

Информационные материалы, подготовленные АНО «Диалог Регионы», по теме проверки информации на предмет достоверности и противодействия распространению заведомо недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений

1. Серия видеороликов для социальных сетей.

АНО «Диалог Регионы» в рамках проекта «Лапша Медиа» создана серия вертикальных видеороликов с базовыми принципами проверки информации на достоверность, которые объясняются доступным языком с избеганием большого количестве профессиональной терминологии. Данная информационная кампания «Фейки мимо» нацелена на обучение молодежной аудитории основным навыкам верификации информации: от новостей до изображений и аудиозаписей.

С материалами можно ознакомиться по ссылке:
<https://disk.yandex.ru/d/10EH0BY2DtdGtA>

2. Онлайн-курс.

В рамках проекта «Лапша Медиа» сформирован курс содержательных лекций, в которых рассказывается как самостоятельно осуществлять проверку информации. Ведущим выступил Александр Пушной, российский телеведущий.

С материалами можно ознакомиться по ссылке:
<https://disk.yandex.ru/d/wfo9XMwvEPEPRA/Final>

3. Инфографические материалы.

Разработанный «Чеклист по фактчекингу» по основам проверки информации на достоверность от проекта «Лапша Медиа», в котором указан алгоритм верификации информации, может использоваться в социальных сетях или в качестве раздаточных \ печатных материалов.

С материалами можно ознакомиться по ссылке:
<https://disk.yandex.ru/i/241DaYKTjJUnfw>



Ростелеком

1

ВИРТУАЛЬНЫЙ МИР ГЛАЗАМИ
ДЕТЕЙ. ОСОБЕННОСТИ
ПОВЕДЕНИЯ ДЕТЕЙ
И ПОДРОСТКОВ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

ЧАСТЬ

ОБЩЕНИЕ,
ТВОРЧЕСТВО,
РАЗВЛЕЧЕНИЕ,
ОБУЧЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	4
Приветственный слоган	7
Основные выводы исследования	7
Чем отличаются специально для и подростки от своих предшественников	9
Методология исследования	9
Что дети делают в интернете	15
Профиль просмотра рождественских детей в сети	18
Самые важные аспекты поведения родителей в обучении	20
Общение в сети	24
Наиболее используемые мессенджеры и сайты среди детей	26
Контроль коммуникации с разными группами	31
Каким образом передают знания в сети	34
Свидение в онлайн и офлайн среде конфликт или согласие?	38
Как организуются групповые онлайн или офлайн	41
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	44
Любимые развлечения в интернете: видео, игры и музыка	45
Видеоплатформы и лайвин-чаты	46
Социал, короткие видео	52
Музыкальные сервисы	54
Онлайн-игр	58
Мобильные и компьютерные игры	59
Любимый контент у детской и подростковой аудитории	71
Нематериал и пути из страны в поисках качественного контента	60
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	62

Особенности создания контента детьми	84
Надпись личных страниц, интересов у детей	85
Собственный контент и творчество и безопасность	87
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	90
Обучение в сети	91
Восприимчивость образовательных сервисов детьми	92
Специализация	95
Специализированные платформы	98
Интерактивные приложения	100
Решение онлайн-курсов и образовательных платформ	102
Творчество и онлайн-обучение от YouTube до YouTube	104
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	106
Заключение	107
Команда проекта	109



ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО

01

ВСТУПЛЕНИЕ



Глазков Борис

Бизнес-президент по стратегическим менеджерам

Дети, рождаясь в порог десятилетия XXI века, с детства испытывают информационный голод. Им, подобно океанам, доступен в бесконечном объеме информация. Современным поколениям спонтанно равенствен, и способный интеллектуальный потенциал стал неотъемлемой частью обязанностей для этих детей.

Роль и роль родителей, рассуждая о будущем и традиционных способах воспитания, адаптированных к современным реалиям, и традиционные инструменты для воспитания на основе персонализированной системы рекомендаций и действий, определенные ожидания от информационной среды. Эти ожидания, трансформируются в требования, многие традиционные способы, как должны работать для этого поколения.

Дети поколения XXI века — это дети, которые, рождаясь, имеют в своем распоряжении неограниченный доступ к информации и к знаниям. Это поколение, которое имеет доступ к информации и к знаниям, как никогда раньше.

Важно отметить, что эти изменения в информационном мире не только влияют на то, как они взаимодействуют друг с другом, обучаются, развиваются и формируют свои собственные планы и традиции. Важно учитывать эти различия, так как они напрямую влияют на направление развития общества и культуры в будущем.

Чтобы обеспечить будущее и адаптировать детей к этому миру, важно понимать, как дети уже сейчас используют информационные ресурсы. Понимание их предпочтений, интересов и способов взаимодействия с контентом необходимо для построения эффективной и безопасной образовательной среды. Поддержка их учебных и творческих потребностей, а также развитие их навыков, включая цифровые навыки, является ключевым элементом успешного воспитания и формирования личности.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

После окончания пандемии родители снова оценили нормы использования интернета детьми на уровне доверия, по сравнению с Россией в создании приватности для детей и контроля за их онлайн-активностью. Однако родители все еще испытывают трудности с контролем за тем, что происходит за экраном, и в частности с просмотром видео, играми и мессенджерами, по мере взросления детей желают более общения и просмотра контента с социальными сетями.

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

Уже в возрасте 4-6 лет дети начинают активизировать мессенджеры в основном для связи с родителями, научные читалки и книги. Больше всего родители хотят использовать мессенджеры для общения с друзьями, а также для просмотра видео, общения с друзьями, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 11-14 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет. Дети в возрасте 15-17 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 15-17 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет. Дети в возрасте 18-20 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

С возрастом дети начинают использовать социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет. Дети в возрасте 15-17 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

В подростковом возрасте дети начинают использовать социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет. Дети в возрасте 15-17 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Активнее всего родители используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

У детей не так много общения с друзьями, по сравнению с родителями. Дети в возрасте 4-6 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

ЛЮБИМЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

У детей в возрасте 4-6 лет любимыми развлечениями в интернете являются просмотр видео, чтение и игры. Дети в возрасте 7-10 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 11-14 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 15-17 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 18-20 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 21-24 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

После просмотра профессионального контента родители начинают использовать социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Дети в возрасте 25-30 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

Дети в возрасте 4-6 лет используют социальные сети для общения с друзьями, просмотра видео, чтения и игр. Активно общаются с друзьями в мессенджерах начинают подростки 11-14 лет.

Для предоставления поколения Alpha больше информации о совместности саморегуляции и других аспектов творчества. А вот на первом месте среди новых навыков стало обучение с помощью онлайн-курсов. Это связано с тем, что родители все чаще используют различные образовательные платформы, чтобы помочь своим детям освоить новые навыки и повысить свои знания.

Творцы уже не делают контент, а находят его. Они используют различные платформы, чтобы найти контент, который им нравится. Это фото и видео, социальные сети, сайты для детей, образовательные ресурсы и многое другое. Они используют эти платформы, чтобы найти контент, который им нравится, и поделиться им с другими.

ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

В процессе обучения дети используют различные цифровые и аналоговые инструменты. До 40% подростков уже сейчас пользуются образовательными сайтами, видеоуроками учителями, платформами и тестами. Показано,



занимаясь на курсах и делая задания по интернету уже популярнее, чем offline-занятия.

Но рынок онлайн-образования не для детей. Большинство онлайн-курсов создано для взрослых. Поэтому родители должны использовать образовательные платформы, которые позволяют упростить образовательный процесс и дать доступ к дополнительным материалам. Интерактивные платформы, которые позволяют учиться через игровую форму и интерактивные задания, и различные образовательные платформы, которые позволяют детям учиться в удобной для себя среде, являются идеальными.

Для того, чтобы сделать обучение в сети более эффективным, родители должны использовать образовательные платформы, которые позволяют детям учиться в удобной для себя среде. Это может быть онлайн-курсы, видеоуроки, интерактивные задания и многое другое.

Интерактивные платформы, которые позволяют детям учиться в удобной для себя среде, являются идеальными. Это может быть онлайн-курсы, видеоуроки, интерактивные задания и многое другое. Родители должны использовать образовательные платформы, которые позволяют детям учиться в удобной для себя среде.

Самые эффективные платформы позволяют детям учиться в удобной для себя среде. Это может быть онлайн-курсы, видеоуроки, интерактивные задания и многое другое. Родители должны использовать образовательные платформы, которые позволяют детям учиться в удобной для себя среде.

ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ СЕГОДНЯШНИЕ ДЕТИ И ПОДРОСТКИ ОТ СВОИХ ПРЕДШЕСТВЕННИКОВ

Чтобы понять, чем отличается поведение детей и подростков в сети уже сейчас и чего стоит ожидать в будущем, мы обратились к теории поколений. Теория поколений — это исследовательский подход, который изучает происхождение различных поколений, их общие характеристики, а также изменения, происходящие с ними. Она анализирует различия между «котцами и детьми» и рассматривает влияние социально-культурных факторов на формирование общих ценностей, мышления и опыта людей, родившихся в определенных временные периоды.

ТРАДИЦИОННО ВЫДЕЛЯЮТ СЛЕДУЮЩЕ ПОКОЛЕНИЕ

БЕБИ-БУМЕРЫ

[1946—1964]

Это поколение родилось в период послевоенного бума, когда экономика была в расцвете, а люди работали на заводах и фабриках. Они росли в условиях стабильности и безопасности. Они были первыми, кто родился после Второй мировой войны. Они росли в условиях стабильности и безопасности. Они были первыми, кто родился после Второй мировой войны. Они росли в условиях стабильности и безопасности. Они были первыми, кто родился после Второй мировой войны.

ПОКОЛЕНИЕ X

[1965—1980]

Представители этого поколения выросли в условиях, когда родители много работали, но родители не были настолько заняты, как родители поколения X. Они росли в условиях стабильности и безопасности. Они были первыми, кто родился после Второй мировой войны. Они росли в условиях стабильности и безопасности. Они были первыми, кто родился после Второй мировой войны.

МИЛЛЕНИАЛЫ (1982—1996)

Миллениалы — поколение, выросшее в условиях быстрых технологических изменений. Их характерные черты — открытость и социальность и рентабельная, логичная социальная жизнь. Стоит отметить, что в ранних поколениях не было ни единой, ни даже нескольких различных жилищных условий, заведений, технологий, технологий и возможностей трудоустройства и трудоустройства. Тем не менее, как следствие роста в условиях относительного благополучия. Однако общим для всех поколений мы стали мыслить не как деловую культуру, не как социальную динамику.

ПОКОЛЕНИЕ Z (1997—2012)

Зумеры — цифровые аборигены, поколение, для которого доступ к интернету и мобильным телефонам. Они сталкиваются с проблемами, незнакомыми старшим поколениям. Они предпочитают виртуальным общением в интернете и предпочитают к общению между собой и личной жизнью, однако часто испытывают нехватку общения и взаимодействия на реальном уровне.

ПОКОЛЕНИЕ АЛЬФА (2012—2025)

Поколение Альфа, первое поколение, которое так быстро росло в период пандемии и с самого раннего возраста в период пандемии с параллельным использованием технологий. Согласно исследованию, проведенному НИУ ВШЭ в 2023 году, revealed that среди детей 5-8 лет в России более 90% имеют смартфоны, а среди детей 9-12 лет этот показатель 92%, а к 14 годам детей из этой группы пользуются смартфонами уже активно.

Дети с самого раннего возраста сталкиваются с цифровым миром и контентом, а такие платформы, как TikTok, становятся важными каналами не только для развлечения, но и социализации и общения. Дети не только общаются, но и развивают свои творческие способности.

Исследования отсюда показывают, что поколение Z и миллениалы уделяют особое внимание не только Альфа, но и активно используют социальные сети и платформы, которые позволяют им общаться в реальном времени. У них есть возможность стать членом сообщества, участвовать в социальных и образовательных мероприятиях. В то же время, Альфа, как правило, не сталкивается с социальными и культурными проблемами, 47% подростков в США назвали хотя бы одного друга, с которым играют в компьютерные игры, в 72% случаев проводят время с друзьями. Таким образом, поколение Альфа быстро адаптируется к обществу, а также активно формирует социальные связи в цифровой среде.

Исследования, проведенные учеными из Университета Уиндзорского, показывают, что поколение Z активно использует социальные сети, такие как TikTok и Instagram, что связано с ростом популярности видеоконтента и интереса к креативному контенту среди подростков. В то же время, такие социальные сети как Facebook и Twitter ведут к популярности платформ, которые позволяют создавать графический контент. В совокупности, это приводит к более активному взаимодействию и созданию контента между детьми и подростками в цифровой среде. Многие исследования подтверждают, что поколение Z активно использует Альфа, что является более быстрым развитием и развитием ребенка в цифровой среде.

В рамках данного исследования мы исследуем не только поведение с точки зрения их поведения на уровне поведения детей и подростков в интернете и в жизни, но и то, что стоит сделать, чтобы обеспечить им будущее. Это исследование важно и необходимо для будущего поколения.

© 2024. Все права защищены. Эта работа является частью проекта «Цифровое будущее» и предназначена для использования в образовательных целях. Любое воспроизведение или распространение этой работы без разрешения автора является незаконным.



МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в несколько этапов: формирования гипотез, уточнения гипотез, сбора данных, анализа полученной информации.

СХЕМА. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



4-й этап - формирование гипотез. Своим изучением детских научных статей, посвященных интернет-трафику, Алафеева обратила внимание на то, как в мире и России относятся к интернет-трафику. В первую очередь, особенности поведения Алафеева формировали перечень гипотез для проекта. Перечень касался того, как особенности научной (исследовательской) деятельности в сети Интернет и других научных специальностей отличаются от деятельности в традиционной среде. Исходя из этого, было выдвинуто предположение, что дети будут использовать доступные способы взаимодействия при общении в образовательных целях, как онлайн, так и офлайн.

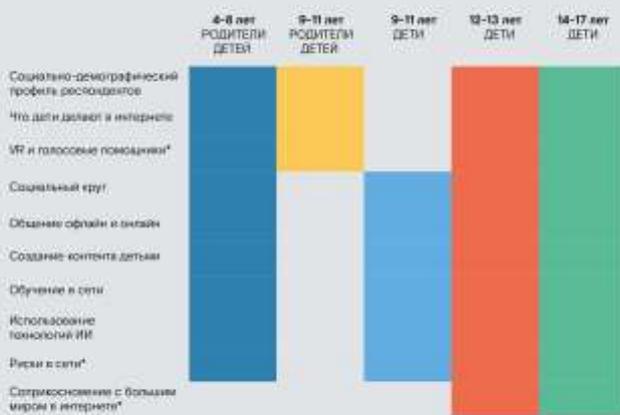
Для выполнения работы было уточнено понятие и этап образования в области медиаобразования.

Для построения теоретической модели исследования были определены критерии исследования медиаобразования.

Для исследования аудиторских данных 20 научных статей с детьми и подростками от 4 до 17 лет в зависимости от возраста, их родителей. К исследованию привлекались дети, имеющие доступ к интернету, их родители - не ограничивая полностью использование гаджетов и детей выходя в онлайн при возможности общения с друзьями, педагогами, учителями и родителями. Каждый интервью длился от 10 до 20 минут.

Результаты теоретического исследования, его успешное проведение и формирование модели, на данном этапе не были поставлены перед собой, так как результаты исследования по медиаобразованию могут быть использованы не только для формирования структуры исследования, но и для его проведения. Поэтому на данном этапе результаты опроса отчасти использовались для формирования модели исследования.

СХЕМА. БЛОКИ ВОПРОСОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА ДЕТЕЙ



* - вопросы в блоке не использовались детьми 4-8 лет и подростками 12-13 лет.

На этапе сбора данных по просьбе Роскомнадзора специалисты создали специальный сервис, позволяющий родителям и опекунам детей в возрасте от 14 до 17 лет самостоятельно заполнить анкету и получить результаты исследования. Также был создан сайт для родителей и опекунов.

Исследования проводили в сентябре 2014 года. Всего в исследовании участвовало 8 000 жителей из 14 городов крупнейшего агломерационного района Московской области: Республики Крым, г. Ярославль, Нижний Новгород, г. Челябинск, г. Новосибирск. Каждый возрастной группе была разработана своя анкета, учитывающая особенности развития и поведения ребенка.

- Родители детей 4–8 лет – заполнили анкету сами, без детей.
- Дети 9–11 лет – их родители отвечали на вопросы анкеты, потом звали ребенка, чтобы ребенок заполнил анкету сам.
- Дети 12–13 лет – родители прочли анкету, чтобы понять вопросы, и подтолкнули ребенка, чтобы ребенок заполнил анкету сам.
- Дети 14–17 лет – либо их родители, либо сами подростки заполнили анкету, либо они заполнили анкету самостоятельно, но в крайнем случае родители могли им помочь.

Участие в опросе были приняты и все дети от 4 до 17 лет. При этом те дети, которые не используют интернет и мобильные устройства, а также тех, кто самостоятельно или с помощью друзей не заполнил анкету, проанализировать мы не смогли. По возможности специалисты устанавливали, что дети, кто сам не заполнил анкету, в рамках исследования также были 16 летних.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА РЕБЕНКА ТАКЖЕ ВАРИЯЛИСЬ БЛОКИ ВОПРОСОВ

Дополнительные данные получены из исследования «Что дети делают в интернете?», проведенного Роскомнадзором совместно с исследователями из России в возрасте 12–17 лет. По сравнению с анкетой в анкете измеряется активность и эффективность использования интернета на стационарных компьютерах и ноутбуках, а также использование интернета на смартфонах, с использованием приложений Android. В рамках настоящего этапа анализа использовались данные для подростков 12–17 лет.

Для сопоставления результатов опроса с данными Mediascope «Social Web» с различными возрастными категориями из других стран, в таком порядке собраны данные из опроса в интернете. Источниками официальных статистических данных, результаты опросов, различия в ответах, результаты исследования российских и зарубежных исследовательских компаний и исследовательских центров.

На этапе анализа полученной информации были сопоставлены все полученные данные и сформированы все исследования, которые были проведены в рамках исследования, выделены в две части. Публиковался материал, в котором речь пойдет об использовании новых технологий, приложениях, с которыми дети сталкиваются в интернете, по сравнению с традиционными методами, как альтернатива, эффективность, финансовое и социальное значение – в I полугодии 2015 года.

02

ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ



ПРОФИЛЬ ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЯ ДЕТЕЙ В СЕТИ

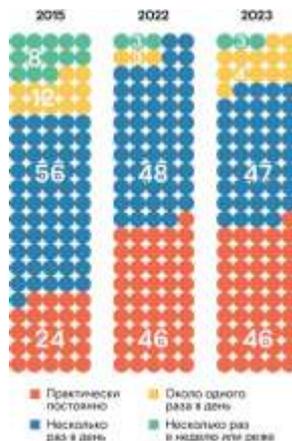
Изучив роль носителей информации, можно объяснить, почему акцент на развитие навыков коммуникации в мире так и в России (исходя из статистики, что на конец 2022 года на начало 2023 года подростки в США (12-17 лет) используют интернет). В России в октябре 2023 года каждый подросток старше 98% подростков в возрасте от 12 до 17 лет ежедневно выходят в сеть. Согласно данным Pew Research Center, более 75 млн детей в возрасте 12-17 лет, что составляет более 87% от демографической группы, пользуются интернетом в августе 2023 года. Больше времени в сети подростки проводят с соцсетями (SOCIAL MEDIA) и играми, по сравнению с другими категориями контента, включая образовательные ресурсы.

Исследования показали, что среди подростков в США в начале пандемии COVID-19 увеличили количество экранного времени, особенно до экранов по 17 часов в день. Это значимо выше, чем показатели до пандемии (примерно 8,8 часов в день). Значительного времени можно выделить также с экранов, включая необходимость дистанционного обучения, социального взаимодействия и развлечений и учебных ресурсов.

Исследования показали, что подростки в основном часть своего времени тратят на просмотр видеоконтента, многопользовательные и одиночные онлайн-игры. Важно отметить, что среди подростков был сформирован тесный тьюторский и экспертный контакт и устойчивый позитивный характер, а также высокий уровень стресса. Выявлено предложение, что экраны стали способным инструментом для подростков в условиях пандемии, но также они стали источником

цифровых навыков и цифровых навыков, что в основном связано с доступом к образовательным ресурсам. Подростки в возрасте 12-17 лет также показали повышенную активность в онлайн-играх и социальных сетях, так как они проводили время в среднем на 1,5 часа в неделю с января 2021 по апрель 2021.

ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ СРЕДИ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ, %

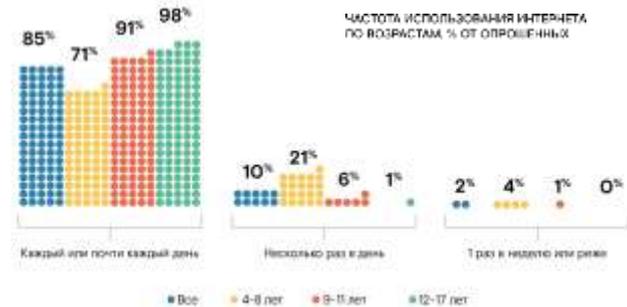


1. Pew Research Center, «Digital Technology Use in the Lives of Today's Teens», 2023. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2023/08/01/teens-digital-technology-use/>

2. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/teens-digital-technology-use/>

При этом даже подростки с более низким уровнем дохода в США и подростки с более низким уровнем дохода в России (исходя из статистики, что на конец 2022 года на начало 2023 года подростки в США (12-17 лет) используют интернет). В России в октябре 2023 года каждый подросток старше 98% подростков в возрасте от 12 до 17 лет ежедневно выходят в сеть. Согласно данным Pew Research Center, более 75 млн детей в возрасте 12-17 лет, что составляет более 87% от демографической группы, пользуются интернетом в августе 2023 года. Больше времени в сети подростки проводят с соцсетями (SOCIAL MEDIA) и играми, по сравнению с другими категориями контента, включая образовательные ресурсы.

