

Как дети в России потребляют медиа: телевидение, YouTube-каналы, мобильные приложения



Институт современных медиа (MOMRI) по заказу «Цифрового телевидения» (ВГТРК и «Ростелеком») изучил особенности медийного поведения детей. Результаты исследования были представлены на конференции CSTB.Telecom&Media'2018.

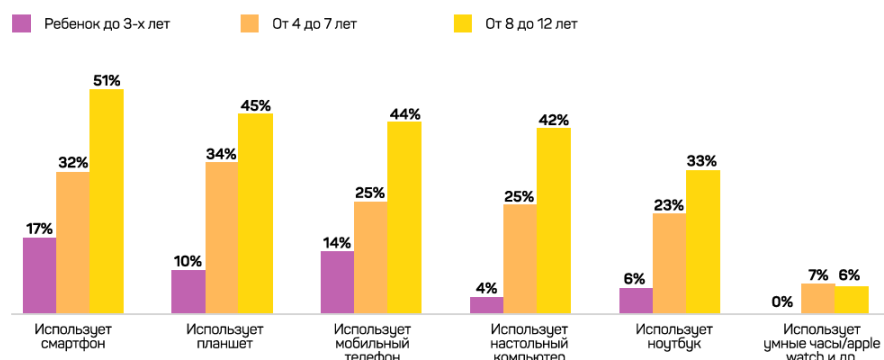
Сейчас в России 22,6 млн детей в возрасте до 12 лет, это 15,6% от всего населения России. В ближайшие годы число детей превысит 23 млн.

Для современного ребенка характерно раннее овладение цифровыми устройствами и высокая вариативность медийного поведения, говорится в исследовании. В опросе приняли участие около 300 родителей детей от 3 до 10 лет, проживающие в городах-миллионниках.

Большинство детей в России родились и растут в домохозяйствах, где есть два телевизора, доступ в интернет, планшет, смартфон, компьютер, ноутбук, DVD, игровая приставка и т.д. По оценке родителей, основные виды досуга для современных малышей — прогулки и игры на улице, просмотр мультфильмов/передач на ТВ, планшете или телефоне, сюжетно-ролевые игры (кухня, куклы, машинки, рыцари), творчество (лепка, рисование, пение, конструирование), чтение, прослушивание музыки, занятия танцами и спортом, помощь по дому, мобильные игры и развивающие занятия на планшете и по дому, пассивный отдых.

Осваивают гаджеты с рождения

Каждый или почти каждый день

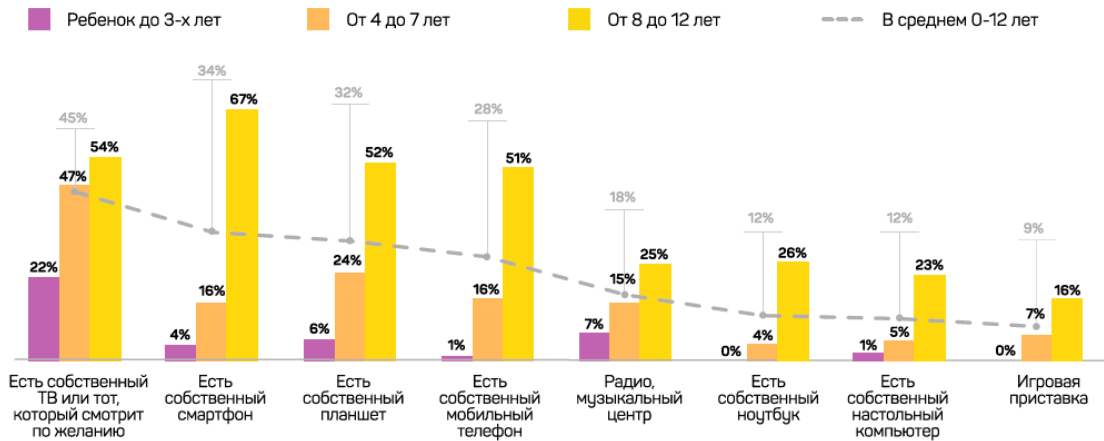


Данные исследования Института современных медиа (MOMRI). Опрос родителей детей возраста до 12 лет, телефонные интервью (CAT). Всего в исследовании участвовали 371 респондент, проживающие городов РФ с численностью более 100 тысяч человек. Декабрь 2017.

Среднее время просмотра детской аудитории стабильно на протяжении последних лет — дошкольники смотрят ТВ больше двух часов в день (138 мин в группе 4-7 лет). Время просмотра школьников в 2017 году снизилось, но также

достаточно высоко: 138 минуты в возрасте 8-10 лет, 112 минут в возрасте 11-17 лет. Аудитория 4-10 лет – лидер по продолжительности просмотра тематических каналов (смотрят дольше, чем более возрастная категория).

