



ДЕТИ И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ

КЫРГЫЗСТАН 2021



office@doormedia.kg

ОГЛАВЛЕНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	1
КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ.....	2
ДЕТСКОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В КЫРГЫЗСТАНЕ.....	4
ДЕМОГРАФИЯ И ДЕТИ	8
ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ (7-17ЛЕТ).....	10
ТРЕНДЫ ДЕТСКОГО МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ 2021	12
КАКИЕ ЦИФРОВЫЕ УСТРОЙСТВА ИСПОЛЬЗУЮТ ДЕТИ	13
НАЧАЛО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАУСТРОЙСТВ (МНЕНИЕ ПСИХОЛОГОВ)	16
ГДЕ ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА?	19
МЕДИААКТИВНОСТЬ И ЭКРАННОЕ ВРЕМЯ	22
МЕДИЙНЫЙ ДОСУГ ДЕТЕЙ.....	25
ТЕЛЕВИДЕНИЕ	27
УСТРОЙСТВА ПРОСМОТРА ВИДЕО	31
РЕЖИМЫ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ.....	33
ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ.....	35
ЧТЕНИЕ.....	40
ИНТЕРНЕТ	44
ДЕТСКОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ В СЕМЬЯХ.....	51
ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	54



21 век – век информационных технологий. Сегодня сложно себе представить жизнь без Интернета, доступ к которому есть сейчас практически у всех. И дети не являются исключением. Если их родители 20 лет назад искали информацию в книгах, то сегодня дети обращаются за ответами в Интернет. Цифровое телевидение открыло детям доступ к огромному количеству каналов с разнообразной информацией. И не всегда взрослые могут отследить, что именно смотрят и читают их дети.

Цель проведенного исследования – проанализировать какие медиа дети выбирают в разном возрасте, какой контент ищут в интернете, на телевидении и в книгах, сколько времени они проводят в социальных сетях и мессенджерах, в каких группах состоят и т.д.

Республиканская библиотека им. К. Баялинова, Общественный Фонд «Доор» и Общественное объединение "Информационные ресурсные центры" провели исследование детского медиапотребления по всему Кыргызстану, участниками которого стали **2350 детей и подростков** в возрасте **от 7 до 17 лет**. Мы рады представить вашему вниманию отчет о результатах исследования за 2021 год.

Настоящий отчет не имеет аналогов в Кыргызстане и представляет всем заинтересованным сторонам: специалистам медиа и рекламного рынка, представителям индустрии детских товаров, родителям, работникам сферы образования, органам государственной власти, обширные данные, которые позволят узнать об особенностях медиаповедения детей, а также увидеть текущую ситуацию и оценить перспективы медиапотребления детей в Кыргызстане.



МЕТОДОЛОГИЯ

Настоящий отчет подготовлен в партнерстве Республиканской библиотеки им. К. Баялинова, Общественного Фонда «Доор» и Общественного объединения "Информационные ресурсные центры на основании данных, полученных при индивидуальном опросе детей и подростков относительно медиапотребления.

География исследования:

Кыргызская Республика. Города областного значения районные центры были выбраны как населенные пункты с более высоким уровнем проникновения интернета и технологий, где можно увидеть наиболее яркие модели медийного поведения, выявить специфику и тренды.

Целевая аудитория:

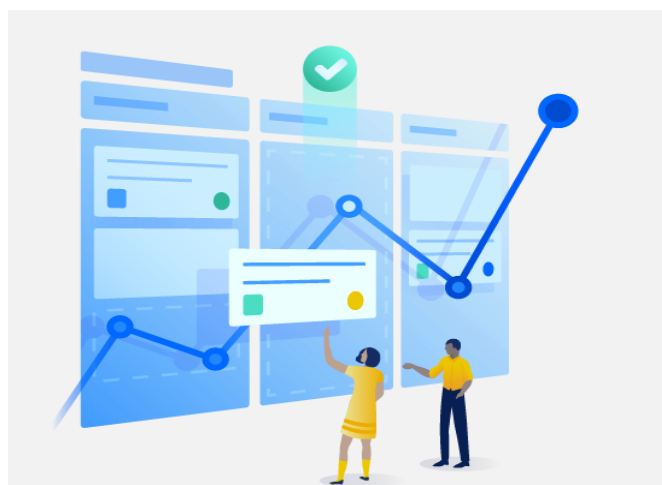
Основная – дети с 7 до 17 лет (по данным Национального статистического комитета КР на 1 января 2021 в Кыргызстане в возрасте от 7 до 18 лет проживает 1 393 649 человек)

Выборка:

В исследовании приняли участие 2350 детей и подростков

Основные задачи:

- выявление основных видов медиаактивности детей;
- изучение особенностей медиапотребления детей от 7 лет по времени, типам устройств, контентным предпочтениям, другим критериям;
- изучение потребительской активности детей.



Сбор данных:

Использовались кабинетные и полевые методики сбора данных. Процедуры были различны: заполнение анкет онлайн и их эквивалент в бумажном виде

Типы данных:

Для более глубокого понимания детской аудитории, повышения достоверности результатов в отчете использованы различные типы данных:

- личных интервью;
- заполнение анкет.

Команда исследования:

Специалисты в области педагогики, социологии и психологии, многие из которых сами являются родителями, и поэтому цель исследования воспринималась не только как профессиональная, но и как лично значимая.



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

2020 и 2021 года явно продемонстрировали системные изменения медиаиндустрии под влиянием детского сегмента и пандемии. Современные дети - самая многочисленная (на 01.01.2021 в Кыргызстане проживает 2 511 922 детей и подростков в возрасте от 0 до 18 лет) и самая медийная часть социума, значительно опережающая по медиапотреблению взрослых. Дети родились и растут в домохозяйствах, где зачастую есть два телевизора, доступ в интернет, планшет, смартфон, компьютер или ноутбук, игровая приставка и многое другое.

Вопреки стереотипу, дети являются потребителями самых разных типов контента:

- ТВ (80%),
- печатного (75%),
- игрового (соц.сети) (85%),
- музыкального (42%),
- и др.

Международные исследования показывают, что дети в раннем возрасте из пассивных потребителей превращаются в активных, и уже в 3-5 лет начинают влиять на выбор контента и товаров (95% родителей говорят об участии детей 3-5 лет в выборе).

Медийное изобилие, значительное наращивание объемов качественного международного детского контента - катализаторы роста детского медиапотребления в Кыргызстане.

Ускоряющимися темпами растет детский сегмент книжного рынка (+15% к 2019 году), косвенно можно говорить о том, что увеличились объемы загрузок детских и семейных мобильных игр.

Родители, независимо от уровня дохода, обеспечивают детям доступ к современным медиа: теперь более трети детей от 7 до 12 лет имеют возможность ежедневно использовать смартфон или планшет родителей (70%). Собственные цифровые устройства, в том числе мобильные, появляются у детей как никогда рано: в возрасте до 7 лет пять из десяти детей являются обладателями собственного гаджета. Покупка планшета или смартфона для ребенка в начальной школе воспринимается родителями как естественная (планшет или смартфон в КР в возрасте от 7 до 10 лет имеют 70% детей). Уже к 12 годам 9 из 10 детей имеют собственный планшет или телефон либо оба устройства сразу.

Просмотр телевизора/кино и чтение – самые популярные/желаемые виды медиаактивности у детей до 13 лет в Кыргызстане.

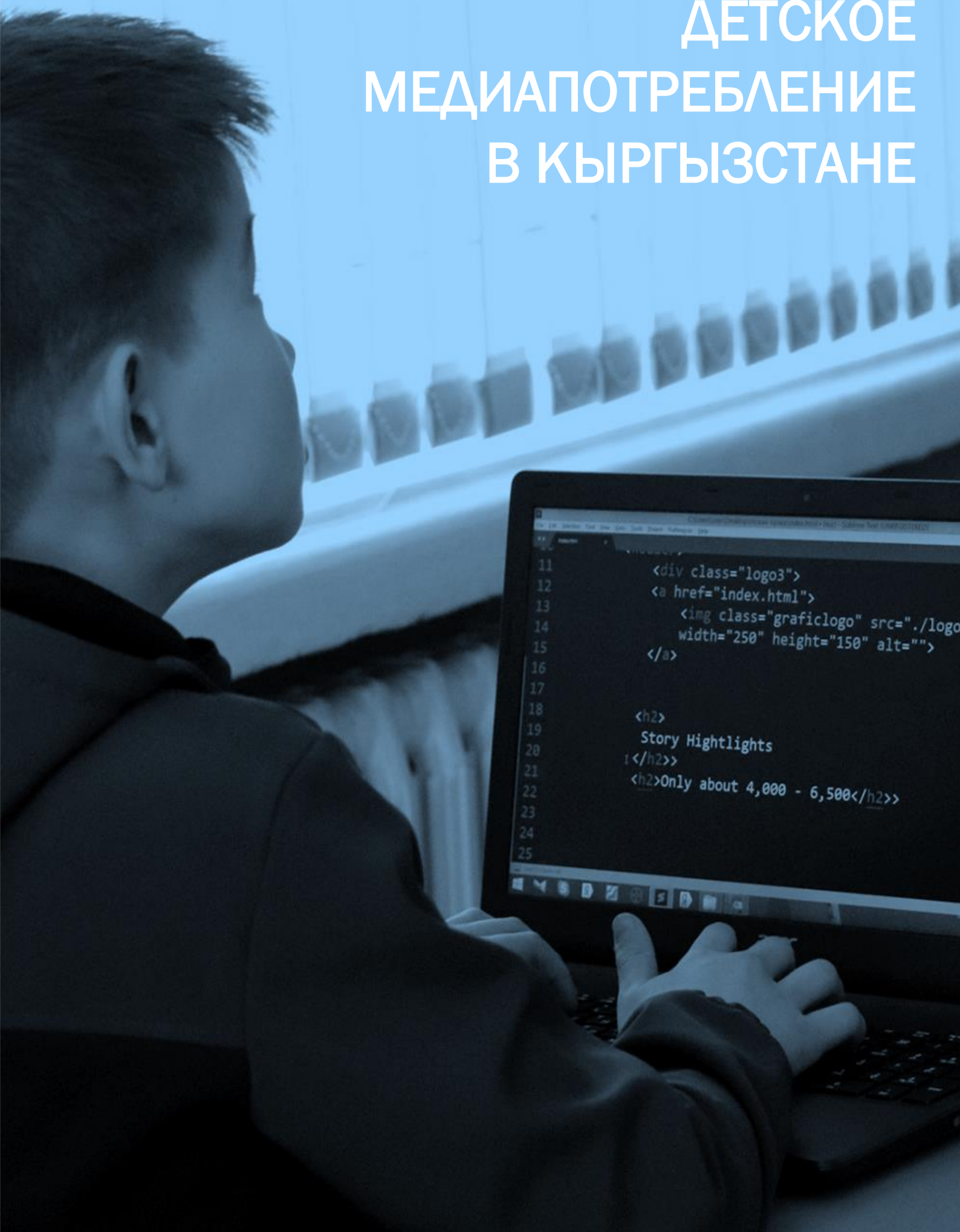
В Кыргызстане в 2021 году смартфон и телевизор – главные цифровые устройства школьника начальных классов. Главный гаджет подростка – смартфон.

Мультэкранность и диджитализация – новые признаки детского медиапотребления. Новым явлением стал массовый ежедневный просмотр детьми видеоконтента на Youtube, использование мессенджеров. Общение детей с 14-15 лет в социальных сетях является преимущественным по сравнению с живым общением. Медиапотребление детей растет вместе с возрастом во всех категориях. Мобильные игры стали ежедневным видом досуга для каждого второго ребенка в Кыргызстане.

В 2021 году сохраняется высокий уровень тревожности и отмечается дефицит родительской осведомленности и медиакомпетенции в условиях раннего и интенсивного овладения детьми цифровыми устройствами, которое зачастую происходит без участия родителей. Медиа стали весомой частью повседневной жизни детей. Чтобы не потерять контакт с ребенком, эффективно и безопасно использовать широкие, 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.

Дети – суперактивные потребители контента, сохраняют лояльность к тем брендам и героям, которых сегодня они воспринимают позитивно. В тоже время дети сами формируют тренды, задают моду на контент, игры, игрушки. Их отслеживание позволит создать более качественный продукт, сформировать лояльную потребительскую аудиторию на несколько десятилетий.

ДЕТСКОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В КЫРГЫЗСТАНЕ



```
11 <div class="logo3">
12 <a href="index.html">
13 
15 </a>
16
17
18 <h2>
19 Story Hightlights
20 </h2>>
21 <h2>Only about 4,000 - 6,500</h2>>
22
23
24
25
```

ДЕТСКОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ



РОЗА СУЛТАНГАЗИЕВА

директор Республиканской библиотеки им. К. Баялинова

Республиканская библиотека им. К. Баялинова всегда выступала за культурное воспитание наших детей. Сегодня практически каждый ребенок в Кыргызстане является пользователем интернета, цифрового телевидения и т.д. Сложно представить жизнь современного человека без цифровых технологий. Запрещать пользоваться ими ребенку бессмысленно. Но мы должны лучше понимать, с какой информацией сталкиваются наши дети, когда они держат в руках гаджеты или включают телевизор. Это поможет нам не потерять контроль над их духовным и культурным воспитанием.



ВЯЧЕСЛАВ ГОНЧАРОВ

директор ОФ «Доор»

Мы решили провести исследование медиапотребления для того, чтобы понять какое влияние современные информационные технологии оказывают на наших детей. Анализ даст нам ответы на ряд важных вопросов. Исходя из полученных в ходе исследования данных, мы сможем понять, что именно влияет на формирование и воспитание детей и подростков в Кыргызстане, а также сможем понять с какими опасностями могут столкнуться дети в сети и как их предотвратить.



НАЗИК ЧОНОЕВА

начальник отдела международных связей и протокола КТРК

Крайне необходимо знать какие предпочтения у детской аудитории. Кыргызстан – очень молодая страна, в которой дети и молодежь составляют почти 50% населения. Дети – это наши настоящие и будущие зрители, это люди, которые будут управлять нашей страной через пару десятков лет. Телесемейство КТРК старается возвращать своих маленьких зрителей и по мере их взросления наращивать аудиторию и лояльность к другим каналам телесемейства. Мы хотим, чтобы юная аудитория росла и плавно переходила на другие каналы телесемейства КТРК. Для этого нам важно отталкиваться от статистических данных и медиаизмерений, отражающих реальные потребности общества и привычки информационного потребления аудитории. Говоря о привычках зрителей, на данный момент дети предпочитают смотреть контент в онлайн платформах (Youtube, соцсети), поэтому одной из задач канала Баластан является создание поли-платформенной площадки, которая предполагает корректировку структуры редакции, изменения стандартов производства и адаптации контента под форматы и жанры, приемлемые для каждой платформы. Это позволит ценным зрителям Баластана смотреть его не только на экране телевизора.



АЙДАЙ ЗАРЫЛОВА

заместитель главного редактора телеканала «Баластан»

Я кое-что заметила в своем опыте работы. У нас тема детей не воспринимается как серьезный вопрос и не уделяется должное внимание. Например, для детей очень мало книг на кыргызском языке и информации на кыргызском языке в интернет-источниках. Тяжело найти то, что ищешь. А если рассматривать отдельно СМИ в Кыргызстане, то для детей есть только один единственный канал Баластан. В 2013 году он начал работать как независимый канал. Изначально было много сложностей с заполнением сетки канала, потому что у нас было очень мало мультфильмов на кыргызском языке и не было отечественных шоу на детскую тематику. На тот момент использование информации на кыргызском языке для наполнения вещательной сети не составляло 30%.

Мы потеряли много времени на подготовку и сбор отечественных программ и мультфильмов на кыргызском языке, потому что мы не могли транслировать любой мультфильм или шоу. Перед трансляцией детских материалов необходимо проверять, изучать и нужно работать с ответственной, лучшей командой. На телевидении лежит большая ответственность. Если завтра в эфир выйдет неверная информация, это может отрицательно повлиять на детей.

Поэтому мы все должны учитывать:

- Что мы должны транслировать?
- Что они хотят знать?
- Что интересно?
- Что полезно?
- Возрастное ограничение
- И какой будет результат подготовленного материала?

В 2015 году мы стали сотрудничать с Фондом Ага Хана. Чтобы вызвать интерес детей к чтению, мы запустили шоу «Читаем вместе». За полгода до трансляции мы прошли специальную подготовку в виде тренинга о цели, формате, идее, стиле, жанре и о том, как правильно написать сценарий к шоу. Над шоу также работал психолог-консультант.

Аудитория от 7 до 12 лет, потому что по результатам исследований максимально эффективно работать с детьми младшего возраста. После выпуска данной передачи наблюдалась большая активность продажи книг на кыргызском языке. Книги на кыргызском языке, которые занимали маленький угол в больших книжных магазинах, почти все раскупали. Некоторые семьи установили специальные книжные полки для своих детей дома. Передача «Читаем вместе» смогла пропагандировать необходимость хотя бы 20 минут в день уделять чтению с семьей.

Нам нужны образованные, волевые дети, которые хотят покорить мир. Мы любим детей.

Я думаю, что одних наших усилий по созданию контента будет недостаточно. Поэтому мы выражаем свою готовность к сотрудничеству с командой, которая хорошо изучила детскую тему и хочет внести свой вклад в улучшение этой области.



АВЛАНБЕК ДЖУМАБАЕВ

исполнительный директор Ассоциации телерадиоорганизаций КР

Я считаю, что это вопрос непременно и безотлагательно надо решать и нужно развивать детский контент.

Со стороны государства нужен заказ на то, чтобы разрабатывать и делать детский контент. Здесь, я думаю, что орган, который ответственен за медиа поле совместно с Министерством образования должны эти вещи проделать.

На канале «Баластан» крутили мультфильмы на кыргызском языке. Но этот проект был поддержан ЮНИСЕФ, у которого есть авторское право. Когда эти материалы размещаются на других каналах, необходимо их разрешение.

Мы не можем похвалиться тем, что у нас есть подобные материалы, что у нас их много. У нас их катастрофически не хватает, поэтому детский контент нужно

развивать. Для этого должны работать соответствующие органы, которые ответственны за воспитание и развитие детей.

Необходимо учитывать возрастную психологию детей, насколько они готовы тот или иной материал воспринять, насколько этот материал может помочь их развитию.

Мы все понимаем, что активность в медийном плане переходит в сторону интернета. Мы даже для учащихся начальных классов обязательно приобретаем сотовые телефоны, чтобы они во время COVID занимались в онлайн режиме. Мои внуки уже лучше меня используют сотовый телефон и планшет, достаточно дома иметь интернет. Они по своим интересам смотрят мультфильмы развивающие, учебные материалы, TikTok, свои социальные сети, которые им интересны.

Поскольку активность переходит в интернет-пространство, то все эти разработки (телевизионный контент) естественным образом должны быть направлены в большей степени именно в интернет-пространство.

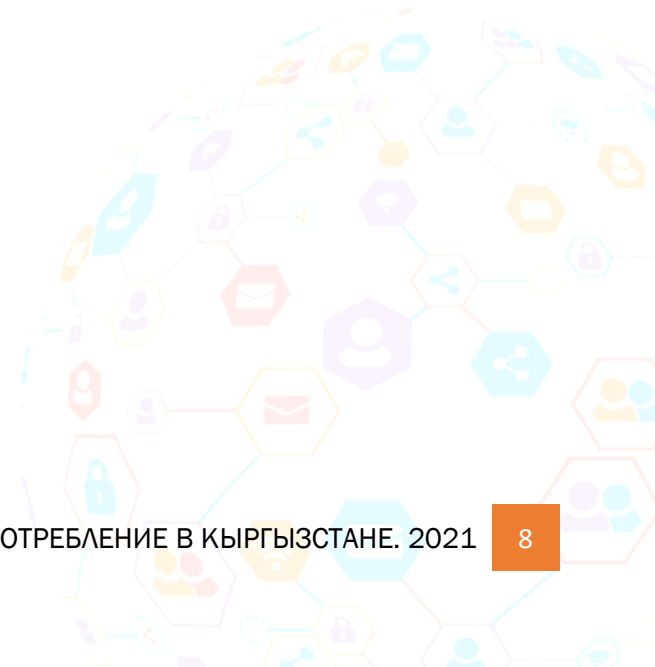




ДЕМОГРАФИЯ. ДЕТИ



Дети 2005–2017 годов рождения – самое медийное поколение. Цифровая среда, к которой их родителям приходилось адаптироваться годами, для них является естественной и привычной.



ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДЕТЕЙ НА 01.01 2021 ГОД 2 511 922 ЧЕЛОВЕК В ТОМ ЧИСЛЕ:

- в возрасте от 0 до 7 лет – 1 118 273 чел
- в возрасте от 7 до 18 лет – 1 393 649 чел

ДОЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Возраст	Количество детей и молодежи	Процентное отношение к населению (6 636 800 чел.)
7-10	592 199	8,92%
11-13	370 111	5,58%
14-15	218 603	3,29%
16-17	212 736	3,21%

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДЕТЕЙ ПО ВОЗРАСТАМ

Возраст	Количество детей и молодежи	Процентное отношение
7-10	592 199	42,49%
11-13	370 111	26,56%
14-15	218 603	15,69%
16-17	212 736	15,26%
Всего	1 393 649	

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КР ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ ДЕТЕЙ ОТ 0 ДО 18 ЛЕТ

Возраст	Мальчики	Девочки	Всего	Процентное отношение	
				мальчики	девочки
от 0 до 7 лет	574 103	544 170	1 118 273	51,34%	48,66%
от 7 до 18 лет	711 753	681 896	1 393 649	51,07%	48,93%
В том числе:					
7-10	302 991	289 208	592 199	51,16%	48,84%
11-13	188 966	181 145	370 111	51,06%	48,94%
14-15	111 261	107 342	218 603	50,90%	49,10%
16-17	108 535	104 201	212 736	51,02%	48,98%

По информации Министерства экономики и финансов КР на правительственном уровне прогноз численности детей не проводился.

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ 7-17 ЛЕТ

Медиаповедение детей определяется рядом факторов, самыми значимыми являются: возраст, социальная среда, установки родителей в отношении медиа, доступность цифровых устройств.



7-10 лет

Учатся в начальной школе, ведущей становится учебная деятельность, значимые отношения – с родителями и сверстниками, важное значение в

социализации приобретает фигура учителя

- используют все экраны для просмотра видеоконтента и игр (телевизор, планшет, смартфон)
- начинают использовать компьютер
- большинство имеет собственный гаджет (планшет, телефон)
- слушают музыку
- читают с родителями и самостоятельно
- медиасреда выступает как одна из сред социализации



11-13 лет

Учатся в средней школе, вступают в младший подростковый возраст, роль родителей постепенно снижается, более значимы становятся отношения и

общение со сверстниками, освоение норм и отношений между людьми. Авторитет блогеров возрастает.

- гаджеты, телевизор – основные формы домашнего досуга
- практически у каждого есть собственный гаджет или несколько устройств сразу
- роль социальных сетей, мессенджеров как каналов коммуникации со сверстниками и познания мира возрастает
- иногда совершают покупки онлайн
- слушают музыку
- ходят в кино с родителями, старшими братьями, сестрами или друзьями
- читают книги и электронные издания



14-15 лет

Подростки, учатся в средней школе, роль родителей снижается еще больше, роль сверстников возрастает. Все чаще решения принимаются

самостоятельно. Мнение блогеров авторитетно. Вступают в различные сообщества по интересам в социальных сетях.

- гаджеты – основные формы домашнего досуга
- роль телевизора в формировании домашнего досуга снижается
- практически у каждого есть собственный гаджет или несколько устройств сразу
- общение со сверстниками все чаще происходит онлайн
- совершают покупки онлайн
- слушают музыку
- ходят в кино с семьей или с друзьями (все чаще с друзьями)



16-17 лет

Поздний подростковый возраст, учатся в старшей школе либо в СУЗах. Роль семьи в формировании досуга уменьшается. Большую часть времени проводят со сверстниками. Во

многих решения принимаются самостоятельно. Часто являются активными участниками различных сообществ по интересам в социальных сетях.

- гаджеты – основные формы домашнего досуга
- по телевизору смотрят в основном молодежные сериалы, фильмы, молодежные передачи
- у каждого есть собственный гаджет или несколько устройств сразу
- общение со сверстниками часто происходит онлайн
- совершают покупки онлайн
- слушают музыку
- возрастает нагрузка в учебном учреждении (школа, СУЗ)

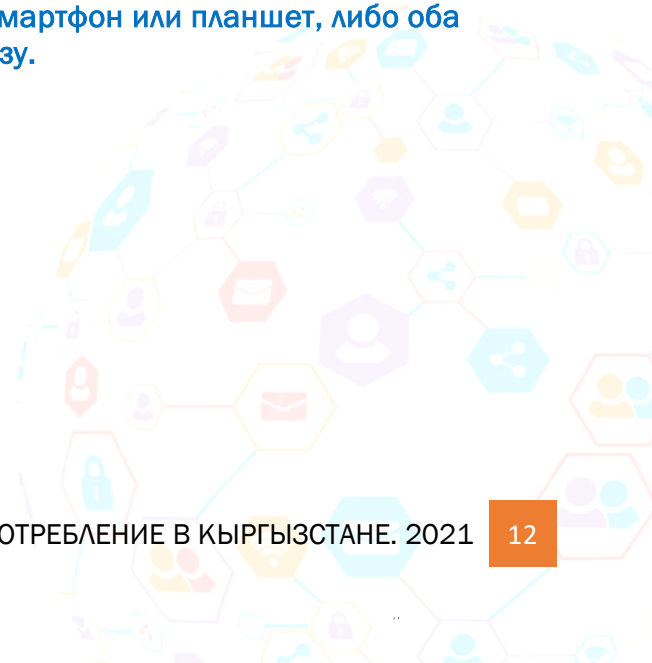


ТРЕНДЫ ДЕТСКОГО МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ 2021

cer



9 из 10 детей в Кыргызстане к десяти годам имеют собственный смартфон или планшет, либо оба устройства сразу.



