

1

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

ЧАСТЬ

ОБЩЕНИЕ,
ТВОРЧЕСТВО,
РАЗВЛЕЧЕНИЕ,
ОБУЧЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ.....	4
Приветственное слово.....	5
Основные выводы исследования.....	6
Чем отличаются сегодняшние дети и подростки от своих предшественников.....	9
Методология исследования.....	12
ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ.....	15
Профиль времяпрепровождения детей в сети.....	16
Основные занятия: общение, творчество, развлечение, обучение.....	20
ОБЩЕНИЕ В СЕТИ.....	24
Наиболее используемые мессенджеры и соцсети среди детей.....	25
Каналы коммуникации с разными группами.....	31
Каким образом передают эмоции в сети.....	34
Общение в офлайн и онлайн среде: конфликт или дополнение?.....	38
Как формируется круг общения: офлайн или онлайн.....	41
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов.....	44
ЛЮБИМЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ: ВИДЕО, ИГРЫ И МУЗЫКА.....	45
Видеохостинги и онлайн-кинотеатры.....	46
Сервисы короткого видео.....	52
Музыкальные сервисы.....	54
Отношение к пиратству.....	56
Мобильные и компьютерные игры.....	59
Любимый контент у детской и подростковой аудитории.....	71
Навигация в сети и стратегии поиска нового контента.....	80
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов.....	82

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА ДЕТЬМИ.....	84
Наличие личных страниц в интернете у детей.....	85
Собственный контент и триггеры и барьеры его создания.....	87
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов.....	90
ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ.....	91
Востребованность образовательных сервисов детьми.....	92
Онлайн-школы.....	95
Образовательные платформы.....	98
Интерактивные приложения.....	100
Различные онлайн-курсы и вебинары, платформы.....	102
Тренды в онлайн-обучении: от YouTube до нейросетей.....	104
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов.....	106
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	107
КОМАНДА ПРОЕКТА.....	109



01

ВСТУПЛЕНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ

5

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



Глазков Борис

Вице-президент по стратегическим инициативам

Дети, родившиеся в первом десятилетии XXI века, с первых лет своей жизни окружены гаджетами, которые открывают им доступ к бесконечным объемам информации. Современные технологии стремительно развиваются, и сегодня искусственный интеллект стал неотъемлемой частью обихода для этих детей. Умные колонки, рассказывающие сказки и поддерживающие разговор, автоматизированные системы рекомендаций и простые инструменты для творчества на основе генеративных нейронных сетей формируют у детей определенные ожидания от информационной среды. Эти ожидания, превращающиеся в требования, меняют представления о том, как должны работать цифровые сервисы.

Дети поколения Альфа кардинально отличаются от своих предшественников – они иным образом воспринимают окружающий мир, по-другому общаются и потребляют информацию. Для них технологии – это не просто инструменты,

а активные соучастники их жизни. Эти изменения значительно влияют на то, как они взаимодействуют друг с другом, обучаются, развлекаются и формируют свои собственные привычки и предпочтения. Важно учитывать эти отличия, так как они непременно повлияют на направления развития сервисов и приложений в будущем.

Чтобы предвидеть будущее и адекватно реагировать на изменения, лидеры технологической отрасли должны понимать, как дети уже сегодня используют интернет-сервисы. Понимание их предпочтений, интересов и способов взаимодействия с контентом необходимо для создания комфортной и безопасной виртуальной среды, поддерживающей учебный и творческий потенциал детей и защищающей их от угроз. Изучая цифровые привычки, мы способствуем созданию безопасного и инновационного цифрового пространства.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

После окончания пандемии снижения к допандемийным нормам использования интернета детьми не случилось, подростки в России в среднем проводят в сети Интернет 6,5 часов ежедневно. Самые популярные занятия в сети у детей и подростков как по всему миру, так и в России – это просмотр видео, игра в компьютерные игры, по мере взросления добавляются также общение и просмотр контента в социальных сетях.

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

Уже в возрасте 4-8 лет дети начинают использовать мессенджеры в основном для связи с родителями. Неумение читать и писать больше не является преградой для использования мессенджера: вместо текстовых сообщений дети используют доступные им звонки, голосовые сообщения, смайлы и стикеры. Активное общение с друзьями в мессенджере начинается примерно в 8-9 лет.

Самым популярным мессенджером среди детей 4-11 лет является WhatsApp, подростки 12-17 лет активнее используют Telegram, в котором происходит общение с ровесниками, просмотр медиаконтента и игра. Два года назад среди подростков самой популярной средой для общения была соцсеть ВКонтакте, однако Telegram к середине 2023 года догнал ВКонтакте по аудиторным показателям. По среднему времени на платформе Telegram обогнал ВКонтакте еще раньше, а в последние месяцы уверенно удерживает лидерство. Нишевую популярность получил Discord.

Дети адаптируются к привычкам и особенностям пользования средствами связи своих собеседников, не важно друзья ли это или родные. Дети 4-8 лет используют одни и те же мессенджеры при общении и с друзьями, и с родителями. В возрасте 9-11 лет они постепенно начинают использовать социальные сети и Telegram, но еще не так значительно, как подростки. Подростки для общения между собой чаще используют Telegram, но с родителями, как правило, продолжают общаться через WhatsApp.

С возрастом значительно меняется широта использования средств коммуникации. Дети младших возрастов предпочитают общаться с помощью звонков, голоса, а эмоции выражать через смайлики и стикеры. Дети 9-11 лет уже активно используют текстовые формы коммуникации, общаются и с помощью голоса, и с помощью визуальных форм передачи информации. Голосовые сообщения чаще всего используются при необходимости рассказать длинную историю, которую иначе долго набирать текстом. При этом дети 9-11 лет активно начинают использовать гифки и мемы. В этом возрасте становится заметным, что детям чрезвычайно важно передать свои эмоции в общении, в том числе и онлайн, о чем говорится во множестве исследований поколения Альфа. Подростки продолжают эту тенденцию и активно пользуются всеми видами общения, кроме видеозвонков, которым они предпочитают кружочки.

В подростковом возрасте одной из основ реального взаимодействия становится совместный просмотр контента на телефоне — многие подростки смотрят вместе тик-токи, видео и различные мемы, вместе сидят в социальных сетях. Дети имеют не так много возможностей взаимодействовать друг с другом в офлайне, и чем старше становится ребенок, тем меньше у него остается свободного времени, и тем ценнее становится такое общение. Однако

взаимодействие не ограничивается редкими эпизодами очного общения, поэтому в процессе взросления дети все больше переходят на онлайн общение, чтобы компенсировать нехватку офлайн взаимодействия, оставаться социализированными и на связи.

У детей не такие обширные социальные связи, и, следовательно, не так много подписчиков или друзей в социальных сетях. У 4 детей из 10 количество подписчиков не превышает 19 пользователей. Ожидаемо, что с возрастом социальный круг увеличивается, равно как и количество друзей в соцсетях. Более половины подростков знакомятся в интернете, знакомства в интернете для детей и подростков часто начинаются через игры и игровые платформы. В процессе совместных игровых сессий коммуникация нередко выходит за пределы самой игры и перерастает в дружеские связи.

ЛЮБИМЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

YouTube оставался в сентябре 2024 ведущей платформой для детей и подростков в сегменте длинных видео. Использование отечественных сервисов продолжает расти, но пока они воспринимаются как дополнительные. Большая часть пользователей готова мириться с неудобствами для продолжения использования YouTube, а часть аудитории находит способы обхода блокировок. Так, например, подростки по-прежнему смотрят большинство видео на YouTube, но для эксклюзивного контента популярных блогеров используют VK Видео, Rutube, в свою очередь, укрепляет позиции как платформа для бесплатного просмотра фильмов и сериалов, создавая конкуренцию онлайн-кинотеатрам, которые столкнулись с сокращением библиотек контента. Отечественным платформам необходимо продолжать наращивать качество и объем контента.

Среди детей 4-8 лет ключевую роль играют мультфильмы, что дает Rutube конкурентное преимущество. Возрастная группа 9-11 лет представляет собой переходную аудиторию: с одной стороны, они все еще активно смотрят мультфильмы, но с другой — растет интерес к блогерам и другим развлекательным форматам.

Среди сервисов коротких видео лидирующие позиции занимает TikTok, причем среди всех возрастных групп. VK Клипы составляют ему конкуренцию. Likee нашёл основной массив своей аудитории среди детей 9-11 лет, с явным преобладанием девочек, при этом постепенно наращивая аудиторию среди подростков. Yappy пока не смог завоевать значительной доли пользователей среди детей и подростков.

Чем взрослее дети, тем чаще они используют стриминговые сервисы. Самые популярные сервисы в данном сегменте – отечественные, VK Music более популярен среди подростков, в то время как более юная аудитория чаще использует Яндекс Музыка. Статистически заметную роль играет и благосостояние семьи, так как доступ к важным функциям привязан к платным подпискам.

Дети не хотят покупать подписки на лицензионный контент, широко распространено пиратство среди подавляющего числа детей. Чуть больше половины детей из всех возрастных категорий вообще не покупают что-либо из популярных форм контента и не оформляют подписки. Сервис или контент должны предоставить очень высокий уровень ценности, качества, удобства для того, чтобы ребенок решил потратить деньги на покупку. При этом нельзя назвать доступ и поиск пиратского контента тяжелым.

Пока просмотр профессионального контента организуют для детей взрослые, распространено использование семейной подписки. К подростковому возрасту дети предпочитают иметь подписку на музыкальные сервисы, которым они начинают активно пользоваться, а вот другие типы контента оплачиваются уже реже. Даже если в семье есть подписка, по мере взросления дети скачивают или смотрят видеоконтент на пиратских сайтах. Некоторым кажется, что создание фильма не столь трудно и ресурсозатратно по сравнению с разработкой компьютерных игр. Многие дети считают создание игр ценной работой, за которую необходимо платить, – и покупают официальные версии игр, чувствуя, что тем самым оплачивают труд разработчиков и делают вклад в продолжение разработки игр данной командой.

