Аналитическая справка
по изучению взаимодействия обучающихся
с различными медиа

В рамках реализации инновационной площадки «Использование медиатехнологий в образовательном процессе учреждения дополнительного образования как фактор повышения качества образования», а также с целью изучения взаимодействия обучающихся с различными медиа в ноябре 2020 года в МБУ ДО ЦРТДиЮ было проведено анкетирование, посвященное тематике детского и подросткового медиапотребления.

Цель исследования: изучение особенностей и тенденций медиапотребления обучающихся МБУ ДО ЦРТДиЮ.

Целевая аудитория: в опросе приняло участие 230 обучающихся Центра в возрасте от 5 до 12 лет.

Типы данных:

для более глубокого понимания детской аудитории и повышения достоверности результатов в отчете использованы различные типы данных:

- была создана google форма, ответы принимались в электронном виде;

- были распечатаны анкеты в бумажном виде, которые впоследствии обрабатывались вручную;

- данные, основанные на ответах родителей о медиаповедении детей. Родителей спрашивали о конкретном ребенке в семье. В этом случае существуют искажения, однако учитывая возраст целевой аудитории, ответы родителей на ряд вопросов более надежны, чем те, которые получены от ребенка;

- данные, полученные непосредственно в ходе включенного наблюдения за детьми, личных интервью.

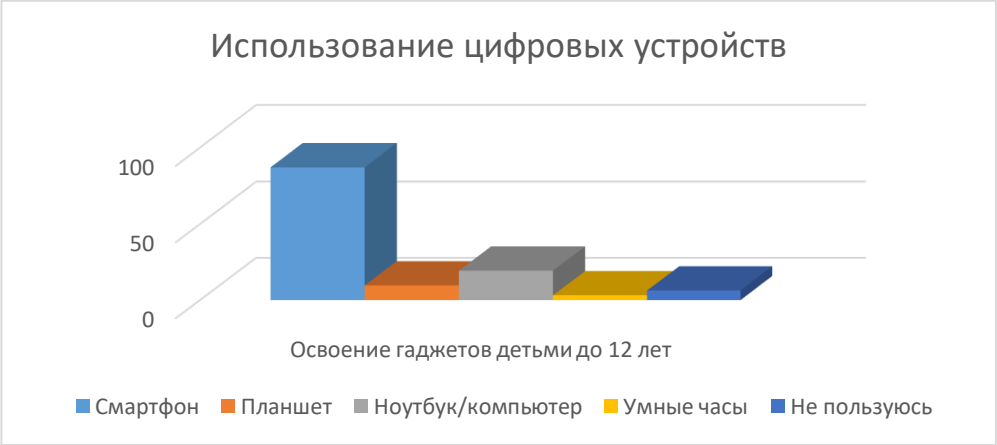
Родители, независимо от уровня дохода, обеспечивают детям доступ к современным медиа: теперь более половины детей от рождения до 12 лет имеют возможность ежедневно использовать смартфон или планшет родителей (59%).

По данным исследований MOMRI 2017 года, просмотр телевизора и чтение (самостоятельное или с родителями) – самые популярные виды медиаактивности у детей до 12 лет в России.

В 2020 году телевизор – главное цифровое устройство дошкольника. Главный гаджет подростка – смартфон.

Мультиэкранность и диджитализация – новые признаки детского медиапотребления. Новым явлением стал массовый ежедневный просмотр детьми видеоконтента на Youtube (48% в 0–12 лет), использование мессенджеров (35% в 8–12 лет), общение детей с 8–10 лет в социальных сетях (36% в 8–12 лет). Мобильные игры на планшете или телефоне стали ежедневным видом досуга для каждого второго ребенка с рождения до 12 лет (45%).