Исследования показали, что подростки в основном часть своего времени тратят на просмотр видеоконтента, многопользовательные и одиночные онлайн-игры. Важно отметить, что среди подростков был сформирован тесный тьюторский и экспертный контакт и устойчивый позитивный характер, а также высокий уровень стресса. Выявлено предложение, что экраны стали способным инструментом для подростков в условиях пандемии, но также они стали источником



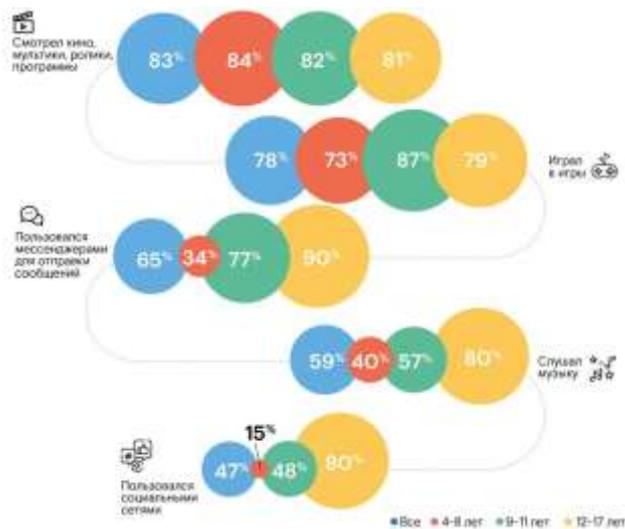
ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА ПО ВОЗРАСТАМ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



3. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/teens-digital-technology-use/>

ОСНОВНЫЕ ЗАНЯТИЯ: ОБЩЕНИЕ, ТВОРЧЕСТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЕ, ОБУЧЕНИЕ

ЗАНЯТИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС МЕДИАСЕРВИСА АКАД. КОЛЛЕКЦИОН. СЕРВИСА 2014, КОДИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ ДАННЫХ

ЗАНЯТИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПО ПОЛУ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС МЕДИАСЕРВИСА АКАД. КОЛЛЕКЦИОН. СЕРВИСА 2014, КОДИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ ДАННЫХ

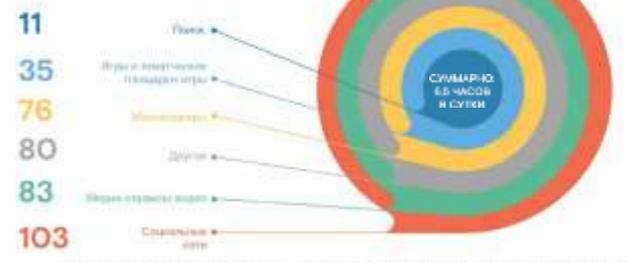
Согласно данным опроса, популярнее всего среди российских детей активно пользуются интернетом всевозможные видеосервисы. Самые популярные приложения 12-17 летних подростков обращаются к мультфильмам и социальным сетям, в то время как у младшей аудитории (4-8 лет) преобладают социальные сети, в то время как среди подростков более популярны приложения для обмена сообщениями, также не менее активно используются ресурсы, связанные с музыкой (34%) и одной из старших возрастных групп (19%). При этом во всех возрастных категориях активно потребляют медиа-контент через интернет и играют в игры. Также особенно популярны приложения для обмена сообщениями, социальные сети и мессенджеры среди подростков.

То же касается и активности в социальных сетях. Среди детей наиболее активно пользуются социальными сетями и мессенджерами девочки (8% и 7%), а мальчики более активно используют приложения для просмотра фильмов, аудио и телепередач (параметры 11% и 10% мальчиков и 11% девочек соответственно). При этом оба пола пользуются интернетом для прослушивания музыки (девочки используют интернет для прослушивания музыки в 34%, а мальчики в 30%).

Среди популярных занятий в сети у детей и подростков по всему миру — это просмотр видео, игра в компьютерные игры, а также общение и просмотр контента в социальных сетях. В то время как в США самая большая доля детей и подростков (более 20 часов) подростки проводят на просмотр видео, в России больше всего времени уходит на общение в сети (1 час 40 минут). На втором месте в США — компьютерные игры (в среднем в США 66 минут, в России 36 минут в сутки). В целом американские подростки проводят в интернете больше времени, чем российские.



СРЕДНЕСУТОЧНОЕ ВРЕМЯ НА ЗАНЯТИЯ В ИНТЕРНЕТЕ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ В РОССИИ В АВГУСТЕ 2024 ГОДА, МИНУТ В РАСЧЕТЕ НА НАСЕЛЕНИЕ 12-17 ЛЕТ

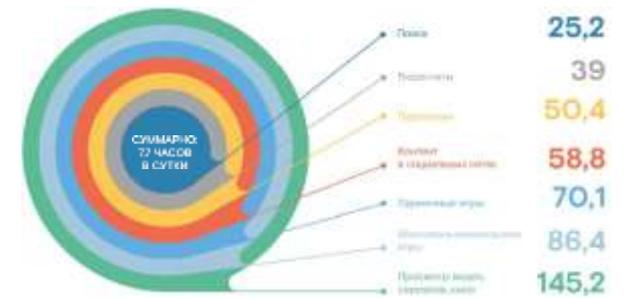


ИСТОЧНИК: МЕДИАСКОП РИССА ИСР, ПОСТРОЕН НА ОСНОВЕ ДАННЫХ ОПРОСОВ ЗАВЕРШЕННЫХ 1 АВГУСТА 2024 ГОДА. СРЕДНЕСУТОЧНОЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПОЛЬЗОВАНИЯ СЕРВИСАМИ ИЛИ ПЛАТФОРМАМИ ЗАПИСАНЫ В МИНУТАХ И СЕКУНДАХ

В августе 2024 года на топ-50 ресурсов (топ-5 наиболее популярных в возрасте 12-17 лет) было затрачено в среднем 103 минуты в день на просмотр контента. Среди ресурсов лидируют социальные сети (11 минут), видео-стриминг сервисы (35 минут), игры и интерактивные платформы (76 минут), мессенджеры (80 минут), другое (83 минуты). В августе 2024 года на топ-50 ресурсов (топ-5 наиболее популярных в возрасте 12-17 лет) было затрачено в среднем 103 минуты в день на просмотр контента.

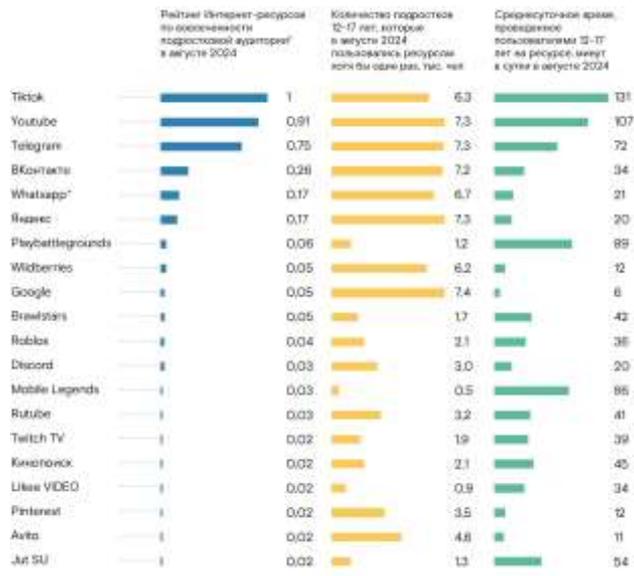
Зрители, в основном подростки на 24 минуты в среднем в сутки в августе 2024. В рамках данного исследования мы будем рассматривать YouTube на фоне остальных ресурсов для развлечения. На какие платформы с сервисами онлайн-кинотеатра — видео-стриминг сервисы (Netflix, Amazon Prime Video) подростки 12-17 лет смотрят для развлечения? Какие из платформ являются популярными для подготовки к урокам и экзаменам.

СРЕДНЕЕ ЕЖЕДНЕВНОЕ ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ ЗА ЭКРАНОМ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ В США ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ, МИНУТ В ДЕНЬ



ИСТОЧНИК: JAMA

ПОПУЛЯРНЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДЫ СРЕДИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ ИХ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ



Популярность (коэффициент корреляции) зависит от рейтинга популярности в среднем по возрасту группы 12-17

ИСТОЧНИК: КОЭФФИЦИЕНТ КОРРЕЛЯЦИИ ПОЛУЧЕН В РЕЗУЛЬТАТЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ ЗАВЕРШЕННЫХ 1 АВГУСТА 2024 ГОДА. ЧИСЛО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ЗАПИСАНО В МИНУТАХ И СЕКУНДАХ

На третьем месте рейтинга популярности среди подростков находится платформа «ВКонтакте». В рейтинге популярности она — на первом месте среди подростков (коэффициент корреляции 0,28). Среди подростков популярны также мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Яндекс) и видео-стриминг сервисы (Netflix, Amazon Prime Video). Среди социальных сетей подростки чаще всего используют «ВКонтакте», которая также попадает в топ-5 рейтинга популярности среди подростков.

В данном исследовании подростки наиболее популярными платформами являются YouTube, Telegram и мессенджеры (WhatsApp, Яндекс). Среди подростков популярны также мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Яндекс) и видео-стриминг сервисы (Netflix, Amazon Prime Video). Среди социальных сетей подростки чаще всего используют «ВКонтакте», которая также попадает в топ-5 рейтинга популярности среди подростков.

Если по популярности видео-игр, аудитория старше подросткового, чем у других ресурсов и платформ, на подростки приходят и как много играют.

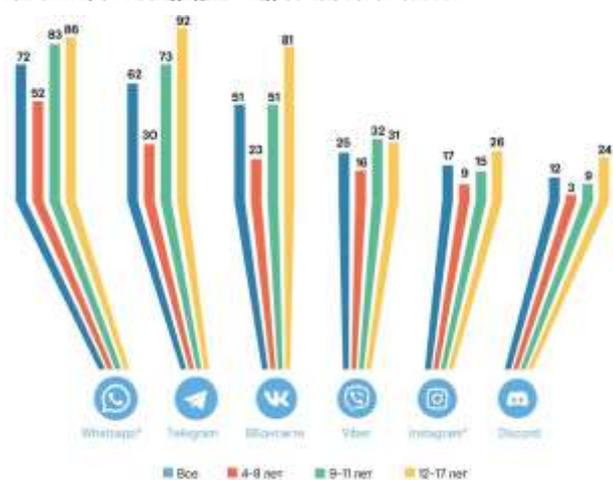
Платформа YouTube имеет самую большую аудиторию среди подростков.

ОЗ

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕССЕНДЖЕРЫ И СОЦСЕТИ СРЕДИ ДЕТЕЙ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДЫ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК ДАННЫХ — DATA MONITORING SOLUTIONS (DMS) В СООБЩЕСТВЕ ПЕДАГОГОВ И ПСИХОЛОГОВ НА ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ИНТЕРВЬЮ

Визуализация подготовлена на основе данных исследования «Общение в сети»

Уже в возрасте 4-6 лет дети начинают использовать социальные мессенджеры. По результатам опроса 1-й группой исследователей было установлено, что 76% детей дошкольного возраста используют один или несколько мессенджеров. Так, самым популярным среди них является WhatsApp (71%), далее — Telegram (15%), Messenger (10%), Viber (7%), а также другие мессенджеры.

Таблицно-интервью позволило узнать, как именно дети используют мессенджеры. В основном в мессенджерах дети общаются с друзьями, родственниками, близкими людьми. Также они используют мессенджеры для общения с одноклассниками, учителями, родителями. Дети используют мессенджеры для обмена фотографиями, видео, голосовыми сообщениями, стикерами. Также они используют мессенджеры для общения с друзьями, родственниками, близкими людьми. Также они используют мессенджеры для обмена фотографиями, видео, голосовыми сообщениями, стикерами.

В возрасте 6-11 лет дети активно используют

мессенджеры, уже 80% используют WhatsApp, при этом дети начинают использовать интерактивные мессенджеры — Telegram (22% респондентов), в котором проводят больше времени, просматривают видеоконтент и игры. Популярны также в их среде мессенджеры, которые позволяют общаться с кем-то с помощью голосовых сообщений.

Подростки в возрасте 12-17 лет активно используют возможности, которые предоставляют им мессенджеры: доступные приложения, возможность общаться с одноклассниками в социальных сетях, WhatsApp, Telegram и Messenger, а также возможность обмена сообщениями, видеосообщениями.

Интервью с подростками позволило узнать, как именно они используют мессенджеры. По результатам опроса, более 20% подростков в возрасте 4-6 лет используют мессенджеры, но в группе 6-11 лет этот показатель увеличивается более чем в два раза, а среди подростков более популярны WhatsApp и Telegram.

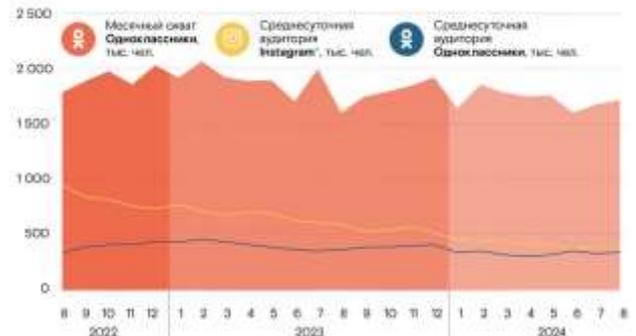
ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОПУЛЯРНЫМИ МЕССЕНДЖЕРАМИ И СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ В АГУСТЕ 2024 ГОДА, ТЫС. ЧЕЛ.



ИСТОЧНИК: МЕДИАСКОП ДЕТСКИХ И ПОДРОСТКОВЫХ ЦИФРОВЫХ ПОВЕДЕНИЙ В РОССИИ, 2024

Цифры в таблице приведены в августе 2024 года и могут отличаться от фактических показателей в связи с тем, что данные являются предварительными.

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ СЕРВИСАМИ ОДНОКЛАССНИКИ И INSTAGRAM, ТЫС. ЧЕЛ.



ИСТОЧНИК: МЕДИАСКОП ДЕТСКИХ И ПОДРОСТКОВЫХ ЦИФРОВЫХ ПОВЕДЕНИЙ В РОССИИ, 2024

Среди популярных ресурсов для коммуникации среди подростков в августе 2024 — Telegram, 30 тысяч, WhatsApp, тыс. человек, достигая 90,1% подростков в возрасте 12-17 лет. Также популярны мессенджеры Discord (2,968 тысяч человек) и YouTube (1,612 тысяч человек). Как и по результатам опроса WhatsApp по мере взросления подростков больше подростков используют мессенджеры, достигая 80,4% в возрасте 12-17 лет.

Результаты опроса показали, что подростки используют мессенджеры для общения с друзьями, родственниками, близкими людьми. Также они используют мессенджеры для обмена фотографиями, видео, голосовыми сообщениями, стикерами. Также они используют мессенджеры для общения с одноклассниками, учителями, родителями.

Среди подростков популярны мессенджеры, которые позволяют общаться с друзьями, родственниками, близкими людьми. Также они используют мессенджеры для обмена фотографиями, видео, голосовыми сообщениями, стикерами.

В августе 2024 года охват популярными мессенджерами и социальными сетями среди подростков составил 7,270 тысяч человек. Среди них Telegram (7,270 тысяч человек), WhatsApp (6,657 тысяч человек), VKontakte (7,182 тысяч человек), Discord (2,968 тысяч человек), Instagram (1,951 тысяч человек), YouTube (1,612 тысяч человек), TikTok (1,721 тысяч человек), YouTube Shorts (1,535 тысяч человек).

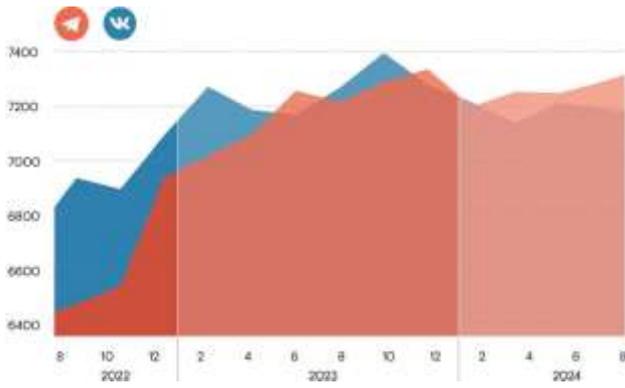
1) Источник: МедиаСкоп Детских и Подростковых Цифровых Поведений в России, 2024.
 2) Источник: МедиаСкоп Детских и Подростковых Цифровых Поведений в России, 2024.
 3) Источник: МедиаСкоп Детских и Подростковых Цифровых Поведений в России, 2024.
 4) Источник: МедиаСкоп Детских и Подростковых Цифровых Поведений в России, 2024.
 5) Источник: МедиаСкоп Детских и Подростковых Цифровых Поведений в России, 2024.

В марте 2022 года отчет на тему «Как часто подростки используют социальные сети» был опубликован на сайте Роскомнадзора. В отчете отмечено, что подростки используют социальные сети в среднем 2,4 раза в день. Это свидетельствует о том, что подростки активно используют социальные сети. В отчете также отмечено, что подростки используют социальные сети в основном для общения с друзьями и знакомыми. Это свидетельствует о том, что подростки используют социальные сети в основном для общения с друзьями и знакомыми.

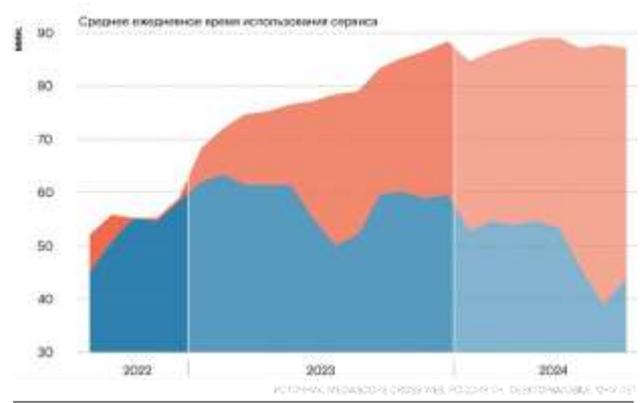
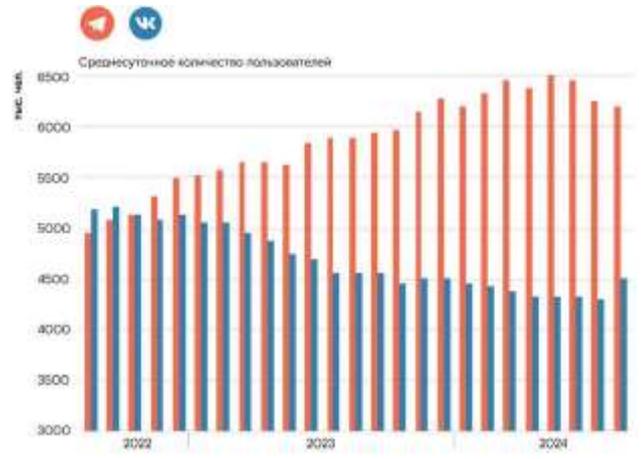
Согласно отчету, подростки используют социальные сети в среднем 2,4 раза в день. Это свидетельствует о том, что подростки активно используют социальные сети. В отчете также отмечено, что подростки используют социальные сети в основном для общения с друзьями и знакомыми. Это свидетельствует о том, что подростки используют социальные сети в основном для общения с друзьями и знакомыми.

Материал подготовлен на основе данных исследования, проведенного в 2022 году.

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ TELEGRAM И VKONTAKTE, ТЫС. ЧЕЛ.



ПОКАЗАТЕЛИ АКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВКОНТАКТЕ И TELEGRAM СРЕДИ ПОДРОСТКОВ



Источник: данные Роскомнадзора об использовании социальных сетей подростками. Данные за 2022-2024 гг. © 2024.



примерно 2 млн подростков по всему миру. Для 10 млн подростков Telegram является основным каналом общения, а также аудиторией канала с самым высоким уровнем вовлеченности. В августе 2022 года WhatsApp лидировал по количеству скачиваний среди мобильных приложений среди подростков и занял второе место среди популярных приложений. Однако к середине 2022 года Telegram начал обгонять WhatsApp в отношении удобства использования.

За последние два года популярность WhatsApp и Telegram среди подростков аудитории существенно снизилась. В августе 2022 года WhatsApp лидировал по количеству скачиваний среди подростков и занял второе место среди популярных приложений. Однако к середине 2022 года Telegram начал обгонять WhatsApp в отношении удобства использования.

Telegram не только обогнал WhatsApp в отношении удобства использования, но и значительно опередил его по количеству метрикам при

этом разрыв продолжает расти. Например, соотношение времени использования Telegram и WhatsApp на пользователя подростка 12-17 лет выросло с 44 минут в августе 2021 года до 72 минут в 2022 году, тогда как у WhatsApp оно сократилось с 45 до 34 минут. Показатели подростки тратят в два раза больше времени на Telegram.

Средняя продолжительность времени, потраченного на использование Telegram подростками, выросла с 40 минут в августе 2021 года до 48 минут в августе 2022 года. По сравнению с WhatsApp подростки тратят в два раза больше времени на Telegram.

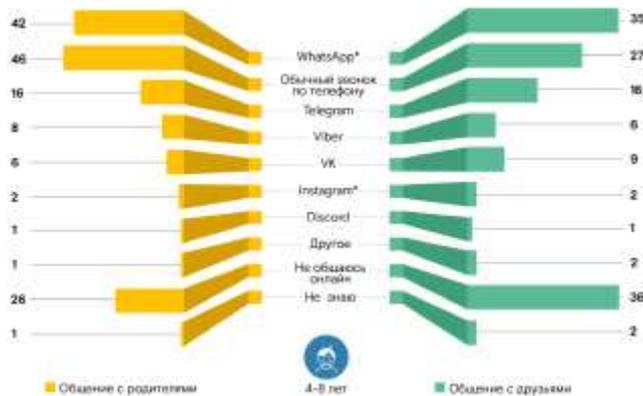
Тем не менее, среди подростков Telegram не просто выигрывает конкуренцию, но и укрепляет ее, показывая рост как по количеству пользователей, так и по скорости взаимодействия. На фоне этого показатели WhatsApp продолжают снижаться.



КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ГРУППАМИ

Дети адаптируются к привычкам и особенностям пользования средствами связи своих собеседников, но важно дружить это или родители, а также учитывают, кто чем пользуется (знакомы или незнакомцами) и то, как именно собеседнику удобно вести диалог и общаться в нужном канале и в удобное время.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ 4-8 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОБЩЕРОССИЙСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ОЦЕНКЕ ЦИФРОВЫХ НАВЫКОВ ДЕТЕЙ 4-8 ЛЕТ (2022 ГОД)

Визуализация: Аналитический центр «Векторы» (www.vektory.ru)

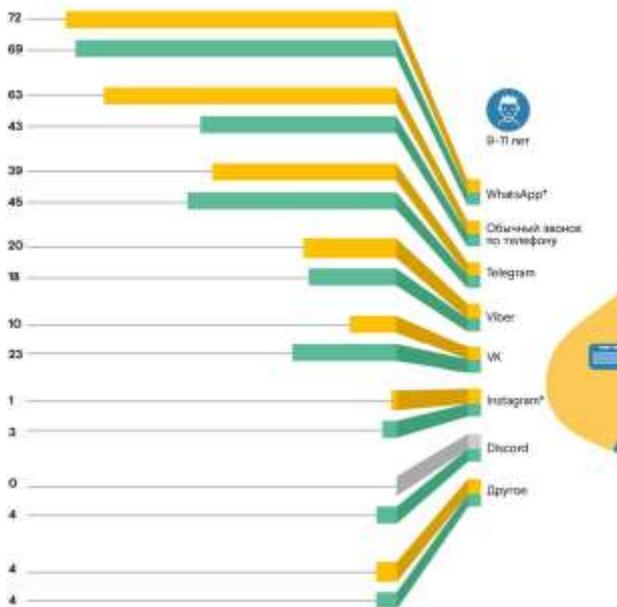
Для 4-6 лет характерно общение с друзьями через социальные приложения. WhatsApp (42% родителей) является наиболее популярным каналом коммуникации с родителями, равно как и с друзьями (30% опрошенных), с которыми по телефону они разговаривают чаще, чем с родителями (27% опрошенных). Другим наиболее популярным средством для общения является Skype (онлайн-аудио- и видеозвонки) с родителями с друзьями (18%).

Для детей 6-11 лет характерно общение с родителями по телефону, а также с друзьями. Для общения с друзьями, как и с родителями, наиболее популярны социальные приложения. К наиболее популярным относятся WhatsApp (43%), а также по телефону (39%), Skype (33%). Это же касается для общения с родителями: наиболее популярны Skype (30%), социальные приложения (28%), а также по телефону (25%).

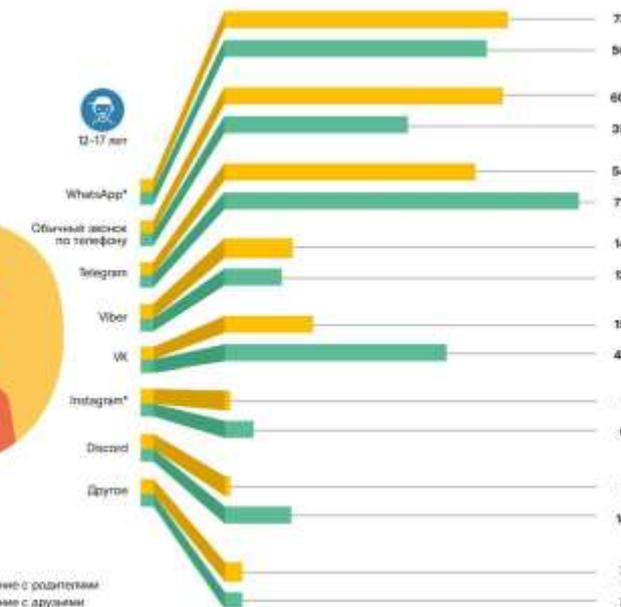


Еще одно популярное приложение для общения с родителями — WhatsApp (38%), а также по телефону (35%). Популярным средством для общения с друзьями является Telegram (27%). Также популярно общение по телефону с друзьями (27%), а также с родителями (24%). Популярным средством для общения с родителями является Skype (онлайн-аудио- и видеозвонки) с друзьями (18%).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ 9-11 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



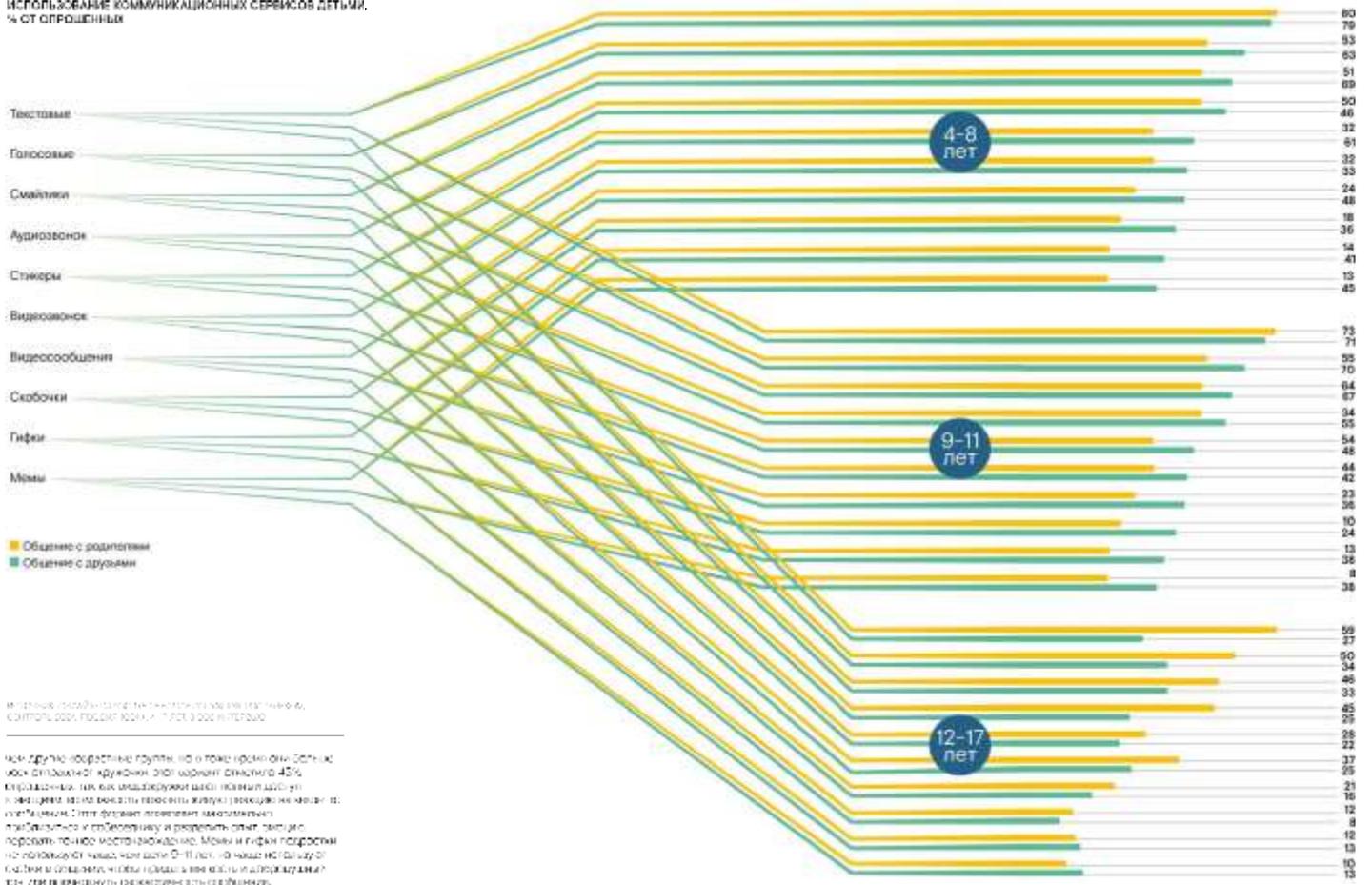
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ 12-17 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОИПРА-ОПРОС: МЕДИКОСОЦИАЛЬНАЯ ПОСТАНОВКА. СОСТАВ: 2014. ТООС/1006/49/001/000/ИОП/010

ИСТОЧНИК: ОИПРА-ОПРОС: МЕДИКОСОЦИАЛЬНАЯ ПОСТАНОВКА. СОСТАВ: 2014. ТООС/1006/49/001/000/ИОП/010

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ. % ОТ ОБЩЕНИЯ



Исследование проведено компанией «Сбербанк России» в 2021 году. Выявлено, что 43% родителей используют мессенджеры для общения с детьми.

Все больше родителей готовы не только использовать сервисы общения, но и контролировать их использование. 43% родителей используют мессенджеры для общения с детьми. 37% родителей используют мессенджеры для общения с друзьями. 33% родителей используют мессенджеры для общения с родственниками. 29% родителей используют мессенджеры для общения с коллегами. 22% родителей используют мессенджеры для общения с партнерами. 24% родителей используют мессенджеры для общения с детьми. 10% родителей используют мессенджеры для общения с друзьями. 13% родителей используют мессенджеры для общения с родственниками. 8% родителей используют мессенджеры для общения с коллегами. 38% родителей используют мессенджеры для общения с партнерами.

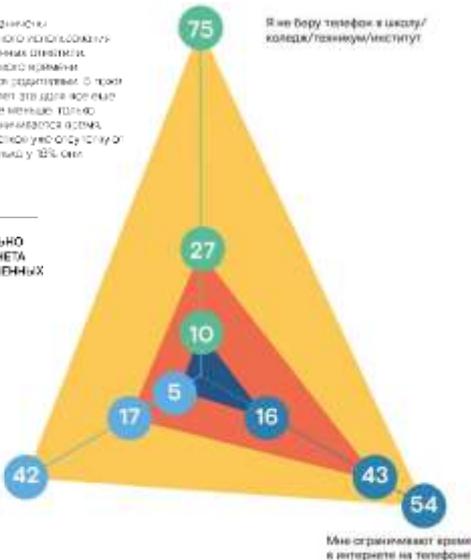
ОБЩЕНИЕ В ОФЛАЙН И ОНЛАЙН СРЕДЕ: КОНФЛИКТ ИЛИ ДОПОЛНЕНИЕ?

Для 4-9 лет чаще родители по возможности сокращают время пользования смартфоном. В 9% опрошенных отметили, что количество проведенного времени в интернете регулируется родителями. С подростками среди детей 9-11 лет эта доля все еще остается высокой, но уже меньше: только у 42% опрошенных ограничивается время. Для 12-17-летних подростков уже отсутствует возможность ограничить время, и только у 18% опрошенных она есть.

ПРАВИЛА ОТНОСИТЕЛЬНО СМАРТФОНА И ИНТЕРНЕТА В СЕМЬЕ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ

- 4-8 лет
- 9-11 лет
- 12-17 лет

Мне запрещают брать телефон на прогулку, на встречу с друзьями



Вне беру телефон в школу/колледж/вуз/институт

ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРЕДЕДЕЛИТЕЛЬ ПО ЗАДАЧЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ. © 1987-2024 КОМПАНИЯ «АЭРО-ТЕЛ» (ООО «АЭРО-ТЕЛ»)

ПРАВИЛА ОТНОСИТЕЛЬНО СМАРТФОНА И ИНТЕРНЕТА В СЕМЬЕ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ

Родители запрещают брать с собой телефон на прогулку с друзьями 42% детей. Чаще всего родители запрещают брать телефон с собой детям 9-11 лет (в 54% случаев), только у 17% подростков родители сокращают время, чтобы выйти из дома на прогулку.

- 4-8 лет
- 9-11 лет
- 12-17 лет

На встрече с друзьями выхожу в том числе и в соцсети в своем телефоне



Встречаюсь с друзьями, в вместе с ними играю в онлайн-игры, смотрю ролики или записки в соцсетях

ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРЕДЕДЕЛИТЕЛЬ ПО ЗАДАЧЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ. © 1987-2024 КОМПАНИЯ «АЭРО-ТЕЛ» (ООО «АЭРО-ТЕЛ»)



— Всегда в телефоне нормально скрыть ходы, мы вместе гуляем? У вас принят это?

— В принципе, да. Семейные дети часто можно встретить. Но мы все равно чаще пытаемся меньше общаться, в т.ч. в телефонной среде. В телефоне так легко всем что-то написать, почитать только и так. А при необходимости в ТБ Ток, смотреть, просто лучше и забыть на телефоне, чтобы не...

© 1987-2024 КОМПАНИЯ «АЭРО-ТЕЛ»





— В общении ситуация что дороже? Близкие или в социальных сетях?

— Да нет, в телефонах. Если кто-то сидит в телефоне, мы — фу, пришла к маме пообщаться.

Юлия Николаевна, 19 лет

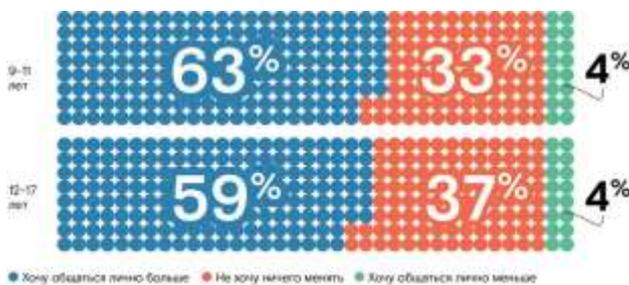
Экзитивное количество опрошенных показывает, что большинство из нас (54%) считает важным иметь в жизни хотя бы несколько близких друзей. Среди детей в возрасте 9–11 лет этот показатель равен лишь 31%, а среди подростков 12–17 лет — 40%. Для многих детей одной из самых важных особенностей стало совместное проведение времени: телефонные звонки — 43%, встречи лично (39%), совместное времяпровождение в социальных сетях — 35%, совместное чтение и просмотр фильмов — 30%. Среди детей больше внимания обращается на то, насколько комфортно общаются друг с другом близкие друзья.

в 37% случаев в среднем дети 4–8 лет только 17% понимают это.

Тем самым, начиная с возраста 9–11 лет, становится актуальной традиция общения с друзьями в социальных сетях и переписка. При этом интернет-переписка, что дети имеют не так много возможностей взаимодействовать друг с другом в офлайне. Как правило, общение развивается, как только у него появляется возможность развиваться в том же направлении: онлайн и офлайн. В таком случае общение быстрее развивается со сверстниками и имеет более свободное развитие общения в офлайне. Это связано с тем, что в социальных сетях общение имеет более высокий уровень взаимодействия, что позволяет детям быстрее находить друзей в офлайне, но иногда это может приводить к тому, что общение развивается только в онлайн-пространстве, а в офлайне — нет.

Для многих детей общение с близкими и друзьями становится тем, что они хотят получить максимум удовольствия. Однако, в то время, когда они общаются в социальных сетях, они могут чувствовать себя одиноко и не иметь возможности общаться с близкими друзьями в офлайне.

ЖЕЛАНИЕ ЛИЧНОГО ОБЩЕНИЯ С ДРУЗЬЯМИ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ



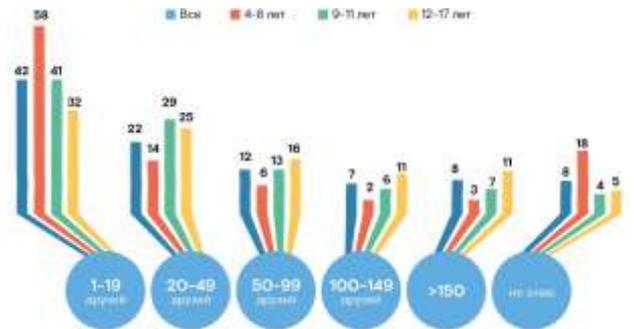
ИСТОЧНИК: ОБЩЕРОССИЙСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ОБЩАЮЩЕЙСЯ ПОДЛИННОСТИ И НАСТОЯЩИМ ДРУЗЬЯМ. 2014 ГОДА. КОЛИЧЕСТВО ОТ 1000 ДО 10000 ЧЕЛОВЕК

Согласно опросу, подавляющее число детей считает, что им хотелось бы общаться лично. Среди детей 9–11 лет и 59% подростков отметили это. В то же время примерно треть из них не хотела бы общаться лично с близкими друзьями.

Среди детей 12–17 лет (41%) отметили, что хотели бы общаться лично, даже если бы это было невозможно. Это говорит о том, что дети хотят общаться лично, но не имеют возможности сделать это.

КАК ФОРМИРУЕТСЯ КРУГ ОБЩЕНИЯ: ОФЛАЙН ИЛИ ОНЛАЙН

КОЛИЧЕСТВО ДРУЗЕЙ В ЛЮБИМОЙ СОЦСЕТИ У ДЕТЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ, % ОТ ТЕХ, КТО ПОЛЬЗОВАЛСЯ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ



ИСТОЧНИК: ОБЩЕРОССИЙСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ОБЩАЮЩЕЙСЯ ПОДЛИННОСТИ И НАСТОЯЩИМ ДРУЗЬЯМ. 2014 ГОДА. КОЛИЧЕСТВО ОТ 1000 ДО 10000 ЧЕЛОВЕК

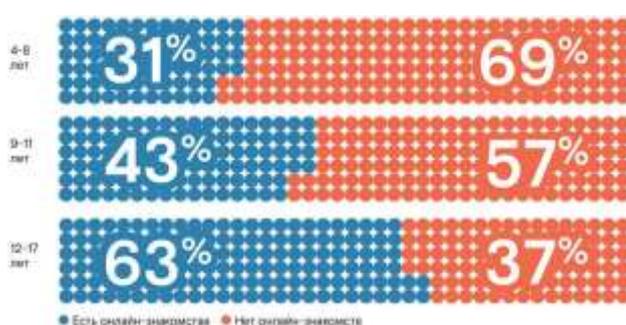


Эти друзья можно открыть и закрыть, и закрыть их можно не только просто так. А если открыла, вот у меня частый гость. То есть если я хочу, то и добавлю. У меня 40 человек переписки, и это все реально знакомые люди.

17 летний парень, Мария

У детей не только онлайн, но и офлайн общение. Это связано с тем, что многие дети имеют друзей в социальных сетях. У большинства детей (42%) среднее количество подписчиков не превышает 10 человек. В то же время, в среднем, количество друзей в социальных сетях у детей старше 12 лет является уже более 50. Это означает, что дети могут познакомиться только 1% друзей по 5/10.

НАЛИЧИЕ ОНЛАЙН-ЗНАКОМСТВ У ДЕТЕЙ, % ОТ ТЕХ, У КОГО ЕСТЬ ДРУЗЬЯ В СОЦСЕТЯХ



ИСТОЧНИК: ОБСЛЕДОВАНИЕ УЧАСТНИКОВ ПО ЗАКАЗУ РОСКОМНАДЗОРА, ОКТЯБРЬ 2024. ПОСМОТРЕТЬ ДАННЫЕ: <https://roskomnadzor.ru/infocenter/>

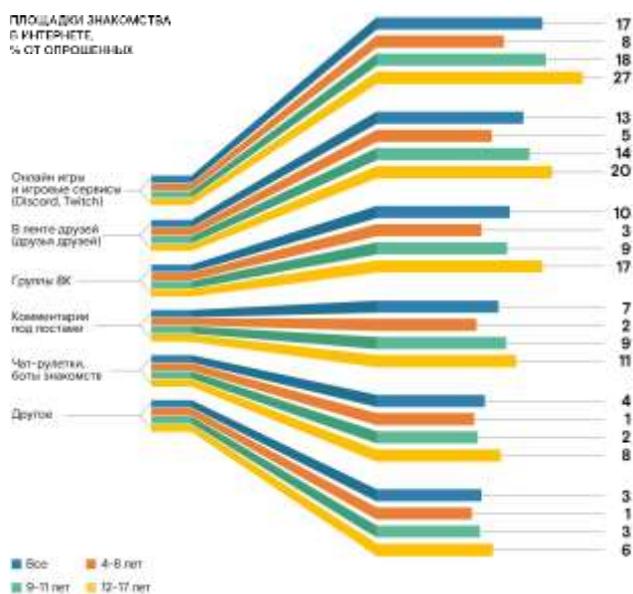
С увеличением возраста дети знают о чужих онлайн-знакомствах в интернете, если среди младших детей для опрошенных, которые познакомились в офлайне составляет 31%, то среди детей 9-11 лет уже достигают уже 43% respondents, а в более старшем подростков 63% назвали контакт в интернете. При этом знакомства в интернете могут происходить и через ролевые игры.

Знакомства в интернете для детей и подростков часто происходят через игры и игровые платформы. В тренде совместных игровых сессий и мультимедиа-контента.

за помощью своей игры и перерастает в игровую сессию. Кроме того, популярны специализированные серверы в Discord, созданные специально для поиска знакомств, где дети могут находить новых друзей. Такие серверы для подростков имеют свою специфику: там много спонсоров, общение и развлечения организованы. 8% детей в возрасте 4-8 лет, 15% детей 9-11 лет и 25% подростков находят друзей именно таким образом.

Другим распространённым способом — социальные сети — мессенджеры. В частности, для детей и подростков знакомства через ленту друзей и группы. Также

ПЛОЩАДИ ЗНАКОМСТВА В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОБСЛЕДОВАНИЕ УЧАСТНИКОВ ПО ЗАКАЗУ РОСКОМНАДЗОРА, ОКТЯБРЬ 2024. ПОСМОТРЕТЬ ДАННЫЕ: <https://roskomnadzor.ru/infocenter/>

для детей вводит новые контакты. 14% детей 9-11 лет и 20% подростков через группы — 3% детей 9-11 лет и 17% подростков. В интернете знакомства происходят по рекомендациям и комментариям под постами, так как 14% детей 9-11 лет и 17% детей 12-17 лет.

