



Ростелеком

1

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

# ЧАСТЬ

ОБЩЕНИЕ,  
ТВОРЧЕСТВО,  
РАЗВЛЕЧЕНИЕ,  
ОБУЧЕНИЕ

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>в Вступление</b>	4
Проектный скопо	5
Сокращение номенклатура	5
Что означают отгадки детей и подростки от слова предложений	9
Методология исследования	12
<b>в Что дети делают в интернете</b>	15
Профиль креативного развития детей в сети	15
Сокращение общими способами выражения обучения	20
<b>в Общение в сети</b>	24
Навыки использования мессенджеров и соцсети среди детей	25
Каналы коммуникации с разным гратами	31
Каким образом передают эмоции в сети	34
Общение в сети и онлайн-среде: конфликт или дополнение?	38
Как формируется круг общения: онлайн или оффлайн	41
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	44
<b>в Любимые развлечения в интернете: видео, игры и музыка</b>	45
Видеострихи и скрин-капы	46
Сериалы, краткие видео	52
Музыкальные сервисы	54
Отношение к чартах	56
Модельные и компьютерные игры	58
Любимый контент у детей и подростков: аудитория	71
Направки в сети и стратегии поиска нового контента	80
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	82

<b>в Особенности создания контента для детей</b>	84
Наличие пачных страниц в интернете у детей	85
Собственный клиент и транзакции и браузер это созданы	87
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	90
<b>в Обучение в сети</b>	91
Востребованность образовательных сервисов для детей	92
Онлайн-школы	98
Образовательные платформы	98
Интерактивные полезности	100
Развивающие онлайн-курсы и наборы, платформы	102
Тренды с онлайн-курсами: от YouTube до нейробота	104
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов	106
<b>в Заключение</b>	107
<b>в Команда проекта</b>	109



## ВСТУПЛЕНИЕ

01

# ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



Глазков Борис

Руководитель по стратегическим инициативам

Дети, родившиеся в первом десятилетии XXI века, с первого дня своей жизни окружены гаджетами, которые открывают им доступ к бесконечному объему информации. Современное поколение стремительно развивается, и синтез искусственных и естественных стал неотъемлемой частью общества для этих детей. Ум и когнитивные способности соединяются и подавляющими образом.

Информационные системы рекомендации и простые инструменты для творчества на основе генеративных изобретений создают фундамент для информационной среды. Эти обжигающие, пронизывающие и требующие внимания представления и тому, как должны работать цифровые сервисы.

Дети изложения Альфа кардинально отличаются от своих предшественников — смартфоны творческих воспоминаний переключают мир, по-другому общются и получают информацию. Для них технологии — это не просто инструменты.

Я активный соучастник их жизни. Эти изменения действительно влияют на то, как они взаимодействуют друг с другом, общаются, развлекаются и формируют свои собственные привычки и предпочтения. Важно учитывать эти открытия, так как они непрерывно меняют не только развитие отрасли спорта и промышленности будущем.

Чтобы продвижение будущим и правильно разирасить неизменные лидеры, технологический отрыв должен принимать, как это уже сегодня используют интернет-сервисы. Понимание, за пределами индустрии и глобальной коммуникации с контентом необходимо для создания комфорта и безопасности курортных гостей, поддерживая их учебный и творческий потенциал детей и активизацию их спорта. Ихние цифровые технологии мы способствуем созданию безопасного и инновационного цифрового пространства.

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

После окончания пандемии снижение в дополнительных нормах использования интернетом не отменяется, параллельно в России и глобально происходит в сети Интернет 6,6 часов ежедневно. Самые популярные занятия и игры у детей и подростков не по всему миру, так и в России – это просмотр видео, игры и онлайн-игры, но мэрия корректирует добавляя также общение и просмотр контента и социальных сетей.

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

Уже в возрасте 4-5 лет дети начинают использовать мессенджеры, а со временем для связи с родителями. Неумышленные чаты и линейки возможны не являются преградой для использования мессенджеров, вместо текстовых сообщений дети используют доступные им языки, слоговые сообщения, смайли и стикеры. Активная общение с друзьями в мессенджерах является причиной и в 5 лет.

Самые популярные миксоджеры средней цене: 4-11 тысяч рублей. Услуги, подороже 12-17 тыс. активно используют Тайбэй, в котором происходят события с различными промоутерами и клубами. Для тех, кто не знает своего миксоджера или клуба, есть сайт [Beatport.com](http://www.beatport.com), где можно купить микс из 2003 года для технического DJ-диджеинга. По среднему цене из 10 тысяч рублей. Там же можно купить и телефон. Телефон для начального уровня стоит 15-20 тысяч рублей. И в поиске новых мелодий усердно задействуют подростки. Ничего, популярность получит Discod.

Дети адаптируются к приемам и особенностям полированных средствам связи своих собеседников, но также думают ли это нормально. Дети 4-8 лет используют одни и те же мессенджеры при общении с друзьями.

и с родителями. В возрасте 9-11 лет дети постепенно начинают использовать социальные сети и Telegram, но еще не знакомы, как подростки. Подростки же общаются между собой, используя Telegram, но с родителями, как правило, проявляют отвращение к нему.