В компьютерные игры на ПК играют более трети подростков, в мобильные игры – практически все подростки за редким исключением. Среди игр с наибольшей аудиторией – игры различных жанров, у подростков нет приверженности к какому-то определенному. Две игры на первых местах по аудиторным показателям относятся к так называемым «песочницам» или метавселенным – Roblox и Minecraft.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

Заведение личных страниц или блогов в интернете ассоциируется в первую очередь с использованием социальных сетей и начинается у детей в то же самое время – в 9-11 лет. Пик желания стать блогером у детей наблюдается в 9-11 лет, но уже в возрасте 12-17 лет это желание ослабевает.

¹ Присоединен к компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

Для представителей поколения Альфа большое значение имеет возможность самовыражаться и делать что-то креативное. Хотя на первом месте среди причин желания стать блогером с большим отрывом стоит денежная мотивация, но также широко распространена мотивация делать «прикольные штуки» и показывать свои умения.

Базовое умение делать контент есть очень у многих детей. Самые распространенные типы публикаций – это фото и видео, следовательно, чаще всего дети обрабатывают в редакторах данные типы контента, а также создают стикеры в Telegram, которые также расцениваются детьми как способ не только выразить свою креативность, но и в дальнейшем более ярко выразить свои эмоции.

ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

В процессе обучения дети используют синтез из цифровых и аналоговых инструментов. До 40% подростков уже сейчас пользуются образовательными сайтами, цифровыми учебниками, пособиями и тестами. При этом,



занятия на курсах и с репетиторами по интернету уже популярнее, чем офлайн-занятия.

На рынке онлайн-образования для детей крупнейшими сегментами являются онлайн-школы, которые предлагают отдельные образовательные курсы или альтернативу школьной программы, образовательные платформы, которые помогают упростить образовательный процесс и дать доступ к дополнительным материалам, интерактивные приложения, которые помогают учащимся через игровую форму и интерактивные задания, и различные онлайн-курсы и вебинары, платформы, которые используются для изучения курсов разной направленности.

Для того, чтобы сделать обучение в онлайн-школе признаваемым на государственном уровне, отраслевым стандартом стало сотрудничество онлайн школ с традиционными аккредитованными школами-партнерами, которые предлагают возможность ученику получить аттестат.

Альтернативой материалам на образовательных сервисах является обучающий контент на видеохостингах, находящийся в свободном доступе. Школьники активно смотрят образовательные видео, если какая-то тема в школе оказалась для них непонятной или была пропущена. Большой популярностью пользуются научно-популярные видео.

Одним из ключевых трендов последних лет в сфере обучения стало развитие нейросетей. Современные дети всё чаще используют нейросети для выполнения домашнего задания, написания докладов и усвоения нового материала.

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 «отцами и детьми» и рассматривает влияние социально-культурных факторов на формирование общих ценностей, мышления и опыта людей, родившихся в определённые временные периоды.

ТРАДИЦИОННО ВЫДЕЛЯЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ПОКОЛЕНИЯ

БЕБИ-БУМЕРЫ

(1946—1964)

Это поколение родилось в период послевоенного всплеска рождаемости, когда экономическое развитие и технологический прогресс были на подъёме. Бумеры характеризуются высоким уровнем жизни и убеждением, что мир будет становиться лучше. Они активно участвовали в политике, отстаивая права человека и демократии, но в результате экономических сложностей стали более консервативными. В России это поколение также испытало на себе идеологические нагрузки и перегазоники, что заставляло их вновь адаптироваться к меняющемуся миру.

ПОКОЛЕНИЕ X

(1965—1981)

Представители этого поколения выросли в условиях, когда родители много работали, что сделало их самостоятельными с юных лет. Они восприняли изменения, произошедшие после распада СССР, и стали прагматиками, стремящимися к материальным достижениям и индивидуализму.

МИЛЛЕНИАЛЫ

(1982—1996)

Миллениалы — поколение, выросшее в условиях быстрых технологических изменений. Их характерные черты — толерантность и стремление к разнообразию, позднее создание семьи. Стоит отметить, что в разных регионах мира миллениалы испытывали различные жизненные условия: западные миллениалы столкнулись с экономическими трудностями и террористическими угрозами, тогда как российские росли в условиях относительного благополучия. Однако общим для всех миллениалов стала высокая планка ожиданий, которая не всегда соответствует реальности.

ПОКОЛЕНИЕ Z

(1997—2012)

Зумеры — цифровые аборигены, первые, кто начал расти с доступом к интернету и мобильным технологиям. Они сталкиваются с проблемами ментального здоровья и нереалистичными стандартами, порожденными соцсетями. Зумеры проявляют стремление к балансу между работой и личной жизнью, однако часто испытывают недовольство от нестабильности на рынке труда.

ПОКОЛЕНИЕ АЛЬФА

(2012—2025)

Поколение Альфа, первое поколение, которое полностью родилось в новом тысячелетии и с самого детства растет в тесной связке с гаджетами и интернетом, с мгновенным доступом к любой информации, что существенно влияет на восприятие мира. Так, опрос, проведенный НИУ ВШЭ в 2023 году, показал, что среди детей 3–6 лет в России более 30% владеют телефонами, к 11 годам эта доля достигает 72%, а к 14 годам девять из десяти детей пользуются мобильными устройствами¹.

Дети с самого раннего возраста сталкиваются с разнообразием медиа и контента, а такие платформы, как TikTok, становятся важным каналом не только потребления информации, но и самовыражения и развлечения. Дети не являются молчаливыми зрителями, они расценивают себя «сопричастными создателями».

Исследование детской больницы Ч.С. Мотта при Мичиганском университете показало, что пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на поколение Альфа, кардинально изменив способ их взаимодействия с окружающим миром. Из-за дефицита практики общения в реальных условиях у нового поколения стали чаще возникать сложности с социализацией и установлением дружеских контактов². В то же время опрос Pew Research Center показал, что несмотря на проблемы с социализацией в реальном пространстве, 47% играющих в компьютерные игры подростков в США нашли хотя бы одного друга через компьютерные игры, а 72% играют, чтобы проводить время с друзьями³. Таким образом, поколение Альфа быстро осваивает навыки общения онлайн, активно формируя социальные связи в цифровом пространстве.

Исследования, проведенное учеными из Луизианского университета среди более 13 тыс. подростков, показало, что использование популярных среди подростков социальных сетей, как TikTok и Instagram⁴, взаимосвязано с ростом политического активизма и интереса к гражданскому участию среди подростков. В то же время, такие социальные сети как Facebook и Twitter ведут к поляризации политических взглядов среди демографической группы детей⁵. В совокупности, это приводит к более раннему столкновению с проблемами «взрослого мира» среди детей и вовлечению в политический активизм. Многие исследования подтверждают, что отличительной чертой поколения Альфа является более быстрое взросление и желание решать глобальные вопросы.

В рамках данного исследования мы взглянули на отличия поколений с точки зрения их влияния на манеру поведения детей и подростков в Интернете и дали рекомендации, что стоит сделать разработчикам коммуникационных сервисов, чтобы использование их продуктов было предпочтительно, удобно и безопасно для молодого поколения.



¹ <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/837320540.pdf>

² <https://www.keg.com/news/communicating-with-generation-z-versus-generation-alpha>

³ <https://mottpoll.org/reports/facilitating-friendships-parents-role>

⁴ <https://www.pewresearch.org/internet/2024/05/09/teens-and-video-games-today/>

⁵ <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20563051231186364>

⁶ Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

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

СХЕМА: ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



На **этапе формирования гипотез** были изучены десятки научных статей, посвященных отличию поколения Альфа от своих предшественников. Были изучены материалы, касающиеся детей как в мире в целом, так и в России в частности. По итогам выявления особенностей поколения Альфа был сформирован перечень гипотез для проверки. Гипотезы касались того, как особенности изучаемого поколения влияют на поведение в сети. Например, в рамках научных исследований отмечалось, что дети поколения Альфа испытывают острую необходимость в выражении собственных эмоций. Исходя из этого, была выдвинута гипотеза, что дети активно используют доступные способы выражения эмоций при общении в мессенджерах, такие как эмоджи, стикеры, видеосообщения и прочее.

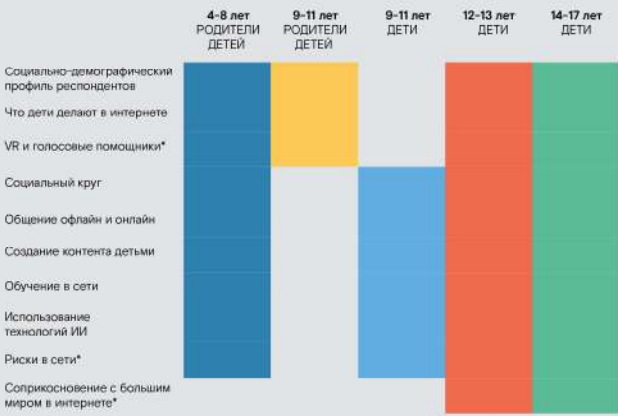
Для выполнения работ на этапе **уточнения гипотез** и этапе сбора данных была привлечена исследовательская компания Mediascope.

Для предварительной проверки и уточнения гипотез Mediascope по заказу Ростелеком провела качественное исследование медиапотребления

детско-подростковой аудитории; проведено 30 глубоких интервью с детьми и подростками от 4 до 17 лет и, для детей младшего возраста, их родителями. К исследованию приглашались дети, имеющие доступ в интернет: их родители не запрещают полностью использование гаджетов, и дети имеют в личном или совместном семейном пользовании гаджеты для доступа в интернет. Каждое интервью длилось от 1,5 до 2 часов.