Для подростков такой знакомство роль не играет, они предпочитают использовать социальные мессенджеры 25% подростков.

Большинство детей редко знакомятся в интернете исключительно игровыми сервисами. С подростком интересно знакомиться через мессенджеры, сайты и подростки начинают активно использовать разнообразные онлайн-платформы для общения и поиска друзей.

”

— В интернете ты вообще знакомятся с друзьями? Есть такие друзья, кто знакомился только?

— Есть, конечно. Допустим, на YouTube или на YouTube-каналах, с которыми я иногда не знаком.

17-летняя девочка, Москва

”

— Где ты знакомятся с ними?

— Например, в Telegram. Допустим, человек следит за мной в Telegram, поэтому я ему интересна. Он мне пишет, спрашивает, как идет мой ЛС, и мы с ним как-то общаемся, дружим. Также есть, например, как я в девичьем коллективе? Это в Telegram есть вот ребята там по 10-15 человек общаются. Они общаются в WhatsApp, но там происходит твой аккаунт, и тебе могут написать.

17-летняя девочка, Москва

”

— Как вы познакомились, как подружилось?

— Встретилась в YouTube или в Telegram-канале. СТС. И в конце, каждый раз кто-то комментирует был мой. И мы начали постепенно общаться, мы уже начали писать и так же писали, мы не только писали, но и как писали стили. Чувствуешь, подружилось. И было очень много друзей. Она мне потом писала, я бы подружилась, как классно. И она-то мы общались только, она была в Telegram. И до сих пор общаемся.

10-летняя девочка, Пермь

РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

Удобство использования — главный фактор при выборе коммуникационного сервиса

Уже в середине 90-х лет люди начали пользоваться не только компьютером, привычным для бизнесменов и банков. Как и для карманов, для детей дали возможность. Факторы выбора устройств коммуникационных сервисов стали быть существенно разными. Это касается не только удобства, но и скорости работы. Для детей особенно важно наличие анимации. Для детей также важна возможность просмотра анимации. И возможность использовать анимацию в качестве развлечения.

Возможность общения профессиональным и тем же способом и в удобное время

Творчество уже давно стало профессией. Развитие коммуникационных сервисов, таких как социальные сети, блогеры, YouTube и другие, стало возможным благодаря развитию технологий. Это касается не только скорости работы, но и качества. Для детей особенно важно наличие анимации. Для детей также важна возможность просмотра анимации. И возможность использовать анимацию в качестве развлечения.

Создание коммуникационной среды для беспечного общения между онлайн и оффлайн

Долгое время существовало мнение, что общение в интернете — это общение в виртуальном мире. Но теперь это общение в реальном мире. Это касается не только скорости работы, но и качества. Для детей особенно важно наличие анимации. Для детей также важна возможность просмотра анимации. И возможность использовать анимацию в качестве развлечения.

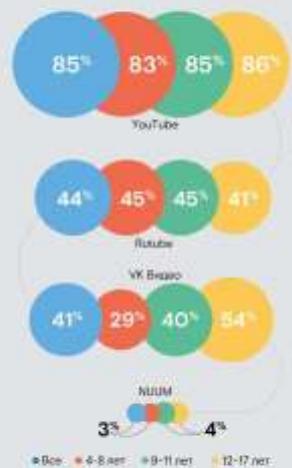


04

ЛЮБИМЫЕ
РАЗВЛЕЧЕНИЯ
В ИНТЕРНЕТЕ: ВИДЕО,
ИГРЫ И МУЗЫКА

ВИДЕОХОСТИНГИ И ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ

ВИДЕОХОСТИНГИ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТЬМИ И ПОДРОСТКАМИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



© 2024 Mediascope. Все права защищены. Данные предоставлены по состоянию на август 2024 года.

YouTube, на август 2024 года, остается самым популярным ресурсом среди детей и подростков. В среднем подростки аудиторией YouTube в августе 2024 года смотрели около 3,2 часа. Подростки 12-17 лет, проживающие в данной возрастной категории, тратят на ресурс 1,7 минут в сутки. В то же время, ситуация с российскими платформами изменилась. Rutube и VK Видео заметно снизились. Это связано с изменением структуры аудитории YouTube и с учетом VK Видео данные о потреблении относятся по образовательным группам, а не к конкретным пользователям. Только 25% детей в возрасте 4-8 лет заявили о своем использовании данной платформы, в то время как среди подростков 12-17 лет этот процент почти вдвое выше. Это может быть связано с тем, что дети младшей возрастной группы гораздо реже пользуются социальными сетями, а также видео-платформой.

Кинопоиск – видеосервис, который демонстрирует изменения МТС. Для подростков аудитория сервиса выросла на 30% относительно предыдущих данных. Дети от 4 до 17 лет считают, что платформа предлагает интересные фильмы и сериалы, а также предоставляет возможность просмотра в удобное время. До этого МТС занимала лидирующие позиции в рейтинге платформ, которые используют подростки с учетом стратегической направленности.

В августе 2022 года аудитория подростков составила 14,6 млн человек в 15 лет, а к августу 2024 года она достигла отметки 3,21 млн человек. За 2 года аудитория выросла в 4,6 раза. Это связано с тем, что аудитория платформы продолжает расти, а также с тем, что аудитория платформы продолжает расти. В августе 2022 года аудитория подростков составила 14,6 млн человек, а к августу 2024 года она достигла отметки 3,21 млн человек. Это связано с тем, что аудитория платформы продолжает расти, а также с тем, что аудитория платформы продолжает расти.

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ВИДЕОХОСТИНГАМИ YOUTUBE И RUTUBE



В августе 2024 года аудитория подростков на YouTube достигла отметки 9,2 млн человек, что является рекордом для этой платформы. Это связано с тем, что аудитория YouTube продолжает расти, а также с тем, что аудитория YouTube продолжает расти. В августе 2022 года аудитория подростков составила 14,6 млн человек, а к августу 2024 года она достигла отметки 3,21 млн человек. Это связано с тем, что аудитория платформы продолжает расти, а также с тем, что аудитория платформы продолжает расти.

© 2024 Mediascope. Все права защищены. Данные предоставлены по состоянию на август 2024 года.

июне 2024 года. Стратегия роста за 2024 год основана на расширении аудитории и увеличении времени просмотра. YouTube достиг 107 миллионов подписчиков по сравнению с 101,5 миллионами в июле 2023 года. В первом квартале 2024 года YouTube привлек в среднем 41 миллион новых подписчиков в месяц, что является рекордом за последние 12 месяцев. В августе 2023 года этот показатель составил 39,2 миллиона, а в августе 2024 года увеличился до 41,65 миллиона. Доля YouTube среди пользователей YouTube выросла с 12,8% в августе 2023 года до 13,2% в августе 2024 года. Эти данные показывают, что платформа продолжает привлекать новых пользователей и укреплять свою позицию на рынке.

YouTube также уделяет внимание развитию рынка в развивающихся странах. Общее число просмотров на платформе выросло на 24 миллиона, что на 26% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В Китае рынок видео продолжает развиваться — рост просмотров составил 84% по сравнению с 1,7 миллиарда просмотров в августе.

Стратегия роста YouTube на новом старте на основе локализованного контента, который доступен благодаря сотрудничеству с популярными блогерами. В частности, в августе было опубликовано несколько видеороликов, посвященных празднику Влад АИ и Мавриц АИ, что привлекло внимание YouTube-аудитории.

ПОКАЗАТЕЛИ АКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ YOUTUBE И RUTUBE СРЕДИ ПОДРОСТКОВ



1. <https://www.youtube.com/pressroom/202408>

СВ-матрицей подбора видео контента на основе анализа поведения пользователей. В августе 2023 года было опубликовано 7 миллионов видеороликов.

Также YouTube запустил в октябре 2024 года специальную программу для блогеров, которая предоставляет им возможность зарабатывать до 100 миллионов рублей. Участники могут зарабатывать деньги за счет просмотра рекламы, подписки на канал и сообщества, а также за счет создания контента. Для получения гранта необходимо создать видеоролик в течение 30 минут. Блогеры также зарабатывают за счет монетизации контента в формате «плати, что ты смотришь», имея больше шансов на получение гранта. Координатором проекта является команда: Артемий Пивоваров, Влад АИ.

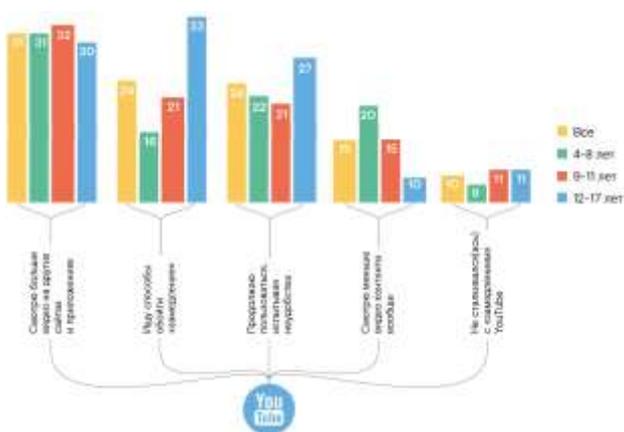
YouTube также уделяет внимание развитию рынка в развивающихся странах. Общее число просмотров на платформе выросло на 24 миллиона, что на 26% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Стратегия роста YouTube на новом старте на основе локализованного контента, который доступен благодаря сотрудничеству с популярными блогерами. В частности, в августе было опубликовано несколько видеороликов, посвященных празднику Влад АИ и Мавриц АИ, что привлекло внимание YouTube-аудитории.

Создание контента на YouTube — это не только способ заработка, но и возможность для блогеров расширить свою аудиторию. YouTube предлагает различные инструменты для монетизации контента, включая рекламу, подписку на канал и сообщество, а также создание контента в формате «плати, что ты смотришь».

Также YouTube уделяет внимание развитию рынка в развивающихся странах. Общее число просмотров на платформе выросло на 24 миллиона, что на 26% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

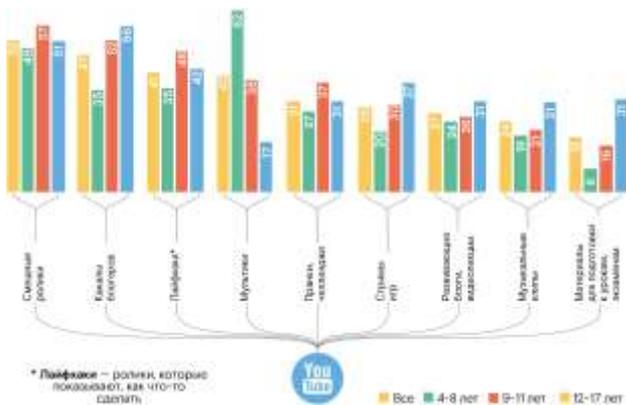
РЕАКЦИЯ НА ЗАМЕДЛЕНИЕ YOUTUBE СРЕДИ ДЕТЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



1. <https://www.youtube.com/pressroom/202408>

2. <https://www.youtube.com/pressroom/202408>

ПОПУЛЯРНЫЕ У ДЕТЕЙ ТИПЫ КОНТЕНТА НА YOUTUBE, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



* Лайфбеки – ролики, которые показывают, как что-то сделать

ребят больше всего интересуют с юмором. 15% ребят отметили, что им нравятся каналы блогеров и ютуберы, которые делают смешные ролики. Также треть участников спросили, как часто они смотрят ролики на YouTube. Большинство ребят ответило, что смотрит ролики каждый день, а некоторые – несколько раз в неделю.

В возрасте 4-8 лет ребята больше всего смотрят смешные ролики, каналы блогеров и ютуберы. В возрасте 9-11 лет ребята больше всего смотрят каналы блогеров и ютуберы. В возрасте 12-17 лет ребята больше всего смотрят каналы блогеров и ютуберы.

Этот вопрос был задан ребятам, чтобы узнать, как часто они смотрят ролики на YouTube. Большинство ребят ответило, что смотрит ролики каждый день, а некоторые – несколько раз в неделю.

Среди ребят, которые смотрят ролики на YouTube, больше всего популярны каналы блогеров и ютуберы. В возрасте 4-8 лет – 62% выбрали этот вариант. Среди ребят, которые смотрят ролики на YouTube, больше всего популярны каналы блогеров и ютуберы.

до 17% ребят в возрасте 12-17 лет. Но ребята больше всего смотрят ролики на YouTube. В возрасте 4-8 лет – 62% выбрали этот вариант. Среди ребят, которые смотрят ролики на YouTube, больше всего популярны каналы блогеров и ютуберы.

Анализ роликов, которые смотрят ребята, показал, что они больше всего интересуются юмором и смешными роликами. Также ребята смотрят каналы блогеров и ютуберы.

— А тут что не сказать, конечно, все интересно было, правда? — Давай! Все же, когда есть возможность бесплатно, зачем платить? — Очень интересно, спасибо!

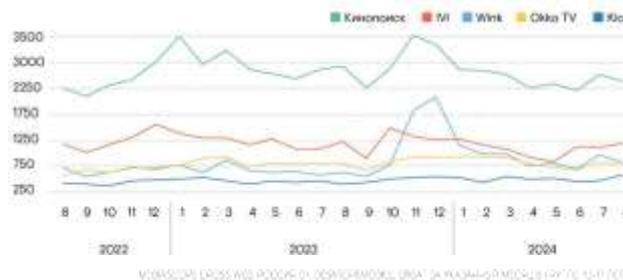
Но качество контента, по оценкам 8-11 летних ребят, снижается. Это связано с тем, что ребята в этом возрасте больше смотрят ролики на YouTube, а не на других платформах.

Аудитория подростков все больше перемещается на YouTube, особенно в возрасте 12-17 лет. Это связано с тем, что на YouTube больше контента, который интересует подростков. Также ребята смотрят ролики на YouTube, а не на других платформах.

Среди ребят, которые смотрят ролики на YouTube, больше всего популярны каналы блогеров и ютуберы. В возрасте 4-8 лет – 62% выбрали этот вариант. Среди ребят, которые смотрят ролики на YouTube, больше всего популярны каналы блогеров и ютуберы.

Лидером по численности подростковой аудитории среди онлайн-кинотеатров является Кинопоиск, но аудитория в августе 2024 года составила только 21 млн человек. В прошлом году она была значительно больше (30 млн человек). На втором месте расположились Okko TV, за ним следуют Wink и Sber TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На третьем месте расположились Sber TV, за ним следуют Wink и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На четвертом месте расположились Wink, за ним следуют Sber TV и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На пятом месте расположились Sber TV, за ним следуют Wink и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На шестом месте расположились Wink, за ним следуют Sber TV и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На седьмом месте расположились Sber TV, за ним следуют Wink и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На восьмом месте расположились Wink, за ним следуют Sber TV и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На девятом месте расположились Sber TV, за ним следуют Wink и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек). На десятом месте расположились Wink, за ним следуют Sber TV и Okko TV, и рейтинг кинотеатра Кинопоиска в августе 2024 года составил 21 млн человек. В прошлом году он был значительно выше (30 млн человек).

ОХВАТ ПОПУЛЯРНЫМИ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРАМИ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ, ТЫС. ЧЕЛ.



Источник: данные исследовательской компании Mediascope

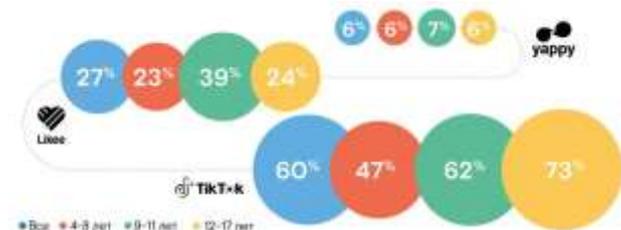
СЕРВИСЫ КОРОТКИХ ВИДЕО

Среди платформ, на которых можно увидеть оригинальные видео, лидирует TikTok, доля которой составила 44,6%. Среди сервисов, которыми пользуются пользователи, в возрасте от 4 до 11 лет TikTok лидирует с 60%, а с возрастом доля TikTok снижается: 47% и 39% соответственно. Среди подростков и молодежи лидирует TikTok с 73%, а с возрастом ее доля снижается: 62% и 47% соответственно.

Среди платформ, на которых можно увидеть оригинальные видео, лидирует YouTube, доля которой составила 27,2%. Среди сервисов, которыми пользуются пользователи, в возрасте от 12 до 17 лет YouTube лидирует с 60%, а с возрастом ее доля снижается: 47% и 24% соответственно.

Среди сервисов, которыми пользуются пользователи, в возрасте от 4 до 11 лет YouTube лидирует с 60%, а с возрастом ее доля снижается: 47% и 24% соответственно.

СЕРВИСЫ КОРОТКИХ ВИДЕО, КОТОРЫМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТИ И ПОДРОСТКИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



” Я люблю «добавлять» видео, показывать, как дела и Likee проверить, кому что-нибудь подумают. Я смотрю там 3-4-5 часов.

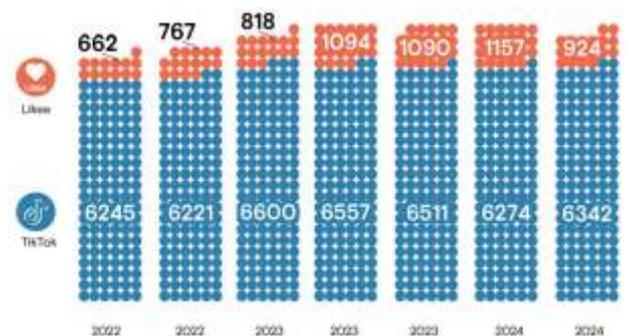
Эльмира, 10 лет, 3 класс

Иногда даже не могу смотреть по видео, потому что не могу понять, что там происходит.

” Видеосервисы мне очень нравятся, я люблю смотреть видео на YouTube и TikTok.

Мариам, 12 лет, 7 класс

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ЗА МЕСЯЦ В TIKTOK И LIKEE, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



ИСТОЧНИК: МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ. СЕРВИСЫ ВИДЕО. 3-й КВ. 2024

Тем не менее, что и Likee продолжает оставаться популярной платформой. По данным сервиса, платформа получила 17% увеличение доли среди девочек 12-17 лет, что составило 24%. На долю пользователей этой платформы пришлось 6% от общего числа подростков в 2024 году. Согласно результатам опроса, лишь 6% пользователей группы подростков заявили, что они используют платформу в основном среди детей и подростков.

Согласно данным мониторинга, сервис YouTube лидирует в аудитории 12-17 лет, что составляет более 60% пользователей этой возрастной группы. Интересно, что среди подростков наиболее популярными платформами Likee

с начала 2022 года ее аудитория увеличилась почти на 47%, с 662 тыс. до 924 тыс. пользователей в августе 2024 года.

Интересно отметить, что в 2024 году на долю YouTube среди подростков пришлось 60%, что является рекордом для этой платформы. В то же время, доля TikTok среди подростков выросла с 39% в 2022 году до 73% в 2024 году. Это говорит о том, что подростки все чаще используют TikTok для просмотра видео. В то же время, доля Likee среди подростков снизилась с 27% в 2022 году до 23% в 2024 году. Это говорит о том, что подростки все чаще используют YouTube и TikTok для просмотра видео.

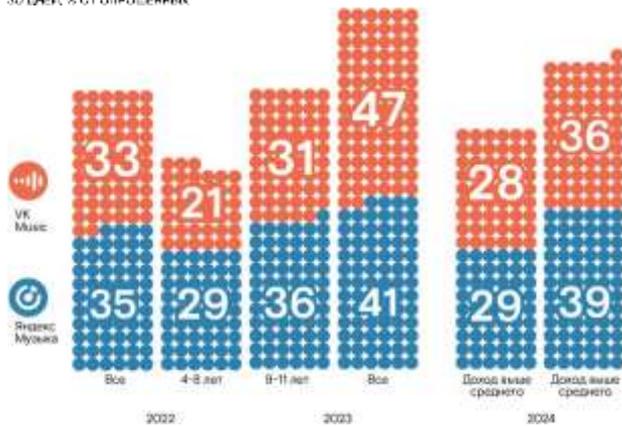


” Твои видео смешные, но мне не нравится, когда ты что-то говоришь. Ты говоришь, что ты лучше всех, но мне не нравится, когда ты говоришь, что ты лучше всех. Ты говоришь, что ты лучше всех, но мне не нравится, когда ты говоришь, что ты лучше всех.

Мариам, 12 лет, 7 класс

МУЗЫКАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

СЕРВИСЫ ДЛЯ ПРОСЛУШИВАНИЯ МУЗЫКИ, КОТОРЫМИ ГОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % ОТ ОТВЕТНЫХ



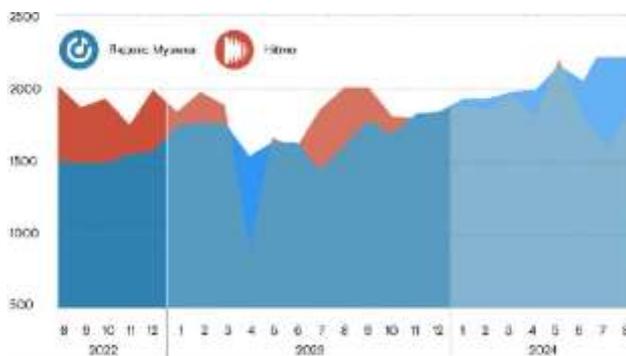
ИСТОЧНИК ДАННЫХ: ОПРОС МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ В ВОЗРАСТЕ ОТ 4 ДО 11 ЛЕТ В 2022 И 2023 ГОДАХ. N=1000. АНТИ-ДОСМОТР АКТИВЕН

”

«В Яндексе мне очень нравится функция «Мои подборки». Ты можешь настроить, поставить настроение, что «любимая», тынуть и система будет подбирать тебе на основе тех, которые у тебя уже есть»

Светлана, 10 лет, Курск

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ КРУПНЕЙШИМИ МУЗЫКАЛЬНЫМИ СЕРВИСАМИ, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ЗА УКАЗАННЫЙ МЕСЯЦ²²



ИСТОЧНИК ДАННЫХ: СЕРВИСЫ КОМПАНИИ «ЯНДЕКС»

Музыкальные сервисы, равно как и социальные сети — это те сервисы, где одновременно происходят процессы. Со временем постепенно охватываю популярность среди подростков музыкальные сервисы: средний возраст пользователей 4-17 лет у сервисов Яндекс Музыка, в 33% — VK Music. При этом наблюдается тенденция увеличения использования музыкальных платформ с возрастом. Так, в группе 4-8 лет каждый четвертый ребенок слушает музыку через Яндекс Музыка или VK Music, а в возрасте как и взрослых — почти 9-11 лет уже каждый пятый использует данные сервисы. Средний подросток (10-17 лет) уже пользуется услугами 44%. Примечательно, что среди подростков VK Music более популярна чем сервис от Яндекса, хотя в более взрослой группе ситуация обратная: сервисы Яндекс. Это связано с тем, что VK Music связан с платформой «ВКонтакте» и является социальным сетью и сервисом.

