребляющей анимационную продукцию критично низок – это дети с 6 месяцев (не смотря на рекомендации ВОЗ).
- Воздействие, которое оказывают медиапродукты на таких маленьких детей еще изучено очень мало, а скорее и вовсе не изучено.
- При таком активном детском смотрении, родители не довольны тем, что смотрят их дети, тем не менее, они не запрещают им смотреть мульфильмы.
- Родители, отдавая дань традиции телесмотрения вечерней детской передачи, невольно приучили детей к контенту, который сами не любят, но отучить детей теперь уже не в силах.

Выводы:

- Комплексное исследование среди родителей подтвердило существующий спрос на анимацию для детей младше трех. На данный момент он удовлетворяется за счет специально разработанного контента иностранного производства, либо НЕ предназначенного для этого возраста контента.
- Изучение аудитории также выявило, что дети, привыкшие к американским мультильмам **не смотрят отечественные – им не нравится**.
- Проблема (о которой сейчас многие говорят в отношении подростков) - бесконтрольного просмотра интернета - актуальна и для совсем маленьких детей.

Выводы:

- В мировой практике существуют мультильмы для детей дошкольного возраста и детей младшего возраста, но **родители все-таки стараются показывать что-то «наше».**
- **Родители неохотно соглашаются на западный контент, желая привить ребенку культурные ценности родной страны.**
- **Многие родители озабочены отсутствием высокохудожественной продукции для детей, понимая, что «потребительство» вытравливает смысл и художественную ценность из анимационной продукции.**



Спасибо за внимание!