КАКИЕ ЦИФРОВЫЕ УСТРОЙСТВА ИСПОЛЬЗУЮТ ДЕТИ

С первого года жизни цифровые экраны попадают в поле зрения детей.

В 2021 году большинство детей в Кыргызстане родились или растут в домохозяйствах, где есть доступ в интернет, планшет, смартфон, компьютер, ноутбук, игровая приставка и другие гаджеты.

Дети Кыргызской Республики находятся в мировом тренде раннего овладения цифровыми устройствами.

Исследование показало, что более половины детей до 13 лет не только используют свои гаджеты, но еще имеют возможность регулярно использовать родительский телефон или планшет, смотреть телевизор, начиная с самого раннего возраста.



По мере взросления дети становятся обладателями собственных мобильных устройств и уже к 11 годам 9 из 10 детей (91%) в Кыргызстане имеют собственный мобильный телефон или планшет, либо оба устройства сразу.

Для сравнения: в Германии к 6 годам собственный гаджет есть у четверти детей (телефон – 23%, планшет – 2%). К 12 годам 9 из 10 немецких подростков имеют телефон, при этом каждый пятый имеет планшет по данным исследования «Kinder medien Studie», 2017.

В 98% американских домохозяйств с детьми до 8 лет есть мобильные устройства (телефон, планшет) по данным исследования «Media use by kids age zero to eight», 2017. Более четверти американских детей 8-12 лет имеют собственный смартфон (28%) и у каждого второго есть собственный планшет (51%). Американские исследования также показали, что единственный ребенок в семье или младший чаще имеет собственные гаджеты.

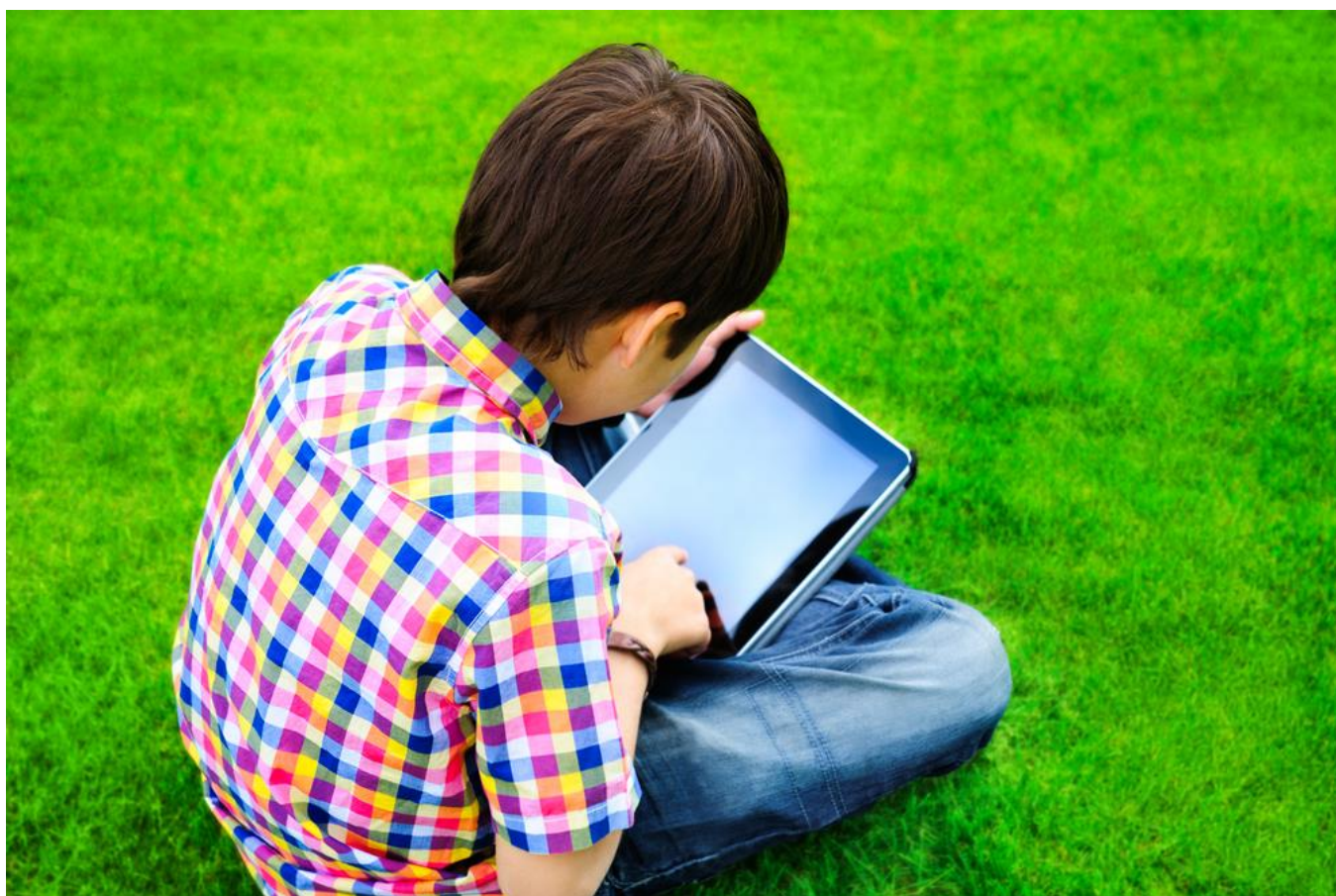
Используют смартфон родителей	17%
Используют планшет родителей	10%
Используют домашний компьютер или ноутбук	47%
Имеют собственный смартфон/компьютер/ноутбук	73%
Имеют игровую приставку	21%





В Кыргызстане в 2021 году смартфон и телевизор – главные цифровые устройства школьника начальных классов. Главный гаджет подростка – смартфон.

По словам родителей, более половины детей в Кыргызстане не имеют ограничений по бюджету на мобильную связь (68%).



НАЧАЛО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАУСТРОЙСТВ. МНЕНИЕ ПСИХОЛОГОВ





Одни родители дают телефон или планшет детям до года, вторые ждут трех лет или поступления в школу, третьи задаются вопросом, с какого возраста можно давать ребенку гаджеты. Психологи обращают внимание на то, что двух одинаковых детей нет, поэтому все очень индивидуально. Специалисты из Кыргызстана в области детской психологии, психофизиологии, педиатрии говорят о том, что минимально допустимый возраст начала использования гаджетов – 2-3 года.

В среднем психологи рекомендуют начинать использовать гаджеты в 3-5 лет, в связи с тем, что до этого возраста развитие ребенка осуществляется через общение и реальную практическую деятельность, действия с предметами.

Американская педиатрическая ассоциация, занимающаяся более 30 лет исследованиями в области детства и медиа, выступила в поддержку использования телефонов и планшетов детьми с 24 месяцев.

В системе образования Кыргызстана дети с первого класса, а в отдельных случаях уже в подготовительных группах детского сада используют планшеты.

Отвечая на вопросы тех родителей, которые против использования цифровых устройств детьми, психологи отмечают, что попытки полностью оградить ребенка от новых устройств, приложений могут иметь больше негативных, чем положительных последствий - ребенок может не получить навыков, компетенций, которыми обладает большинство его сверстников, а родители упустят возможность дополнительного контакта и взаимодействия с ребенком в подростковом возрасте.



НАДЕЖДА ТАБАРЕНЦЕВА

психолог, практик ТА, практик Психодрама

Дети – наше будущее! Мы, взрослые, несем ответственность за наше новое поколение! Поэтому изучение вопросов детского медиа в Кыргызстане актуальны и важны. Исследования помогают понять и увидеть, что детей больше интересует, что становится для них модным, увлекательным и значимым. Хотим мы того или не хотим, но медиа тоже способствуют формированию детской личности. У детей появляются свои кумиры, блогеры, которых они волей – неволей будут копировать. Поэтому, исследовать медиа важно, т.к. интернет переполнен разными роликами, которые смотреть детям крайне бесполезно, а в некоторых случаях даже опасно, т.к. детская психика крайне ранима и уязвима.

Очень не хотелось бы, чтобы дети проводили большую часть своего времени за цифровым экраном. Это бесполезно ни одному человеку, а особенно молодому и развивающемуся организму. Но в последний год из-за пандемии дети вынуждены это делать и это выдерживать. И, поверьте, это крайне сложно как детям, так и их родителям.

Медиа может как создавать человека, так и разрушать. Девиантное поведение возможно, если ребенок окружил себя видео с повышенной агрессией, где происходит много физического и психического насилия. Но здесь также необходимо учитывать среду, в которой ребенок растет и развивается.

Личностные особенности ребенка также имеют значение при девиантном поведении. Его семья и его взаимоотношения с семьей, принятие его другими – все это вместе взятое отражается на поведении ребенка и его действиях. Просмотр одного и того же видео может по-разному повлиять на восприятие двух детей, поэтому здесь имеет значение индивидуальный аспект.

На мой взгляд, первая проблема родителей – это то, что все эти цифровые «игрушки» стоят недешево. Порою цена напрямую влияет на статус ребенка в его окружении, что отражается на его самооценке. Также бывает, возникает очень серьезный конфликт и непонимание между родителем и ребенком из-за количества времени, проводимого за медиа просмотром: ребенку всегда мало, а родителю всегда много. Выбор просматриваемых программ может быть не одобрен родителем, а ребенку наоборот нравится, и здесь тоже будет появляться напряжение в их взаимоотношениях. Возможно отстранение в близости с обеих сторон, т.к. ребенок может «с головой уйти или погрузиться» в интересующую его на данный момент «программу», имеющую своих кумиров, свою точку зрения и свое восприятие жизни. И конечно, хочу отметить тот факт, что ребенок, проводящий много времени за просмотром разных видов медиа, портит свое зрение, происходит искривление позвоночника, излишняя гиподинамия может привести к набору лишнего веса, либо к чрезмерной худобе, а проблемы ребенка – это проблемы родителя.

Однако, современный контент может быть полезным для детей. Сколько создано компьютерных игр, которые целенаправленно развивают в ребенке внимание, память, логику, другие полезные навыки и умения. Сколько существует разных мультфильмов и детских фильмов, которые учат креативному мышлению, доброте и любви. Сколько есть передач по лепке, рисованию и другим видам творчества, через которые ребенок почерпнет много интересного, информационного и полезного для себя. Также через просмотр ребенок обучается многим поведенческим навыкам. Например, выстраивание коммуникации со сверстниками и взрослыми, преодоление разного рода стеснений и страхов. Здесь важно соблюдать временную дозировку, т.е. обязательно должен быть установлен лимит, выполнение которого отслеживает взрослый.

Гаджеты вошли в нашу жизнь, тем самым сделали ее комфортнее, интереснее и удобнее! Нам осталось только научиться самим использовать их более полезно и экологично для себя и обучить этому наших детей.



Детские психологи выступают за разумное использование медиа в досуге детей – в среднем с 3-5 лет, для развития детей по определенным оговоренным с ребенком правилам при участии родителей или других значимых взрослых.