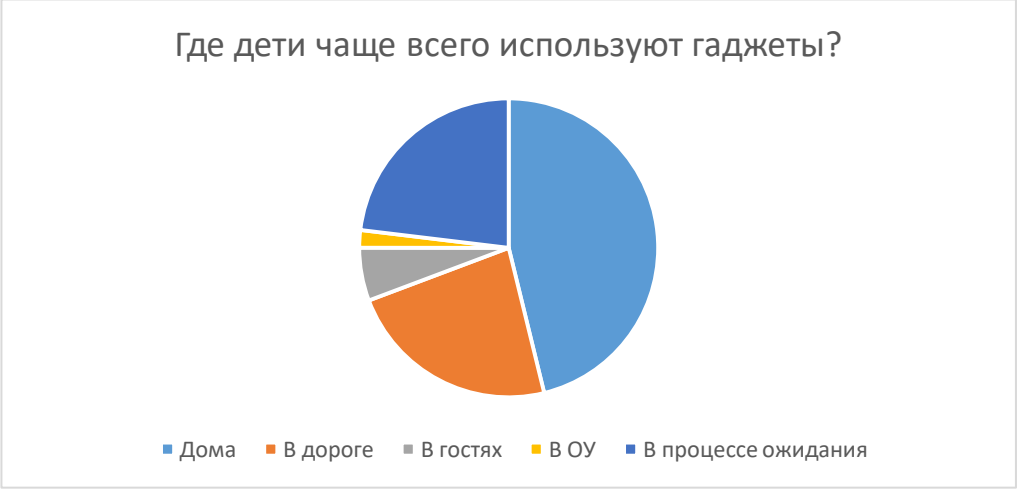
1. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ УСТРОЙСТВ



По мере взросления дети становятся обладателями собственных мобильных устройств, телевизоров, и уже к 3 годам какое-либо устройство есть у каждого 10-го ребенка. В 3–6 лет почти у половины детей (42%), а к 10 годам 9 из 10 детей (91%) в России имеют собственный мобильный телефон или планшет либо оба устройства сразу.

По словам родителей, более половины детей в России не имеют ограничений по бюджету на мобильную связь (58%).

2. ГДЕ ДЕТИ ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА?



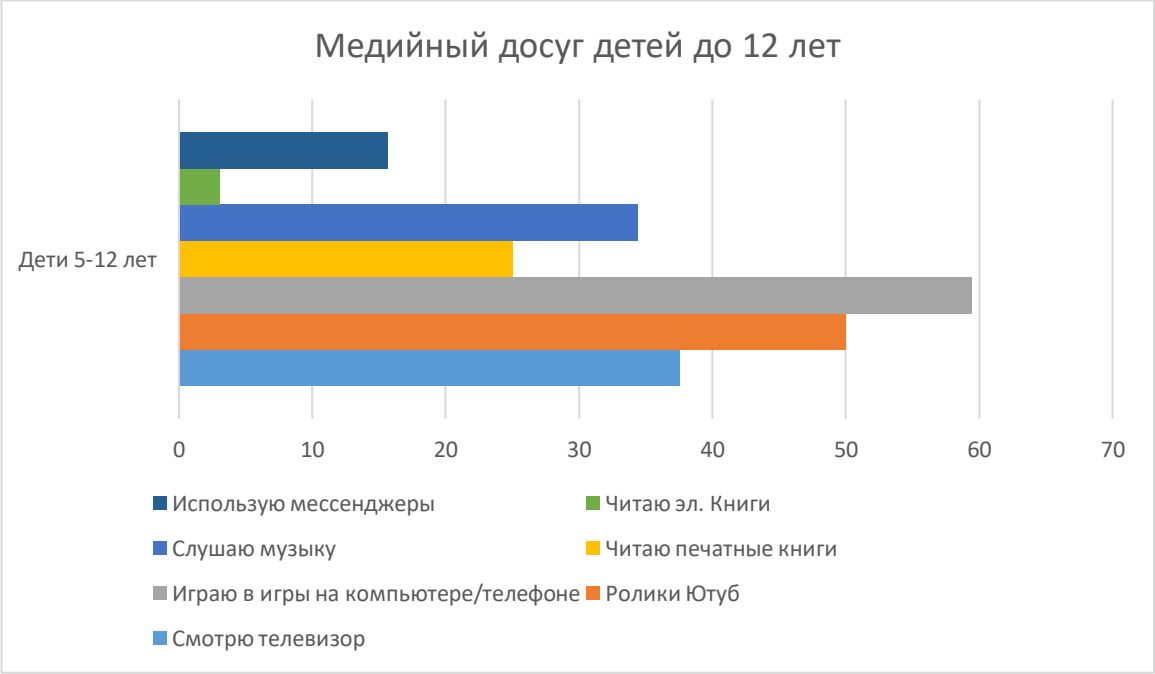
3. МЕДИААКТИВНОСТЬ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Детское медиапотребление характеризуется мультиэкранностью и непрерывностью — большинство детей ежедневно используют одно или несколько устройств, а также читают самостоятельно или с родителями. Родители в России говорят о том, что ежедневно три четверти детей (72%) смотрят телевизор, почти половина детей (44%) читают сами и большинство (64%) слушают, как им читают старшие.