Результаты интервью использовались для уточнения гипотез и формулировок опросника. На данном этапе ни одна гипотеза не была исключена, так как результаты качественного исследования не могут быть спроецированы на генеральную совокупность вследствие специфики формирования выборки, метода рекрутирования и опроса респондентов. Полученные на данном этапе результаты отражают мнения, восприятие, оценки, суждения людей о своем поведении (**claimed behavior**) относительно предмета исследования.

СХЕМА: БЛОКИ ВОПРОСОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА ДЕТЕЙ



* - раздел во второй части исследования, которая выйдет в I полугодии 2025 года

На этапе сбора данных по заказу Ростелеком был проведен масштабный интернет-опрос. Дополнительно из индустриального исследования Mediascope Cross Web были получены объективные аудиторные данные по использованию детьми интернет-ресурсов. Также были собраны данные из открытых источников.

Опрос проходил онлайн в сентябре 2024 года. Всего в опросе приняло участие 3 003 респондента из городов численностью более 100 тыс. чел. по всей России, за исключением Калининградской области, Республики Крым, г. Севастополь, Ненецкого и Чукотского АО и Новых территорий. Каждая возрастная группа участвовала в опросе по своей схеме с учетом нагрузки на респондента и релевантности задаваемых вопросов.

- Родители детей 4–8 лет – заполняли всю анкету сами, без детей
- Дети 9–11 лет – их родители отвечали на первые блоки анкеты, потом звали ребенка, дальше ребенок заполнял всю анкету сам
- Дети 12–13 лет – родители проходили только отборочные вопросы и подзывали ребенка, дальше ребенок заполнял всю анкету сам
- Дети 14–17 лет – либо их подзывал родитель после отборочных вопросов (как детей 12–13 лет), либо они проходили опрос изначально самостоятельно, но в любом случае ребенок заполнял всю анкету сам

К участию в опросе были приглашены все дети от 4 до 17. При этом тем детям, которые не используют интернет с любого устройства, в любых целях, самостоятельно или с помощью других людей, вопросы про использование интернета не задавались. Их вовлечение ограничилось установлением того факта, что они интернетом не пользуются. В рамках исследования таких было 26 человек.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА РЕБЕНКА ТАКЖЕ ВАРЬИРОВАЛИСЬ БЛОКИ ВОПРОСОВ

Аудиторные данные получены из исследования Cross Web, проводимого Mediascope. Исследование репрезентирует население всей России в возрасте 12+ лет. По соглашению с индустрией в проекте измеряется домашнее и офисное использование интернета на стационарных компьютерах и ноутбуках, а также использование интернета на смартфонах с операционной системой Android. В рамках настоящего отчета анализировались данные для подростков 12–17 лет.

Для сопоставления результатов опроса и данных Mediascope Cross Web с данными по другим возрастным категориям или другим странам, а также данными более ранних периодов собраны данные из открытых источников. Использовались официальные статистические сборники, результаты опросов различных агентств, результаты исследований российских и зарубежных коммерческих компаний и исследовательских центров.

На этапе анализа полученной информации были сопоставлены все полученные данные и синтезирован текст исследования, которое Вы держите в руках. Исследование выйдет в двух частях. Публикация второй части, в которой речь пойдет про использование новых технологий, про риски, с которыми дети сталкиваются в интернете, про соприкосновение в интернете с такими сферами большого мира, как волонтерство, финансы и общественные движения – в I полугодии 2025 года.

02

ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ



ПРОФИЛЬ ВРЕМЯПРЕПРОВОЖДЕНИЯ ДЕТЕЙ В СЕТИ

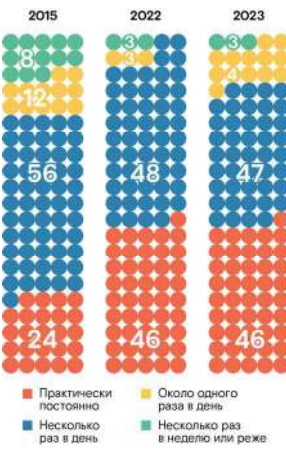
Актуальность исследования медиапотребления детей вызвана не только активным использованием детей и подростков интернетом как в мире, так и в России. Необходимо отметить, что на конец 2023 года не менее 96% подростков в США (13-17 лет) используют интернет⁶. В России в сентябре 2024 года по данным проведенного опроса 98% подростков в возрасте от 12 до 17 лет регулярно выходят в сеть. Согласно данным Cross Web Mediascope, более 75 млн детей возраста 12-17 лет, что составляет почти 97% от демографической группы, пользовались интернетом в августе 2024 года. Большое влияние на время, проведенное детьми в сети, оказала пандемия COVID-19, причем после ее окончания возвращение к допандемийным нормам использования интернета не случилось.

Исследование, проведенное среди подростков в США в начале пандемии COVID-19, выявило заметное увеличение среднего времени, проведенного за экранами до 7,7 часов в день. Это значительно выше, чем показатели до пандемии (примерно 3,8 часов в день). Увеличение экранного времени могло быть связано с рядом факторов, включая необходимость дистанционного обучения, социального взаимодействия и развлечений в условиях изоляции.

Авторы исследования сделали вывод, что основная часть этого времени тратилась на просмотр видеоконтента, многопользовательские и однопользовательские игры. Было отмечено, что среди подростков была зафиксирована связь между высоким экранным временем и ухудшением психического здоровья, а также высоким уровнем стресса. Высказано предположение, что экраны стали своеобразным «утешением» для подростков в условиях пандемии, когда они сталкивались

с эмоциональными и социальными трудностями в условиях изоляции. Другое исследование, которое проводилось уже среди детей возраста 4-12 лет, также показало значительное увеличение экранного времени в период пандемии, так в среднем проводимое время выросло на 1,75 часа в период с декабря 2020 по апрель 2021.

ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ СРЕДИ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ, %

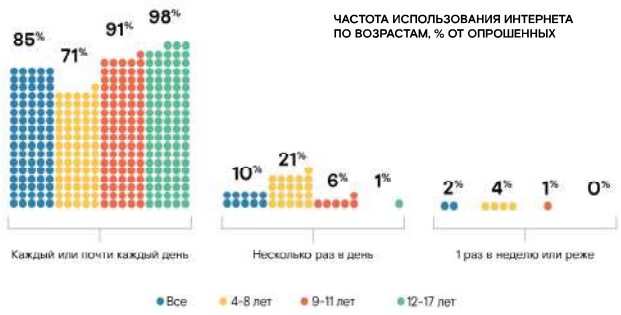


6 <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/teens-and-internet-device-access-fact-sheet/>
7 <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/2785686>

ИСТОЧНИК: ОПРОС PEW RESEARCH CENTER

При этом даже после снятия ограничений, американские подростки продолжили активно пользоваться интернетом. Так, если % подростков, которые ответили, что пользуются интернетом практически постоянно, в 2015 году составлял 24%, а в 2022 уже 46%, то разница между 2022 годом и 2023 практически отсутствует. Вероятно, это связано с тем, что пандемия COVID-19 ярко изменила подход подростков к использованию технологий. Вынужденная изоляция и переход на удаленное обучение привели к тому, что

многие подростки начали использовать интернет для общения, учебы и досуга. Эти новые привычки могли стать нормой, что и объясняет повышение доли подростков, практически постоянно использующих интернет, и сохранение этой доли. Другим фактором может являться усложнение социального взаимодействия в реальном мире (в результате пандемии), которое могло привести к зависимости от интернет-общения, особенно для подростков, у которых могут быть трудности в коммуникации.



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+ 4-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ



8 <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/2801457>

ВРЕМЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

В России подавляющее большинство детей всех возрастных групп активно пользуются интернетом. Так, среднее время, проведенное в интернете среди российских подростков, составляет приблизительно 6,5 часов⁹ в сутки по состоянию на август 2024 года, что примерно на час меньше, чем у американских подростков. В то же время среди детей младшего возраста (от 4 до 8 лет) интернетом ежедневно пользуются 71% опрошенных, в то время как 21% респондентов этой возрастной группы отметили выход в сеть несколько раз в неделю. Только 9% маленьких детей использует интернет реже 1 раза в неделю или вовсе не пользуется интернетом. Данные позволяют подтвердить

вывод, что интернет становится неотъемлемой частью жизни большинства детей и подростков, начиная с самого раннего возраста.

В будние дни подростки проводят больше времени в интернете, чем представители других детских групп: 42% опрошенных используют интернет более 4 часов в день. Еще 31% проводят значительное время в сети и лишь 23% тратят на интернет менее 2 часов. Дети 9–11 лет реже сидят в интернете более 4 часов: всего 17% опрошенных выбрали этот вариант. Чаще всего дети этого возраста проводят умеренное время в сети: 32% указали 3–4 часа, а 37% — 1–2 часа. Среди дошкольников заметно еще большее

снижение интернет-активности в будние дни. Лишь 8% проводят в сети более 4 часов, а большая часть (41%) тратят на интернет от 1 до 2 часов в день. Значительное количество детей в этой возрастной группе (27%) пользуются интернетом менее 1 часа.

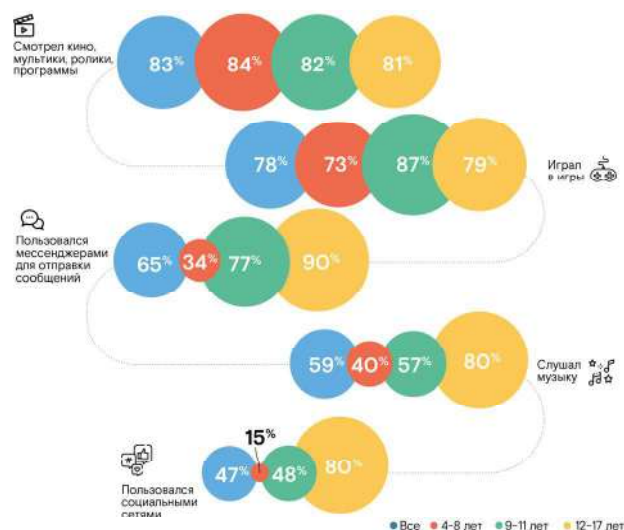
В выходные дни ситуация меняется. Подростки позволяют себе проводить значительно больше времени в интернете: 63% отметили, что проводят в сети более 4 часов. Дети 9–11 лет также заметно увеличивают время, проводимое в интернете в выходные: 34% проводят в сети более 4 часов, что в два раза больше, чем в будние дни; 35% проводят от 3 до 4 часов. Среди дошкольников ситуация тоже меняется: они начинают проводить больше времени в интернете, 49% проводят более 3 часов в сети, по сравнению с 26% в будние дни.