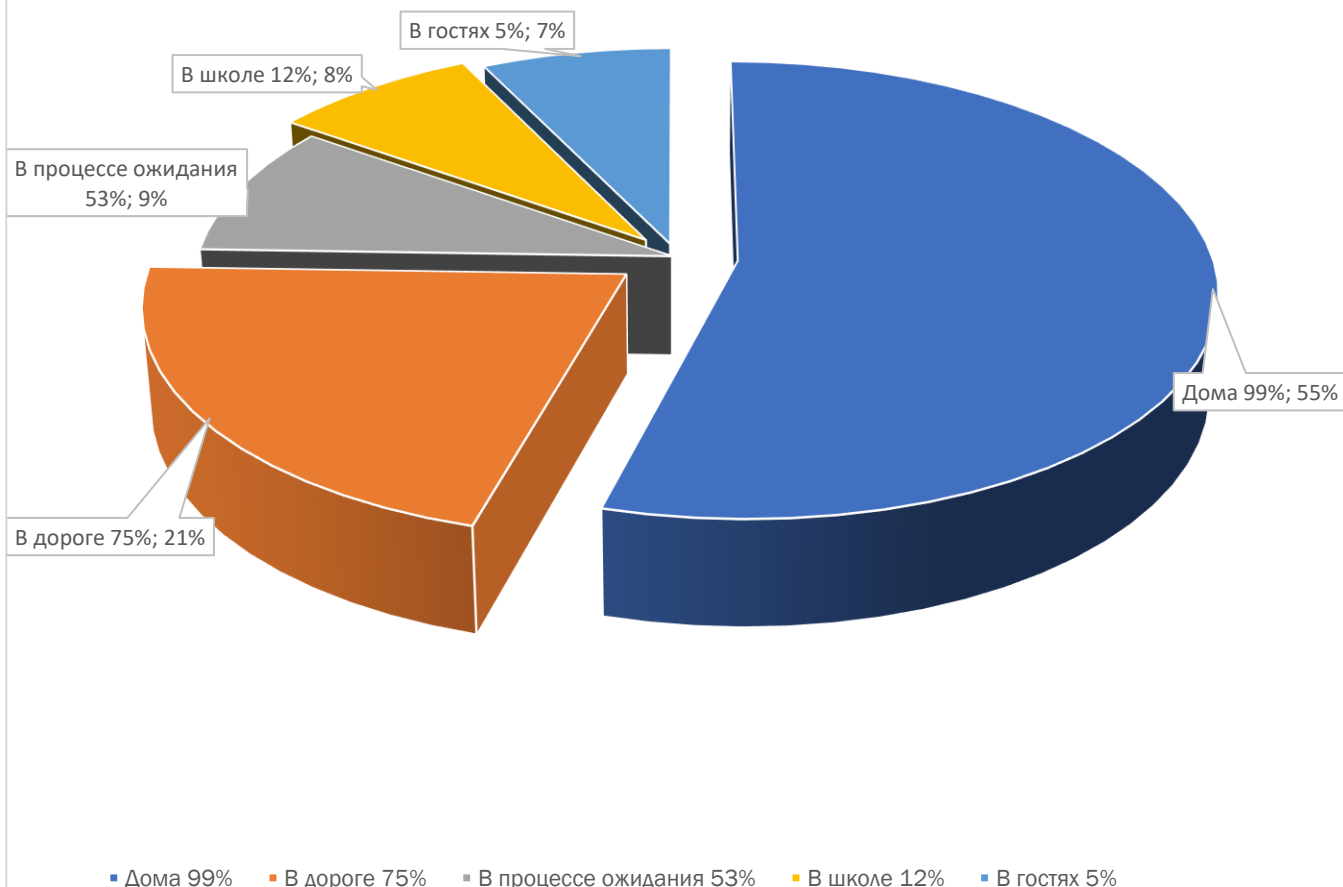
**ГДЕ ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЕ
УСТРОЙСТВА**



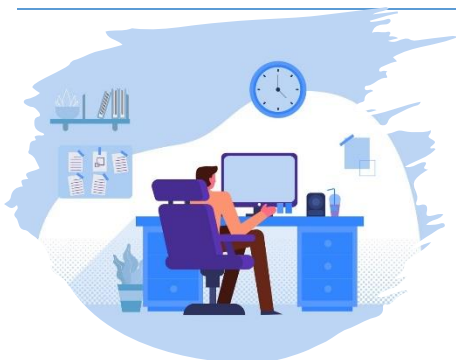
Большинство детей используют мобильные телефоны и планшеты дома (99%), а также в дороге (75%) или используют в процессе ожидания (53%), реже пользуются ими в школе (12%) или в гостях (5%).



БОЛЬШИНСТВО ДЕТЕЙ ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ И ПЛАНШЕТЫ



СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ МЕДИААКТИВНОСТИ ДЕТЕЙ В КЫРГЫЗСТАНЕ



от 7 до 10 лет	1-3 часа в день
от 11 до 13 лет	3-4 часов в день
от 14 до 15	4-5 часов в день
от 16 до 17 лет	4 часа в день



МЕДИААКТИВНОСТЬ И ЭКРАННОЕ ВРЕМЯ

NASA
INTERNATIONAL
SPACE APPS
CHALLENGE

NASA
INTERNATIONAL
SPACE APPS
CHALLENGE

других странах мира, в 2021 году досуг детей в Кыргызстане характеризуется большим разнообразием и диджитализацией. Существенную часть времени дети медиаактивны. Наиболее популярное занятие детской аудитории в свободное время – просмотр мультфильмов и передач на смартфонах, ТВ и других носителях, чтение, мобильные и компьютерные игры.



НАЗИК ЧОНОЕВА

начальник отдела международных связей и протокола КТРК

Согласно стратегическому плану развития канала Баластан к 2025 году мы хотим стать самым предпочитаемым телеканалом среди детской и юношеской аудитории КР и выбором номер 1 родителей, чьи дети не имеют доступа к формальному образованию. Поэтому для понимания аудитории нам важно основываться на данных: *Сколько детей проживает в Кыргызстане? Кто они? Как мы определяем детей? Какие у них потребности? На какие группы детей телеканал будет работать? В какое время и какой выдавать контент в эфир? Какую общественную повестку необходимо решать?*

Детский контент — это очень деликатная вещь, к которой нужен особый подход. Во-первых, предпочтения по возрастным сегментам сильно разнятся, как и особенности развития детей в разных возрастных периодах. У каждого разный распорядок дня и разные интересы, дошколята просыпаются рано, больше времени на просмотр ТВ, тогда как подростковую аудиторию труднее привлечь и удержать. У школьников меньше времени на просмотр ТВ: школа, дополнительные занятия и увлечения музыкой, спортом, компьютерные игры и соцсети.

На канале Баластан пользуются популярностью как старые, так и новые проекты. К примеру, "Таалимтай", аналог тележурнала "Ералаш" очень популярен для онлайн аудитории, у него многомиллионные просмотры на Ютуб канале Баластана. Онлайн аудитория требует других инструментов и форматов для вовлечения и для постоянства в качестве и регулярности выпуска контента нежели телевизионные передачи.

Из новых проектов, аудитория нашего канала высоко оценила познавательно-развлекательную программу "Билесинби?", где ведущие проводят разные эксперименты и лайфхаки, в результате которых узнают много нового. "Глобус" - альманах, который знакомит национальную детскую аудиторию с миром вокруг, "Баластан Шоу" - помогает сформировать взаимоотношения между старшими и младшими детьми в семье. В смешной, юмористической, не назидательной форме в ней могут обсуждаться очень важные нравственные вопросы: о честности, долге, взаимопомощи, уважении, и, в конечном итоге, любви. Обида и прощение, обман и признание, проступок и раскаяние – все это серьезные темы для такой, казалось бы, легкой и искрометной программы, как Баластан Шоу.

Эти проекты были созданы с помощью зарубежных экспертов по детскому контенту, также были выделены дополнительные грантовые средства на студийное оборудование и декорации. Сотрудники Баластана прошли интенсивное обучение. Экспертиза, постоянное финансирование, повышение квалификации сотрудников и данные медиапотребления – все это необходимо для производства и развития отечественного медиа контента.

Ни для кого не секрет, что производство детского контента одно из самых дорогих. Затрачиваются огромные финансовые и человеческие ресурсы на производство анимационных фильмов. К сожалению, бюджету Корпорации это не по карману. К примеру, создание мультипликации высокого уровня требует слаженной работы целой команды высококвалифицированных специалистов из разных сфер — это художники, аниматоры, звукорежиссеры, детские и возрастные психологи, эксперты и тд. Не всех специалистов возможно отыскать здесь в Кыргызстане, большую часть работы придется аутсорсить. Чтобы наладить постоянную работу по производству отечественного детского контента необходимо обучить и создать собственную анимационную студию.

Думаю, что государству нужно обратить на это внимание и помочь единственному детскому каналу открыть собственную студию по производству отечественного развлекательного и образовательного детского контента.



АЙДАЙ ЗАРЫЛОВА

заместитель главного редактора телеканала «Баластан»

Страны-лидеры начали понимать необходимость всестороннего развития детей раннего возраста еще в 70-х годах XX века. В этой области было проведено много исследований. Среди них - лауреат Нобелевской премии по экономике Джеймс Хикман отметил, что навыки проявляются в раннем возрасте, и чем раньше начать систематическую работу над этим, тем эффективнее будут результаты. Следовательно, это говорит о необходимости максимального вложения в детей с раннего возраста. Но, к сожалению, у нас все происходит наоборот. Мы не до конца понимаем, что необходима борьба общества в целом за воспитание сильного поколения для будущего.

Тема детей является очень важной. А у нас на сегодняшний день вызывает множество препятствий именно безразличие к росту детского контента. Это наша самая большая ошибка.

Пока мы не можем конкурировать с зарубежными программами. Например, соседний Казахстан. Канал Балапан на 100% казахстанский. Как только канал открылся, государство потребовало, чтобы он был на казахском языке и соответственно были выделены средства. Все зарубежные мультфильмы переведены на казахский язык. По сравнению с нами увеличились и отечественные мультфильмы. А у нас даже проблема перевода мультфильмов на кыргызский язык до сих пор не решена. Этот вопрос должно решать государство.

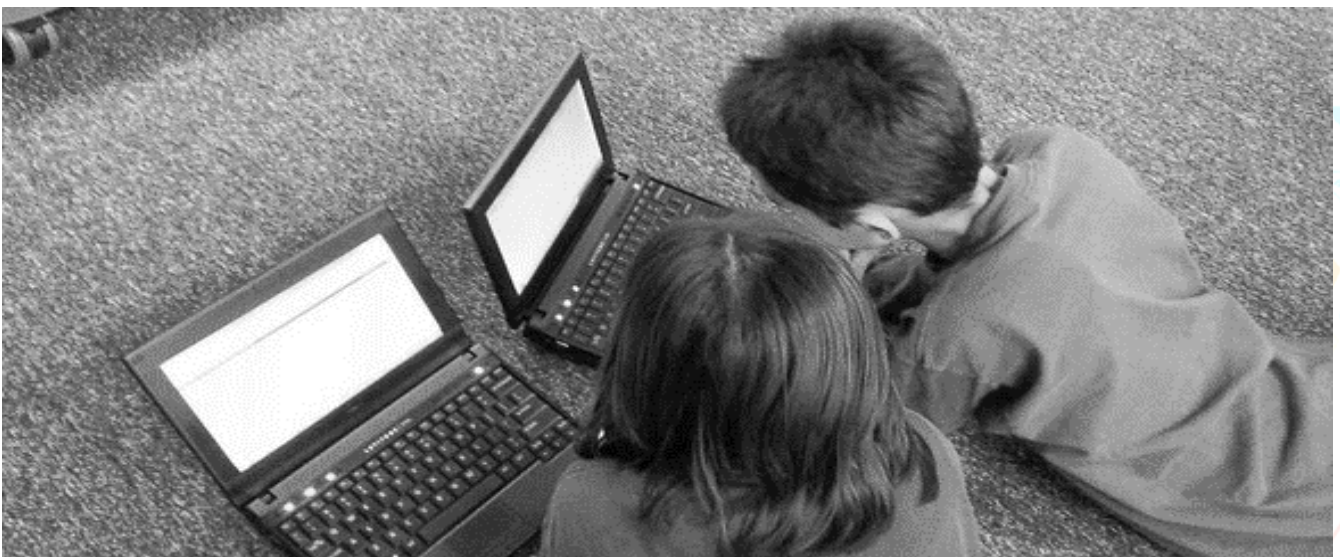
Для сравнения, в США меньше доля медиаактивных детей: ежедневно смотрят ТВ в среднем 6 из 10 детей в возрасте от 2 до 12 лет, читают самостоятельно или с родителями около половины американских сверстников. (данные исследований «Common Sense media», США, 2015-2017 гг.).

В Кыргызстане среднее время телесмотрения детской аудитории стабильно на протяжении последних лет – дошкольники и младшие школьники смотрят телевизор около 3-х часов в день.

Время, которое дети затрачивают на использование мобильного интернета и мобильные игры варьируется от нескольких раз в неделю или реже, до 1 - 3 часов ежедневно, реже более 3-часов.

Время просмотра ТВ в среднем в 2 раза превосходит время, затраченное на мобильные игры у детей.