Среднее время телесмотрения детской аудитории стабильно на протяжении последних лет – дошкольники и младшие школьники смотрят телевизор более 2 часов в день (138 минут – в группе 4–7 лет, 134 минуты – в возрасте 8–10 лет).

Время использования мобильного интернета и мобильных игр детской аудитории варьируется от несколько раз в неделю или реже до ежедневных игр от 1 до 3 часов, реже – более 3 часов.

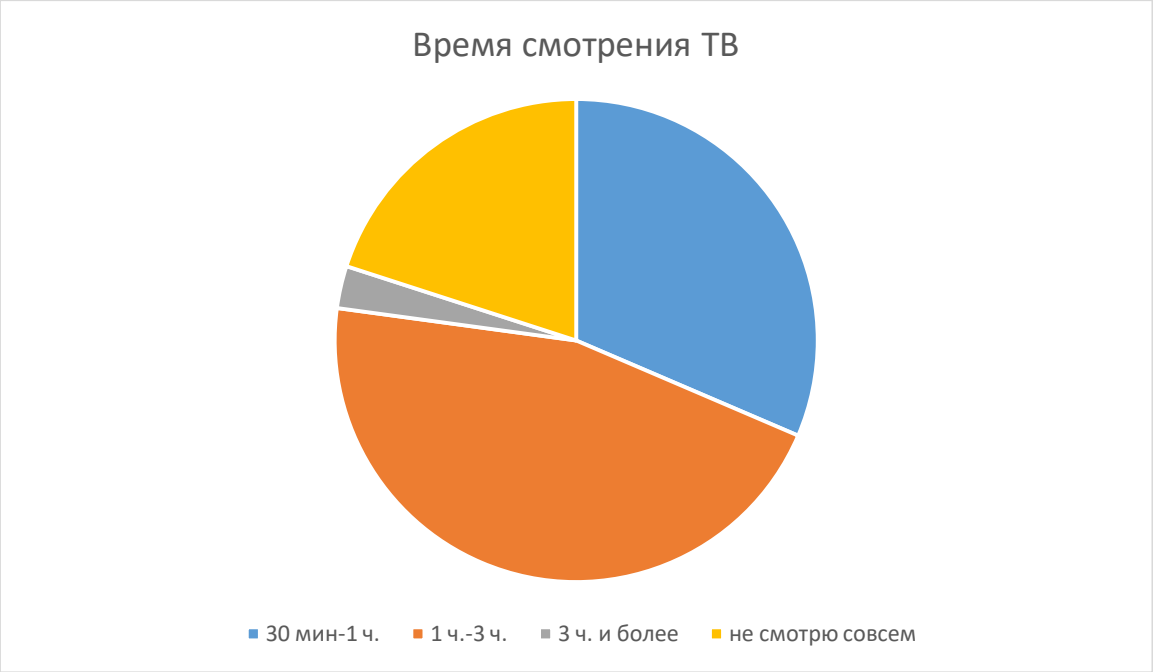
Время смотрения ТВ в среднем в 2 раза превосходит время мобильных игр детей.



4. ВРЕМЯ СМОТРЕНИЯ ТЕЛЕВИЗОРА

Дошкольники в целом стали смотреть ТВ дольше – почти 2,5 часа в день, у младших школьников и младших подростков время смотрения ТВ, наоборот, сократилось и составляет в среднем чуть более 2 часов в день, что обусловлено в первую очередь ростом использования мобильных устройств и повышением детской, подростковой медиаактивности в интернете. Это соответствует

трендам, характерным для более старшей, подростковой и молодежной аудитории.



Выводы:

Медиа стали весомой частью повседневной жизни детей. Чтобы не потерять контакт с ребенком, эффективно и безопасно использовать широкие возможности, которые предоставляют гаджеты и медиапространство, необходимо внимательнее относиться к теме использования интернета и цифровых устройств детьми, развивать направление медиа как совместного досуга родителей с детьми, а также насыщать событиями жизнь ребенка.

Опыт использования детьми цифровых устройств требует дальнейшего всестороннего изучения, однако опираясь на имеющиеся сегодня данные, можно с уверенностью сказать, что существует огромный потенциал для детско-родительского взаимодействия в цифровом пространстве.