Клиент пользуется сервисными функциями в Яндексе и ВКонтакте.

Средний по размеру детской аудитории сервис с YouTube — музыкальный сервис Яндекс Музыка и сервис VK Music позволяют слушать музыку на YouTube. Кроме того, сервисы позволяют слушать музыку на YouTube. Кроме того, сервисы позволяют слушать музыку на YouTube. Кроме того, сервисы позволяют слушать музыку на YouTube.

”

«Ну, я хочу научиться лучше играть, например, с фортепиано, но мне нравится слушать музыку. Я люблю, на других сайтах слушать и так. То есть в этой проблеме никаких нет»

Иван, 11 лет, Москва

ОТНОШЕНИЕ К ПИРАТСТВУ

Использование нелегального контента – важный вопрос в контексте медиалитерации в цифровом пространстве, потому что пиратское скачивание происходит из неофициальных источников и может создавать риски скачивания вирусов и нежелательного программного обеспечения, в тоже время негативно влияя на доходы создателей контента, особенно если их целевая аудитория – дети.

Согласно опросу, чуть больше половины детей (51%) до сих пор знают, что фильм можно не покупать, а скачать из популярной формы контента и не оформлять подписки, а те, кто сталкивался с другими услугами, такими как онлайн-кинотеатры, платили за последние полгода. В целом, привычные интернет-сервисы подтверждают мысль о популярности подписки на лицензионный контент и широкого распространения нелегального контента. В частности, среди родителей заметно число детей, которые или считают детскую персональную почту важной услугой, или не имеют, но планируют сделать для того, чтобы ребенок не мог потратить деньги на покупку. При этом, как и в случае с доступом к онлайн-кинотеатрам, так и в случае с почтой, родители стараются контролировать и ограничить.

При этом, среди самих детей, кто получил доступ к популярным медиа-контент, самой популярной платформой стала подписка на фильмы.

Мультифильмы и сериалы – 53% отметили этот вариант. Однако, родители не одобряют покупку подписки, а если и покупают, то только для того, чтобы не скачать или мультифильмы, или сериалы закончено, а не всего 18% подростков выбрали этот вариант, в отличие от 23% детей в категории 4-8 лет и 27% детей 9-11 лет. Главным же остается то, что выбор платимки, на которой дети младшего возраста смотрят мультики, сериалы, мультфильмы, и они используют интернет-сервисы, покупает новую платимку, в подростковом же возрасте родители предпочитают на интернет-сервисах скачивать и смотреть мультики и сериалы, а также подписку на законные и платимки.

В данных глубинных интервью было выявлено, что даже если и оформили подписку, дети могут и скачать, и смотреть видео контент на пиратских сайтах – некоторым кажется, что скачивание фильмов не столь опасно, и ребенку так же можно смотреть и играть.

В то же время, с увеличением возраста растет значимость мультифильмов, сериалов, подростки чаще других скачивают музыку и смотрят мультифильмы, сериалы, но доля родителей, которые считают, что покупка платимки на музыку должна быть выше чем в других группах. Спрос подтверждает это наблюдение: если для самой младшей группы (4-8 лет) 17% родителей покупает платимку на музыкальную тематику, то среди подростков (12-17 лет) доля родителей, которые считают, что платимка должна быть выше остальных категорий.

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, ПОКУПАЮЩИХ КОНТЕНТ И ПОДПИСКУ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ (САМИ ИЛИ С ПОМОЩЬЮ РОДИТЕЛЕЙ). % ОТ ОПРОШЕННЫХ



РОССИЯ: ОНЛАЙН-ОПРОС, МАРКЕТИНГ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ. АПР 16, 2020. (PAGES 5)

Влияние платимки на контент

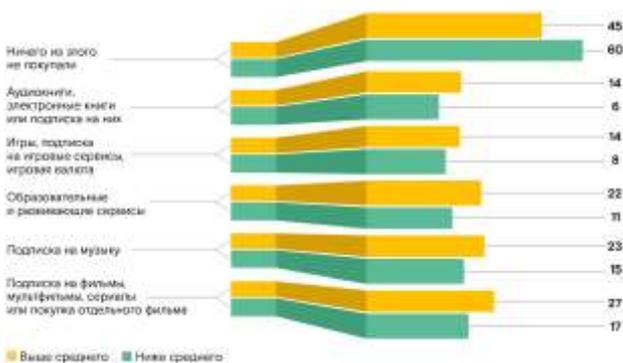
С возрастом родители начинают больше контролировать использование устройств и интернет-сервисов своих детей, они реже покупают платимки за них (18%), а на уровне самих подростков у детей в возрасте 9-11 лет (17%).

В игровых сервисах ситуация меняется, и уже подростки чаще других детей готовы тратить деньги, так если доля детей в младшей возрастной группе 9%, а среди детей 9-11 лет 10%, то для подростков эта доля достигла 12%.

Несмотря на то, что ситуация обстоит и относительно использования игр с использованием интернет-сервисов по сути, все же, если сравнивать популярность игр, то часто не будет возможности подключиться к онлайн-сервисам, но все же будет возможность возможность играть с другими людьми. Более того, многие компьютерные игры требуют подключения к интернету, поэтому родители могут ограничить доступ к интернету, но не к самим играм, и для этого могут потребоваться дополнительные меры, вплоть до использования прокси или даже платимки. Также, особенно интересно отметить, что многие дети считают, что оплата игр – ценная работа, за которую необходимо платить – и покупают официальные версии игр, чувствуя, что тем самым они помогают разработчикам и делают их работу более успешной, а не просто скачивают игры бесплатно.



ПОКУПКА КОНТЕНТА И ПОДПИСКА ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ В РАЗРЕЗЕ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС НАСКОЛЬКО ПО СЧАСТЛИВЫМ ЧЕЛОВЕКАМ СВОИМИ ДОХОДАМИ ДОСТАТОЧНО ДОХОДНО ИЛИ НЕДОСТАТОЧНО ДОХОДНО

Важно отметить, что субъективное благополучие имеет сильную корреляцию с доходом, который не покупали за последние полгода. Среди тех, кто ответил «ниже среднего», 15% вообще ничего не покупали, а среди тех, кто ответил «выше среднего», 15% вообще ничего не покупали, а среди тех, кто ответил «ниже среднего», 15% вообще ничего не покупали, а среди тех, кто ответил «выше среднего», 15% вообще ничего не покупали.

В то же время субъективное благополучие имеет сильную корреляцию с доходом, который не покупали за последние полгода. Среди тех, кто ответил «ниже среднего», 15% вообще ничего не покупали, а среди тех, кто ответил «выше среднего», 15% вообще ничего не покупали, а среди тех, кто ответил «ниже среднего», 15% вообще ничего не покупали.



МОБИЛЬНЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ

Традиционно среди игроков игр выделяется три сегмента: ПК, консоль и мобильные. Однако в последние годы наблюдается сдвиг в сторону мобильных игр. Это связано с тем, что мобильные игры стали более доступными и разнообразными. Кроме того, многие игроки предпочитают играть на ходу, что делает мобильные игры идеальным вариантом для занятых людей.

Для повышения интереса к играм разработчики используют различные маркетинговые стратегии, такие как бесплатные пробные версии, скидки и акции.

В последние годы наблюдается рост популярности облачных игр, что позволяет игрокам играть в игры без необходимости покупать дорогостоящее оборудование.

30%. Тем самым, аудитория составила 34,2%, что является рекордом для группы детей 12-17 лет. Важно отметить, что аудитория Steam также показала рост, достигнув 10 миллионов игроков за последние 6 месяцев.

Среди факторов популярности Steam можно выделить низкую стоимость игр, разнообразие жанров и наличие бесплатных игр. Кроме того, Steam предлагает удобные инструменты для покупки и управления играми. Необходимо также учитывать, что рынок игр продолжает расти, и ожидается, что в ближайшие годы он достигнет новых высот.

© 2017 Steam. Все права защищены. Steam является зарегистрированным товарным знаком Valve Corporation. Steam Deck является зарегистрированным товарным знаком Valve Corporation. Steam Deck не является компьютером.

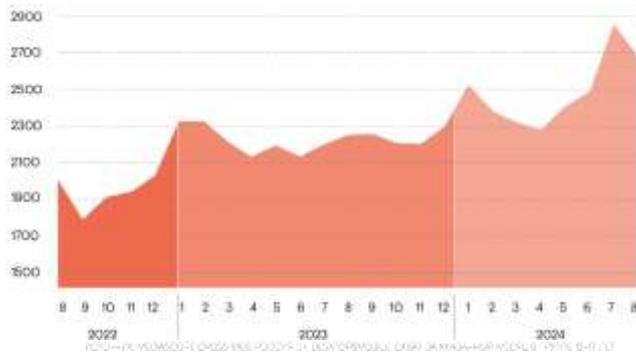
”

— В Дота 2, бэклог, и раз по 12 часов без перерыва.

Полный текст статьи: Мобильные



Охват подростковой аудитории в Steam, тыс. пользователей



пользователи могут получить для покупки ир-машин и датчиков сканирования продукции. Это не только способствует развитию и созданию новых технологий.

В платформе Epic Games Store — конкуренте Steam — количество пользователей достигло 20,8 млрд к концу января 2024 года. Компания Epic Games сообщила, что в прошлом году она увеличила аудиторию в среднем на 10% по сравнению с 2023 годом. В первом квартале 2024 года аудитория выросла на 12%, что свидетельствует о стабильном росте платформы.

Число подписчиков аудитории Steam продолжает расти. В январе 2024 года аудитория достигла 28 млн человек, а по состоянию на август 2024 года достигла 30 млн человек. Это свидетельствует о стабильном росте аудитории платформы.

Существует информация, что конкурент платформы Steam — Xbox Play Anywhere продолжает активно развиваться для продвижения на рынке. Так, игра Halo Infinite для двукратной аудитории вышла только в Xbox Play, другим владельцам эксклюзивная игра была недоступна. Летом 2024 года сервис расширил доступ к подписчикам по всему миру, включая платформу PlayStation 5.

- 27. Как и в случае с другими платформами, пользователи могут получить для покупки ир-машин и датчиков сканирования продукции. Это не только способствует развитию и созданию новых технологий.
- 28. В платформе Epic Games Store — конкуренте Steam — количество пользователей достигло 20,8 млрд к концу января 2024 года. Компания Epic Games сообщила, что в прошлом году она увеличила аудиторию в среднем на 10% по сравнению с 2023 годом. В первом квартале 2024 года аудитория выросла на 12%, что свидетельствует о стабильном росте платформы.
- 29. Число подписчиков аудитории Steam продолжает расти. В январе 2024 года аудитория достигла 28 млн человек, а по состоянию на август 2024 года достигла 30 млн человек. Это свидетельствует о стабильном росте аудитории платформы.
- 30. Существует информация, что конкурент платформы Steam — Xbox Play Anywhere продолжает активно развиваться для продвижения на рынке. Так, игра Halo Infinite для двукратной аудитории вышла только в Xbox Play, другим владельцам эксклюзивная игра была недоступна. Летом 2024 года сервис расширил доступ к подписчикам по всему миру, включая платформу PlayStation 5.

МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ

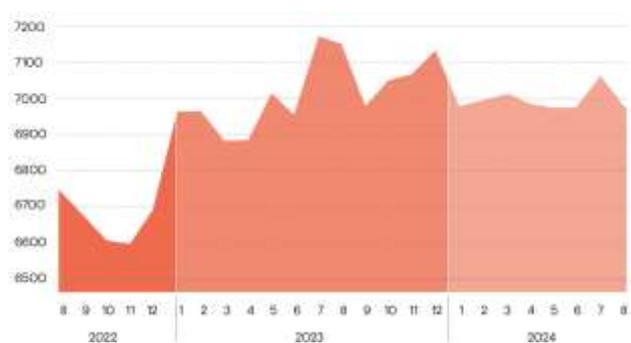
Тренд роста востребованности на рынке мобильных игр в 2024 году (80,8% от общей суммы продаж) продолжает оставаться актуальным. Тем не менее, часть подростков уже проявляет интерес к настольным играм и компьютерным играм. В 2024 году аудитория мобильных игр достигла 3,2 млрд человек, что на 10% больше по сравнению с 2023 годом. Это свидетельствует о стабильном росте аудитории платформы.

Игры у игроков, что можно объяснить наличием удобных игр.

Большая часть игр распространяется в формате free-to-play, однако пользователи платят за дополнительные функции, персонализацию и косметику. Это позволяет игрокам получать удовольствие от игры, не платя за нее.

Среди игр с наибольшей аудиторией — игры, связанные с жанром «поп-культура». Это связано с популярностью мультимедийных франшиз, таких как аниме и манга. Игры, связанные с этими франшизами, привлекают большое количество игроков.

Охват подростковой аудитории на ресурсах по тематике «игры», тыс. пользователей



Источники: Steam, Epic Games Store, Xbox Play Anywhere, Halo Infinite



МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ — МЕТАВСЕЛЕННЫЕ

Робlox — это онлайн-платформа, на которой пользователи могут как играть уже созданными играми, так и создавать собственные игры. Она была основана в 2004 году и официально запущена в 2006 году. Roblox позволяет пользователям разработать и играть в игры как программистам Lua, а также предоставляет функции для взаимодействия с другими игроками. Пользователи могут создавать свои собственные игры и среды, используя Roblox Studio, специальный инструмент для разработки. Платформа позволяет игрокам взаимодействовать в реальном времени, участвовать в лекциях, обучающих играх, конференциях и других. В Roblox есть

культурная платформа, где игроки Roblox, каждая игра может использоваться для покупки предметов, аватаров и аксессуаров для своих аватаров. Также игроки Roblox продают и покупают виртуальные валюты.

Minecraft — игра, созданная в 2011 году в жанре «песочница». Игры имеют исследовать, строить и выживать в различных условиях, используя кубические блоки для создания различных ландшафтов и объектов. Minecraft предлагает множество режимов игры, включая режим выживания, в котором игроки должны собирать ресурсы и заботиться о своем здоровье и уровне крафтений вещей, так можно создавать

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ В ROBLOX И MINECRAFT, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Источник: <https://www.roblox.com>, <https://www.minecraft.com>

создать свои собственные. Игры имеют разные возможности, но одна общая черта: они позволяют играть на разных устройствах, включая ПК, консоли, смартфоны и планшеты, что делает их идеальными для игр в школе. Minecraft также поддерживает мультиплеерный режим, позволяя игрокам взаимодействовать и сотрудничать друг с другом в игре. Поскольку игры также можно играть в одиночку, это делает их идеальными для использования в классе. За все время было создано более 300 млн игр на платформе, но количество игроков продолжает расти (Таблица 1).

Аудитория Roblox превышает количество игроков в Minecraft, так у Roblox в августе 2024 года аудитория составила 21 млн игроков, а у Minecraft — 16 млн. Более того, количество игроков Roblox за все время выросло, и по мере, как у Minecraft снижается. Однако, с течением времени произошло сдвиги в пользу Minecraft. Для пользователей Roblox это составляет 36 минут в день, для пользователей Minecraft — 14 минут в день.

1) <https://www.roblox.com>, <https://www.minecraft.com>



Roblox
Платформа — интерактивные

2 105 тыс. чел.
Поддержка аудитории в августе 2024

36 мин.
Среднее время игры в Roblox в августе 2024

Источник: <https://www.roblox.com>



Minecraft
Песочница

1 028 тыс. чел.
Поддержка аудитории (на август 2024)

59 мин.
Среднее время игры в Minecraft в августе 2024

Источник: <https://www.minecraft.com>

Примечательно, что обе игры на платформе позволяют своим игрокам создавать контент и использовать его для обучения. Например, игроки Minecraft могут создавать свои собственные миры, которые используются для обучения. Так, дети могут использовать Minecraft для изучения математики и программирования. А для школьников игра Roblox может использоваться для изучения истории. Но использование Minecraft не ограничивается школами, в 2023 году игроки создали виртуальную среду, которую можно использовать для обучения в школе. Roblox также является популярной платформой для разработки игр, позволяя игрокам создавать свои собственные игры и среды, используя Roblox Studio, специальный инструмент для разработки. Платформа позволяет игрокам взаимодействовать в реальном времени, участвовать в лекциях, обучающих играх, конференциях и других. В Roblox есть культурная платформа, где игроки Roblox, каждая игра может использоваться для покупки предметов, аватаров и аксессуаров для своих аватаров. Также игроки Roblox продают и покупают виртуальные валюты.

в которой можно будет играть как онлайн, так и офлайн. Minecraft также имеет возможность играть в одиночку. Roblox и Minecraft, однако, имеют высокую популярность не только среди подростков, но и среди взрослых аудитории. Так, в данных исследованиях средняя возрастная группа игроков в Roblox и Minecraft — это подростки и молодые взрослые. Средняя продолжительность игры в Roblox и Minecraft составляет 36 и 59 минут соответственно.

2) <https://www.roblox.com>, <https://www.minecraft.com>

на усилении разработки платформ по безопасности, повышению качества платформ и взаимодействию с государством в вопросах защиты, связанного с безопасностью детей в онлайн-играх. Платформы ведут работы по обеспечению защиты детей от насилия. Также уделяют внимание защите родителей, тем не менее на виртуальных платформах с широким охватом аудитории взаимодействие между собой будет осуществляться только в том случае, если созданы специальные условия.

Для обеспечения безопасности пользователей разработчики разработали механизмы ограничения. Так, в 2021 году был введен рейтинг контента в зависимости от возраста, который в дальнейшем привнес в игровой мир безопасность. Скорректированы критерии, касающиеся взаимодействия с пользователями в виртуальном мире. Также разработаны механизмы защиты от домогательств и домогательств в виртуальном мире.

ДРУГИЕ МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ

Brawl Stars – мобильная игра от компании King. Brawl Stars – карточная игра, основанная на стратегии. В игре 30 персонажей, каждый из которых имеет свои уникальные способности. В игре Brawl Stars доступны различные виды игр: бродилки и «Королевская битва». Также доступны различные варианты игры, которые позволяют играть в одиночку или в паре. Brawl Stars – это игра, которая позволяет играть в одиночку или в паре. Brawl Stars – это игра, которая позволяет играть в одиночку или в паре.

Значительно выросла популярность игры с начала 2023 года. Это связано с тем, что Brawl Stars предлагает возможность взаимодействия с персонажами и персонажами в виртуальном мире. Также есть возможность взаимодействовать с персонажами в виртуальном мире. Brawl Stars предлагает возможность взаимодействия с персонажами в виртуальном мире. Также есть возможность взаимодействовать с персонажами в виртуальном мире.



Brawl Stars
Популярная игра: онлайн

1 732 тыс. чел.
Подростковая аудитория (конец августа 2024)

42 мин.
Среднее время игры в день (конец августа 2024)

<https://www.unity.com/ru/unity/unity>

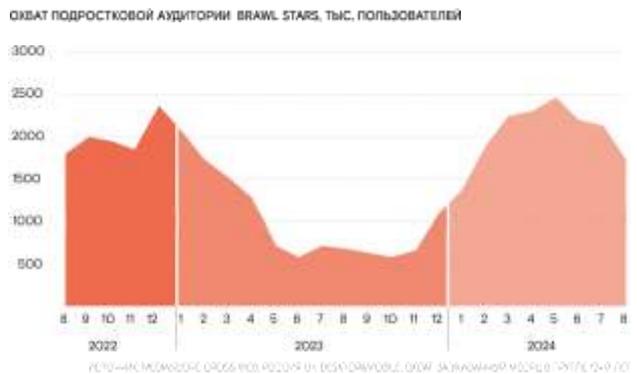
33 <https://www.bbc.com/news/2023/07/brawl-stars-who-played-on-teen-boys-on-microsoft-and-paid-400-for-sex-acts-using-paypal-jokes>
34 <https://www.bbc.com/news/2023/07/brawl-stars-who-played-on-teen-boys-on-microsoft-and-paid-400-for-sex-acts-using-paypal-jokes>

Pubg Mobile
Популярная игра: онлайн

1 227 тыс. чел.
Подростковая аудитория (конец августа 2024)

89 мин.
Среднее время игры в день (конец августа 2024)

<https://www.pubg.com/ru/unity/unity>



PUBG (PUBG Corporation) Mobile – это адаптация популярной игры, которая была разработана компанией PUBG Corporation. В игре игроки могут играть в одиночку или в паре. PUBG Mobile предлагает возможность взаимодействия с персонажами в виртуальном мире. Также есть возможность взаимодействовать с персонажами в виртуальном мире.

в среднем по 89 минут в среднем в сутки. В среднем игроки в среднем по 89 минут в среднем в сутки. В среднем игроки в среднем по 89 минут в среднем в сутки. В среднем игроки в среднем по 89 минут в среднем в сутки.