Дети в Германии больше предпочитают ТВ (по данным исследования KB&B, 2017), а в США последние 6 лет отмечается тренд на сокращение ТВ-просмотра. Мобильные устройства практически догнали ТВ по показателю экранного времени у детей до 8 лет – дети тратят на них 48 и 58 минут в день соответственно (по данным исследования Common Sense media, 2017).



МЕДИЙНЫЙ ДОСУГ ДЕТЕЙ



Смотрит телевизор	80%
Использует социальные сети	67%
Играет в игры на планшете/телефоне	54%
Смотрит ТВ/видео на смартфоне	53%
Слушает музыку на телефоне	52%
Использует мессенджеры	51%
Смотрит ТВ/видео на компьютере	47%
Играет в развивающие и обучающие мобильные и компьютерные игры	44,8%
Смотрит ролики на Ютуб	37%
Читает печатные книги сам	30%
Читает электронные книги сам	30%
Слушает как родители/бабушки/дедушки ему читают	22%
Использует игровую приставку	21%



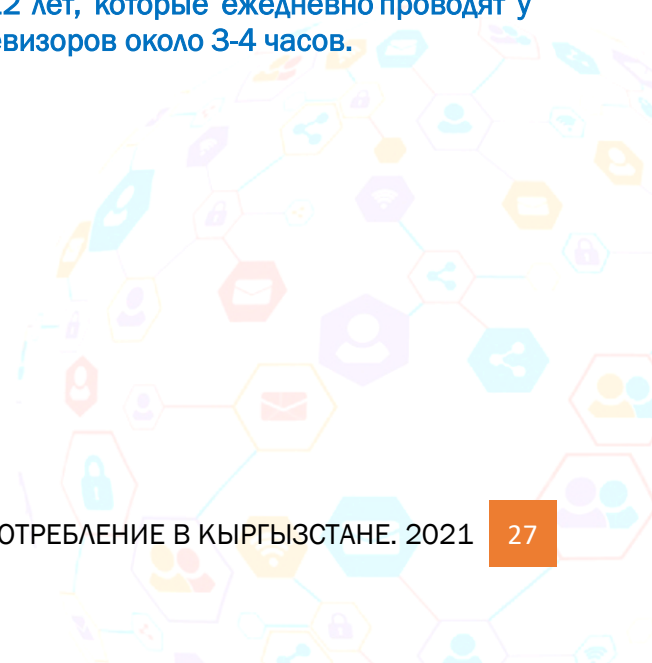


ТЕЛЕВИДЕНИЕ



80% детей в Кыргызстане регулярно смотрят ТВ

Лидеры детского телесмотрения – девочки в возрасте 7-12 лет, которые ежедневно проводят у экранов телевизоров около 3-4 часов.



Детское телесмотрение в последние 5 лет является драйвером роста тематического телевидения в Кыргызстане.

Наиболее популярные каналы – это ТНТ, БАЛАСТАН, МУЗЫКА, Nickelodeon, ПЯТНИЦА



**ПЯТ
НИЦА!**

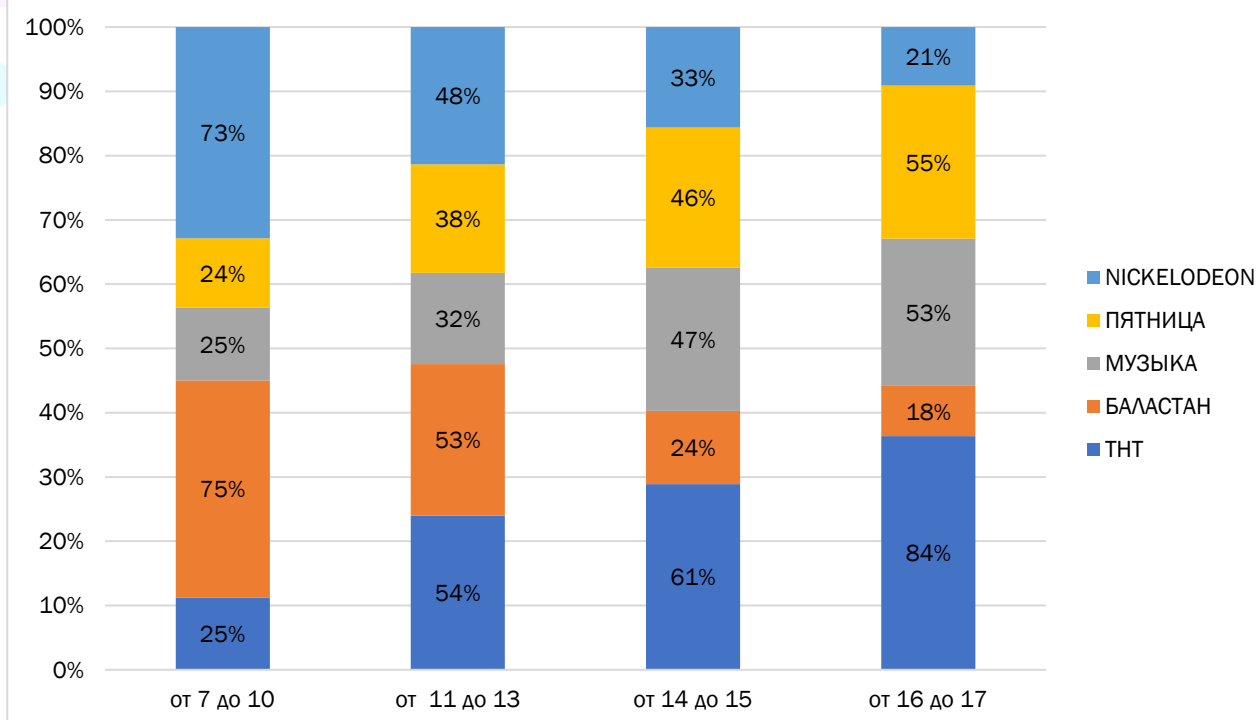
nickelodeon.

ОХВАТ



Дети из младших групп включают телевизор чаще, чем более взрослые группы аудитории. Эта цифра будет являться базовой для последующих замеров и исследований. В Кыргызстане в 2021 году ежедневно смотрят телевизор 80% детей в возрасте от 7 до 17 лет.

ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ ТВ КАНАЛАМИ ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ



ВРЕМЯ СМОТРЕНИЯ

Название	Время просмотра(мин/час) в день			
	7-10 лет	11-13 лет	14-15 лет	16-17 лет
КТРК Баластан	30 мин-час	20-40 минут	15-20 минут	10-15мин
КТРК Музыка	10-15 минут	10-15 минут	15-20 минут	15-20мин
NICKELODEON	25-45 минут	25-30 минут	10-15 минут	10-15минут
Пятница	15-20 минут	20-25 минут	20-25 минут	20-25минут
ТНТ	10-15 минут	15-20 минут	20-25 минут	30 мин-час
Категории	7-10 лет	11-13 лет	14-15 лет	16-17 лет

Определено, что уровень медиаактивности детей, в частности, связан с наличием или отсутствием братьев или сестер, и, как следствие, большей или меньшей доступностью живого общения и игры. Исследование, показало, что единственный ребенок в семье проводит в среднем на 30% больше времени у экрана телевизора, чем дети в семьях с 2 и более детьми. Данная особенность отмечается во всех возрастных группах.

В 2021 году дети от 7 до 10 лет дольше всех смотрят телевизор среди молодой аудитории.

Лидерами телесмотрения являются девочки 7-13 лет.

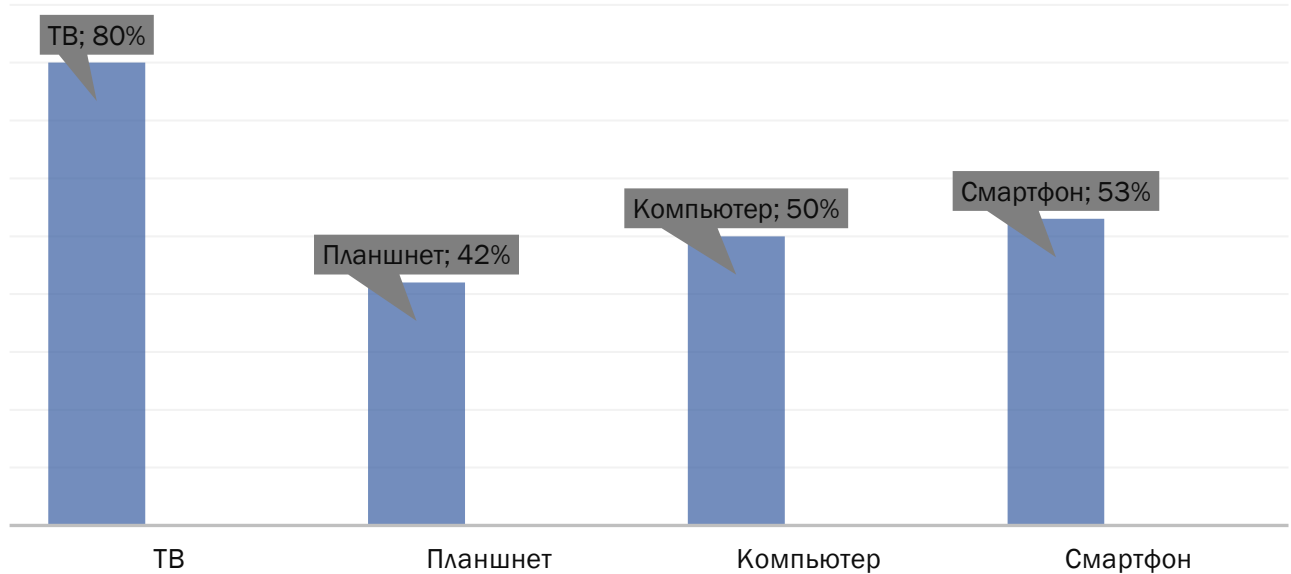
УСТРОЙСТВА ПРОСМОТРА ВИДЕО





Детское медиапотребление характеризуется мультиэкранностью. К традиционному просмотру телевизора добавился просмотр ТВ и видео на мобильных устройствах через интернет. Практика использование 2-3 экранов становится обычной.

НА КАКОМ УСТРОЙСТВЕ РЕБЕНОК БОЛЬШЕ ВСЕГО ЛЮБИТ СМОТРЕТЬ МУЛЬТФИЛЬМЫ ИЛИ ДЕТСКИЕ ПРОГРАММЫ?



В нашей семье иногда происходит настоящая «борьба» за пульт от телевизора. Дочь может переключить на свой канал, несмотря на мои протесты. Она говорит: «Я хочу смотреть это». Мне приходится смотреть телевизор на кухне или включать фильм на YouTube со смартфона.

