

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Зона интересов младших школьников в медиасреде

Научный руководитель – Шевелёв Григорий Александрович

Сакерина Елизавета Алексеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: sakerinaelizaweta@yandex.ru

Дети начинают взаимодействовать с медиа уже в раннем возрасте, что оказывает значительное влияние на формирование их интересов, ценностных ориентиров и моделей поведения.

Автора интересует младший школьный возраст, то есть дети 7-11 лет [1]. Этот период развития характеризуется изменением привычной жизни, появлением нового взрослого – «социального взрослого» или по-другому учителя и интенсивным формированием учебной деятельности. Восприятие у детей младшего школьного возраста, по мнению А. Шаханской, несколько иное. Детский мозг не может адекватно оценивать информацию [2].

К наиболее распространённым формам медиапотребления младших школьников относятся: просмотр полнометражных анимационных мультфильмов и мультипликационных сериалов, просмотр детских блогеров и телепередач, использование игровых мобильных приложений.

Формирование медиапредпочтений происходит под воздействием семьи, школьной среды, социального окружения и доступности технологий.

По статистике mediascope на 2023 год среди детей 9-11 лет – 83 процента (%) этой возрастной группы предпочитают смотреть мультфильмы [3]. К *полнометражным анимационным мультфильмам* автор относит кинопроизведения, в которых показательно запечатлены объёмные и плоские изображения на видеоплёнке или на цифровых носителях. Самые популярные мультфильмы 2024 года: «Иван Царевич и Серый Волк», «Лунтик. Возвращение домой», «Головоломка 2», «10 жизней», «Три кота. Зимние каникулы».

Видеоряд привлекает детей из-за сочетания динамичного изображения и музыкального ряда, ярких цветов, крупных планов и неожиданных образов [4]. С. Калверт, А. Хастон, Б. Уоткинс и Дж. Райт провели исследование среди дошкольников (3-6 лет) и младших школьников (7-9 лет) и пришли к выводу, что обе группы лучше фокусировались на передаче, если в ней были быстрые смены кадров, монтажные склейки, наплывы и другие эффекты [5].

Мультипликационные сериалы, как правило, создаются специально для телевидения или Интернет-площадок. Этот продукт состоит из ряда анимационных произведений с общим названием, определённым хронометражем и объединённой сюжетной линией.

В 2020-е годы среди детей были популярны: «Ми-ми-мишки» (2015, студия Паровоз по заказу ВГТРК), Лео и Тиг (2016, студия Паровоз), «Сказочный патруль» (2016, студия Паровоз), «Три кота» (2015, студия Метрафильмс).

С каждым годом увеличивается процент просмотра проектов российского производства.

Если в 2020 году было 58 процентов (%), зарубежного – 38 процентов (%), совместного – 4 процента (%), то на 2023 год 82 процента (%) детей выбирают проекты российского производства, 17 процентов (%) – зарубежного и 1 процент (%) – совместного.

Среди зарубежных мультсериалов есть спрос на: «Щенячий Патруль» (2013, Guru Studio), «Леди Баг и Супер-Кот» (2015, ZAG Animation), «Буба» (2014, 3D Sparrow).

По данным mediascope на 2023 год среди детей 9-11лет – 56 процентов (%) смотрят видеоблогеров.

Популярные *детские видеоблогеры* среди детей дошкольного и младшего школьного возрастов: *MissKaty* (25,3 млн. подписчиков, 16 млрд. просмотров), *MisterMax* (24,9 млн.подписчиков, 16,4 млрд. просмотров), *KidsDianaShow* (131 млн. подписчиков, 111 млрд. просмотров), *LikeNastyaVlog* (22,1 млн.подписчиков, 10 млрд. просмотров), *Супер Полина* (13,9 млн. подписчиков, 5 млрд. просмотров), *Влад и Никита* (18,7 млн. подписчиков, 11 млрд. просмотров). Основная тематика блогов – развлекательная, где обозреваются игрушки, показываются игры и жизнь сверстников.

Таким образом, наиболее значимой зоной интересов является развлекательный видеоконтент. Процент содержательных и образовательных видео низок, самим детям интересно наблюдать за смешным контентом.

Источники и литература

- 1) Эльконин Д.Б. Психология игры. 2-е изд. М., 1999. 360 с. URL: <https://psychlib.ru/inc/absid.php?absid=10981>. (дата обращения: 28.01.2026)
- 2) Шаханская А.Ю. Психологические особенности восприятия мультипликационных фильмов детьми младшего школьного возраста // Теория и практика общественного развития. 2013. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-vospriyatiya-multiplikatsionnyh-filmov-detmi-mladshego-shkolnogo-vozrasta> (дата обращения: 28.01.2026).
- 3) Mediascope . kids&teens 2023. От 4 до 17: медиапредпочтения и не только С.12 URL: https://mediascope.net/upload/iblock/98d/shsux2bzjktmxy1exei440h84ga u5zu3/KidswTeens_НРФ.pdf (дата обращения: 18.12.2024)
- 4) Вартанова Е.Л. Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт. 2013. - 80 с. [Электронный ресурс] – режим доступа: file:///C:/Users/User/Downloads/Detskoe_TV.pdf (дата обращения: 03.11.2024)
- 5) Calvert, S.L.; Huston, A.C.; Watkins, B.A.; Wright, J.C.: The relation between selective attention to television forms and children's comprehension of content. In: Child Development, 53/1982/-, S. 601