Таким образом, согласно этим данным, большая часть детей не только пользуется интернетом ежедневно, но и проводит в сети значительное время. При этом в выходные дни проведенное время существенно увеличивается, и более половины всех опрошенных детей проводят в интернете свыше 3 часов. Для детей школьного возраста это объяснимо тем, что в выходные у них больше свободного времени, так как нет необходимости посещать школу в воскресенье, а в некоторых классах уроки не проводятся и в субботу. Заметно увеличение времени, проводимого в интернете, вместе с повышением возраста респондентов как в будние, так и в выходные дни. Вероятно это связано с увеличением спектра проводимых в интернете активностей и опций, для которых используют интернет.

⁹ Источник: Mediascope Cross Web, Россия 0+, desktop&mobile, среднесуточная продолжительность пользования интернетом среди населения 12–17 лет в августе 2024

ОСНОВНЫЕ ЗАНЯТИЯ: ОБЩЕНИЕ, ТВОРЧЕСТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЕ, ОБУЧЕНИЕ

ЗАНЯТИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

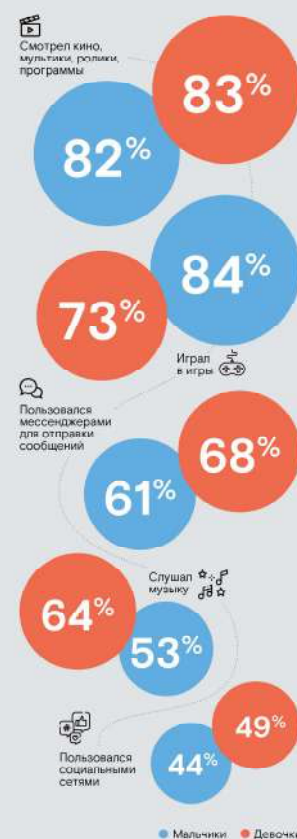
Согласно данным опроса, подавляющее большинство детей активно использует интернет, независимо от их возраста. Однако подростки в возрасте 12-17 лет гораздо чаще обращаются к мессенджерам и социальным сетям, а также слушают музыку онлайн. Например, только 15% респондентов в возрасте 4-8 лет используют социальные сети, в то время как среди подростков этот показатель достигает 80%. Похожая ситуация обстоит с использованием мессенджеров, также наблюдается значительная разница между самой младшей (34%) и самой старшей возрастной группой (90%). При этом все возрастные когорты активно потребляют медиа-контент через интернет и играют в игры. Таким образом, с возрастом растет диапазон использования сервисов в интернете и спектр проявляемых активностей.

По некоторым аспектам существенно и разница между мальчиками и девочками. Так, в среднем девочки активнее пользуются социальными сетями и мессенджерами (дельта в 5% и 7%), значительное количество отметило использование интернета для прослушивания музыки, разница с мальчиками составила 11%. Но мальчики на 11% чаще играют в игры. При этом обе группы пользуются интернетом для игр, 73 и 84%. Однако практически нет различий по половой характеристике в ответе связанном с просмотром кино, мультфильмов и различных программ.

Самые популярные занятия 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 самое большое количество времени (почти 2,5 часа) подростки тратят на просмотр видео, в России больше всего времени уходит на социальные сети (1 час 43 минуты). На втором месте в США – компьютерные игры в онлайн (в США 86 минут, в России 35 минут в сутки). В целом, американские подростки проводят времени в интернете больше, чем российские.

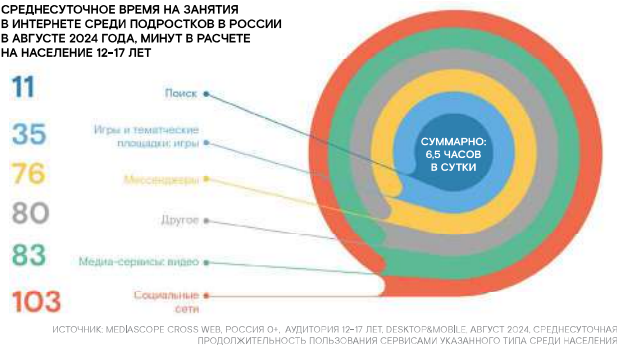


ЗАНЯТИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В СЕТИ
ИНТЕРНЕТ ПО ПОЛУ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

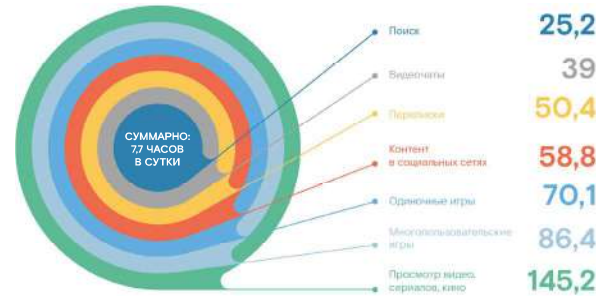
СРЕДНЕСУТОЧНОЕ ВРЕМЯ НА ЗАНЯТИЯ В ИНТЕРНЕТЕ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ В РОССИИ В АВГУСТЕ 2024 ГОДА, МИНУТ В РАСЧЕТЕ НА НАСЕЛЕНИЕ 12-17 ЛЕТ



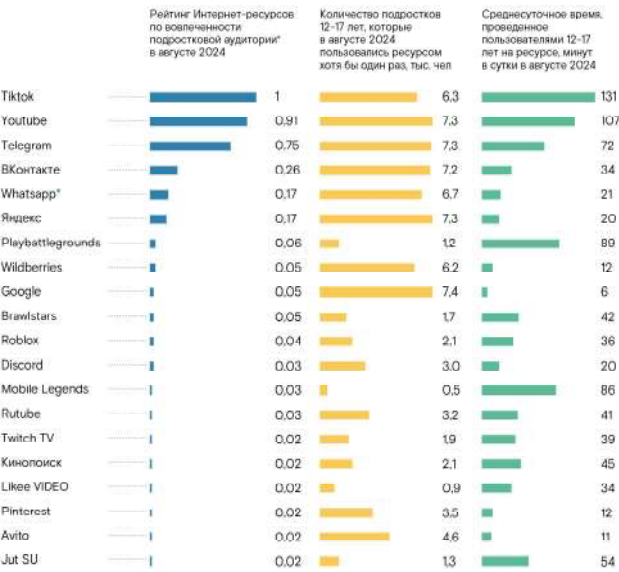
В августе 2024 года из топ-20 ресурсов по вовлеченности подростков в возрасте 12-17 лет 7 — это видео-платформы с различным контентом (длинные и короткие ролики, стримы и профессиональный контент — кино, сериалы, аниме). Первое место у TikTok, за ним с небольшим отставанием следует YouTube. Хотя у TikTok подростковая аудитория за месяц ниже на 1 млн пользователей среди подростков, чем у YouTube, они проводят там на 22% больше

времени, в абсолютном выражении на 24 минуты в среднем в сутки в августе 2024. В рамках данного исследования мы будем рассматривать YouTube не только как ресурс для развлечения, но и как платформу с образовательным контентом — по результатам опроса Mediascope, более 30% подростков 12-17 лет смотрят там развивающие блоги и видеолекции, а также материалы для подготовки к урокам и экзаменам.

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



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



ИСТОЧНИК: РАСЧЕТ РОСТЕЛЕКОМ

ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE CROSS WEB, РОССИЯ 0+, DESKTOP&MOBILE, ПО РЕСУРСАМ, ОТОБРАННЫМ РОСТЕЛЕКОМ

На третьем месте в рейтинге вовлеченности среди использующих приложение подростки — Telegram, который является для них не просто мессенджером (среднее время в других мессенджерах существенно меньше, например, 21 минута в день на пользователя для WhatsApp*, что в 3.4 раза меньше, чем у пользователей Telegram), а медиа-площадкой. Среди социальных сетей у подростков лидер по вовлеченности — ВКонтакте, который также предлагает доступ к различным типам медиаконтента на своей площадке.

В данном исследовании подробно проанализировано, как дети ведут себя там, где больше всего времени проводят в интернете, как общаются и обмениваются информацией (в разделе 3 «Общение в сети»), как развлекаются, смотря видео и играя, и как ищут развлекательный контент (в разделе 4 «Любимые развлечения в интернете: видео, игры и музыка»), как творят, создавая контент (в разделе 5 «Особенности создания контента детьми»), а также как учатся в сети (в разделе 6 «Обучение в сети»).

В топе по вовлеченности много игр, аудитория которых значительно ниже, чем у других ресурсов в рейтинге, но подростки проводят в них много времени.