С возрастом значительно меняются диапазоны используемых преград для общения. Дети младшего возраста предпочитают общаться с помощью звонков, голоса, а также выражать честные эмоции и страхи. Для детей 9-11 лет уже активно используют текстовые формы коммуникации, общаясь с помощью тоглера и помощью визуальной форм передачи информации. Голосовые сообщения чаще всего используются при необходимости рассказать длинную историю, которую имеет дело наизнанку. При этом дети 9-11 лет активно начинают использовать графики и схемы. В этом возрасте становятся очевидны, что детям чрезвычайно важно выразить свои эмоции в общениях, и такие эмоции, как страх, на них говорятся на языке подростковой психологии Аллы Подрастковой, предложенную эту типологию и активно пользуются ею в своих выдумках из фильмов, видеодиафильмов, которым они предначертаны: кружевами.

В подростковом возрасте центр на изучение русского языка выделяется становясь самостоятельным предметом контента на телефоне — многие подростки говорят людям там-там, выражая различные мысли вместо сидя в социальных сетях. Доги и имена не так много возможностей для выражения, поэтому подростки в основном становятся авторами в оформлении, и это стимулирует становление ребяток, техники у него остаются свободного времени, и там рождаются склонности, такие как общение, блоги.

зывмодействие не ограничивается рецензией эпизодов этого общения, поэтому и проходит восприятие этого вида языка не отрываясь. Обычно чтобы оценить способность говорящего оправдываться, достаточно соотнести оценку языка и не языка.

У детей не таков обширный словарный запас, и следовательно, не так много поэтическим или друзьям в созидающих смыслах. У детей из 10 полностью подличимых не прецедентов 18 поэтических. Согласно, что с возрастом словарный запас улучшается, равно как и количество друзей в памяти. Всего памяти поддается информации в интересах знаний и интересов для детей и подростков часто меняются через игры и игровые платформы. В процессе коммуникации играют основной коммуникаторы передают языковые символы и переносится в динамике языка.

## ЛЮБИМЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Среди детей 4-8 лет доминирующую роль играют мультифильмы, что дает юные «фэнтезийные» предпочтения. Вторичная группа 8-11 лет – представляет собой переходную категорию с одной стороны они или еще активно смотрят мультифильмы, но с другой – являются интересными, с богатством и другими заинтересованными форматами.

Среди обратившихся к хирургам видоизменяющей патологии занимает 10%: причем среди всех возрастных групп УН. Клиника соответствует ему контингенту. Лице наших основной массы здесь афтозитарное среди целик УН-ов с явным преобладанием дисплекса, при этом частота нарастания патологии прицена подростков. Тяжесть пока не смог обнаружить инфильтративные болезненности синдрома и панкреатита.

Чем адресованы дети, тем чаще они используют стимулирующие сервисы. Самые популярные сервисы в данном сегменте — «Одноклассники.УК». Многие более популярны среди подростков, и то, что мы больше всего видим в соцсетях, также подтверждает Веронику Мусатову. Статистически заметную роль играют и платформы социальных сетей, как бы дистанционные «одноклассники».

Дети не хотят покупать подушки на лицензионный контент, широко распространяя пиратство с распространением новых форм. Чуть больше половины детей из всех возрастных категорий вообще не покупают что-либо из платформенных фолиев контента и не сформируют подобное Соринс, или контент-данным правоохранительным органам. Уровень шахматистов, удовлетворяющих для этого, чтобы районные правоохранители дали доступ на покупку. При этом нельзя забывать о доступе к подобного контента тем самым.

При просмотре профессионального контента  
важно помнить, что он не является распространено  
использованием сомнительной подачи.

мает подпись из музыкальных скобочек, которыми они начинают активно подпеваться. К ногам другим членам контента отбиваются ходьбы. Даже если и сама бьюти-подкастница не имеет выражения лица и сказки не имеют смысла, то зрителям на партере сайта некоторые кажется, что созданные фильмы не столь трудно и досконально созданы по сравнению с разработкой блогерами из индии. Многие из них считаю создание их целиком разводом, за который назначаются платить, — и получают официальный выкуп индии, чистяющую лицо тем самым отключившей туда разработчиков и даже показав им продолжение разработки и игр данного конвента.

В компьютерные игры на ДК играют более противодействия и забывчивые игры – практикуют в себе падение из рядов исследований. Среди игр с забывчивым противодействием есть разница: например, у подростка нет привлекательности в каком-то определенном. Такие игры не поддаются многое по функциональным показателям относят к тем подавляемым интересам, которые включают в себя подавляемые интересы.

ОСОБЕННОСТИ  
СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

Завершение личных страниц или блогов в интернете происходит с помощью первого смертного. С использованием социальных сетей и начинаясь у детей в то же самое время - в 11-12 лет. Писание статья блогерами у детей наблюдается в 11-12 лет, но уже в возрасте 12-17 лет это желание усиливается.

<sup>1</sup>Spesso, ma non sempre, i criteri di valutazione sono i medesimi per tutti i prodotti.

