

## Диверсификация бизнес-моделей детского медиарынка

Научный руководитель – Шкондин Михаил Васильевич

*Макаренко Екатерина Юрьевна*

*Выпускник (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: makarenko.katerina2011@yandex.ru*

Глобальная медиастратегия базируется на формировании диджитал-контента. Международное лицензионное сотрудничество и продвижение анимационных брендов определили решение о диверсификации бизнеса в интересах дистрибуции, товарного лицензирования и бренд-менеджмента внешних анимационных проектов.

Актуальной тенденцией является изучение эволюции современного родительства с целью гармонизации восприятия социальной структуры общества. Родители выстраивают индивидуальные экспериментальные модели воспитания детей, включающие компромисс консервативных строгих рамок и современных подходов к детской автономии, способствующие созданию стратегий социализации подрастающего поколения. Согласно данным совместного международного исследования «Kinder Barometer» (бренд группы «Ferrero», одного из лидеров мирового рынка кондитерской отрасли, пользующийся уважением и любовью потребителей) и «Ipsos» (глобальная исследовательская группа), были отмечены фундаментальные аспекты, определяющие хороших родителей: эмоциональное благополучие ребёнка, его коммуникабельность и способность быть независимым.

Родители и дети становятся ближе, разделяя «маленькие моменты», которые имеют для них большое значение, иначе медиамир заменяет ребёнку родителей и оказывает значительное неоднозначное влияние. Например, «The Daily Mail» сообщает, что в США родители рассказали, как их дети начали разговаривать с британским акцентом из-за того, что смотрят популярный детский мультсериал «Свинка Пеппа», происходящему уже дали название «эффект Пешпы», который, по мнению специалистов, исчезнет с возрастом.

Иерархия и методы достижения основных факторов, определяющих хороших родителей, дифференцируются в зависимости от подхода к воспитанию, в частности российские родители считают приоритетом развитие уверенности в себе (60% против 51% в других странах), целеустремленности и стойкости в сложных ситуациях (46% против 41%), придают значение финансовому комфорту (23% против 9%) и интеграции в общество (20% против 14%). Результат исследования, безусловно, положительный: 86% российских родителей считают своих детей счастливыми, данное мнение разделяют их дети - 87% утверждают, что счастливы. Однако доподлинно известно, что в России дети чаще оснащены персональными смартфонами (80% против 63% в остальных странах) [3].

Обеспокоенность родителей вызывает вовлеченность детей в использование цифровых устройств, согласно данным масштабного исследования по России, включающего данные по киберугрозам и цифровому конфликту поколений, которое провела «Лаборатория Касперского», 85% детей не могут обойтись без гаджетов. В частности, почти 70% детей постоянно используют смартфон, с возрастом этот показатель возрастает, к 16-18 годам достигает 80%. Основные выводы констатируют отсутствие надежной защиты детей от таких интернет-угроз, как сайты для взрослых, социальные сети, жестокий контент онлайн-игр, кибербуллинг, ухудшение здоровья (зрение, недостаток физической активности). В контексте изучения интернет-активности детей, подтверждается гипотеза исследования:

для мальчиков главное игры, а для девочек - общение, в то же время смотрят сериалы, фильмы и слушают музыку 50% мальчиков и 60% девочек [4].

Отечественная студия «Анимаккорд», осуществляющая проектирование анимации и цифровую обработку данных, подтвердила статус мирового лидера дистрибуции детского медиаконтента - серия мультипликационного сериала «Маша и Медведь» «Маша плюс каша» вошла в книгу рекордов Гиннеса как самый просматриваемый мультфильм на YouTube и попала в ТОП-5 самых просматриваемых видео на YouTube за все время существования этой интернет-платформы (эпизод просмотрели более 3.4 миллиардов раз, количество просмотров сериала - более 44 миллиардов) [1]. Мультипликационный сериал «Маша и Медведя», иронично называемый «секретное оружие России», полюбили в Европе, в статье русскоязычной редакции «Deutsche Welle» отмечается, что он популярен в Германии, а также в Италии, Индонезии, Латинской Америке и Арабских Эмиратах [5]. В прошлом году британская газета «The Times» [2] опубликовала статью, где мультфильм называют инструментом «мягкой пропаганды» российских властей, в России на такое заявление ответили советом Британии «открыть специальный анти-мультипликационный центр где-нибудь в Балтике» или «поместить всех мультипликаторов в санкционный список ЕС». Анимационный сериал «Маша и Медведь» показывают в 100 странах мира, секрет успеха этого мультфильма, по данным DW, в универсальности тем, приключений и наличии педагогической составляющей: «Персонажи девочки Маши и медведя символизируют отношения отца и дочери, родителей и детей в широком смысле. К примеру, кому не знакома ситуация, когда ребенок хочет играть, а его родители хотели спокойно отдохнуть? Вся семья может идентифицировать себя с персонажами сериала». Мультфильм «Маша и Медведь» представляет собой своеобразный феномен медиареальности, у которого идеальный хронометраж (6 минут), яркая цветовая палитра, графика согласно стайлбуку, лаконичные диалоги, прогрессивная педагогика и фольклорные аспекты, однако наиболее важной на наш взгляд является идея добра и дружбы позитивная в плане формирования восприятия и социализации подрастающего поколения.

### Источники и литература

- 1) Animaccord: о структурных изменениях и диверсификации бизнеса, «Секретное оружие России»: «Машу и Медведя» полюбили в Европе <https://licensingrussia.ru/article/>
- 2) Children's show is propaganda for Putin, say critics <https://www.thetimes.co.uk/article/childrens-show-is-propaganda-for-putin-say-critics-j9wxcvslm>
- 3) В России детей со смартфонами больше, чем в странах Европы <https://letidor.ru/novosti/>
- 4) Исследование «Взрослые и дети в цифровом мире» (pdf) <https://kids.kaspersky.ru/digest/issledovanie-vzroslye-i-deti-v-tsifrovom-mire-pdf/>
- 5) Маша на экспорт: почему мультяш «Маша и Медведь» полюбили в Европе <https://www.dw.com/ru/>