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

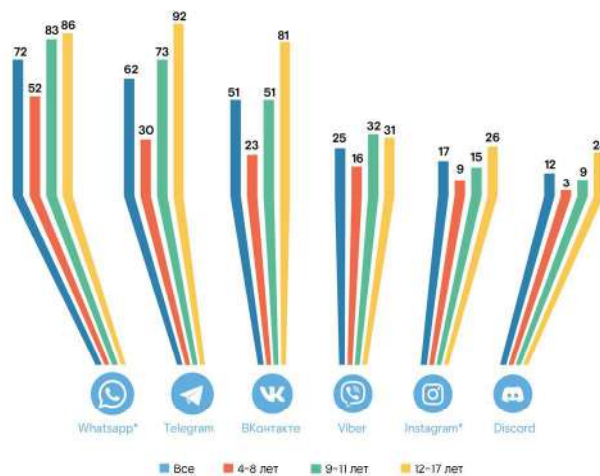
03

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ 25

НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕССЕНДЖЕРЫ И СОЦСЕТИ СРЕДИ ДЕТЕЙ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДЫ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

Уже в возрасте 4-8 лет дети начинают использовать мессенджеры. По результатам опроса, в данной возрастной группе уже 74% детей общаются с родителями онлайн, при этом с друзьями – только 64%. Уже больше половины детей начинают использовать WhatsApp (потому что им чаще пользуются родители и члены семьи), реже – Telegram и другие мессенджеры.

Глубинные интервью показали, что, как правило, личный телефон появляется у ребенка в возрасте 6-7 лет, т.е. к поступлению в школу, и дети используют мессенджер в основном для связи с родителями. Неумение читать и писать больше не является преградой для использования мессенджера: вместо текстовых сообщений дети используют доступные им звонки, голосовые сообщения, смайлы и стикеры. Общение с друзьями в мессенджере начинается примерно в 8-9 лет, причем общение чаще всего ограничено решением базовых задач: договориться выйти погулять или поиграть вместе.

В возрасте 9-11 лет все больше детей используют

мессенджеры: уже 83% используют WhatsApp, при этом дети начинают использовать альтернативные мессенджеры – Telegram (73% респондентов), в котором происходит общение с ровесниками, просмотр медиаконтента и игра. Появляется общение в VK Messenger как мессенджере соцсети, что следовало ожидать вместе с началом использования соцсетей.

Подростки в возрасте 12-17 лет активнее всех используют возможности, которые предоставляет им многообразие доступных приложений. По-прежнему общение происходит в ставших привычными средах Telegram, ВКонтakte и WhatsApp, к которым также добавляются нишевые сервисы, такие как Discord.

Именно у ВКонтakte наблюдаются наиболее заметные изменения в использовании с возрастом. Если среди детей 4-8 лет им пользуются лишь 23%, то в группе 9-11 лет эта цифра увеличивается более чем в два раза, а среди подростков доля пользователей ВКонтakte достигает 81%.

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОПУЛЯРНЫМИ МЕССЕНДЖЕРАМИ И СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ В АВГУСТЕ 2024 ГОДА, ТЫС. ЧЕЛ.¹¹



ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE CROSS WEB, РОССИЯ 0+, DESKTOP&MOBILE, 12-17 ЛЕТ, ОХВАТ ЗА АВГУСТ 2024

¹⁰ В аудитории Instagram за август 2024 подавляющая доля заходов – это попытки подключиться к сервису, которые не увенчались успехом ввиду блокировки, так что реальный охват сервиса значительно ниже представленного значения.

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



ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE CROSS WEB, РОССИЯ 0+, DESKTOP&MOBILE, ОХВАТ В ГРУППЕ 12-17 ЛЕТ

Самые популярные ресурсы для коммуникации среди подростков в августе 2024 – Telegram, ВКонтakte, WhatsApp. Так, Telegram используют 93,2% подростков или же 7,3 млн человек, ВКонтakte же используют 92,1% подростков, тем самым представляя собой аудиторию в 7,2 млн человек. Как и по результатам опроса, WhatsApp по мере взросления перестает быть для подростков наиболее используемым мессенджером, 85,4% или 6,7 млн человек пользуются мессенджером от Meta¹².

Результаты опроса показали, что Discord и Instagram* дети начинают использовать в основном с подросткового возраста. Заметной популярностью пользуется Discord, который в 2015 году создавался как платформа для общения между геймерами, был заменой Skype и TeamSpeak, быстро набрал популярность и на текущий момент используются для абсолютно разных задач, от простого общения с друзьями и совместного просмотра фильмов, до общения с преподавателями и работы онлайн-репетиторами. В Discord есть сервера, это удобный аналог сообщества или канала, в котором есть возможность и текстового и голосового общения, можно транслировать экран, добавлять

ботов, которые позволяют слушать музыку и смотреть совместно видео. При этом сервер можно сделать приватным, чтобы зайти могли только друзья. Удобство и хорошее качество связи привели к тому, что аудитория за август 2024 составила почти 3 млн человек среди детей 12-17 лет, а в среднем за сутки в этот период пользовались сервисом 957 тысяч подростков¹³.

В начале октября 2024 года, Discord попал под блокировку Роскомнадзора, в связи с игнорированием обращений об удалении противоправного контента, позднее модерация Discord удалила противоправные материалы¹⁴, тем не менее разблокировки сервиса не последовало. Решение о блокировке вызвало значительную критику в самых разных кругах, в том числе в подобном ключе высказались и депутаты Госдумы. Так, отмечается отсутствие собственных качественных аналогов на таком же уровне и поиск простых решений, вместо комплексной работы по повышению цифровой грамотности населения и созданию государственной политики по родительскому контролю¹⁵. И хотя существуют эффективные обходы блокировки, она все равно может значительно повлиять на популярность приложения, как произошло с Instagram.

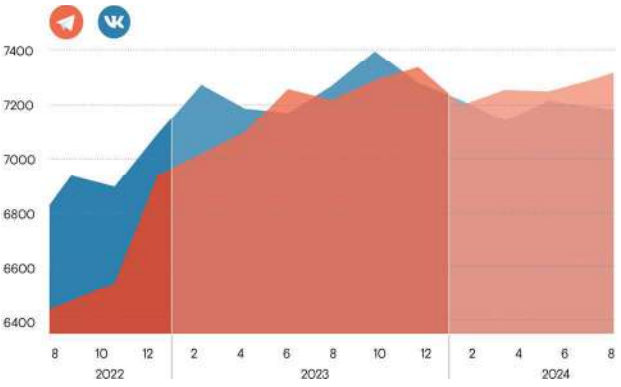
¹¹ Источник: Mediascope Cross Web, Россия 0+, desktop&mobile
¹² <https://www.edomost.ru/technology/news/2024/10/15/1068845-discord-udali-vse-protivopravnye-materialy>
¹³ <https://t.me/edrefenov/4859>
¹⁴ <https://t.me/davankov/1214>
¹⁵ Приводящих компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ
¹⁶ Признана экстремистской организацией и запрещена в РФ

В марте 2022 года в ответ на изменение правил модерации контента компанией Meta*, которая разрешила в некоторых странах публиковать призывы к насилию по отношению к российским военнослужащим, платформы Instagram и Facebook** были заблокированы на территории России. В результате это серьезно повлияло на использование платформы Instagram подростками. Среднесуточная подростковая аудитория сервиса за два года с августа 2022 по август 2024 сократилась в 2,4 раза и стала сопоставима с подростковой аудиторией другого малопопулярного у данной возрастной категории сервиса — Одноклассники.

Более 1,7 млн подростков хотя бы раз в месяц зашли в августе 2024 года на сервис Одноклассники, популярный среди более возрастной аудитории. Настолько же популярен (1,6 млн подростков пользовались им хотя бы раз в августе 2024) сервис Sberchat, чья особенность заключается в возможности отправки фотографий с наложенным текстом, а также создания историй и значительного количества разнообразных фильтров.

Viber постепенно выходит из моды, так, если в августе 2022 года сервис использовало

Охват подростковой аудитории Telegram и ВКонтакте, тыс. чел.



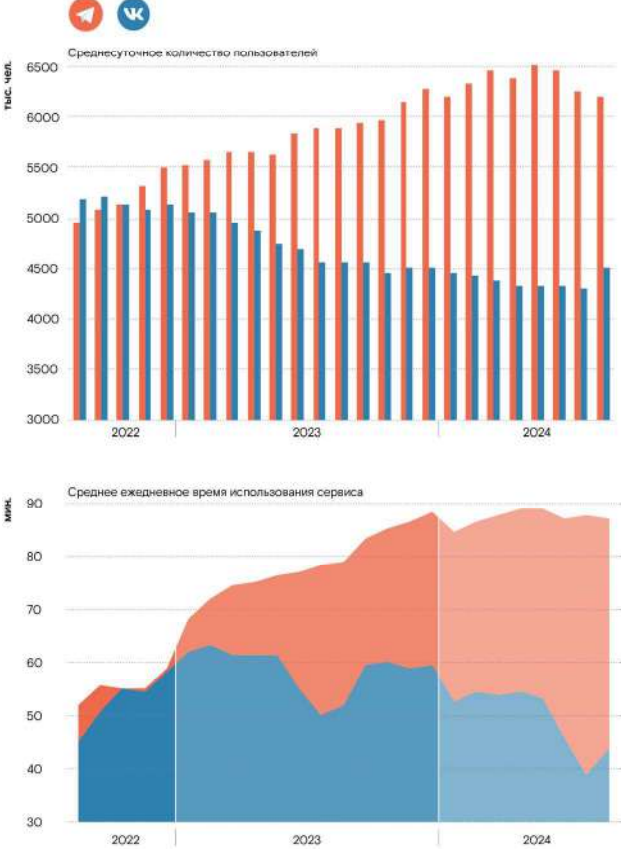
ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE CROSS WEB, РОССИЯ 0+, DESKTOP&MOBILE, ОХВАТ ЗА УКАЗАННЫЙ МЕСЯЦ В ГРУППЕ 12-17 ЛЕТ

”

Facebook у меня никогда не было, а Instagram был, но я в него не заходил, наверное, года 2. И как раз, когда санкции эти ввели, туда тоже пришлось с VPN заходить, да и плюс я пароль уже не помню, который был. Я тем более им не пользовался никогда. Не вижу смысла, короче, вспоминать, восстанавливать.