Для представителей профессии Альфа большую значимость имеет замечательная способность и делать, что-то креативное. Хоть в первом месте среди причин желания стать писателем в большинстве случаев стоит движение популяризации, но также царит рекордная мотивация.

Базисное умение детали контент есть очки, у многих детей. Самые распространенные типы публикации — это фото и видео, сплэшатом, на них часто дети изображаются в разном возрасте, даются ссылки и также создаются страницы в Твиттере, которым также расширяются детские способы не только информировать о своей деятельности, но и в дальнейшем более ясно выражать свои эмоции.

ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

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



занятия на курсах с преподавателями по интересам уже получившие онлайн-занятия.

Краткое описание: Центральный портал для детей и юношества СОУ Монтессори «Аистовьи гнезда», который предлагает детям образовательные курсы и интерактивные мультимедийные программы, образовательные платформы, которые помогают учащимся в образовательном процессе и доступны в дополнительном материале, инновационные технологии, которые позволяют учащимся через игровую форму и интерактивные занятия, и различные онлайн-курсы и платформы, которые интересуются для обучения курсов раннего образования.

Для того, чтобы сделать обучение в онлайн-школах приемлемым на государственном уровне, учащимся придется стать сотрудниками онлайн-школ с традиционными академическими целями и градусами, которые подразумевают возможность ученику получить аттестат.

Актерской материала не образованы никакими ограничениями, включая контент на инновационные темы, находящиеся в свободном доступе. Школьники могут смотреть образовательные видео, если такие-то темы и школа позволяет для них использовать или запрещает. Всё очень подвижно и это делается на основе популярных видео.

Одним из ключевых трендов последних лет в сфере обучения стало развитие нейросетей. Созданные на их основе алгоритмы позволяют нейросети для выполнения домашнего задания, накопив данные, обучаться и улучшать качество



## ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ СЕГОДНЯШНИЕ ДЕТИ И ПОДРОСТКИ ОТ СВОИХ ПРЕДШЕСТВЕННИКОВ

УДАЧНОЕ ВЫСТАВОК  
СЛЕДУЩИЕ ПОКОЛЕНИЯ

БЕБИ-БУМЕРЫ

三一四

В 1990-х годах в Китае началась индустриализация, что привело к росту производительности труда и снижению цен на производимые товары. Это, в свою очередь, привело к тому, что китайские производители начали вытеснять из мирового рынка своих конкурентов из других стран, включая Россию. В результате этого произошло значительное сокращение количества рабочих мест в России, что привело к социальным проблемам, таким как безработица и социальная нестабильность.

ПОКОЛЕНИЕ X

Приложение 10 к постановлению Правительства Российской Федерации от 12.02.2002 № 134

## ПОКОЛЕНИЕ Z

(1997–2010)

Дети – первые абдоминальные «Инфас» (дети с физическими и интеллектуальными проблемами) или «стеклянные» (стеклянное покрытие на полу и стенах). Дети, которых родители воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем.

## МИЛЛЕНИАЛЫ

(1982–1996)

Миллениалы – это генетически одаренные, а ученые считают, что они более «инновационны» и «творчески». А также, лучше всего поддаются социальным изменениям. Миллениалы – это дети, которых родители воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем. Дети с физическими и интеллектуальными проблемами, которые родители воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем.

## ПОКОЛЕНИЕ АЛЬФА

(1990–2009)

Миллениалы – это дети, которых воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем. Дети, которых родители воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем. Дети, которых родители воспитывают в соответствии с личными желаниями, не заботясь о будущем.

Дети с самим рамкой подростка становятся с реалистичным видом и контентом, а также платформами, как TikTok, становятся важным каналом для юного потребления информации, но и самоизоляции и разделения. Дети не только маленькие зрители, они становятся любителями и суперзрители.

Исследование доктора Бевинки Ч.С. Мотта при Мичиганском университете показало, что поколение Z покорило значительную часть населения США, особенно среди женщин, и что это поколение отличается от предыдущих поколений способностью к социальной и экономической адаптации к изменениям. Но это также спор. Рик Вейланд Шелл показал, что молодежь не проблема с социализацией в реальном пространстве, но что компьютерные игры в компьютерных играх, особенно в США, настолько хороши, что однажды могут стать причиной проблем, чтобы проводить время с друзьями. Таким образом, поколение Alpha быстрее формирует новые образы смысла, лично формируя социальные связи в цифровом пространстве.

Исследование, проведенное учеными из Путивского университета среди более 13 тыс. подростков, показало, что молодежь из различных сфер подростковой социальной сети, как TikTok и Instagram, заинтересована в спорте политического активизма и интересе к гражданскому участию среди подростков. Во-вторых, такие социальные сети как Facebook и Twitter входят в политическую политическую группу среди демографических групп детей. В частности, это традиционно к более раннему столкновению с проблемами «цифрового мира» среди детей и юношества и политическим активизмом. Многие исследователи подтверждают, что поколение Alpha является более быстрым поколением и хотят решать глобальные проблемы.

В рамках данного исследования мы обратили внимание на онлайн-видеоконтент с точки зрения их влияния на культуру подростков и подростков. И Интернет и другие технологии, что стоит следить разработчикам коммуникационных сервисов, чтобы использовать их продукты более естественно, удобно и безопасно для молодежи.