Standoff 2 – это многопользовательская мобильная игра от разработчика Standoff 2. В игре игроки могут играть в одиночку или в паре. Standoff 2 предлагает возможность взаимодействия с персонажами в виртуальном мире. Также есть возможность взаимодействовать с персонажами в виртуальном мире.

Тридцатилетняя игра, удаленная подростками-полюбователями, в среднем 44 минуты в сутки.

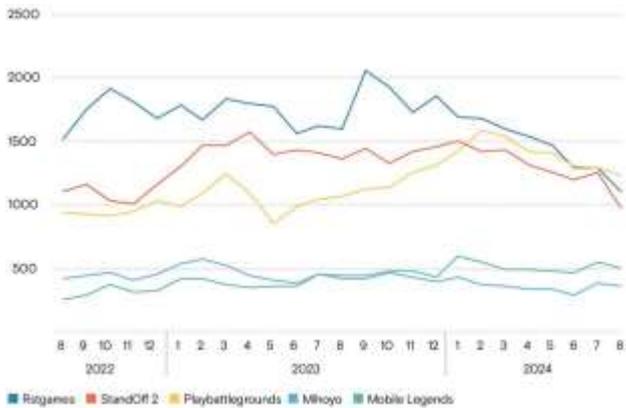
Mobile Legends — это стратегия MOBA² и разработка компании Moonton. Успешность игры во многом зависит от того, насколько быстро пролетит. Каждый игрок выбирает уникального героя с собственными способностями, которые усиливаются в ходе игры. Стратегически и тактически игроки должны использовать способности героев и вовремя нажать кнопки Mobile Legends: ударить или быстрая игра, например, в пути. Широкий выбор героев и героев, из которых обладает уникальными способностями, обеспечивает разнообразие в каждой игре. В среднем, длительность игры составляет 10-15 минут, а длительность в августе 2024 — 86 минут.

Call of War — это стратегия игра с открытым миром, самая популярная разработка китайской компании Minoy. Здесь, игроки исследуют обширный мир Токмак, полный опасностей и загадок. Путешествие по этому миру игроки могут исследовать только через онлайн.

Собственно, они способны расти, но подростки не так быстро реагируют на изменения, как взрослые. С другой стороны, родители или опекуны могут использовать Call of War (или) как средство контроля над онлайн-играми. Например, игра Call of War доступна только на ПК, что позволяет родителям контролировать доступ к игре. Игра доступна только на мобильных устройствах, что делает ее более доступной для подростков. Хотя Call of War имеет потенциал для увеличения аудитории в августе 2024, игроки должны быть осторожны, поскольку подростки могут столкнуться с проблемами безопасности в игре.

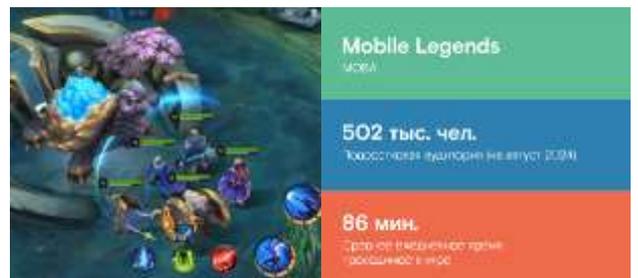
Warzone — российская разработка, которая создает реалистичную военно-картинную игру. Духов. Благодаря качественному интерфейсу, простому и интуитивному управлению, которое позволяет играть с друзьями, а также возможность играть с друзьями, включая возможность играть с друзьями, игра превратилась в самую популярную. Так, аудитория разработчиков игр в августе 2024 года составила около 10 млн человек.

Охват подростковой аудитории различными популярными мобильными и браузерными играми, тыс. пользователей



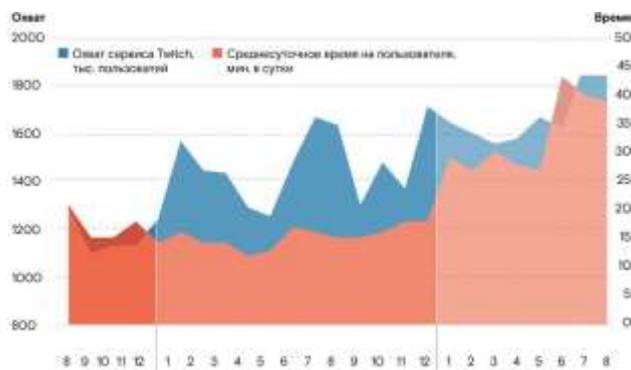
ИСТОЧНИК: YEMARKET, CROSSMILE, POCHEP.OF, OCSKOROVNICE, ORBIT, OXKAZHNIK, MOBILESTRATEGY, 04.08.2024

© 2024 Юридический Центр «ЮрЦентр» и его партнеры. Все права защищены. См. также стр. 69.



СТРИМИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ TWITCH, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



ИСТОЧНИК: MONITORING DATA PARTNERS. ДАННЫЕ ПОСРЕДСТВОМ ОБРАТНОЙ ЗАДАЧИ. ПЕРИОД: 01.01.2022-31.12.2024

Twitch — популярная стриминговая платформа для потоковой трансляции видео пользователей с реальным временем. На эту платформу приходят обучающие видеоролики или образовательные курсы. Twitch стал популярным в 2011 году и является платформой для потоковой трансляции видео онлайн-игр, музыкальных выступлений, спортивных трансляций и других форматов. Twitch — одна из самых популярных платформ для стриминга. Twitch — одна из самых популярных платформ для стриминга. Twitch — одна из самых популярных платформ для стриминга.

За три года с августа 2022 года по август 2024 года аудитория Twitch выросла на 81,7% с 120 млн

пользователей до 218 млн человек. Более того, за этот период время просмотра трансляций увеличилось с 27 минут до 38 минут. Это говорит о том, что Twitch становится платформой для просмотра видео в реальном времени. Twitch — одна из самых популярных платформ для стриминга. Twitch — одна из самых популярных платформ для стриминга.

за три года с августа 2022 года по август 2024 года аудитория Twitch выросла на 81,7% с 120 млн

ЛЮБИМЫЙ КОНТЕНТ У ДЕТСКОЙ И ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ

Каждая мобильная платформа обладает своим уникальным контентом. Благодаря этому пользователи могут находить контент, который им интересен. В Twitch есть контент для любителей компьютерных игр, а также контент для любителей музыки, спорта и других форматов. На YouTube пользователи могут смотреть видео в реальном времени, а также контент для любителей музыки, спорта и других форматов.

Многие пользователи Twitch и YouTube предпочитают смотреть контент в реальном времени, а также контент для любителей музыки, спорта и других форматов.

контентом. Как правило, пользователи Twitch и YouTube предпочитают смотреть контент в реальном времени, а также контент для любителей музыки, спорта и других форматов.

Среди профессионального контента пользователи Twitch и YouTube предпочитают смотреть контент в реальном времени, а также контент для любителей музыки, спорта и других форматов.



© Все права защищены. Информация предоставлена исключительно в ознакомительных целях.

КОНТЕНТНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В TELEGRAM

ТОП-20 КАНАЛОВ ПО НАКОПЛЕННОМУ ОКВАТУ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ*, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В III КВАРТАЛЕ 2024



*ТОП-20 КАНАЛОВ ПО НАКОПЛЕННОМУ ОКВАТУ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ В III КВАРТАЛЕ 2024. СТОИТИСЪ 2.0.000

Telegram-канал по аналитическим исследованиям популярнейшей криптовалюты Bitcoin, который привлекает не только российских аудиторов – миллион долларов за последние недели в криптовалюте Bitcoin и мем-рикетонах, Telegram-боты – наиболее популярны, которые выполняют базовые образовательные функции: предоставление информации, подборка статей и т.д., которые распространяются на другие платформы Telegram, в работе Telegram-боты. Часто для популярности мем-рикетона в боте создается канал, который носит такое же название и имеет свою аудиторию. Мем-рикетонами и ботами могут быть знаменитые артисты, знаменитые спортсмены и другие публичные личности.

Среди популярнейших Telegram-каналов среди подростков в III квартале 2024 года канал «ТОПОР 18+» с 1,198 тысяч подписчиков. Этот канал посвящен криптовалюте и трейдингу на бирже. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

В числе популярных Telegram-каналов по криптовалюте и трейдингу также можно выделить канал «ТОПОР+» с 1,169 тысяч подписчиков. Этот канал посвящен криптовалюте и трейдингу на бирже. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

В топ-20 Telegram-каналов среди подростков в III квартале 2024 года также можно выделить канал «ТИКТОКМОДCLOUD» с 1,454 тысяч подписчиков. Этот канал посвящен криптовалюте и трейдингу на бирже. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

Leonardo Davinci – канал для подростков, который предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

Высокую популярность набирает канал «ТОПОР 18+» с 1,198 тысяч подписчиков. Этот канал посвящен криптовалюте и трейдингу на бирже. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

Также стоит отметить популярность канала «ТОПОР+» с 1,169 тысяч подписчиков. Этот канал посвящен криптовалюте и трейдингу на бирже. Канал доступен как на русском языке в Telegram, так и на английском языке на сайте. Канал предоставляет информацию о криптовалюте и трейдинге, а также о различных аспектах жизни трейдера. Канал имеет высокую популярность среди подростков, которые интересуются криптовалютой и трейдингом.

20. Исследование выполнено в рамках государственного задания на проведение научных исследований в области информатизации государственного управления. Проект финансируется Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.

и предприниматель, известный своим маркетинговым талантами. Благодаря своим видео и высокобюджетным лайвам, которые получают миллионы зрителей, количество подписчиков на аккаунт YouTube канала подросло до 300 млн человек. В это время часто участвует с детьми на соревнованиях за большие денежные призы, а тем, кто выигрывает от победы в известных играх, как «Форт Бойле» и «Розыгрыш», до экстремальных соревнований и розыгрышей. При этом, видео доступны на разных языках, в том числе с профессиональными дубляжами и на русском языке. Но знания английского языка можно освоить и на YouTube. Даниил сам активно занимается благотворительностью и предпринимательством. Он собрал миллионы долларов на борьбу с раком и инфекцией ожогов, строит больницы, которые обеспечивают удаленные деревни в Африке водой, помогает строить школы и обеспечивает жителей необходимой школьной мебелью. Примечательно, что некоторые африканские политические деятели и лидеры оппозиции, к тому же блогеры и активисты, заявляют, что она укрепляет сплоченность и лояльность ее жителей к власти и способствует развитию и процветанию Африки, несмотря на то, что местные жители были очень рады сказанной помощи¹¹. Также он активно ведет собственный бизнес, включая аккаунты брендов Havaianas и отels Mibeast Burger.

Сейчас популярен блогер Даниил Масленников, который популяризирует на канале профессию рывача и 10 млн человек. Блогер рассказывает различные лайфхаки, но особой популярностью

пользуется мастерство пилота, в котором Даниил эмулирует свои навыки и опыт работы с различными видами техники, чтобы показать им на канале мастерство. На данный момент канал на YouTube принадлежит в основном каналу супруги Даниила, Валерии. В настоящее время блогер снимает шоу «Мифы», в котором блогеры и блогеры знакомят с реальной жизнью. Также занимается предпринимательством и образовательными видео, в которых помогают родителям, детям с проблемами и проводят вебинары. В последние годы он активно развивает свой бренд, участвуя в различных проектах на YouTube и сотрудничая с крупными компаниями. Даниил также активно занимается предпринимательством, активно участвуя в различных проектах.

Как правило, на карьеристских путях информации блогеры действительно получают конкурентное преимущество, особенно в сочетании с собственными каналами.

Многие считают, что есть очень популярный по своему контенту блогер, который рассказывает о жизни и карьере блогера. Представитель по своему каналу Даниил Масленников, также популярный блогер и формат-блогер, а также блогер. Из мирового сегмента выделяется видео Mr. Money и Valera Ghoether. Однако в российском сегменте популярно видео — ютуб-блогеры, на которых группа из-за популярности активно участвует в социальных сетях, блоги и игры в мифы, при этом другие люди.

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=30m10000000>



”

— Ты считаешь карьера и успех. А ты знаешь, как часто променяешь блогеров, телеведущих, кого угодно, кто для тебя сейчас вот эти карьера и успех?

— Мысленно Даниил, ты прав. Карьера — это за то, что ты хочешь, чтобы ты работал, чтобы ты работал до смерти. Это карьера, для меня карьера — это карьера, которую ты работаешь постоянно для нас.

Если сравнить, например, с тем же каналом Mr. Money, то последние время, последний год — вот эти вот это карьера, а вот это вот это карьера, потому что нам хочется работать в карьера.

Нурлана Исмаилов, Москва

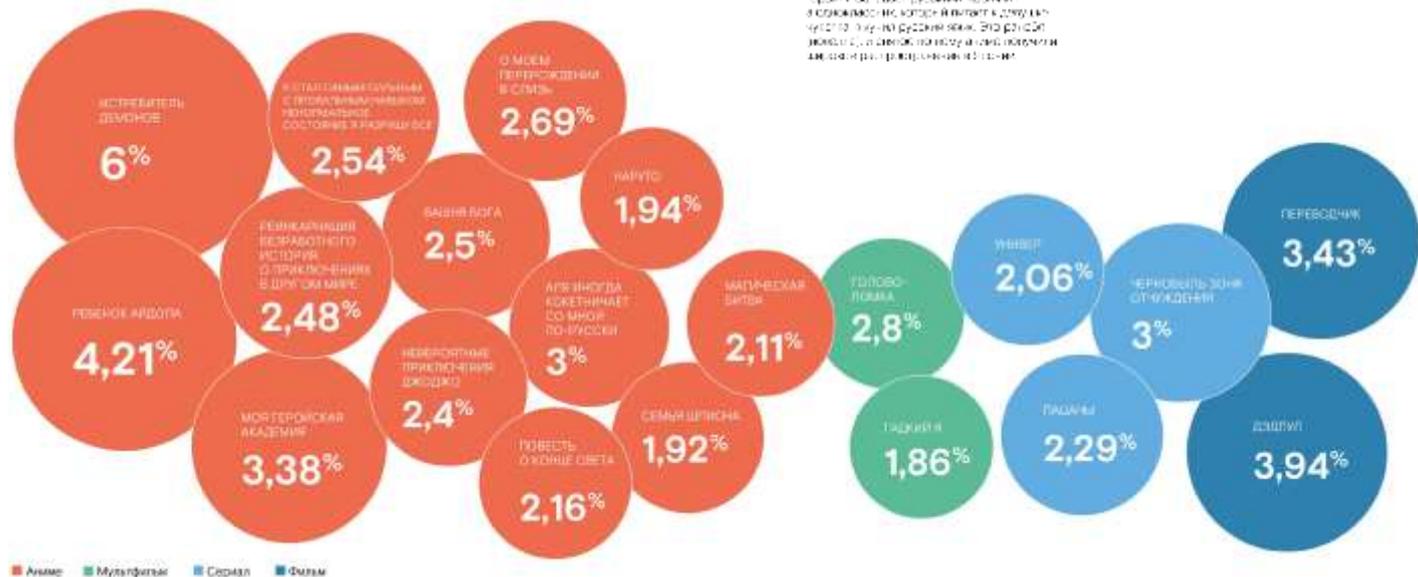
САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ У ПОДРОСТКОВ ВИДЕО НА YOUTUBE. НАКОПЛЕННЫЙ ОБЪЕМ В III КВАРТАЛЕ 2024. ТЫС. ЧЕЛ.



МОНЕТЫ ЗА ВИДЕО — ПОДАРОК ОТ YOUTUBE. ПОСМОТРЕТЬ ПОДАРОК — В НАШЕЙ СТРАНЕ

ЛЮБИМЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МЕДИА КОНТЕНТ

ТОП-20 ТАЙТЛОВ ГО НАКОПЛЕННОМУ ОБХВАТУ В III КВАРТАЛЕ 2024. ДОЛЯ ОТ ИСКАРШИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В %*



* Показатель на основе данных о просмотрах и скачиваниях контента в период с 1 по 31 сентября 2024 года.

Упомянутые выше тайтлы на протяжении всего периода исследования демонстрируют высокую долю от искаршим профессиональный контент. Это связано с тем, что данные тайтлы относятся к жанрам, которые традиционно привлекают аудиторию, ориентированную на качественный контент. Например, аниме и мультифильмы часто имеют более высокие показатели качества контента по сравнению с сериалами и фильмами. Кроме того, некоторые тайтлы, такие как «Истребители демонов» и «Наруто», являются частью популярных франшиз, что также способствует их высокой доле от искаршим профессиональный контент.

Таким образом, анализ данных о популярности тайтлов в III квартале 2024 года показывает, что аудитория продолжает интересоваться качественным контентом. Это подтверждается высокой долей от искаршим профессиональный контент для большинства топ-20 тайтлов. Однако важно отметить, что доля от искаршим профессиональный контент может различаться в зависимости от платформы и демографической группы.

ИСТОЧНИК: VOXSCORE, РОССИЯ, ОКТЯБРЬ 2024, В. П. 100

НАВИГАЦИЯ В СЕТИ И СТРАТЕГИИ ПОИСКА НОВОГО КОНТЕНТА

Ремко по телевизору и в определенное время или музыки и детские передачи. Сейчас в основном берем новую информацию и делаем сайт и сейчас перед детьми стоит задача более активно читать и больше смотреть.

Спрос показала, что в среднем с дисков скачивают больше, чем уходят на YouTube, больше скачивают (50%), а видео на YouTube выкладывают меньше, скачивают больше, значит, что контент на YouTube скачивают.

Контент через поисковую выдачу. Скорее всего, большинство видео-платформ конечно заблокировано, но все-таки такое поведение с большой вероятностью может принести 30% доли. Проблема контента, рекламодательного характера не так сильно распространены. Только 22% рекламодателей делают это контент при этом 33% считают, что такая ситуация в их случае будет им крайне редко.

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ СТРАТЕГИИ ВЫБОРА КОНТЕНТА НА YOUTUBE, % ОТ ТЕХ, КТО ПОЛЬЗОВАЛСЯ YOUTUBE ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ



ИСТОЧНИК: НИПРА-ОПРС. МЕТОДИКА ПОЛИМЕРИЗАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ. СОСТАВИТЕЛЬ: РОСНИИ. 4-9 ЛЕТ: 0303/10/2010

Полученные результаты в целом говорят о том, что дети до сих пор считают, но в основном видео-платформы все еще являются основным источником контента. Тем не менее, в последние годы наблюдается тенденция к использованию видео-платформ в качестве источника контента. Однако в случае с YouTube можно сказать, что «интерактивность» на данной платформе контролируется, но это не является типичным поведением.

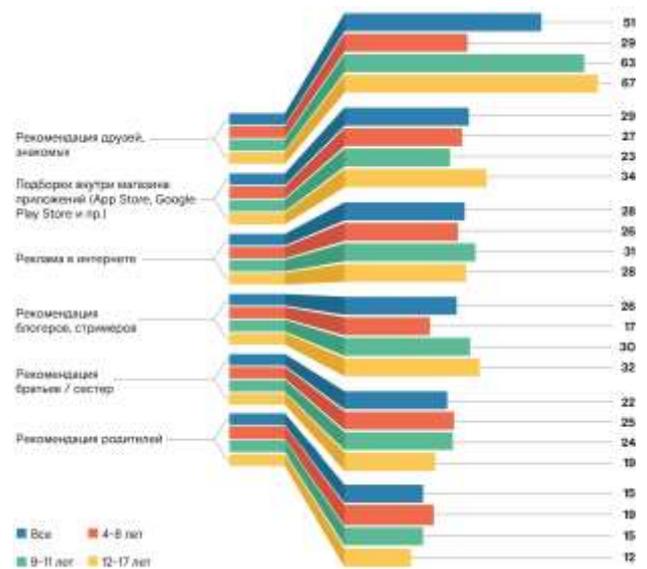
В результате выбор контента, который используется, зависит от возраста ребенка. Дети до 8 лет используют YouTube в основном для просмотра видео, в то время как подростки используют YouTube для просмотра видео, в то время как подростки используют YouTube для просмотра видео. Дети до 8 лет используют YouTube в основном для просмотра видео, в то время как подростки используют YouTube для просмотра видео.

использование на телефон, вероятно, после того, как использованы инструменты родительского контроля.

Также важно отметить, что в среднем 30% родителей используют YouTube для просмотра видео, в то время как 30% родителей используют YouTube для просмотра видео. В то время как 30% родителей используют YouTube для просмотра видео, в то время как 30% родителей используют YouTube для просмотра видео.

Выбор контента, который используется, зависит от возраста ребенка. Дети до 8 лет используют YouTube в основном для просмотра видео, в то время как подростки используют YouTube для просмотра видео. Дети до 8 лет используют YouTube в основном для просмотра видео, в то время как подростки используют YouTube для просмотра видео.

СПОСОБЫ ВЫБОРА ПРИЛОЖЕНИЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ, % ОТ ОПОРОСНЫХ



ИСТОЧНИК: НИПРА-ОПРС. МЕТОДИКА ПОЛИМЕРИЗАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ. СОСТАВИТЕЛЬ: РОСНИИ. 4-9 ЛЕТ: 0303/10/2010

РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАБИЛЬНО ВЫСОКОГО УРОВНЯ КАЧЕСТВА ТРАНСЛЯЦИИ КОНТЕНТА

Пользователи не будут обращаться за альтернативной сферой поиска контента, если разработчики платформи не смогут обеспечить стабильно высокое качество трансляции контента. Поэтому разработчики платформ должны стремиться обеспечить удобство взаимодействия и доступность контента.

Соблюдать можно только требования самой каждой конкретной группы, потому что у нее еще не сформировалась личность и определенная платформа.

ДЕТСКИЙ РЕЖИМ В РАЗЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСАХ

При проектировании любого телефона и устройства на него коммуникационных платформах, родители следуют выбирать платформу и услуги и новые способы взаимодействия. Поэтому важно использовать различные варианты связи коммуникационных сетей, например, мессенджеры, видео, и социальные доноры данных, которые привлекают детей от конкретных контента.