16-летний парень, Москва

Показатели активности использования ВКонтакте и Telegram среди подростков



ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE CROSS WEB, РОССИЯ 0+, DESKTOP&MOBILE, 12-17 ЛЕТ

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ
** Признана экстремистской организацией и запрещена в РФ

примерно 2 млн подростков, то спустя 2 года лишь 1,5 млн подростков. При этом можно ожидать дальнейшее постепенное падение аудитории, в связи с доминированием Telegram и WhatsApp и медленными обновлениями. Viber все еще используют в регионах, но в Москве согласно результатам опроса только 6% детей всех возрастных групп все еще пользуются данным мессенджером.

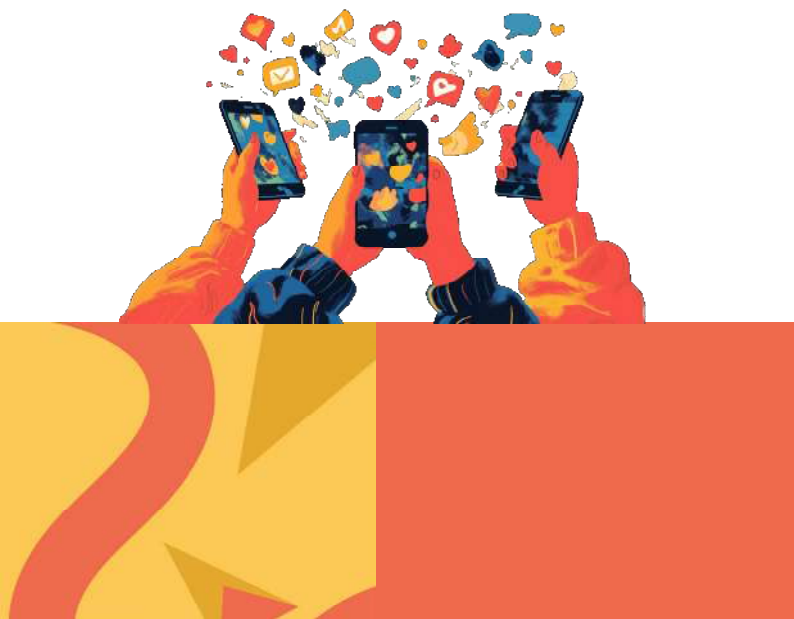
За последние два года положение ВКонтакте и Telegram среди подростковой аудитории существенно изменилось. В августе 2022 года ВКонтакте лидировал по числу ежемесячных пользователей среди подростков и занимал первое место среди популярных сервисов. Однако к середине 2023 года Telegram догнал ВКонтакте, а в последние месяцы уверенно удерживает лидерство.

Telegram не только обогнал ВКонтакте в количественных показателях, но и значительно превзошел его по качественным метрикам, при

этом разрыв продолжает расти. Например, среднесуточное время использования Telegram в расчете на пользователей-подростков 12–17 увеличилось с 44 минут в августе 2022 года до 72 минут в 2023 году, тогда как у ВКонтакте оно снизилось с 49 до 34 минут. Сегодня подростки проводят в два раза больше времени в Telegram.

Среднесуточный охват также изменился: если в августе 2022 года ВКонтакте едва опережал Telegram (4,9 млн и 4,6 млн пользователей соответственно), то через два года в августе 2024 Telegram не только вышел в лидеры, но и увеличил отрыв по объему среднесуточной аудитории (6,4 млн против 4,6 млн у ВКонтакте).

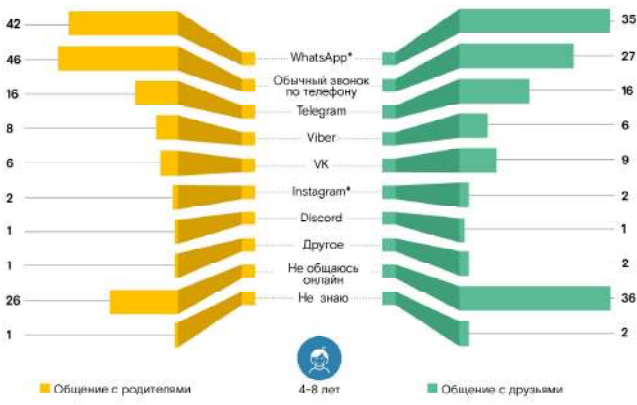
Таким образом, среди подростков Telegram не просто занял лидирующую позицию, но и укрепил её, показывая рост как по количеству пользователей, так и по качеству взаимодействия. На фоне этого показатели ВКонтакте продолжают снижаться.



КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ГРУППАМИ

Дети адаптируются к привычкам и особенностям пользования средствами связи своих собеседников, не важно друзья ли это или родители, а также учитывают, кто чем пользуется (звонками и/или мессенджерами) и то, как именно собеседнику удобно вести беседу, и общаются в нужном канале и в удобной атмосфере.

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



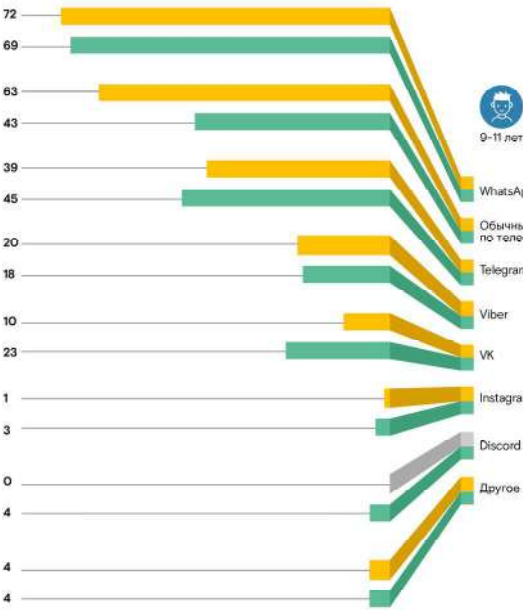
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIA SCORE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

Дети 4–8 лет практически в половине случаев скорее создаются с родителями. WhatsApp® (42% респондентов) является распространенным каналом коммуникаций с родителями, равно как и с друзьями (35% респондентов), с которыми по телефону они разговаривают реже, чем с родителями (27% респондентов). Другим востребованным приложением для общения является Telegram, он одинаково используется для общения с родителями и с друзьями (16%).

Для детей 9–11 лет ситуация уже начинает меняться – для них таким же важным остается WhatsApp® для общения с друзьями, как и с родителями, но дети этого возраста активнее используют Telegram для общения со сверстниками (45%) и заметно реже звонят друзьям, чем родителям (43%). В то же время для общения с друзьями используются социальные сети, Вконтакте становится гораздо популярнее, чем у детей более младшей группы, и уже начинает играть заметную роль при общении (23%).

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



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+, 4–17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ



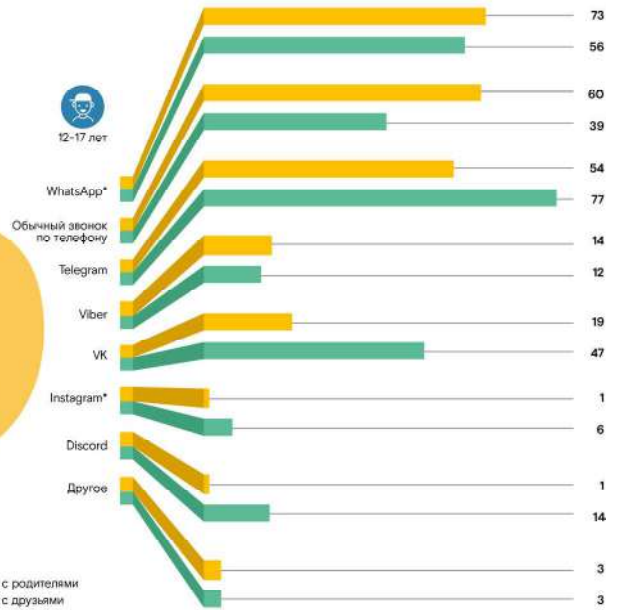
— Почему Telegram удобнее в качестве мессенджера? У нас же есть еще WhatsApp.

— Для меня WhatsApp пользуются больше в моем понимании такие, чуть-чуть взрослые люди. WhatsApp, Viber — это то старое время. А Telegram — он как-то, знаете, лично мне по душе.

17-летний парень, Москва

Среди подростков изменения усиливаются, они реже других возрастных групп используют WhatsApp® для общения с друзьями (56%), потому что основной объем взаимодействия начинает происходить через Telegram (77%). С родителями общение часто остается в WhatsApp®, так как детям кажется, что родителям и старшим родственникам так привычнее. Тем не менее подростки часто общаются со сверстниками по телефону и еще более активно, чем дети 9–11 лет, используют Вконтакте для коммуникации (47%). Среди подростков 14% отметили использование платформы Discord для общения с друзьями.