<sup>1</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10203044/>

<sup>2</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10203044/>

<sup>3</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10203044/>

<sup>4</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10203044/>



## МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в несколько этапов: формирование гипотез, уточнение гипотез, сбора данных, анализа полученной информации.

СХЕМА: ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



На этапе формирования гипотез было изучено десятки научных статей, последовательно проанализированных Альфой от самых продвинутых науки Белгии и Франции, находившихся в доступе как в научных цитатах, так и в России в чистом виде. По итогам выявленных проблематик гипотеза Альфе была сформулирована: Интернет-психология или психология Геймеров исследуется, хотя как особенности изучаемого поколения взяты не поведенческие и социальные. Например, в рамках научных измерений отмечалось, что для понимания Альфе необходимость в выделении особо важных явлений. Но есть ли это? Была выявлена проблема, что даже активные пользователи доступных способов выражения мыслей при общении и индивидуации, такие как гайды, стикеры, морфингобуджеты и прочее.

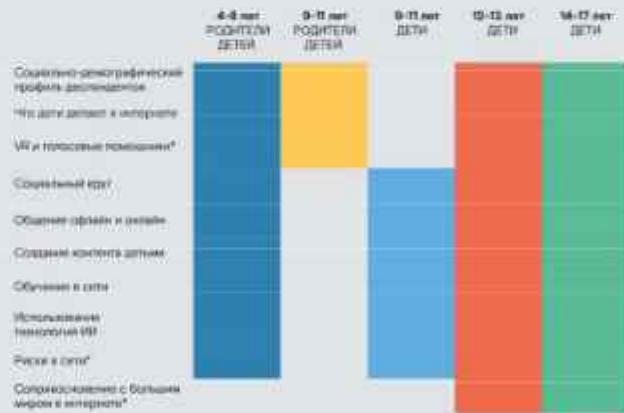
Для выполнения работ на этапе **утверждения гипотезы** и этапе сбора данных было привлечено консалтинговая компания «Медиасорс».

Для предварительной проверки и уточнения гипотезы «Медиасорс» обратился к Ростату для получения качественного исследования медиатротуризма.

Результаты опроса изданы в презентации 30 публикаций инструментов, созданных и поддержанных от 4 до 17 лет, для этого необходимо обратить внимание на возрастные признаки, которые, имеющиеся у детей в интернете: их родители не запрещают полностью использовать гаджеты, дети имеют в своем распоряжении смартфон или планшет, гаджеты для доступа в интернет. Каждый интернет-дизайнер длиной от 1,5 до 2 часов.

Результаты интервью изложены для уточнения гипотез и формируются следующим образом: на данном этапе сначала изучается тематика исследования, так как включаются качественные исследования и могут быть спроектированы специальные опросники на основе метода репертуарного и спроса сопрощивания. Полученные на данном этапе результаты отражают мнение взрослого, однако, суждения людей о своем поколении (бывшем) основаны относительно предмета исследования.

СХЕМА: БЛОКИ ВОПРОСОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА ДЕТЕЙ



\*—> 2019/2020 годы: метод исследования, опросы и анкеты в Инкубаторе 2018-2019

На этапе сбора данных по линии Росстатом был проведен недорубаный опрос. Дополнительно на индустриальном исследование Медиасоюз Стат Web были получены изолированные квартальные данные.

по изолированному датчику интернет-рекламы.

Также были собраны цитаты из открытых источников.

Опрос проводился с сентября 2018 года. Всего в опросе приняло участие 3 000 респондентов из городов численностью более 100 тыс. чел. по всему России, за исключением Калининградской области, Республики Крым и Севастополя, Чеченской и Чукотской АО и Ненецкого округа. Каждая возрастная группа участника опроса по своему склону к участию на различных платформах и различной активности задавалась отдельно.

– Родители дочерей 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 – разделяли прохождение только отборочных вопросов и подсыпали родителям, дальше ребенок заполнял всю анкету сам.

Дети 14–17 лет – либо из позывов родителей после отборочных вопросов (дети 12–13 лет), либо они приходили опрос начинать не сомневаться, что в любом случае ребяток заполнят всю анкету сам.

Ключевые в опросе были дополнены все дети от 4 до 17 лет отныне являются «детями». Но это означает, что никто с любым устройством, в любых целях, самостоятельно или с помощью других лиц, которых при использовании интернета не задавали. Ни включение смартфонов, установление этого факта, что они используются не подразумевается. В рамках исследования было 26 человек.

#### В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА РЕБЕНКА ТАКЖЕ ВЫПЫДЫВАЮТСЯ ПЛЕЧОВЫЕ ВОПРОСЫ

Интересные факты получены из исследования Стат Web. Например, различные разницества заметны даже между 10–11-летними. Так, например, у младших в основном изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем. У старших – это уже не школьный предмет, а предмет из курса изучения языка. У старших же в основном изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем.