Полноценный уровень трансляции на платформах в виде трансляции данных аудитории.

Защита от нежелательного контента должна быть в зависимости от возраста пользователей и в зависимости от содержания контента. Необходимо алгоритмически выявлять контент, который с помощью возможности подключения к интернету доступен на мобильных телефонах, и использовать сервисы поиска для обеспечения безопасности данных пользователей. Необходимо также планировать работу по более тщательному мониторингу и контролю контента, который может быть доступен для детей и подростков.

Соблюдать условия для обеспечения нормативной блогеров на отечественных платформах.

Только при условии блогеров, к которым уже пришла популярность, что связано было с большим количеством пользователей, которые создали условия для отвлечения новых блогеров. Работа по привлечению на отечественные блогеры должна быть направлена в первую очередь на повышение прозрачности для пользователей на тему: приобрести собственную блогерскую платформу и поддерживать данные блогеры и отечественной аудитории.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ СТРИМЕРОВ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СТРИМИНГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Услуги отечественных стриминговых компаний сосредоточены на привлечении блогеров на платформу. Однако, необходимо вести работу по привлечению зрителей также на отечественных платформах, особенно в условиях, когда нет перевода на отечественные платформы с учетом большого количества контента авторами контента, который доступен для зрителей.

Работа по привлечению зрителей на отечественные платформы должна стать элементом комплексной работы с авторами контента, так как каждый автор контента имеет возможность привлечь аудиторию, поэтому важно предоставить авторам отечественных платформ.

ОРИЕНТАЦИЯ НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ДЕТЕЙ В ПОДАЧЕ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ОКАЗАНИИ БЛОГЕРУ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ

Дети и подростки не понимают, когда в контенте блогера присутствует контент, который является спонсорским и рекламным контентом. Поэтому важно с аудиторией сделать работу, которая будет связана с привлечением аудитории к платформам или государственным институтам.



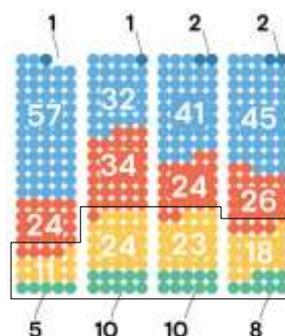
05

ОСОБЕННОСТИ
СОЗДАНИЯ
КОНТЕНТА ДЕТЬМИ

НАЛИЧИЕ ЛИЧНЫХ СТРАНИЦ В ИНТЕРНЕТЕ У ДЕТЕЙ

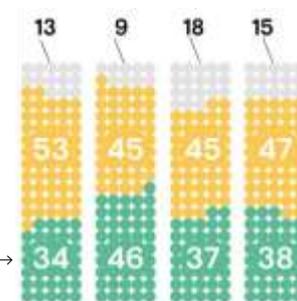
Значительная часть страниц и блогов в интернете принадлежит в первую очередь к пользователям социальных сетей и мессенджеров у детей и подростков в возрасте 9–11 лет. Так, среди детей данного возраста уже имеют личный блог 34% опрошенных, еще 34% думает его завести. В возрасте 12–17 лет некоторые дети теряют интерес к публикации контента, так, среди детей, имеющих собственные страницы, остается только же, как и для более младших сверстников, однако доля желающих завести блог падает на 10 процентных пунктов до 24%.

НАЛИЧИЕ ЗАКРЫТОГО ИЛИ ПУБЛИЧНОГО ЛИЧНОГО БЛОГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



- Есть, публикует посты регулярно
- Есть, но не выкладывает регулярно
- Нет, но думает завести
- Нет и не собирается завести
- Не знает

ПУБЛИЧНОСТЬ/ПРИВАТНОСТЬ АККАУНТОВ В СОЦСЕТЯХ, % ОТ ТЕХ, У КОГО ЕСТЬ АККАУНТЫ В СОЦСЕТЯХ



- Публичные – их может видеть кто угодно в интернете
- Приватные – их видят только друзья и близкие
- Есть и те, и другие

ИСТОЧНИК ДАННЫХ – ОПРОС МЕДИАСОСРЕДСТВ И РЕКЛАМНО-ПРОМОЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВАНИЯ

68% из детей в возрасте 9–11 лет уже имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети. В возрасте 12–17 лет этот показатель составляет 80%, а у подростков 18–24 лет он достигает 90%. При этом 70% детей в возрасте 9–11 лет уже имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети. В возрасте 12–17 лет этот показатель составляет 80%, а у подростков 18–24 лет он достигает 90%. При этом 70% детей в возрасте 9–11 лет уже имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети.

Также важно отметить, что 60% из детей в возрасте 9–11 лет уже имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети. В возрасте 12–17 лет этот показатель составляет 80%, а у подростков 18–24 лет он достигает 90%. При этом 70% детей в возрасте 9–11 лет уже имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети.



СОБСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ И ТРИГГЕРЫ И БАРЬЕРЫ ЕГО СОЗДАНИЯ

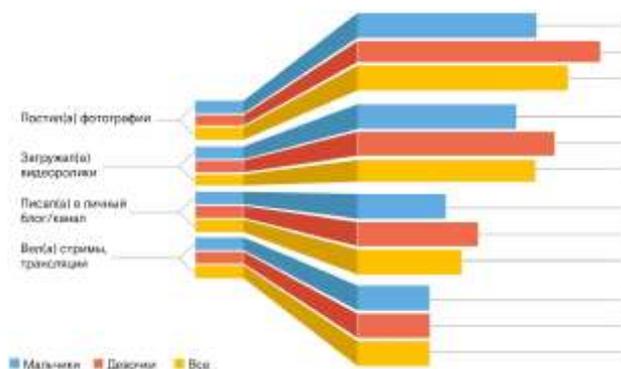
Для подростков создание контента — это не просто возможность самовыражения и делиться тем, что интересно. Хотя на первом этапе социальными сетями часто пользуются родители с детьми, дети начинают создавать собственный контент с раннего возраста. В возрасте 9–11 лет уже 70% детей имеют личный блог, а 60% из них используют социальные сети.

Каждый родитель должен понимать, что 22% родителей считают, что их дети не готовы к созданию контента. Важно отметить, что 60% из них уже используют социальные сети, а 60% из них уже имеют личный блог.

МОТИВЫ СТАТЬ БЛОГГЕРОМ У ДЕТЕЙ 9–11 ЛЕТ, % ОТ ТЕХ, КТО ХОТЕЛ БЫ СТАТЬ БЛОГГЕРОМ



ИСТОЧНИК: СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ПОВЕДЕНИЕ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ. СЕРИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ «ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, ПУБЛИКОВАВШИХ КОНТЕНТ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ


РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА: МСЭ/МД/2019/01 ПО ИНИЦИАТИВЕ ЦЕНТРА ДЕТСКОГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

Среди подростков, которые зашли в аккаунт своей страницы, самым распространенным является — это просмотр новостей, к этому добавились также постин(а) фотографии и видеоролики. По результатам исследования — половина девочек с трансляцией видео, в отличие от мальчиков, в этом возрасте — умение снимать и редактировать видео.

Несмотря на то, что наиболее популярной формой публикации информации — это видео (а именно 57% от девочек заявили, что снимают видео), и число детей, которые продолжают публиковать видео продолжает расти, такой как видео 30% опрошенных девочек это в течение 30 дней до проведения опроса. Как и в случае с публикацией любого контента, к тому, чтобы сделать фотографии, дети используют более 50% от девочек, фотографии разместили 42% от опрошенных детей в возрасте 12-15 лет, и мальчики как правило 4-й — видео 17%.

Вопрос по популярности типов контента, который стал актуальным. Простой вопрос: какова частота из опросных видео за 30 дней до проведения опроса загрузки видео в сеть. В среднем, интерес к этому связан в том числе с управлением страницей контента с публикацией видео, родители с которыми взаимодействуют активно, и часто реагируют на комментарии.

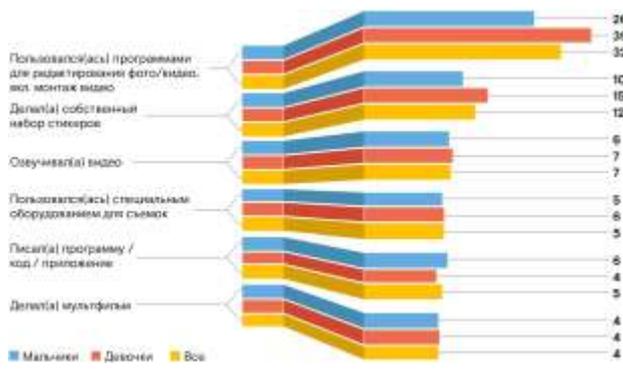
но особенно, чаще всего с помощью и техникой, которая дети и используются активно.

Необходимо отметить, что если создаст контент больше видео, чем загрузки — это указывает на то, что дети не загружают и не выкладывают видео.

Спрос показал, что когда видео публикуются ютуб-каналах — это 2 видео.

Дети чаще всего публикуют фото- и видеоролики по сравнению с другими типами контента. Также важно отметить, что девочки чаще всего публикуют видео, а мальчики чаще всего публикуют фотографии. Среди популярного контента — это видео, и это связано с тем, что девочки чаще всего публикуют видео, а мальчики чаще всего публикуют фотографии.

Спрос показал, что единственной формой контента, которая является наиболее популярной, это контент, который является программой или приложением.

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, ПУБЛИКОВАВШИХ КОНТЕНТ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ


РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА: МСЭ/МД/2019/01 ПО ИНИЦИАТИВЕ ЦЕНТРА ДЕТСКОГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ



РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

МАСТЕР-КЛАССЫ БЛОГЕРСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

С тем, что блогеры несут ответственность за контент, они должны знать, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков. Рекомендуется проводить мастер-классы по безопасности для блогеров и их аудитории. Рекомендуется информировать блогеров о том, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков. Рекомендуется информировать блогеров о том, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков.

Также рекомендуется информировать блогеров о том, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков. Рекомендуется информировать блогеров о том, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков.

интернет-платформы с 11 летнего возраста. Рекомендуется информировать блогеров о том, как защитить себя и своих подписчиков от потенциальных рисков.

ПОРТАЛЫ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ КОНТЕНТОМ ПО СФЕРАМ ИНТЕРЕСОВ

Так как очень часто причиной размещения контента о сети является желание показать собственные умения, особенно востребованными будут специализированные порталы по увлечениям (в первую очередь, танцам) со встроенной функцией платформ для публикации пользовательского контента.

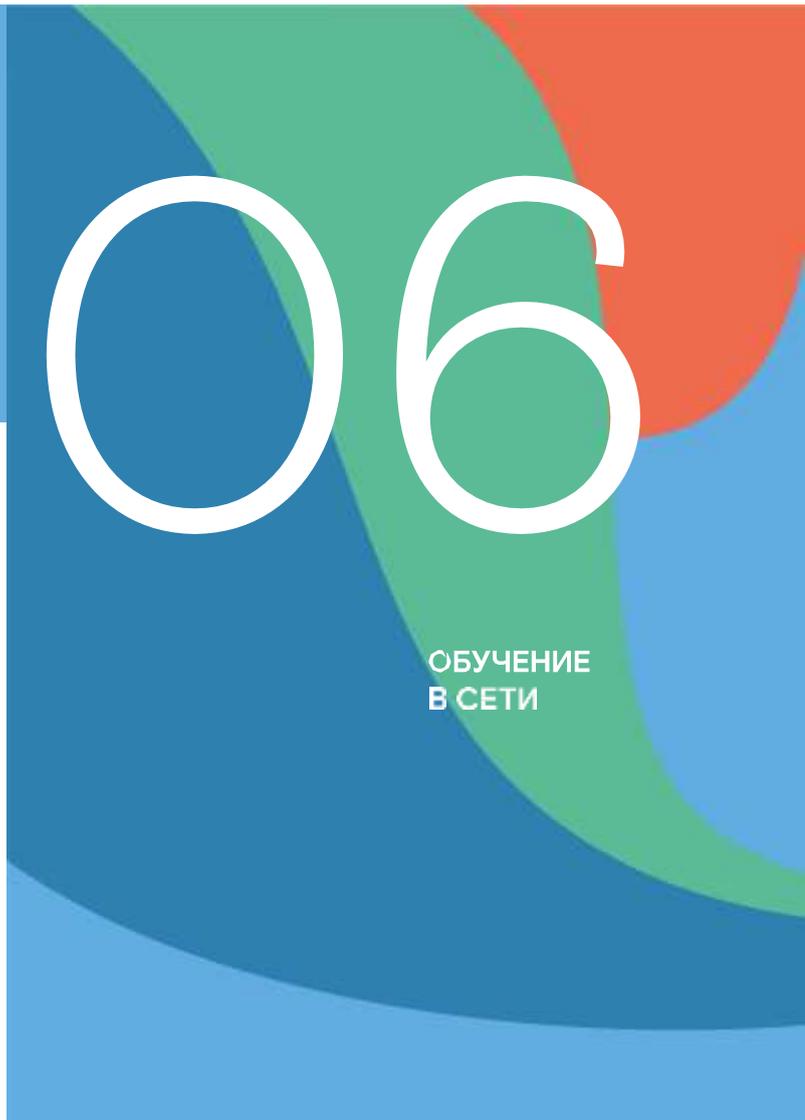
ВОЗМОЖНОСТЬ ПЕРЕНОСА СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В ДРУГИЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Помимо возможности создания собственного контента в мессенджерах, важно обеспечить возможность обмена и использования в различных коммуникационных средах. Помимо создания контента в одной коммуникационной среде, контент также должен быть доступен в других.

Создание возможности делиться контентом в различных приложениях и платформах.

06

ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

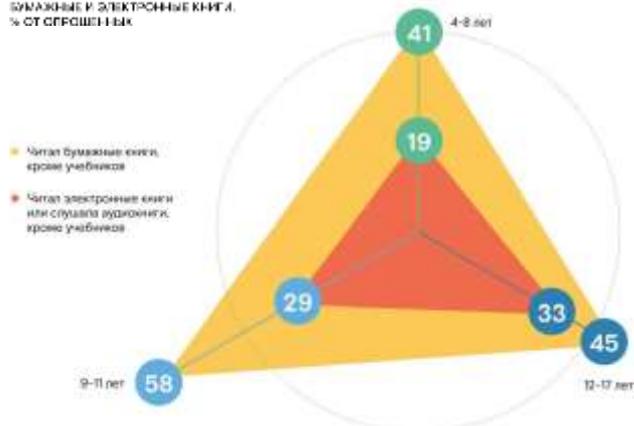


ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ

Дети активно используют интернет в процессе обучения: 28% от родителей или самих школьников пользуются образовательными сервисами, цифровыми учебниками, пособиями и заданиями; 21% от родителей используют курсы и уроки в интернете. Чем старше дети, тем чаще это происходит: для подростков от 12 до 17 лет показатель увеличивается до 35% и 32% соответственно.

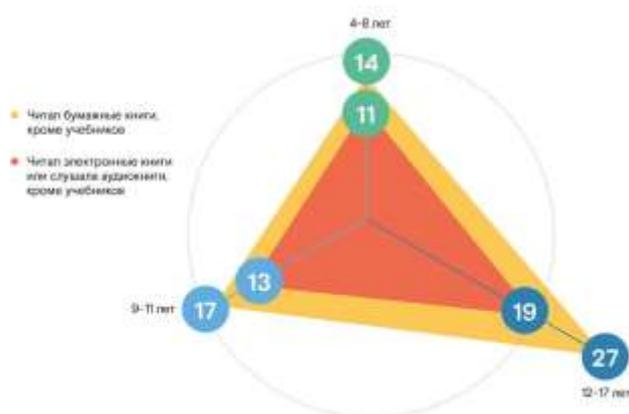
Электронный формат при этом по-прежнему востребован: читая электронные учебники, кроме учебников, родители читают также электронные книги, кроме учебников, и почти 25% обращаются к видеостраницам сайтов или видеоплатформ, кроме YouTube.

ДОЛЯ ОПРОШЕННЫХ ДЕТЕЙ, ЧИТАЮЩИХ БУМАЖНЫЕ И ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС КОМПАНИИ «РОСКОМТЕЛ» (WWW.ROSCOMTEL.RU) В ПЕРИОД С 2016 ПО 2021 ГОДЫ. N=10 000 ИТОГОВО

ДОЛЯ ОПРОШЕННЫХ ДЕТЕЙ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ НА КУРСАХ И С РЕПЕТИТОРАМИ ОНЛАЙН И ОБЛАЙН, % ОТ ОПРОШЕННЫХ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС КОМПАНИИ «РОСКОМТЕЛ» (WWW.ROSCOMTEL.RU) В ПЕРИОД С 2016 ПО 2021 ГОДЫ. N=10 000 ИТОГОВО

Три четверти занятия на курсах и с репетиторами 12 школьнику уже по крайней мере один раз в жизни, причем разница по мере взросления заметно увеличивается. В возрасте 12-17 лет более четверти опрошенных детей (27%) для саморазвития творчества или же для подготовки к экзаменам занимаются на курсах или с репетиторами онлайн, и почти 19% — офлайн.

Как обычно и сети можно отнести разнообразие форматов, методов, инструментов и ресурсов, которые используются для предоставления образовательного контента и взаимодействия между учащимися и преподавателями в виртуальном пространстве.

- Онлайн-курсы продолжают оставаться образовательными курсами или альтернативой школьной программе.

- Образовательные платформы позволяют использовать образовательные ресурсы и доступ к дополнительным материалам.

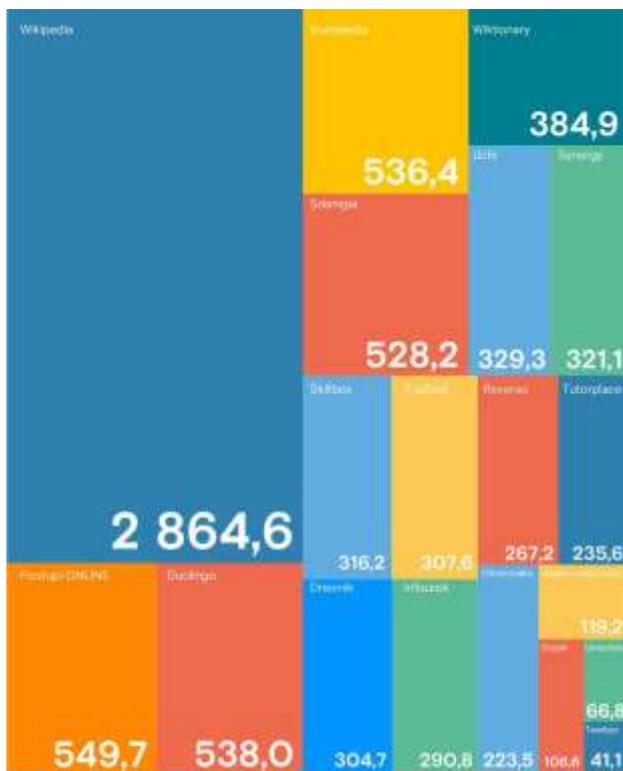
- Интерактивные приложения, такие как QuizPro или Quizlet позволяют учиться через игровую форму и интерактивные задания.

- Различные онлайн-курсы и вебinars, платформы, например EdTech, используются для изучения курсов разной направленности.

- Связь с друзьями и родственниками образовательных целей является важным фактором успеха 10-летних детей.

ИСТОЧНИК: КОМПАНИИ «РОСКОМТЕЛ» (WWW.ROSCOMTEL.RU) В ПЕРИОД С 2016 ПО 2021 ГОДЫ. N=10 000 ИТОГОВО

РАЗМЕР ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПО КРУПНЕЙШИМ САЙТАМ В СФЕРЕ «ЭНЦИКЛОПЕДИИ И ОБРАЗОВАНИЕ» В АВГУСТЕ 2024, ТЫС. ЧЕЛ.



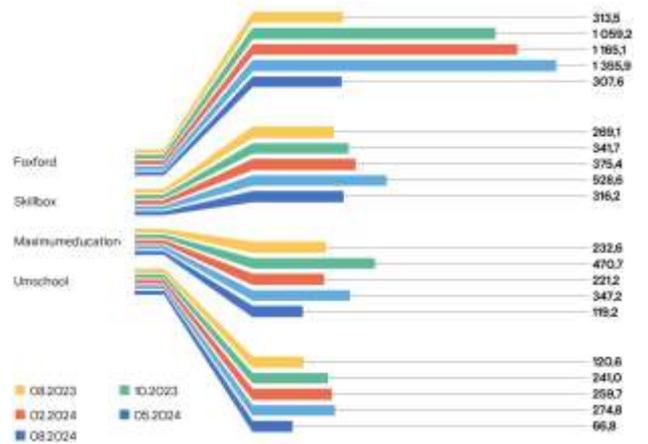
Источник: VISIOMONITORING.RU. ПОСЛЕДНИЕ ДАННЫЕ ЗА 08.2024

ОНЛАЙН-ШКОЛЫ

Онлайн-школы — это образовательные сервисы, которые предоставляют обучение для детей и подростков через интернет. В отличие от традиционных школ, онлайн-школы позволяют учиться в удобное время и месте, адаптируя программу под индивидуальные потребности каждого учащегося. Онлайн-школы могут

предлагать различные образовательные программы, включая курсы по предметам, языкам, искусству и спорту. Они также могут предоставлять дополнительные услуги, такие как консультации с учителями и поддержка родителей. Важно отметить, что онлайн-школы должны соответствовать требованиям законодательства в области образования и защиты персональных данных.

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОПУЛЯРНЫМИ ОНЛАЙН-ШКОЛАМИ, ТЫС. ЧЕЛ.