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



* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

КАКИМ ОБРАЗОМ ПЕРЕДАЮТ ЭМОЦИИ В СЕТИ

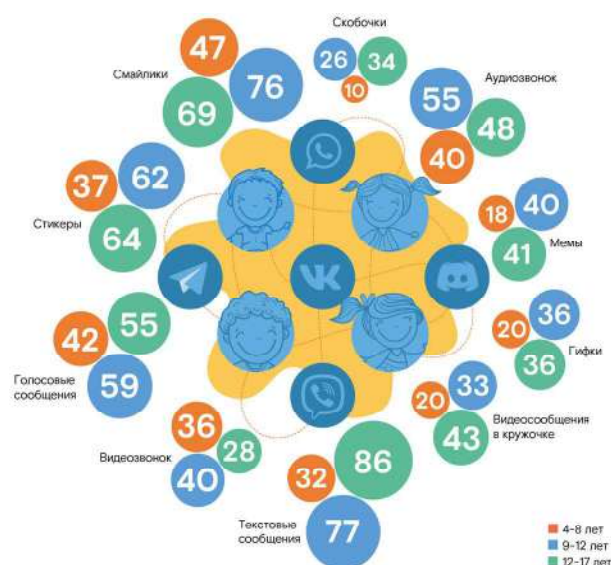
Возрастная группа 4–8 лет предпочитает голосовые и визуальные формы общения, так чаще всего дети используют смайлики и стикеры, которые позволяют передавать эмоции, этот вариант ответа выбрало 47% и 37% респондентов. Стикеры нравятся детям как раз за возможность выразить эмоцию, показать характер, чувство юмора. Некоторые дети в рамках интервью говорили, что самоидентифицируются с картинкой-стикером. Голосовые сообщения и звонки тоже оказались популярнее текстовых сообщений по результатам опроса. Если текстовые сообщения набирают 32%, то голосовые на 10% популярнее, а 40% и 36% связываются по видео или аудио звонку. Младшие дети меньше других возрастных групп используют мемы и гифки, а также скэбблочки. Таким образом, самые младшие дети, пока еще не привыкли много использовать текст, проще использовать визуальные формы и голосовую передачу информации.

Дети 9–11 лет очень активно используют разнообразные формы коммуникации, в этом возрасте дети уже много пишут текстовые сообщения (77%), но и также часто используют смайлики (76%), несколько реже стикеры (62%).

Они чаще других возрастных групп пользуются звонками по телефону, как в видео формате (40%), так и только по голосу (55%), чаще всех записывают и просто голосовые сообщения (59%). При этом в этой возрастной группе уже заметную роль начинает играть общение с помощью кружочков (33%) и становятся популярными мемы для коммуникации (40%), что говорит об относительно высоком уровне интернет-грамотности и понимания многих социальных подтекстов, юмора. В итоге, дети 9–11 лет уже активно используют самые разные формы коммуникации. В этом возрасте становится заметным, что детям чрезвычайно важно передать свои эмоции в общении, в том числе и онлайн, о чем говорится во множестве исследований поколения Альфа.

Подростки же еще чаще используют текст (86%), но несколько реже пользуются смайликами (69%), чем дети 9–11 лет. Тем не менее, в случае со стикерами, подростки больше всех их используют, вплоть до 64% опрошенных отметили этот вариант. Примерно половина всех подростков часто использует голосовые форматы коммуникации. Примечательно, что подростки сильно реже используют видеозвонки (28%).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ОНЛАЙНЕ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ. СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+. 4-17 ЛЕТ. 3 003 ИНТЕРВЬЮ

”

— А ты сообщения текстом пишешь или любишь голосовые отправлять, видео отправлять?
— Мне нравится больше голосом.
— Почему?
— Потому что писать не люблю.

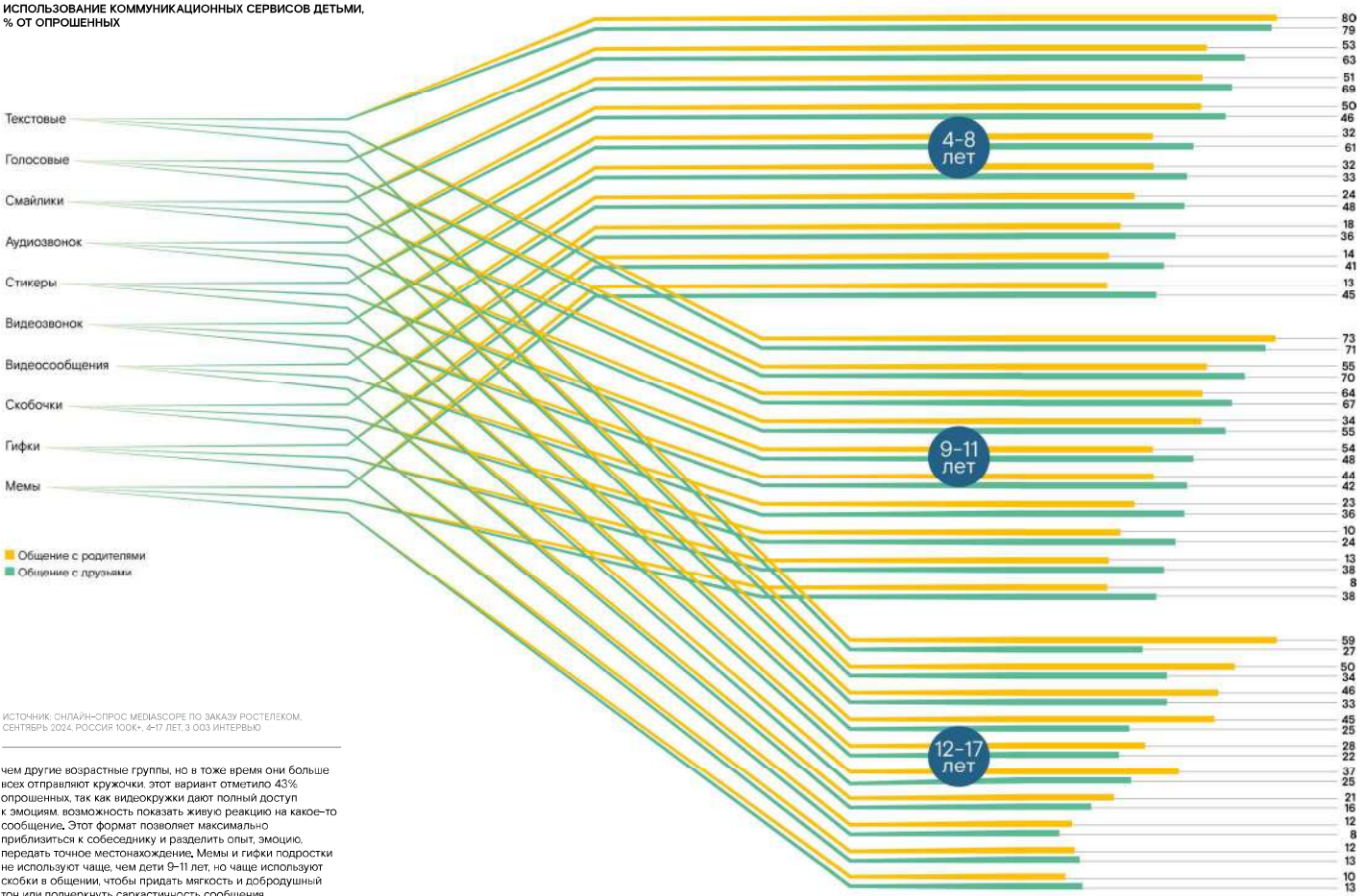
8-летняя девочка, Ульяновск

”

Самое любимое — это кружочки в Телеграме. Во-первых, кружочки — это, например, я что-то рассказываю, и я параллельно, вот я стою, что-то рассказываю подруге, и у меня, во-первых, мои эмоции, я что-то жестикулирую, то есть показываю как-то для полного образа картины всей.

14-летняя девочка, Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ,
% ОТ ОПРОШЕННЫХ



чем другие возрастные группы, но в тоже время они больше всех отправляют кружочки. Этот вариант отметили 43% опрошенных, так как видеокружочки дают полный доступ к эмоциям, возможность показать живую реакцию на какое-то сообщение. Этот формат позволяет максимально приблизиться к собеседнику и разделить опыт, эмоцию, передать точное местонахождение. Мемы и гифки подростки не используют чаще, чем дети 9-11 лет, но чаще используют скобки в общении, чтобы придать мягкость и добродушный тон или подчеркнуть саркастичность сообщения.

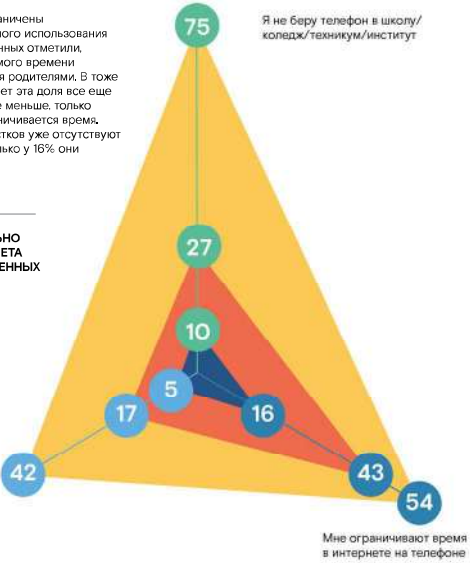
ОБЩЕНИЕ В ОФЛАЙН И ОНЛАЙН СРЕДЕ: КОНФЛИКТ ИЛИ ДОПОЛНЕНИЕ?

Дети 4–8 лет сильно ограничены по возможности свободного использования телефонов, 54% опрошенных отметили, что количество проводимого времени в интернете регулируется родителями. В то же время среди детей 9–11 лет эта доля все еще остается высокой, но уже меньше, только у 43% опрошенных ограничивается время. Для большинства подростков уже отсутствуют какие-либо лимиты, и только у 16% они сохраняются.

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



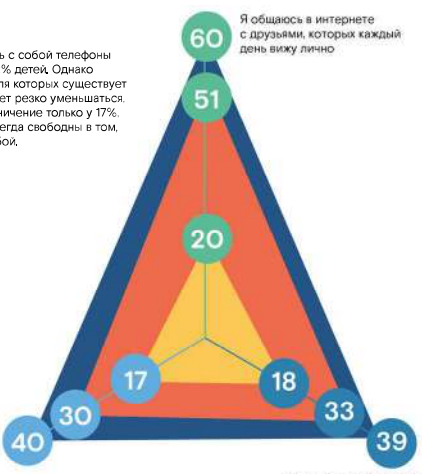
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100K+, 4–17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

ПРАВИЛА ОТНОСИТЕЛЬНО СМАРТФОНА И ИНТЕРНЕТА В СЕМЬЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ

Родители запрещают брать с собой телефоны на прогулки с друзьями 42% детей. Однако с возрастом доля детей, для которых существует такое ограничение начинает резко уменьшаться: среди детей 9–11 лет ограничение только у 17%, подростки практически всегда свободны в том, чтобы взять телефон с собой.