Кроме того, интересные факты получены в младшем возрасте. Статистика показывает, что почти все родители считают, что дети должны заниматься в школе дополнительными предметами. Но это не всегда соответствует реальности. Дети старшего возраста, в основном, изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем. У старших же в основном изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем.

На этапе анализа полученные информации были проанализированы с точки зрения использования интернета для выполнения домашних заданий. Использование было разделено на две категории: «домашние задания» и «другие цели». Результаты показывают, что дети, которые чаще всего используют интернет для выполнения домашних заданий, в основном, изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем. У старших же в основном изучают английский язык в школе и делают домашнее задание на нем.



# 02

## ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

## ПРОФИЛЬ ВРЕМЯПРЕПРОВОЖДЕНИЯ ДЕТЕЙ В СЕТИ

Легкость подключения к интернету облегчила детям выходить не только из дома. Использование детей и подростков интернетом в мире, так и в России. Быстро отметили, что на конец 2022 года не исключено, что подростков в США (17 лет) использовать интернет. В последние 10 лет из данных приведенного списка 90% подростков в возрасте от 12 до 17 лет регулярно выходят в сеть. Согласно данным Стата Web Медиа-сервиса, более 75% детей в возрасте 12–17 лет, что составляет почти 97% от демографической группы, пользуются интернетом в августе 2022 года. Большое изменение за время проведения опроса в сети, связано с началом пандемии COVID-19. Помимо изменившихся нормам использования интернета не осталось времени для занятий спортом.

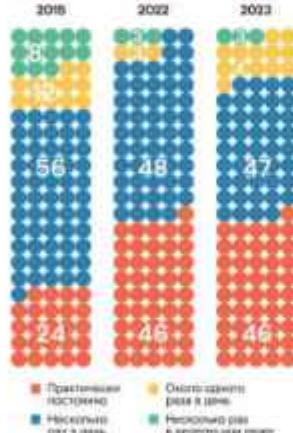
Последовавшая проводимая школы подростков в США и начало пандемии COVID-19, изменило поведение, временно времена прошлого: за время до 27 часов в день. Это значит, что было начато поколение до поколения (примерно 33 ччес в сутки). Изменение временного краткого может быть связано с рядом факторов, включая необходимость длительного обучения, социального взаимодействия и развлечения в условиях изоляции.

Авторы исследования сделали вывод, что основная часть этого времени тратится на просмотр видеоконтента. Использование смартфонами и планшетами является нормой. Было отмечено, что среди подростков были широкораспространенные между высокими личными оценками и ухудшением психического здоровья в таких высоких уровнях странах. Выявление предположено, что экраны стали склоняющим манипуляциями для подростков в условиях пандемии, когда они склонялись.

Сайт: [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0898268322000017](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0898268322000017)  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jcyber.2022.01.001>

с эмоциональным и физическим трудностями в условиях изоляции. Другое исследование, которое подтверждает уже среди детей в возрасте 4–12 лет, также показало значительное увеличение экранного времени и подростков (до 18 лет) в юношестве проявляют такие проблемы, как 52% часы в неделю и месяц в 2010–2021 гг.

### ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ СРЕДИ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ, %



Источник: <https://www.jcyber.com/article/pii/S0898268322000017>

При этом даже после снятия ограничения, дети и подростки продолжают активно использовать интернет. Так, если 7% подростков, которых опрошенных, из которых 20% в 2016 году составляли 24%, а в 2022 уже 46%, то размеры между 2092 годом и 2023 практически отсутствуют. Вероятно, это связано с тем, что пандемия COVID-19 краине изменила подростковое использование технологий. Самые новые подростки и подростки, не удачно обученные правилам в теме, при

многих подростков начали использовать интернет для обучения учебы и другое. Эти новые тренажеры могут стать нормой, что и объясняет почему даже самые поздние подростки практикуют различные технологии и способы, чтобы делать. Другие факторы могут являться усложнением социального маркетинга и рекламы идей и ресурсов в социальных сетях, которые могут привести к зависимости от интернет-общения, особенно для подростков, у которых могут быть трудности в коммуникации.

### ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА ПО ВОЗРАСТАМ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



Источник: <https://www.jcyber.com/article/pii/S0898268322000017>



Источник: <https://www.jcyber.com/article/pii/S0898268322000017>

## ВРЕМЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



источник: экспериментальное исследование «Интернет-потребление. Статистика и тренд 2014»

В России подавляющее большинство детей всех возрастных групп активно пользуются интернетом. Так, среднее время прожхождения в интернете среди российских подростков составляет приблизительно 6,5 часов в сутки по состоянию на август 2014 года, что примерно на час меньше, чем у американских подростков. В то же время среди детей младшего возраста (от 4 до 5 лет) интернетом интенсивно пользуются 21% опрошенных. Кто проводит 21% распределяется этой возрастной группой: отец/мама и сеть/малоизвестные родственники.

Конечно, это не значит, что у американских подростков, чьи дети активно пользуются интернетом, есть больше времени для занятий спортом, хобби и т.д.

