

# 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 онлайн-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 удастся – 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 предпочитают 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](#)