Рейтинг детского контента по уровню социального воздействия по итогам 2023 года

Центр социального проектирования «Платформа» при поддержке Национальной Медиа Группы представляет рейтинг детского контента социальным эффектом за 2023 год.

Дата проведения: март – май 2024 года.

Параметры исследования:

- *В опросе приняли участие 1200 респондентов в возрасте 18 лет и старше, проживающих в городах с населением от 100 000 человек, а также 300 респондентов в возрасте от 6 до 12 лет. Последние участники проходили опрос при ассистировании их родителей на онлаи˘н–панели.*

- *Детский контент (полнометражные фильмы и мультсериалы) для оценки были отобраны с помощью экспертной сессии, участниками которой стали действующие специалисты в киноиндустрии.*

Ключевые цифры и выводы

Мультипликация держит планку. Российская мультипликация сохраняет динамику своего роста – 93% опрошенных позитивно оценивают ее уровень (высоко+средне). Такой показатель объясняется наличием на отечественном рынке ряда стабильно сильных мультсериалов. Однако остаются и зоны роста развития сегмента. В частности, есть потребность в новых качественных мультфильмах.

Детское кино развивается. У детского кино положительная оценка немного ниже – 86% (высоко+средне). Это вполне объяснимо: мультфильмы обладают более широкой аудиторией, а в случае, если это сериалы, то и просматривают их дольше. Тем не менее перспективы развития определенно есть. Показательным примером этого стал успех «Чебурашки», «Бременских музыкантов» и по «По щучьему велению».

От современного контента ждут воспитания. У родителей много запросов к детскому контенту, но главный из них – помощь в воспитании. 68% респондентов считают, что анимация и кино должны «целенаправленно воспитывать детей, закладывать и развивать важные ценности, давать образцы поведения». И детскому контенту это удается – по мнению 76% родителей, он меняет характер и внутренний мир ребенка.

Российские мультфильмы транслируют важные ценности. Так считают 80%опрошенных родителей. Среди основных ценностных запросов родителей к контенту следующие: «учить дружить, помогать людям независимо от их пола, национальности, религии и т.д.» (53%), «ценить семью, уважать родителей, друзей и т.п.» (50%), «с уважением относиться к окружающим людям»(38%), «быть патриотом, гордиться своей родиной, ее достижениями» (22%).

Любимые герои. Большинство детей (58%) называют любимыми героями мультфильмов волшебных существ, 55% выбирают различных животных. Дети до 10 лет предпочитает персонажей, которые младше их. Это обусловлено тем, что дети идентифицируют себя с младшими персонажами, так им понятны проблемы героев, а также они испытывают чувство превосходства по сравнению с младшими персонажами и чувство безопасности в защищенной среде. Дети старше 10 лет предпочитают персонажей-ровесников.

Полная версия исследования:

Скачать