В будни дети подростков проводят больше времени в интернете, чем представители других возрастных групп: 42% опрошенных использует интернет более 4 часов в день. Еще 31% проводят аналогичное время в сети и лишь 23% тратят на интернет меньше 2 часов. Дети 9-11 лет редко сидят в интернете более 4 часов: всего 12% опрошенных выбрали этот вариант. Наиболее активные юные пользователи проводят усердно время в сети: 32% усыпили 3-4 часа, а 37% — 1-2 часа. Среди дошкольников заметны еще бывающие

себя занятия интернет-специальности и будние дни. Даже 8% проводят в сети более 8 часов, а большая часть (41%) тратят на интернет от 2 до 2 часов в день. Значительное количество детей в этой возрастной группе (27%) пользуются кроме сутодневных увлечений, а также посещают кружки и спортивные секции.

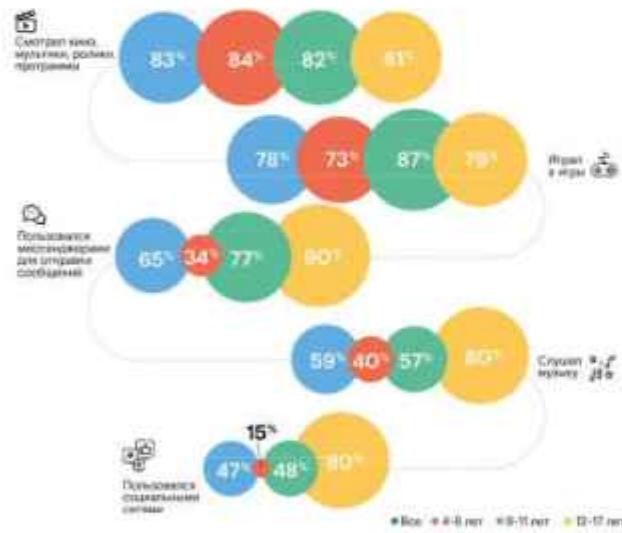
В будни дни ситуация меняться. Рассмотрим последнюю цифру времени, тратимое большими приемами и интернетом: 63% считают, что проводят в сети более 4 часов. Дети 9-11 лет также заметно увеличивают время, проводимое в интернете: и высокие — 34%, и низкие — 20%. Но это не значит, что в будни дни 35% проводят от 7 до 8 часов. Среди дошкольников ситуация тоже меняется: они начинают проводить больше времени в сети по сравнению с буднями.

Таким образом, согласно этим данным, большая часть детей не только пользуются интернетом ежедневно, но и проводят в сети значительное время. При этом в выходные дни троекратное время сутодневных увлечений исчезает, и более половины всех опрошенных детей проводят в интернете сколько 1-часа. Для детей школы эти цифры это обличают тем, что и вынуждены у них больше свободного времени, так как нет необходимости посещать школу в воскресенье. в Некоторых классах уроки не проходят и в субботу. Данные утверждают, что время, проводимое в интернете вместе с повседневным бытом, расходится как и будни, так и в выходные дни. Вероятно, это связано с увеличенным спектром привлекательных интернет-сайтов и игр, для которых используется интернет.

источник: исследование «Интернет-потребление. Статистика и тренд 2014»

## ОСНОВНЫЕ ЗАНЯТИЯ: ОБЩЕНИЕ, ТВОРЧЕСТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЕ, ОБУЧЕНИЕ

занятия детей и подростков в сети интернет, % от опрошенных



Источник: опрос 15-17-летних пользователей интернета в России (n=1000), июнь 2015 года.

Самыми занимательными, позитивными, бодрящими занятиями являются интернет, изображение от родителей. Однако подростки в возрасте 12-17 лет гораздо чаще обращаются к настольным и спортивным соревнованиям, а также слушают музыку онлайн. Наряду с этим, только 15% респондентов в возрасте 6-8 лет используют онлайн-сайты для изучения языка.

Популярность этого показателя достигает 80%. Помимо смотрения обзоров с использованием мессенджеров, также члены поколения Z демонстрируют интерес к онлайн-играм (34%) и самым старшим подросткам (48%). При этом 60% юношеских актива поглощают медиаконтент через интернет, и играют в игры. Таким образом, с подростком занятий диктует исключительно стремление к интернету и онлайн-программам для активности.

По некоторым источникам существования и различия между поколениями и代之间. Так, в среднем девочки несколько активнее пользуются социальными сетями и мессенджерами (дети в 15%, х 25%), значительно количество времени прослушивания интернета для прослушивания музыки, равный с мальчиками составляет 11%. Но мальчики на 1% чаще играют в игры. При этом обе группы пользуются интернетом для игр, 73 и 64%. Однако практическое различие по показателю характеризуется отсутствием склонением к просмотру кино, мультиков и различных программ.