Мама девочки, 8 лет

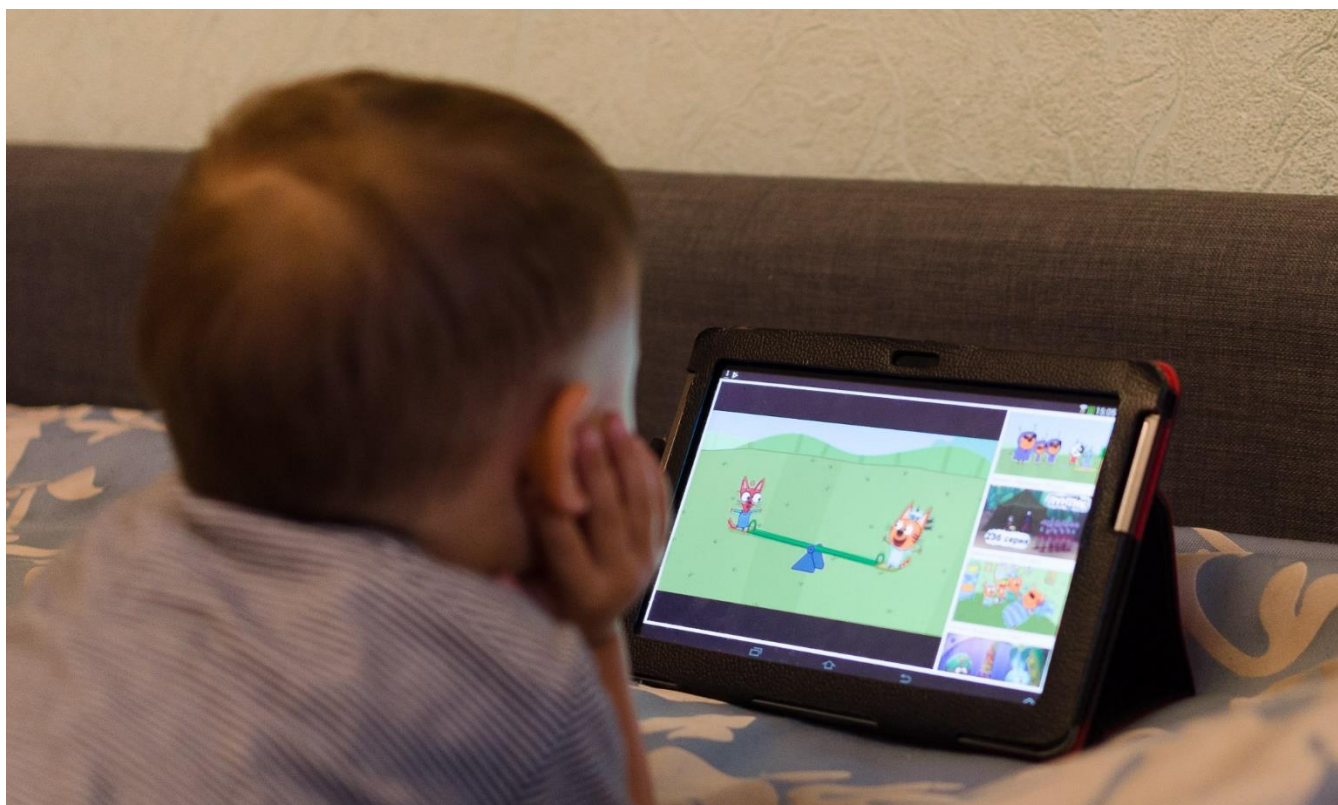
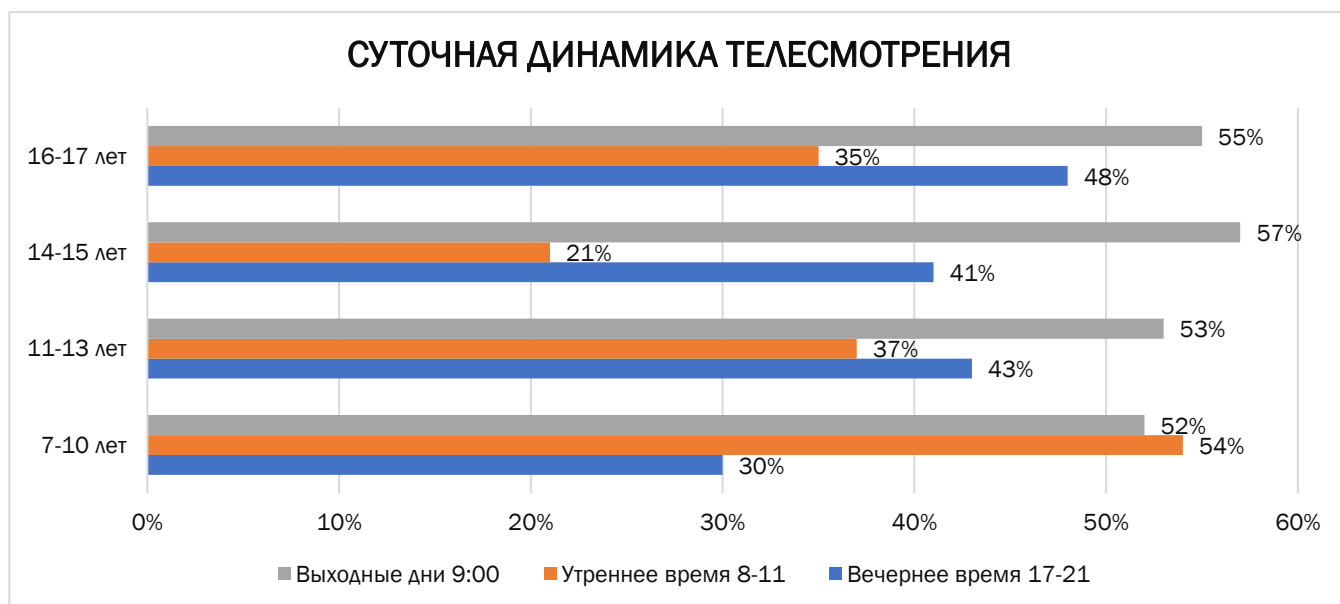




РЕЖИМ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ

Детское телесмотрение в Кыргызстане имеет свои пики и падения в зависимости от времени суток. Это обусловлено, в первую очередь, временем школьных занятий.

Больше всего дети смотрят телевизор с 17 до 21 часов – вечерний прайм, затем следует утреннее время с 8 до 11, в выходные несколько позже – с 9 утра.



ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ





С возрастом вкусы детей смещаются от детских каналов в сторону развлекательных и обще-тематических. На первом месте у младшей аудитории исследования в 2021 году – КТРК БАЛАСТАН. Дети нередко совмещают телепросмотр с игрой на смартфоне или планшете.



РЕЙТИНГ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ СРЕДИ ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ

1 КТРК БАЛАСТАН

2 КТРК МУЗЫКА

3 ТНТ

4 ПЯТНИЦА

5 NICKELODEON



Я смотрю телевизор в основном по вечерам, когда прихожу со школы, до или после домашнего задания. Иногда смотрю по утрам, когда собираюсь в школу. В основном я смотрю молодежные или фильмовые телеканалы.

Айгерим, 11 лет



ИЛИМ КАРЫПБЕКОВ

директор телеканала «ТНТ - Кыргызстан»

У нас интернет потребление вообще не измеряется. Мы не знаем, что наши дети потребляют в YouTube, что смотрят в интернете.

Если наша страна хочет, чтобы будущее поколение было образованным, умным, при этом патриотичным, понимало свой язык, основные ценности своей страны, то безусловно это нужно делать в государственном масштабе, и государство должно делать в это максимальный вклад для того, чтобы этот контент изучать и правильно его регулировать.

Когда мы говорим правильные ценности, мы имеем в виду те приоритеты, которые страна ставит в своей стратегии развития – это здоровая молодежь, молодежь, которая любит свою Родину, которая знает свою историю и историю других стран, свой язык, свою культуру. Для того, чтобы молодежь понимала это, нужно идти в те медиа продукты, которые она потребляет и передавать им необходимый медиа контент.

Государство должно возлагать обязанности по производству и распространению детского медиа контента на государственные СМИ, а также выделять денежные средства для того, чтобы заказывать детский контент у частных продакшн студий. Соответственно, на это нужны деньги. Денег абсолютно нет.

Знаете, как у нас идет измерение реакции на тот или иной продукт? Когда его выкладывают в социальные сети, люди начинают комментировать, ориентируются на эти комментарии. Это, конечно, совершенно не отражает ни аудитории, которая это смотрит, ни целесообразности, никакого качества не определяет, поэтому все делается по наитию.



7-10 лет

Младшие школьники смотрят телеканал Nicelodeon и Баластан. Начинают проявлять интерес к молодежному контент



11-13 лет

Младшие подростки смотрят более разнообразный и взрослый контент, чаще переключаясь на развлекательные и музыкальные каналы (ТНТ, Пятница, Музыка КТРК). Смотрят познавательные передачи. Продолжают смотреть мультфильмы.



14-15 лет

Заметно возрастает интерес к молодежному контенту. При этом интерес к мультфильмам и мультсериалам значительно уменьшается.



16-17 лет

По телевизору смотрят в основном молодежные телесериалы и передачи, музыкальные каналы.



Передачу «Лучше всех» и «Танцы» я смотрю с родителями. Иногда всей семьей мы смотрим мультфильмы, которые выбирают мама или папа. По телевизору я смотрю с братом мультсериалы.

Бермет, 9 лет



Я смотрю телесериалы на ТНТ. Мне нравится, потому что они смешные. Иногда я смотрю «Stand up» или «Comedy club» вместе с мамой. Еще я смотрю «Битву экстрасенсов». Хотя родители и говорят, что там все придумано, я верю в сверхъестественные способности.

Дастан, 14 лет



Раньше я смотрела мультфильмы по телевизору. Мне нравился телеканал Nickelodeon. Мой любимый мультсериал «Губка Боб», «Мой шумный дом». Из сериалов мне нравились «Игроделы» и «Грозная семейка». Но сейчас я смотрю только каналы блогеров на YouTube. Я могу выбрать любое видео и посмотреть, когда мне удобно.

Лера, 11 лет



Когда интернет стал более доступным, я практически перестал смотреть телевизор. Раньше мне нравились комедийные шоу, типа «Comedy club». Если я включаю телевизор, то смотрю, в основном, зарубежные каналы. На YouTube мне нравится смотреть исторические обзоры и новости гейм индустрии.

Айбек, 17 лет



ЧТЕНИЕ

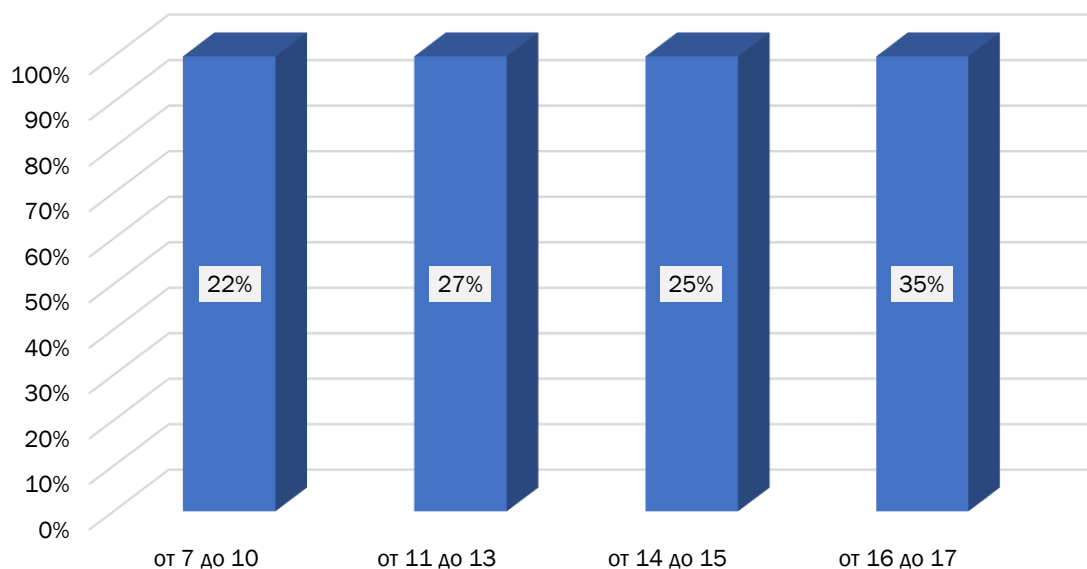


Чтение не вытеснили ни мобильные игры, ни просмотр YouTube. В Кыргызстане 30% детей читают внеклассную литературу

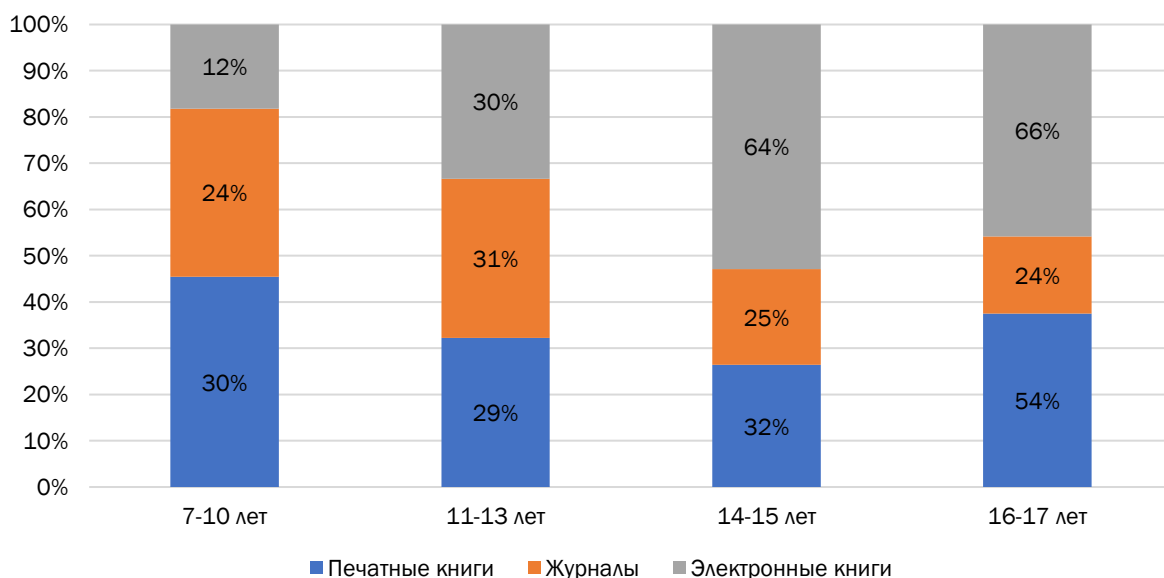


Появление в жизни детей цифровых устройств не стало преградой чтению. Исследование показывает, что более половины детей в Кыргызстане практически ежедневно читают самостоятельно.

