

Рейтинг детской анимации по ценностному воздействию

ЦСП «Платформа» представляет исследование, посвященное ценностному воздействию российской анимации на юных зрителей. Проект реализован при поддержке НМГ («Национальной медиагруппы»).

Ключевой задачей исследования стало составление первого российского рейтинга анимационных картин по критериям, связанным с социальными эффектами (social impact). Социологической базой исследования стали позиции родителей, сегментированные по различным критериям.

Рейтинг разработан к проходящей в Москве «Российской креативной неделе».

Дата проведения: апрель-июнь 2023 года.

Параметры исследования

- *В опросе приняли участие 1200 респондентов в возрасте 18 лет и старше, проживающих в городах с населением от 100 000 человек, имеющих детей в возрасте от 2 до 8 лет;*
- *Были проведены две фокус-группы с представителями данной целевой аудитории для обсуждения анимационных картин, их влияния и запроса к ним;*

- *Анимационные картины для оценки были отобраны благодаря экспертной сессии, глубинным интервью с родителями и детьми;*
- *К участию в рейтинге допускались картины, вышедшие с 2021 по начало 2023 года.*

Ключевые цифры и выводы

- **Приемлемые критерии качества работ.** 46% опрошенных родителей считают, что современная российская мультипликация отвечает высоким стандартам (45% – средним и 8% – низким);
- **Запрос на воспитание остается неотъемлемой частью мультипликации** – ее, в первую очередь, ожидают родители. 72% респондентов хотят целенаправленного воздействия на личность ребёнка (25% не стремятся к этому и 3% – затруднились ответить). При этом 88% опрошенных уже сейчас отмечают, что мультфильмы корректируют характер детей, их внутренний мир (8% не согласились с этим, 4% затруднились с ответом);
- **Ключевые запросы родителей к анимации связаны с воспитанием ценности семьи (63%), умения выстраивать дружеские отношения с окружением (57%).** Как показывают фокус-группы, у значительной части аудитории есть запрос на акцентирование национальных ценностей – отмечается дефицит таких мультипликационных продуктов;

- **Можно выделить группу работ с наибольшим ценностным воздействием.** Наибольший эффект, с точки зрения ценностного воздействия, достигают картины, в которых соблюдается баланс влияния на ребенка и личной вовлеченности родителей. По результатам исследования такими мультфильмами стали: «Фиксики», «Три кота», «Простоквашино» (новая версия), «Маша и медведь», «Лунтик», «Барбоскины», «Смешарики»;
- **Полицентричность мультфильмов (наличие нескольких ключевых героев) задает множество ролевых моделей.** Для современной мультипликации чаще характерно наличие нескольких главных героев, обладающих разными чертами и особенностями, что позволяет юным зрителям примерять несколько ролей, развивать soft skills, активно погружаться в социальный мир. Это значимое отличие от советских мультфильмов, которые чаще были героцентричны (сфокусированы на одном или двух главных персонажах), нацелены на формирование более индивидуалистских качеств;
- **Ребенок активно влияет на выбор контента.** Несмотря на стереотипы о патернализме российской культуры, ребенок обладает достаточно высокой самостоятельностью в выборе своего контента: 76% родителей отмечают, что их дети оказывают активное влияние на выбор мультфильмов для просмотра. Доля аудитории, в которой родители соглашались с выбором ребенка относительно мультипликации – 54%.

Подробнее в материале:

[Скачать](#)