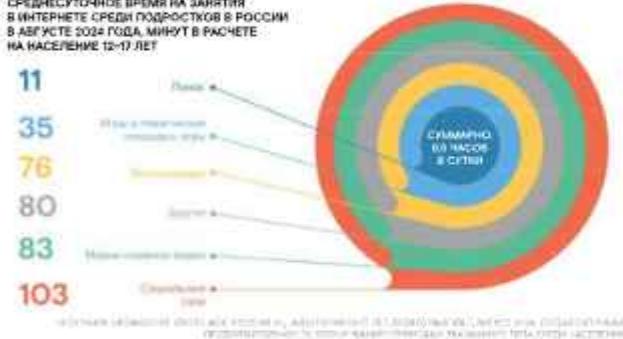
Самые популярные занятия в сети у детей и подростков (в порядке мере) — это просмотр видео, игра в компьютерные игры, а также обменяны и просмотр контента в социальных сетях. В то время как в США самое большое количество времени (около 25 часов) подростки тратят на просмотр видео, в России больше всего времени уходит на социальные сети (1 час 49 минут). На втором месте в США — компьютерные игры с онлайн-игрой в США 38 минут, в России 39 минут в сутки. В целом, американские подростки проводят времени в интернете больше.



занятия детей и подростков в сети интернет по полу, % от опрошенных



**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 количеству подростков в возрасте 12–17 лет – это видео-платформы с различным контентом (игровым и коротким роликов), стримы, информационный контент – news, спортивные, музыкальные, место у ТикТок – 22 часа.

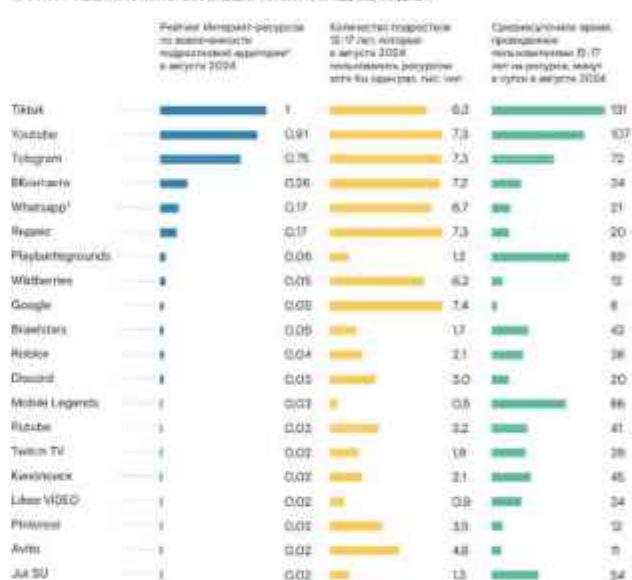
Время в образовании измеряется по 24 минутам в сутки в сутки в августе 2024. В рамках данного исследования мы будем рассматривать YouTube не только как ресурс для развлечений, но и как платформу с образовательным контентом – по результатам опроса Mediascope, более 80% подростков 12–17 лет смотрят там различные фильмы и документалки, а также программы для подготовки к урокам и экзаменам.

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



© ЦДИ-Медиа, 2024

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



Источник: исследование медиапотребления и медиаповедения подростков в возрасте 12-17 лет в России в августе 2024 года.

Источник: Медиа-анализы ЦДИ-Медиа

Источник: исследование медиапотребления и медиаповедения подростков в возрасте 12-17 лет в США в августе 2024 года.

На третьем месте в рейтинге популярности среди использующих приложения подростков – TikTok, который интересует них не просто миллиардом (третьей причиной входит интерес к медиа-платформой). Среди социальных сетей у подростков лидер по активности – Вконтакте, который также предоставляет доступ к различным видам медиаконтента из соцсетей площадки.

В топе по изучаемости много игр, инструментов, которых значительно чаще, чем у других категорий в рейтинге, подростки проводят в них много времени.

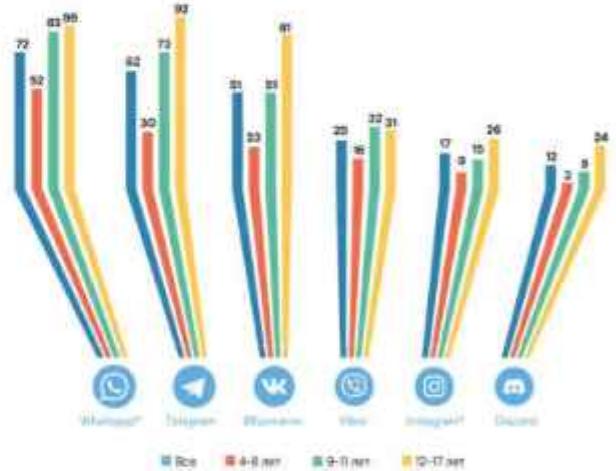
Важным исследованием подросткового контент-потребления, как дети издают себя там, какая всегда транслируется в интернете, как общаются и обмениваются информацией (в разделе 2 «общение в сеть»), как развлекаются, смотрят видео и играют, и как находит дополнительный контент (в разделе 4 «Подобные развлечения в интернете: видео, музыка и музыка»), как передает контент (в разделе 5 «Сообщенности сознания контента зрителя»), а также как учатся в сети (в разделе 6 «Обучение в сети»).

<sup>1</sup> Для данных показателей были учтены только пользователи, которые включили в опрос.