ДЕТИ, ЧИТАЮЩИЕ ВНЕКЛАССНУЮ ЛИТЕРАТУРУ

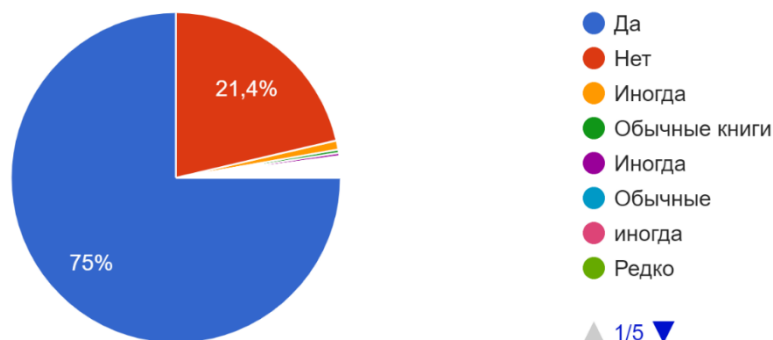


ДОЛЯ ЧИТАЮЩИХ ДЕТЕЙ ПО ВОЗРАСТНЫМ КАТЕГОРИЯМ



Для сравнения: среди детей 5-9 лет в Германии регулярное чтение присутствует в жизни 7 детей из 10, в США – 6 из 10. Причем в США отмечено, что больше других читают дети обеспеченных родителей, имеющих ученую степень.

ИСПОЛЬЗУЕТЕ ЛИ ВЫ ЦИФРОВЫЕ КНИГИ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ?



СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ЧТЕНИЯ 1-2 ЧАСА В ДЕНЬ, ВКЛЮЧАЯ ЛИТЕРАТУРУ ДЛЯ ВНЕКЛАССНОГО ЧТЕНИЯ

В раннем детстве дети предпочитают в большей степени стихотворные жанры, сказки. Вызывают интерес у современных детей и комиксы. С 7-10 лет дети готовы воспринимать более объемные и сложные тексты, – сказочные повести, рассказы, истории про животных, энциклопедии.

Топ 10 популярных авторов для аудитории 7-14 лет.

1. Носов Н.
2. Успенский Э.
3. Чыңгыз Айтматов
4. Байтемир Асаналиев
5. Турар Кожомбердиев
6. Григорий Остер
7. Л. Н. Толстой
8. К.Жунушев
9. А.Осмонов
10. Ганс-Христиан Андерсен

Отмечается тенденция «возвращения» современных детей в публичные библиотеки. Родители также покупают книги детям для домашнего чтения.

Топ 10 популярных книг для аудитории 7-14 лет.

1. Приключения Алисы
2. Гарри Поттер
3. Мэри Поппинс
4. Приключения Тома Сойера
5. Приключения Гекльберри Финна
6. Принц и Нищий
7. Пеппи Длинный чулок
8. Малыш и Карлсон
9. Маугли
10. Снежная Королева

Согласно исследованию, дети всех возрастных групп выделяют среди любимых жанров: фэнтези, приключения, а также познавательное и смешное. Говорят, что больше других читают книги те подростки, у которых дома есть традиция чтения, домашняя библиотека. Родители и социальная среда имеют огромное влияние на формирование читательского вкуса ребенка.



В детских печатных изданиях содержатся QR-коды, интернет-ссылки, позволяющие ребенку при участии родителя или самостоятельно продолжить взаимодействие с полюбившимся персонажем в мобильной игре или в игре с дополненной реальностью.

ИНТЕРНЕТ



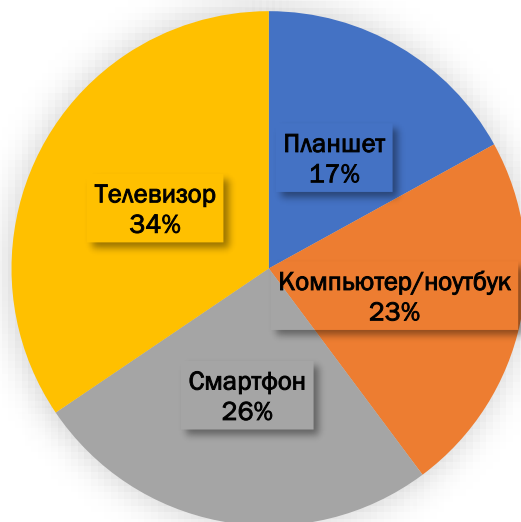


Ежедневно 35 % детей 7-10 лет, 47% - 11-13 лет, 42% - 14-15 лет и 51 % - 16-17 лет смотрят YOUTUBE




Широкое распространение и высокая доступность интернета в сочетании с другими факторами привели к тому, что дети являются активными пользователями сети. Современные родители дают возможность детям потреблять видеоконтент не только на ТВ, но и в интернете.


ПОТРЕБЛЕНИЕ ВИДЕОКОНТЕНТА ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ



ВЫСОКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ СМОТРЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОНТЕНТА ЧЕРЕЗ ТВ ОБУСЛОВЛЕН ТЕМ, ЧТО СЕЙЧАС ИДЕТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЦИФРОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В КЫРГЫЗСТАНЕ



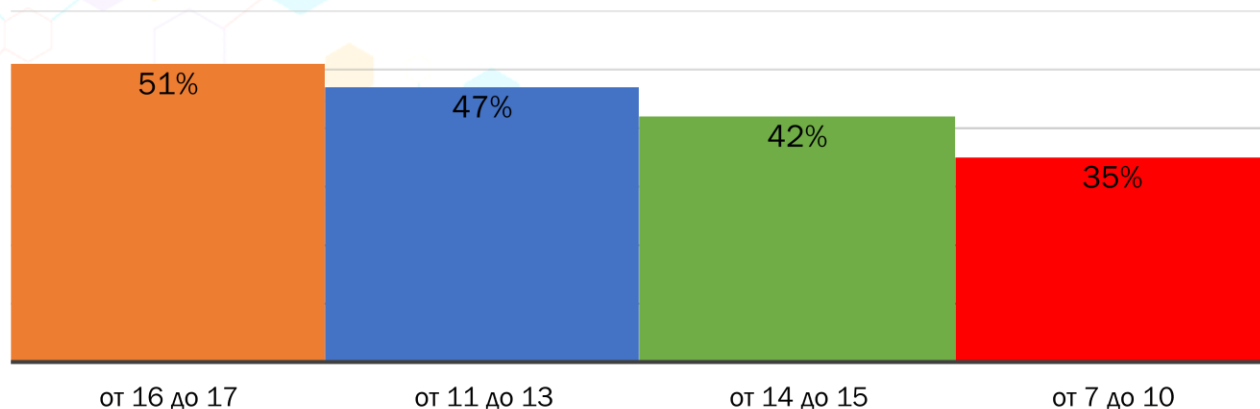
Дети, как и первое цифровое поколение (молодежь) – визуалы. Они активно потребляют видеоконтент в интернете, как и старшая аудитория. Стремительно растет интерес к просмотру роликов на YouTube, который сильнее выражен в старшей возрастной категории.



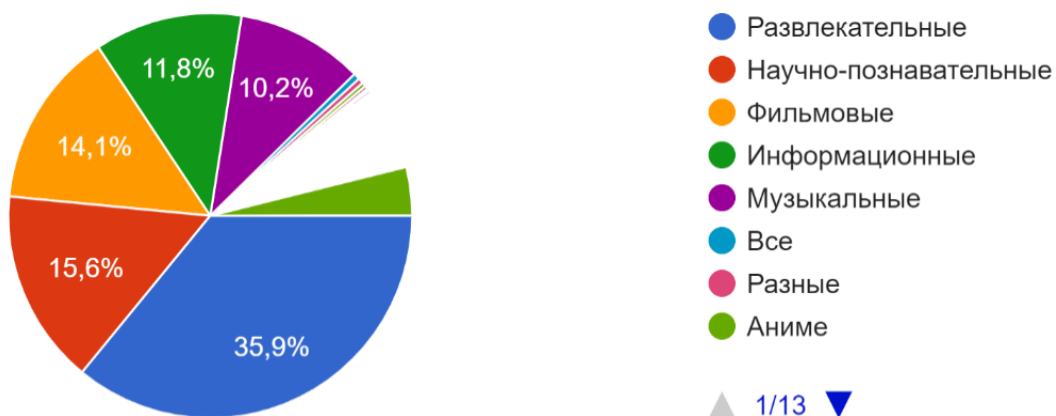
На телефоне я смотрю смешные видео, которые присылают мои друзья, каналы блогеров на YouTube и видео из TikTok. Фильмы или мультфильмы я смотрю на компьютере, потому что длинные видео смотреть на телефоне неудобно.

Асель, 13 лет.

ИНТЕРЕС ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ К YOUTUBE



КАКОЕ ВИДЕО ВЫ СМОТРИТЕ НА YOUTUBE?



КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ ВЫБИРАЕТЕ YOUTUBE КАНАЛЫ ДЛЯ ПРОСМОТРА?

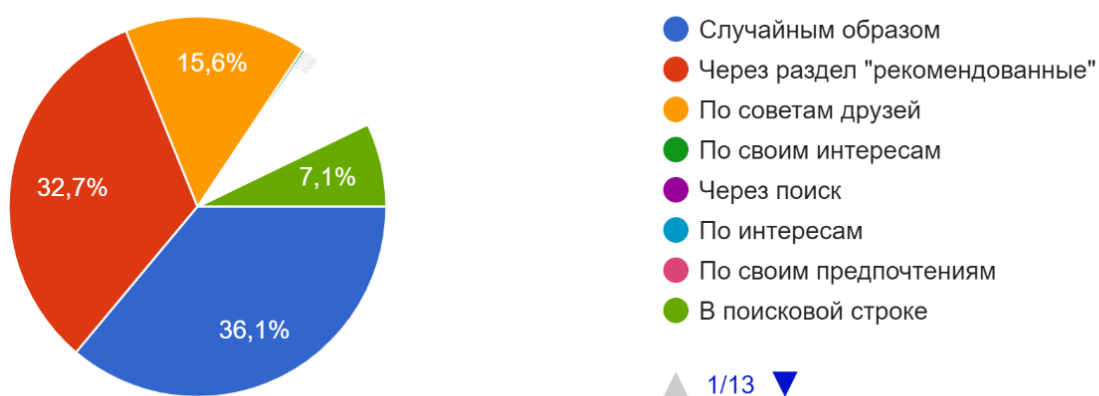


ТАБЛИЦА ПОПУЛЯРНОСТИ МЕДИАПЛАТФОРМ, ПРОСМАТРИВАЕМЫХ ДЕТЬМИ В КЫРГЫЗСТАНЕ

ТОП 5 каналов на YouTube, вызывающих интерес у детской аудитории		Количество подписчиков
1	Get Movies	35,6 млн.
2	Kids Diana Show	79,3 млн.
3	Haos Lite	897 тыс.
4	Kids 312	3,53 млн.
5	ПостНаука	937 тыс.



Детей привлекают яркие контрастные изображения, звуки, эмоции, участие сверстников, игрушки. Старших детей – качественная картинка, челленджи, юмор, модные тренды, рекомендованное друзьями.

По оценкам экспертов, 10-20% детей создают собственный контент, остальные – являются только потребителями.

Поначалу дети чаще выходят в интернет при участии родителей, смотрят видеоконтент вместе, но уже в дошкольном возрасте могут выходить в сеть и самостоятельно. Те, кто не умеют писать, используют голосовой поиск или запоминают последовательность действий. Дети скачивают и открывают приложения и игры, смотрят мультфильмы и ролики на YouTube, слушают музыку, используют мессенджеры (сперва родительские аккаунты для общения с родственниками, затем собственные для общения с более широким кругом собственных знакомых), к младшему подростковому возрасту начинают общаться в социальных сетях, оформлять подписки и активнее смотреть влоги, играть по сети, совершать покупки онлайн.

Тематические предпочтения, подписки на блоги, плейлисты отдельных подростков могут изменяться несколько раз в течение года.

Число контактов в соцсетях сильно варьируется – до сотни друзей и более. Многие подростки признаются, что у них большой лист контактов. Причина этого в том, что в мессенджерах есть весь прошлый класс, или другие люди, с которыми они уже не поддерживают отношения, но не удаляют, чтобы не обидеть их. То есть, контакты – это актуальный круг общения плюс своего рода «записная книжка».

Уже среди младших школьников есть дети, которые скрывают от родителей свою активность в интернете, в частности, по общению в соцсетях, просмотру видео и играм. К подростковому возрасту многие из участников фокус- групп меняют свой «детский аккаунт», предпочитая не добавлять туда родителей.