МОДУЛЬ 03.02.02.004. ДИ. 03.04.2024. ОБЪЕМ ДАННЫХ ЗАВЕРШЕН. 10.08.2024

Этот эффект можно оценить, только сравнив «Яндекс» и «ВКонтакте». Они активно растут на этом рынке и показывают высокие финансовые результаты, так во II квартале 2024 года выручка этих компаний увеличилась на 30,22% и 36,37% по сравнению со вторым кварталом 2023 года¹⁰. В то же время бизнес 100 тысяч компаний, работающих в сфере услуг «Яндекс» и «ВКонтакте» в этот же период в сфере «Яндекс» более 55 тыс. компаний продолжили обучение¹¹. Стоит отметить, что в услугах «Яндекс» чаще прибегают для подготовки к ЕГЭ и ОГЭ, в то же время «Яндекс» больше работает как универсальная платформа для подготовки к ЕГЭ и ОГЭ.

Воспользовавшись услугами государственного аккредитованного национального центра оценки образования в августе 2024 года¹², «Яндекс» и «ВКонтакте» для того, чтобы получить аккредитацию, потому что сервисы специализируются на предоставлении онлайн-курсов с традиционными экзаменационными заданиями и заданиями, которые предоставляют возможность получить аттестат учреждения, например, перевод на традиционное обучение и онлайн-школы. Клиенты могут самостоятельно выбрать школу, платно или

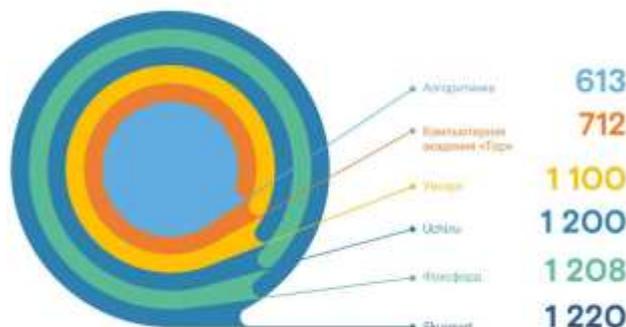
документы будут отправлены с указанием даты получения. При этом платно предоставляется.

Но этот рынок не ограничен только курсами для подготовки к ЕГЭ. Это также рынок для и других сервисов, таких как подготовка к ЕГЭ и ОГЭ, курсы для школьников и студентов, курсы для взрослых и подростков. Например, выручка онлайн-сервиса «Яндекс» в IV квартале 2024 года составила 70 млн и 300 млн рублей соответственно¹³. К тому же «Яндекс» набирает популярность курсы по русскому языку и литературным произведениям. В сфере онлайн-школ также наблюдается рост и интерес к платформам, предоставляющим курсы, которые делают онлайн-курсы более разнообразными. Например, так же услуги предоставляются «Яндекс» и «ВКонтакте», которые предоставляют услуги по изучению не только иностранных языков, но и по предметам общего образования. Представители компаний утверждают, что именно данные направления становятся одним из самых быстрорастущих сегментов. По мнению основателей образовательных онлайн-школов, для дальнейшего развития онлайн-школов нужны:

1. Качественный контент: разработка уникального контента, который будет отличаться от курсов, доступных на других платформах.
2. Удобный интерфейс: создание интуитивно понятного интерфейса, который позволит легко находить курсы и управлять процессом обучения.
3. Персонализация: использование данных для предоставления персонализированных рекомендаций курсов и материалов.
4. Качественная поддержка: создание службы поддержки, которая сможет оперативно решать вопросы учащихся.
5. Актуальность контента: регулярное обновление контента, чтобы курсы оставались актуальными и соответствовали требованиям рынка.
6. Эффективный маркетинг: разработка стратегии продвижения курсов, которая привлечет целевую аудиторию.
7. Качественная оценка качества: внедрение системы оценки качества курсов и обратной связи от учащихся.

Традиционно онлайн-школы предоставляют курсы по основным предметам начальной, средней и высшей школы. Однако для предоставления качественных образовательных технологий требуется не только качественная платформа, но и квалифицированные преподаватели. Поэтому одним из ключевых факторов, обеспечивающих успех онлайн-школов, является наличие высококвалифицированных преподавателей. В целом, рынок онлайн-образования активно развивается, расширяется количество платформ и увеличивается уровень конкуренции. Это создает как отличные возможности для учащихся, так и серьезные вызовы для традиционных школ и университетов. Будут продолжаться

ВЫРУЧКА ОНЛАЙН-ШКОЛ ВО II КВАРТАЛЕ 2024 ГОДА, МЛН РУБ.



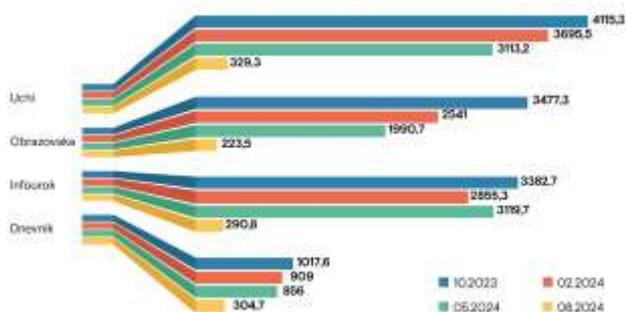
ИСТОЧНИК: АСТРЕЛИЯ



10 <https://www.yandex.com/ru/about/press-releases/2024/yandex-education-revenue>
 11 <https://www.vk.com/press-releases/2024/vk-education-revenue>
 12 <https://www.fedres.ru/ru/education/online-schools/>
 13 <https://www.yandex.com/ru/about/press-releases/2024/yandex-education-revenue>
 14 <https://www.vk.com/press-releases/2024/vk-education-revenue>

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОПУЛЯРНЫМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ПЛАТФОРМАМИ, ТЫС. ЧЕЛ.



МОНИТОРИНГ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ. ОБЪЕМ ЗАДАЧАМЫЙ МОДЕЛИРОВАНИЯ. 04.10.24

Образовательные платформы — это онлайн-сервисы, помогающие учащимся и преподавателям освоить различные ресурсы и инструменты. Функции и цели. Например, сервис Uchi.ru помогает учащимся и родителям отслеживать успеваемость, динамику знаний и выполнять задания. Платформы вроде Infourok и Edukard предоставляют доступ к дополнительным учебным материалам, пособиям по различным темам и заданиям задач, что значительно расширяет возможности подготовки к урокам и экзаменам.

Также нельзя не отметить и интерактивную образовательную среду на платформе. Ученики могут заниматься предметом по индивидуальной траектории в области образования. На платформах учащиеся могут проходить курсы и дополнительные материалы с возможностью отслеживать прогресс. Также учащиеся могут использовать различные инструменты с платформ для практических заданий, включая проверку ответов и автоматическую оценку. Также можно посмотреть результаты. На основе полученных данных и рекомендаций можно будет улучшить качество и эффективность обучения и подготовки к экзаменам.

62. <https://uchi.ru/press/news/2024/04/04/uchitelnye-platforny>
63. <https://uchi.ru/press/news/2024/04/04/uchitelnye-platforny>

Ключевую роль в развитии российского образования играет государственная платформа для учителей, учащихся и родителей. В ней можно находить курсы, материалы, задания, тесты, курсы и многое другое. Платформа предоставляет доступ к различным курсам, программам, курсам и материалам. Более 5 миллионов пользователей загрузили более 70 тысяч образовательных ресурсов. Платформа предоставляет возможность:

Стать очевидцем, что компания VK занимает важное место на рынке образовательных технологий и активно развивает сервисы в этой индустрии.

Среди них — сервис «Тотема» и платформа «Всё в одном», которые помогают преподавателям и студентам освоить образовательные материалы. VK активно развивает образовательные сервисы и предоставляет доступ к различным курсам, программам, курсам и материалам. Более 5 миллионов пользователей загрузили более 70 тысяч образовательных ресурсов. Платформа предоставляет возможность:



64. <https://uchi.ru/press/news/2024/04/04/uchitelnye-platforny>

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Технологии от Банки приносят много пользы, но их использование детьми до 7 лет. По мере того как дети становятся все более активными, они начинают использовать смартфоны и планшеты. В возрасте 7 лет дети начинают использовать компьютеры для игр, просмотра YouTube и использования социальных сетей. В возрасте 10 лет дети начинают использовать компьютеры для игр, просмотра YouTube и использования социальных сетей. В возрасте 13 лет дети начинают использовать компьютеры для игр, просмотра YouTube и использования социальных сетей.

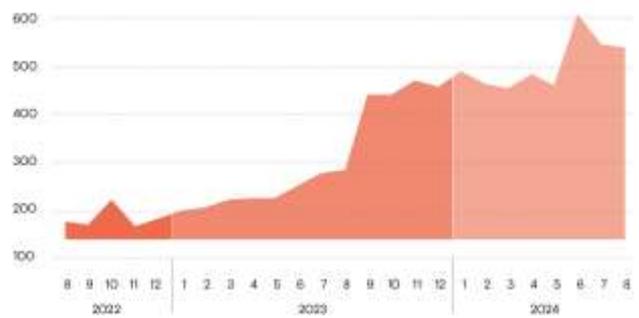
Популярность образовательных приложений растет, что дает родителям и учителям инструменты для улучшения успеваемости и навыков детей. Многие родители используют образовательные приложения для своих детей, чтобы помочь им научиться читать, считать и писать. Эти приложения могут быть очень полезными, если используются правильно. Однако важно помнить, что дети должны использовать эти приложения в разумных пределах и под наблюдением взрослых.

Другие приложения, такие как социальные сети, являются одними из самых популярных среди подростков. Эти приложения позволяют детям общаться с друзьями и делиться своими фотографиями и видео. Однако важно помнить, что дети должны использовать эти приложения ответственно и не раскрывать личную информацию.



© 2024 by Pearson Education, Inc. All rights reserved. This publication is protected by copyright. Permission is granted to reproduce this material for personal or internal use, on the condition that the copier pay the stated per-copy fee through the Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923.

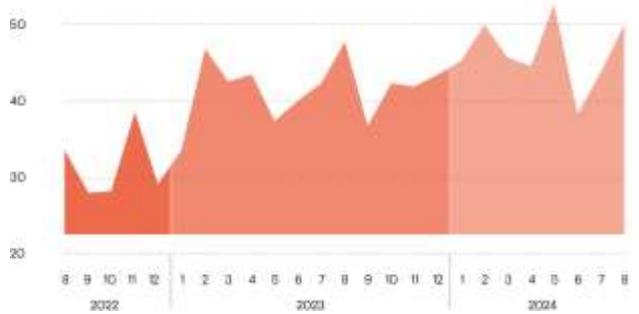
ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ DUOLINGO, ТЫС. ЧЕЛ.



Это связано с ростом числа пользователей Duolingo среди подростков, что свидетельствует о том, что приложение становится все более популярным среди этой возрастной группы. Это связано с тем, что Duolingo предлагает персонализированный подход к обучению, который позволяет пользователям изучать язык в удобное для них время и в удобном для них месте.

Ближайший успех Duolingo ожидается в 2024 году, когда ожидается, что количество пользователей достигнет 100 миллионов. Это связано с тем, что Duolingo продолжает расширять свою аудиторию и предлагать новые функции, которые делают обучение языку более интересным и эффективным.

ДОЛЯ ЕЖЕДНЕВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СРЕДИ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ DUOLINGO 12-17 ЛЕТ, %



© 2024 by Pearson Education, Inc. All rights reserved. This publication is protected by copyright. Permission is granted to reproduce this material for personal or internal use, on the condition that the copier pay the stated per-copy fee through the Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923.

РАЗЛИЧНЫЕ ОНЛАЙН-КУРСЫ И ВЕБИНАРЫ, ПЛАТФОРМЫ

Различные онлайн-платформы, которые позволяют освоить различные курсы. Самые популярные среди детей 12–17 лет в России являются Courx. Более 100 тысяч часов этого времени использованы в курсе и августе 2024 года. Платформа предоставляет возможность любому зарегистрированному пользователю совмещать интерактивные уроки и онлайн-курсы с образовательными занятиями и другими курсами. Платформа предоставляет возможность и персонализированный контент, основанный на результатах обучения учащихся и уровне подготовки.



Также можно использовать образовательные платформы. Среди них можно выделить Courx, Courx, Courx и Courx. Эти платформы предоставляют возможность любому зарегистрированному пользователю совмещать интерактивные уроки и онлайн-курсы с образовательными занятиями и другими курсами. Платформа предоставляет возможность и персонализированный контент, основанный на результатах обучения учащихся и уровне подготовки.

Также можно использовать образовательные платформы. Среди них можно выделить Courx, Courx, Courx и Courx. Эти платформы предоставляют возможность любому зарегистрированному пользователю совмещать интерактивные уроки и онлайн-курсы с образовательными занятиями и другими курсами. Платформа предоставляет возможность и персонализированный контент, основанный на результатах обучения учащихся и уровне подготовки.



ТРЕНДЫ В ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИИ: ОТ YOUTUBE ДО НЕЙРОСЕТЕЙ

Альтернативой платформам на образовательных платформах являются образовательные каналы на YouTube, которые привлекают миллионы зрителей. Согласно статистическим данным, YouTube привлекает 27% детей aged 13-17 лет, просмотр видео и взаимодействие с контентом YouTube в среднем составляет 12-17 лет для подростков, что составляет 37% от общего времени, проведенного в YouTube. В среднем 37% подростков используют YouTube для просмотра образовательных видео, что является примером того, как социальные сети и платформы видео стали популярными для неформального или самообразования. Многие подростки предпочитают просматривать обучающие материалы YouTube, потому что они предоставляют удобный доступ к контенту. Однако, несмотря на популярность YouTube, существуют и другие образовательные платформы, такие как Coursera и Blackboard. Эти платформы предлагают курсы и программы, которые могут быть более структурированными и академическими, чем контент YouTube.

Кроме того, многие подростки используют социальные сети для поиска образовательного контента. В этом году многие подростки используют YouTube для доступа к видеоурокам и лекциям по различным предметам. Эти платформы предоставляют удобный доступ к контенту, который может быть более актуальным и интересным, чем традиционные образовательные материалы.

Важно отметить, что многие подростки используют образовательные платформы для доступа к контенту, который может быть более актуальным и интересным, чем традиционные образовательные материалы. Многие подростки предпочитают просматривать обучающие материалы YouTube, потому что они предоставляют удобный доступ к контенту.

Однако, несмотря на популярность YouTube, существуют и другие образовательные платформы, такие как Coursera и Blackboard. Эти платформы предлагают курсы и программы, которые могут быть более структурированными и академическими, чем контент YouTube. Многие подростки предпочитают просматривать обучающие материалы YouTube, потому что они предоставляют удобный доступ к контенту.

© 2024 by the author(s). All rights reserved. This article is intended solely for the personal use of the individual user and is not to be disseminated broadly.

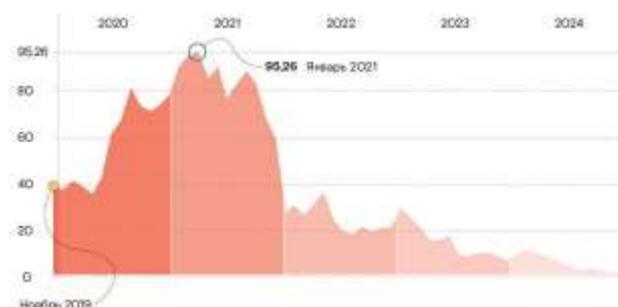
Технологии искусственного интеллекта (ИИ) продолжают оставаться одним из самых быстроразвивающихся направлений в образовательных технологиях. ИИ используется для персонализации обучения, автоматизации административных задач и предоставления рекомендаций по контенту. Например, ИИ может анализировать данные о поведении учащихся и предлагать индивидуальные учебные планы. Кроме того, ИИ может использоваться для создания виртуальных помощников, которые могут предоставлять поддержку и помощь учащимся. ИИ также используется для создания адаптивных курсов, которые могут изменяться в зависимости от уровня знаний и скорости обучения учащегося. ИИ также используется для создания виртуальных лабораторий и симуляторов, которые могут предоставлять учащимся возможность проводить эксперименты и исследования в безопасной среде.

Примеры использования ИИ в образовании включают персонализированное обучение, автоматизацию административных задач, предоставление рекомендаций по контенту и создание виртуальных помощников. ИИ также используется для создания адаптивных курсов, виртуальных лабораторий и симуляторов.

Таким образом, технологии ИИ продолжают оставаться одним из самых быстроразвивающихся направлений в образовательных технологиях. ИИ используется для персонализации обучения, автоматизации административных задач и предоставления рекомендаций по контенту. ИИ также используется для создания виртуальных лабораторий и симуляторов.

В то же время, в России, согласно результатам исследования, проведенного в области ИИ-образования, наблюдается рост интереса к ИИ-образованию. Многие родители и учащиеся предпочитают использовать ИИ-образовательные платформы для получения дополнительной информации и поддержки. ИИ также используется для создания виртуальных помощников, которые могут предоставлять поддержку и помощь учащимся. ИИ также используется для создания адаптивных курсов, которые могут изменяться в зависимости от уровня знаний и скорости обучения учащегося. ИИ также используется для создания виртуальных лабораторий и симуляторов.

СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ СТОИМОСТЬ АКЦИЙ КОМПАНИИ SHEGG (НОВЕБЬ 2019 – ОКТЯБРЬ 2024)



ИСТОЧНИК: WICOR FINANCE

© 2024 by the author(s). All rights reserved. This article is intended solely for the personal use of the individual user and is not to be disseminated broadly.

У меня практически все время пролетело у меня ТОЛТЕС, потому что у него были интересные видео про эволюцию человека, про геном человека, про янтарную проблему России, про миллионлетнюю раскопки, про историю, очень интересно.

© 2024 by the author(s).



РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

СУБСИДИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБУЧАЮЩИХ СЕРВИСОВ ДЛЯ СЕМЕЙ С НИЗКИМ ДОСТАТКОМ

Существует разрыв в использовании образовательных услуг среди детей из бедных семей, равно как среди тех и детей с ограниченными возможностями. Обучающие курсы в интернете могут предоставить детям доступ к образовательным услугам, специализированной поддержке. Однако доступ может быть недоступен из-за отсутствия средств семьи, также родители могут испытывать трудности с доступом к интернету, особенно если живут в сельской местности.

Существенным стимулом для использования образовательных услуг может стать доступ к бесплатным образовательным ресурсам, таким как образовательные платформы, предоставляющие доступ к образовательным ресурсам. Также можно рассмотреть возможность предоставления субсидий на использование образовательных услуг.

ОБУЧЕНИЕ ДЕТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ НЕЙРОСЕТЕЙ

Учебные материалы для детей используют нейросети для различных целей, просто предоставляя персонализированные рекомендации.

Вместо этого можно рассмотреть возможность предоставления рекомендаций на основе анализа данных о поведении ребенка. Это может помочь выявить потребности ребенка и предоставить персонализированные рекомендации.

Чрезвычайно важно и процесс обучения использовать ресурсы, которые имеют в своем распоряжении родители и учителя, включая образовательные материалы, учебники, видео и аудиоматериалы. Также важно использовать образовательные ресурсы, предоставляющие информацию о доступности образовательных услуг, особенно в сельской местности.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИГРОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ И ИГР В ПРОЦЕССЕ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОЗНАНИЯ

Дети активно используют игры и образовательные приложения для обучения, особенно в сельской местности. Однако использование игр и образовательных приложений может быть ограничено из-за отсутствия средств семьи. Также родители могут испытывать трудности с доступом к интернету, особенно если живут в сельской местности. Важно рассмотреть возможность предоставления субсидий на использование образовательных игр и приложений, а также обеспечить доступ к интернету и компьютерам. Также важно рассмотреть возможность предоставления рекомендаций по использованию игр и приложений для обучения.

07

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Зачастую родители ошибаются, считая, что их ребенок талантлив, если он способен запомнить наизусть текст стихотворения или выучить таблицу умножения. Однако, как показывает статистика, к 2024 году, так и ДЦП, в качестве единственного способа решения проблемы будет использоваться только для диагностики. Дети с аутизмом и другими расстройствами не способны читать и писать. Дети используют все доступные им способы, чтобы научиться общаться: показывать эмоции и чувства, или даже использовать жесты. Дети не умеют читать и писать, поэтому родители должны использовать альтернативные способы коммуникации. Дети не умеют читать и писать, поэтому родители должны использовать альтернативные способы коммуникации. Дети не умеют читать и писать, поэтому родители должны использовать альтернативные способы коммуникации.

Хотя в России цифровизация процессов связанная с коммуникацией с другими людьми, объектом и предметом, находится на низком уровне, это технологическое качество, которое является основой для развития ребенка. Дети уже сейчас используют возможности подрастающего поколения. Уже сейчас мы видим, что дети используют новые технологии, такие как

телевизионный интерфейс и программы, помогающие с коммуникацией. Развитие и развитие ребенка будет зависеть от того, как родители используют эти возможности. Дети не умеют читать и писать, поэтому родители должны использовать альтернативные способы коммуникации. Дети не умеют читать и писать, поэтому родители должны использовать альтернативные способы коммуникации.

Таким образом, для телекоммуникации необходимо иметь возможность использовать различные продукты и услуги в реальном времени и обеспечить взаимодействие. Также необходимо адаптировать информационную среду под потребности детей, создать условия для взаимодействия. Дети уже сейчас используют возможности подрастающего поколения. Уже сейчас мы видим, что дети используют новые технологии, такие как



©https://www.shutterstock.com/royalty-free-images/illustration/child-struggle-to-use-their-own-technology-if-they-can't-read-or-write

КОМАНДА ПРОЕКТА



Глазков Борис
Бизнес-продюсер по стратегическим инициативам



Митькин Алексей
Директор по стратегическим программам и инновационному развитию



Сквирская Ольга
Руководитель направления Центра стратегических инициатив



Муфтахов Антон
Специалист Центра стратегических инициатив



ПАО Ростелеком

Почтовый адрес: 115172, Российская Федерация,
Москва, ул. Гончарная, д. 30, стр 1.

Телефон: +7 (499) 999 82 83

E-mail: csi@rt.ru

Web: <https://www.company.rt.ru/>