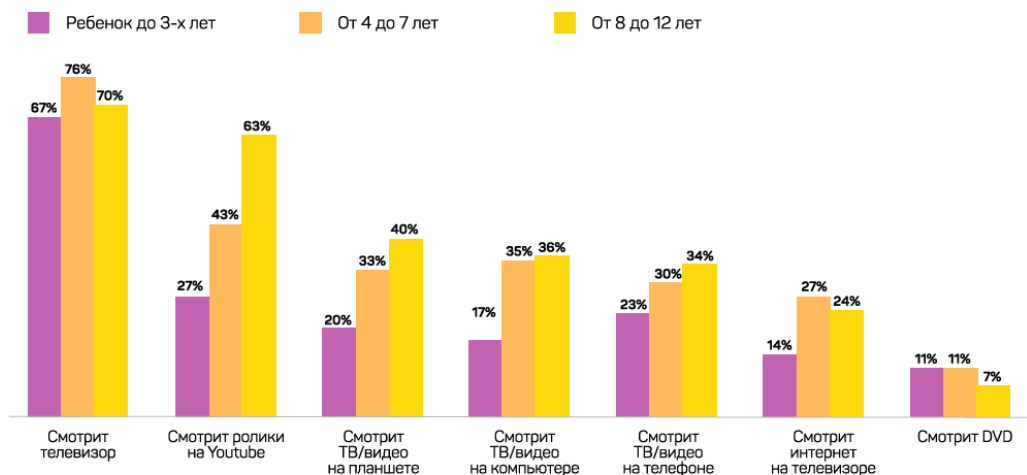
Телевизор – главный гаджет дошкольника. Главный гаджет подростка – смартфон



Данные исследования Института современных медиа (MOMRI). Опрос родителей детей возраста до 12 лет, телефонные интервью (CATI). Всего в исследовании участвовали 371 респондент, проживающие городов РФ с численностью более 100 тысяч человек. Декабрь 2017.

Видео – на всех экранах!

Каждый или почти каждый день смотрят:



Данные исследования Института современных медиа (MOMRI). Опрос родителей детей возраста до 12 лет, телефонные интервью (CATI). Всего в исследовании участвовали 371 респондент, проживающие городов РФ с численностью более 100 тысяч человек. Декабрь 2017.

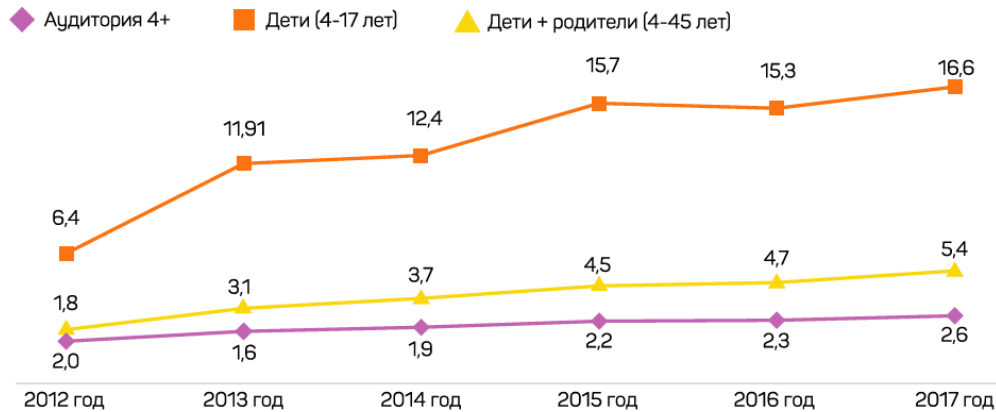
Топ-10 детских каналов на YouTube на русском языке.

1. GetMovies – 14 869 366 028 просмотров
2. Маша и Медведь — 14 341 898 743
3. Лунтик — 6 239 705 291
4. Teremok TV — 4 513 297 185
5. Mister Max — 4 473 217 929
6. Miss Katy — 4 326 983 760
7. Барбоскины — 4 118 677 472
8. Fixiki — 3 816 756 591
9. ELLO — 3 218 563 378
10. Vlad CrazyShow — 3 074 124 731

У каждого пятого ребенка 0-3 лет есть свой — или тот, который он может смотреть по желанию — телевизор. В возрасте 4-12 лет «свой» телевизор есть у половины детей. Каждому пятому ребенку в России родители обеспечили возможность смотреть свой собственный пакет каналов (19%).

Совокупная доля детских каналов растет

Совокупная доля детских каналов



Данные Mediascope, Share (Доля). Детские каналы: ANI, BABY TV, BOOMERANG, CARTOON NETWORK, GINGER HD, GULLI GIRL, JIM JAM, NICK JR, NICKELODEON, NICKELODEON HD, TJI, ДЕТСКИЙ, ДЕТСКИЙ МИР, МУЛЬТИК, МУЛЬТИМАНИЯ, МУЛЬТИМУЗЫКА, РАДОСТЬ МОЯ, РЫЖИЙ, ТЛУМ HD, МУЛТ (в TV Index с 01.2017).

По словам Кирилла Танаева, директора Института современных медиа (MOMRI), несмотря на увлечение гаджетами, дети продолжают много смотреть ТВ — более 2 часов в день. В 2017 году общее время просмотра телепередач снизилось везде, кроме детской группы и 50+.

«Детская аудитория позитивно реагирует на новые предложения и является одним из главных драйверов телеиндустрии, — считает эксперт. Теперь в России впервые появилось поколение (5-12 лет), для которых ТВ что-то сделало специально — каналы типа «Карусели». Дети растут, и в ближайшие 5-10 лет перейдут в другие возрастные группы, для которых ТВ делает предельно мало контента. Сможет ли индустрия предложить им что-то такое же качественное, как для детей — главный вызов для ТВ».

Источник: Мария Георгиевская, adindex.ru