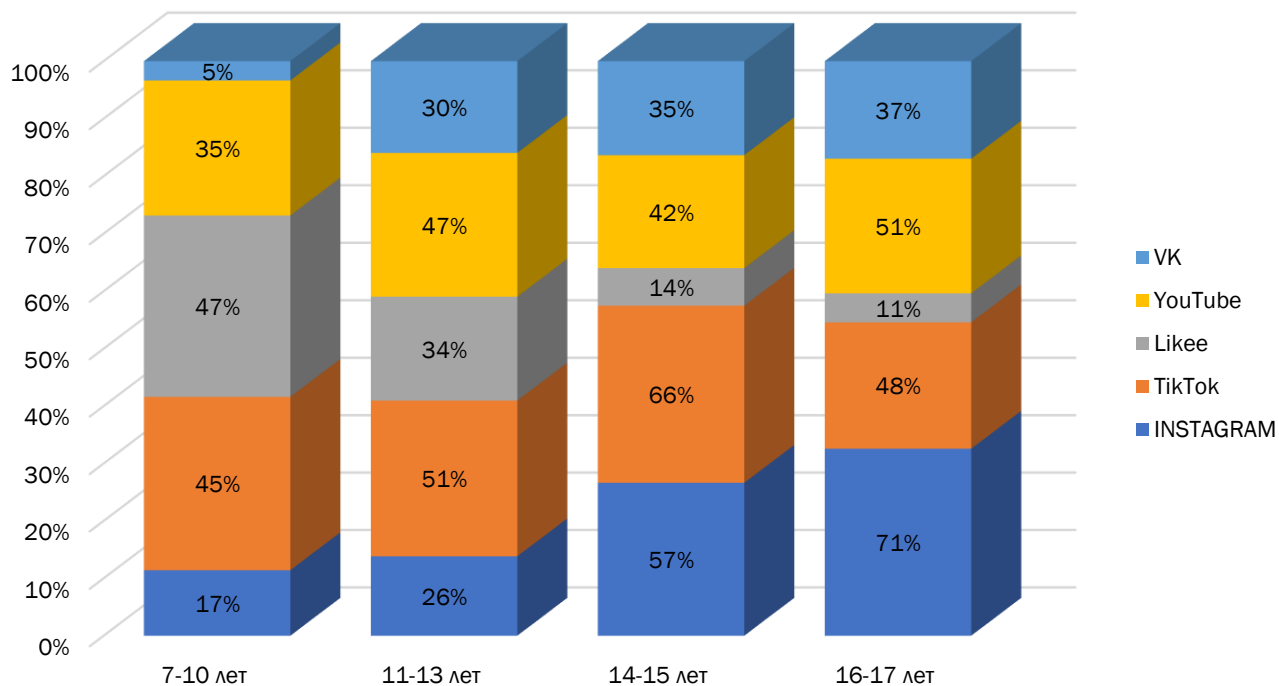
В Кыргызстане, наряду с использованием социальных сетей отмечается рост использования мессенджеров детьми всех целевых групп.

Наиболее популярные соцсети – это: TikTok; YouTube; Instagram.

Наиболее популярные мессенджеры – это WhatsApp; Telegram; Discord.



ПОПУЛЯРНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ СРЕДИ ДЕТЕЙ



Дефицит живого общения, скука, привычная потребность в коммуникации и событийности, неограниченный доступ к информации, возможность примерить другой образ – ключевые причины выхода подростков в Интернет.



Конечно, ребенок постоянно просит купить ему игрушку с любимым персонажем. Я понимаю, что это не всегда необходимо для него и большой пользы это ему не принесет. Но все равно я почти всегда соглашаюсь, ведь это доставляет ему радость. Я пытаюсь иногда уговорить ребенка на развивающие игры, пазлы, книги с его любимым героями, потому что игрушки уже некуда складывать. Но не всегда получается его переубедить.

Чинара, 28 лет



Я считаю, что нужно уметь говорить детям «нет». Иначе они превратятся просто в потребителей. У нас с этим строго.

Данияр, 35 лет



Я могу купить дочке недорогую игрушку. Например, ей сейчас очень нравятся куклы LOL и персонажи из мультфильма «Мой маленький пони». Она постоянно канючит, и я могу согласиться на что-то маленькое, чтобы с ней лишний раз не ругаться. Меня, конечно, расстраивает, что ей эта игрушка на один-два дня только. Но сейчас все дети такие.

Бегимай, 30 лет



Мне нравится играть в Among us. В эту игру играют все мои друзья. У меня есть футболки с Among us, несколько игрушек. На какие-то я накопила сама из своих карманных денег, какие-то попросила купить родителей или родственников.

София, 9 лет



Полнометражные мультфильмы мои дети смотрят только со мной на компьютере или в кинотеатре. Сами они смотрят только мультсериалы по телевизору или ролики на YouTube или в Tik Tok. Младшей дочке можно на целый день включить мультсериал на ts.kg. Причем она сама выбирает, что хочет смотреть. Ей 6 лет и Лунтик, Фиксики, Щенячий патруль ей уже неинтересны.

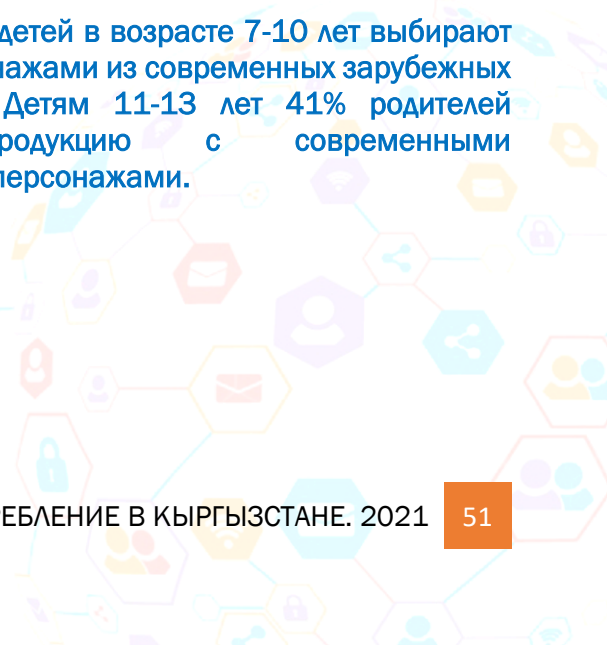
Екатерина, 38 лет



**ДЕТСКОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И
ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ В
СЕМЬЯХ**



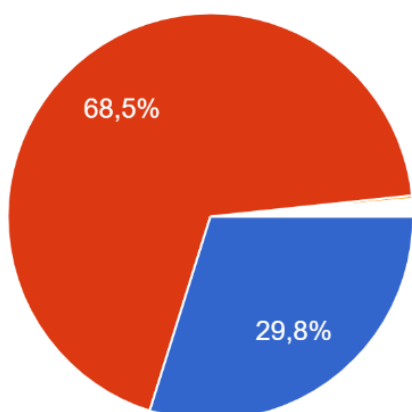
65% родителей детей в возрасте 7-10 лет выбирают товары с персонажами из современных зарубежных мультфильмов. Детям 11-13 лет 41% родителей покупают продукцию с современными иностранными персонажами.



У детей 14-15 лет в купленных товарах начинает преобладать графическая символика, которую они заметили в ходе медиапотребления, подтверждают 62% родителей. Дети 16-17 лет делают выбор в пользу отождествления себя с той или иной группой по интересам. У мальчиков это спорт, путешествия, музыка, у девочек – музыка, танцы. С этим соглашаются 65% родителей.

Дети активно участвуют в выборе товаров, начиная с 3-5 лет. Шоппинг с детьми стал традиционным видом досуга. Уже с 7 лет дети являются активными инициаторами различных покупок. С 13-14 лет некоторые товары дети начинают приобретать самостоятельно.

**ПРОСИЛИ ЛИ ВЫ РОДИТЕЛЕЙ ХОТЯ БЫ ИНОГДА КУПИТЬ ТОВАР,
РЕКЛАМУ КОТОРОГО ВЫ УВИДЕЛИ НА ТВ?**



- Да
- Нет
- Иногда
- Редко
- Один раз
- Очень редко
- Не по рекламе через телевизор, а п...
- Не думаю

▲ 1/3 ▼



На просьбу детей родители чаще всего соглашаются, однако предпочтительными покупками родители называют функциональные товары: одежда (футболка, бейсболка), посуда, пазлы, настольные игры, конструкторы, печатная и канцелярская продукция (книги, фломастеры, раскраски). Некоторые родители готовы купить мягкую игрушку или фигурку героя.

На просьбы о покупке и выбор ребенка влияют:

- резко возросшее предложение качественной анимации и рост детского медиапотребления;
- мода в школе, когда у друзей есть определенная игрушка, герой;
- любимые персонажи;
- собирание коллекций;
- стоимость - ребенку легко уговорить родителя купить что-то недорогое, до 500 сом, или то, что ребенок может купить сам, на свои карманные деньги;
- реклама.



На день рождения я подарила своей подруге косметику: тушь, карандаш для глаз, пенку для умывания, крем для рук. Все это мне помогло выбрать видеообзоры.

Мээрим, 16 лет

Девочки более самостоятельны в выборе подарков. Они дарят друг другу косметику, украшения, аксессуары для телефона, открытки. Многие мальчики до старшего подросткового возраста выбирают вместе с родителями или дарят деньги.

Родителям подростки могут подарить собственную поделку, часы из магазина, косметику, торт, недорогие вещи (футболку, кепку, носки), аксессуары для мобильного устройства.

Абсолютное большинство детей хотят иметь игрушки с любимыми героями, и у большинства они есть.

Чаще всего детям покупают или дарят игрушки и товары с изображением персонажей иностранных мультфильмов, второе место по популярности покупок – герои современной российской анимации, реже всего покупают и дарят товары с героями советских мультфильмов.

Среди родителей есть те, кто готов приобрести для ребенка сувенир или одежду с героями мультфильма, если товары будут полезными и функциональными.



За хорошие оценки родители дают мне деньги. Когда я прошу у них что-то купить, они говорят, что мне это не нужно и если я так сильно этого хочу, то мне нужно накопить и купить это самому. Я могу воспользоваться родительской карточкой только с разрешения родителей, конечно.

Андрей, 11 лет

Развивается детский интернет-шopping. Дети 7+ сами ищут товары в интернете, могут собирать коллекции, выбирать игрушки, искать, где дешевле, откладывать в корзину, и потом договариваться с родителями о покупке или копить свои карманные деньги.

Большинство подростков говорят, что совершали интернет-покупки на Aliexpress.com, Wildberries так как там можно найти более дешевые товары. Среди покупок чаще называли чехлы для телефонов, наушники, недорогую одежду.



Мой сын смотрит блогеров на YouTube, в Instagram и TikTok. Они постоянно что-то рекламируют. Это и понятно, они так деньги зарабатывают. И мой ребенок, естественно, просит меня купить то, что увидел у своих любимых блогеров. И мне стоит больших усилий объяснить ему, что не нужно покупать все, что показывают в интернете.

Альфина, 29 лет

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

- Инициировать обсуждение темы «О роли искусственного интеллекта в воспитании детей» в медиапространстве;
- Разработка и внедрение курса «Медиакомпетентности родителей» на уровне учебных организаций КР;
- Внедрение дисциплины «Медиаграмотность» в учебный процесс;
- Изучение перспектив детско-родительского взаимодействия в цифровом пространстве;
- Выработка правил использования цифровых устройств различными возрастными категориями детей и подростков на национальном уровне;
- Инициировать обсуждение темы «О выработке нового подхода к системе обучения и методике преподавания»;
- Разработка и внедрение правил поведения детьми при киберугрозах;
- Введение понятия «Экология медиапространства» в исследовательский процесс на уровне компетентных госорганов;
- Составление прогноза изменения численности детского населения Кыргызской Республики на уровне Правительства в средней и дальней перспективе

ВЫРАЖАЕМ БЛАГОДАРНОСТЬ:

- Министерству культуры, информации, спорта и молодежной политики Кыргызской Республики
- Национальному статистическому комитету Кыргызской Республики
- Органам местного самоуправления
- Коллективам областных и республиканских библиотек
- Родительским комитетам школ
- Аматову Толегену Апазовичу, Директору учреждения “Жаңы китеп”, МОН КР
- Нравнодушным людям, которые оказали помощь в подготовке данного отчета



Исследование проводилось по инициативе Республиканской библиотеки им. К. Баялинова, Общественного Фонда «Доор», а также Общественного объединения "Информационные ресурсные центры"