- 4–8 лет
- 9–11 лет
- 12–17 лет

На встрече с друзьями многие, в том числе и я, сидят в своём телефоне



Встретившись с друзьями, я вместе с ними играю в онлайн-игры, смотрю ролики или заливаю в соцсетях

ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100K+, 4–17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

”

— Вообще в телефонах нормально сидеть когда вы вместе тусуетесь? У вас принято это?

— В принципе, да. Сейчас такое достаточно часто можно встретить. Но мы все равно чаще пытаемся именно общаться, а не в телефонах сидеть. В телефонах так может если кто-то написал, то ответить только и все. А прям чтобы зайти в Tik Tok, посмотреть просто ролики и забить на человека, такого нет.

16-летний парень, Челябинск





— В обычной ситуации что делаете? Болтаете или в телефонах сидите?

— Да нет, в телефонах ... Если кто-то сидит в телефоне, мы — фу, пришёл с нами пообщаться.

16-летняя девушка, Курск.

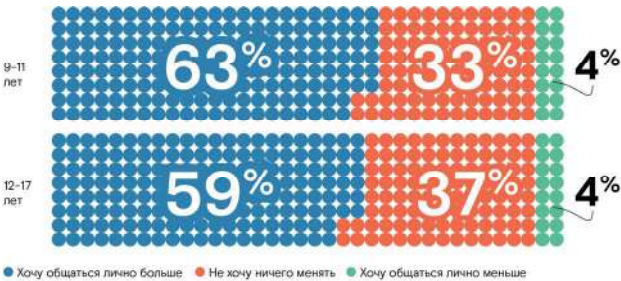
Значительное количество опрошенных подростков отметили, что во время встречи много сидят в телефонах (40%), с детьми более младших возрастов эта тенденция наблюдается реже, лишь 30% детей в возрасте 9–11 лет сидят в телефоне на встрече и только 17% среди детей 4–8 лет. Для многих детей одной из основ реального взаимодействия стал совместный просмотр контента на телефоне, многие подростки (39%) смотрят вместе тик-токи, видео и различные мемы, сидят в социальных сетях. Нередко мальчики ходят в компьютерный клуб для совместной игры. Среди детей более младших возрастов эта тенденция также наблюдается реже, для детей 9–11 лет она была отмечена

в 33% случаев, а среди детей 4–8 лет только 18% отметили это.

При этом, начиная с возраста 9–11 лет, большинство детей продолжают общение с друзьями в мессенджерах и за пределами личных встреч. Глубинные интервью показали, что дети имеют не так много возможностей взаимодействовать друг с другом в офлайне. Чем старше становится ребенок, тем меньше у него остается свободного времени, и тем больше обязанностей, занятий и беспокойства. В таком случае сложнее бывает договориться со сверстниками и найти общее свободное время для общения в офлайне, так это общение становится ценнее. Однако общение и взаимодействие не ограничиваются этими редкими эпизодами, в процессе взросления дети все больше переходят на онлайн общение, чтобы компенсировать нехватку офлайн взаимодействия, оставаться социализированными и быть на связи.

Дети очень ценят реальное общение и взаимодействие, так как оно позволяет получить максимум эмоций, лучше понять человека и в целом более разнообразно с точки зрения взаимодействия (побегать, потрогать и т.д.). Большая часть детей хотела бы больше проводить времени в реальном мире с друзьями.

ЖЕЛАНИЕ ЛИЧНОГО ОБЩЕНИЯ С ДРУЗЬЯМИ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+, 4–17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

Согласно опросу, подавляющее число детей считает, что хотели бы видеться чаще, почти 2/3 детей 9–11 лет и 59% подростков отметили это. В то же время примерно треть не хочет ничего менять и довольна объемом взаимодействия в реальной жизни, лишь незначительное

количество детей (4%), отметили, что хотели бы общаться лично реже, чем на текущий момент. Хотя треть детей удовлетворены текущим положением, практически нет детей, которые хотели бы общаться меньше.

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: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100+, 4–17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

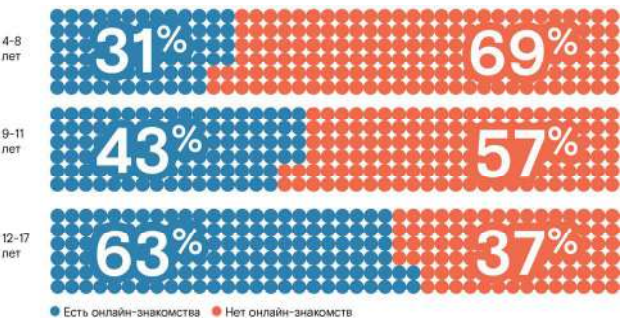


Telegram-каналы можно открыть и закрыть. В закрытые нигде не попадешь просто так. А есть открытые. Вот у меня частный канал. То есть кого я хочу, того я добавляю. У меня 40 человек подписчиков, и это все реальные знакомые люди.

17-летний парень, Москва

У детей не такие обширные социальные связи, и, следовательно, не так много подписчиков или друзей в социальных сетях. У большинства детей (42% опрошенных) количество подписчиков не превышает 19 пользователей. Ожидается, с возрастом социальный круг увеличивается, равно как и количество друзей в соцсетях: у 38% подростков старше 12 лет имеется уже более 50 подписчиков, в то время как таким количеством онлайн-друзей могут похвастаться только 11% детей до 8 лет.

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



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

С увеличением возраста дети заметно чаще начинают знакомиться в интернете, если среди младших детей доля опрошенных, которые познакомились в онлайн составляет 31%, то среди детей 9-11 лет доля достигает уже 43% респондентов, а более половины подростков, 63%, нашли кого-то в интернете. При этом знакомства в интернете могут происходить в самых разных случаях.

Знакомства в интернете для детей и подростков часто начинаются через игры и игровые платформы. В процессе совместных игровых сессий коммуникация нередко выходит

за пределы самой игры и перерастает в дружеские связи. Кроме того, популярны специализированные серверы в Discord, созданные специально для поиска знакомств, где дети могут находить новых друзей. Таким образом, для всех возрастных групп это стало одним из главных способов общения и заведения знакомств: 8% детей в возрасте 4-8 лет, 18% детей 9-11 лет и 27% подростков находят друзей именно таким образом.

Другой распространенный способ — социальные сети, например, ВКонтакте, где дети и подростки знакомятся через ленту друзей и группы. Через

”

— В интернете ты вообще знакомишься с людьми? Есть такие друзья, кто онлайн-только?

— Есть, конечно. Допустим, из Уфы. У меня есть из Москвы люди, с которыми я никогда не виделся.

17-летний парень, Москва

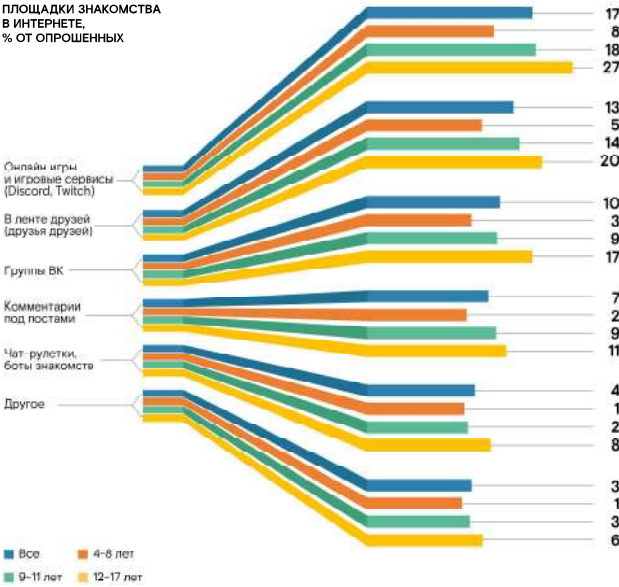
”

— Где ты знакомишься с ними?

— Наверное, в Telegram. Допустим, человек следит за мной в Telegram, просто я ему интересен. Он мне напишет, где-нибудь найдет мой ЛС, и мы с ним как-то общаемся, дружим так. Бывает, я знакомлюсь через друзей с кем-то. Также есть... Например, как я с девочками знакомлюсь? Это в Telegram есть бот Бибинто. Там ты от 1 до 10 людей оцениваешь. Если оцениваешь больше 6, то там прикрепляется твой аккаунт, и тебе могут написать.

17-летний парень, Москва

ПЛОЩАДКИ ЗНАКОМСТВА В ИНТЕРНЕТЕ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3 003 ИНТЕРВЬЮ

ленту друзей заводят новые контакты 14% детей 9-11 лет и 20% подростков, через группы — 9% детей 9-11 лет и 17% подростков. В некоторых случаях знакомства начинаются с обсуждений и комментариев под постами, так знакомятся 9% детей 9-11 лет и 11% детей 12-17 лет.

Для подростков также заметную роль играют боты знакомств, которые привели к новым знакомствам 8% опрошенных.

В целом, младшие дети редко знакомятся онлайн, за исключением игровых сервисов. С возрастом интерес к знакомствам через интернет растет, и подростки начинают активно использовать разнообразные онлайн-платформы для общения и поиска друзей.

”

— Как вы познакомились, как подружились?

— Разыгрывалась футболка от Импровизатора в Telegram-канале СТС. И я писала, каждый шестой комментарий был мой. И мы писали постоянно комментарии, мы уже видели одних и тех же людей, мы им реакции ставили, они нам реакцию ставили. Чуть-чуть подружились. И была одна из девочек. Она мне потом написала: «Вау, поздравляю, как классно». И что-то мы общаться начали, это было в октябре. И до сих пор общаемся.

16-летняя девушка, Курск