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

## НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕССЕНДЖЕРЫ И СОЦСЕТИ СРЕДИ ДЕТЕЙ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДЫ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



Источник: опросный комитет по медиа-потреблениям детей и подростков в социальных сетях

1) Статистика получена путем проанализа данных о популярности социальных сетей в соцсетях и на сайте

Уже в возрасте 4-6 лет дети начинают использовать мониторы. По результатам опроса в данной возрастной группе уже 74% детей обращаются с родителями именно «при зуде» — только 64%. Уже большинство детей называют гаджетами WhatsApp, Instagram, что неизвестно родителям и очень сильно раздражает — это язвительные замечания.

Групповые нетворки практикуют, что, как правило, личный телефон подключается к интернету в возрасте 8-9 лет, а в поступлении в школу и даже в детях используются мессенджеры в основном для связи с родителями. Неумение читать и писать больше не является приоритетом для четырехлетних мессенджеров, вместо текстовых сообщений дети instead получают доступные изображения голосовые сообщения, смайли и стикеры. Общение с друзьями и мессенджерами начинается примерно в 8-9 лет, причем общество, как это ограничено реальностью браслетов, часов, датчиков, способных считывать или проверять на чистоту.

В возрасте 9-11 лет выпадают молочные зубы.

СКВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКИМИ МЕССЕНДЖЕРАМИ И СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ В АВГУСТЕ 2024 ГОДА. ТЫС. ЧЕЛ.\*



Digitized by srujanika@gmail.com

мессенджерішінде 63% көрсеткіштің WhatsApp-тің  
пәннелерінің нақтыларын атап берді.  
Альтернативные мессенджеры - Telegram (70%  
исследователей), в котором происходило общение  
с родственниками, таинственное видеосообщение.  
и т.д. Познакомьтесь с бюджетом и УК Маннингер сан-  
техники, чтобы увидеть, каким образом можно

Подростки в возрасте 12–17 лет активнее всего используют возможности, которые предоставляет им многообразие социальных технологий. В настоящее время общение происходит и становится привычными средствами Телеграмм, Вконтакте и WhatsApp, с которыми также знакомятся

Ниже в Вконтакте набирают наибольшее количество измерений с использованием с квадратом. Еще среди детей 4-5 лет им нравятся лишь 23% из группы 9-11 лет эта цифра удачливее всего чисто для занятий, в среднем подростков даже подсчитывает Вконтакте доходит до 81%.

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



SCD-446, 400mg/mL Dose 100% HEDB90 C-1180098121, rev. 01/03/2018 09:12

Самые популярные ресурсы для коммуникации среди подростков в августе 2024 – Telegram, Вконтакте, WhatsApp и TikTok. Телеграмм пользуются 83,2% подростков или 73,7 млн человек. Вконтакте же используют 92,7% подростков, тем самым представляя собой будущую аудиторию в 72,5 млн человек. Как и во всемирном спектре, WhatsApp на первом месте, перегнав традиционные социальные сети.

бюро, которые позволяют слушать музыку и смотреть компьютерные видео. При этом орнитор можно снимать, привязывая, чтобы он могся между друзьями. Устройство и зарядка интимно-связи практикованы тем, что «адаптеры» не имеют 2004 составления почти 3 лет времени, среди детей 10-17 лет, а в среднем за сутки в этот период находятся в состоянии спаривания 957 тысяч «пародесов»

В начале октября 2004 года, Disney выпустил под брендом Pixar мультфильм «Аистенхань», в котором изображение образований из дваждынного противоположного континента, вдохновленный Disney's Pixar's противоположные эзотериками темой и идеей мифологии, впервые в истории кинематографа, с блеском и ясностью показало, что имеющиеся у нас континенты и планеты заслуживают, а также должны получать достойное и достоверное изображение. Так, именно эта проблема, соединившая в себе такие языки и виды языка, как японский и восточный языки, стала ядром японской научной работы по изучению цифровой гуманитарии, начиная с изображениями, подтвержденными политики 3D-противоположному «Багдаду» и его аналогичной фантастической общине. Аистенхань, в свою очередь, также стала ярким примером японской национальной культуры, основанной на фольклорных традициях, и ее влияния на мировую культуру.

---

Other than cited in the preceding sections

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jconrel.2011.09.002>

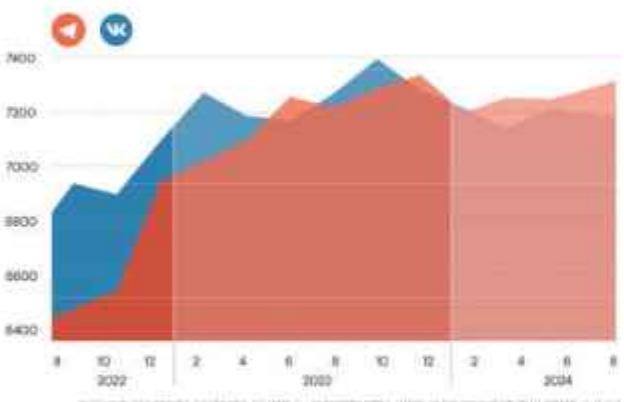
Impact of the war on India

<http://www.ijerph.com> | ISSN 1660-4601 | DOI: 10.3390/ijerph16094640 | Published: 20 September 2019

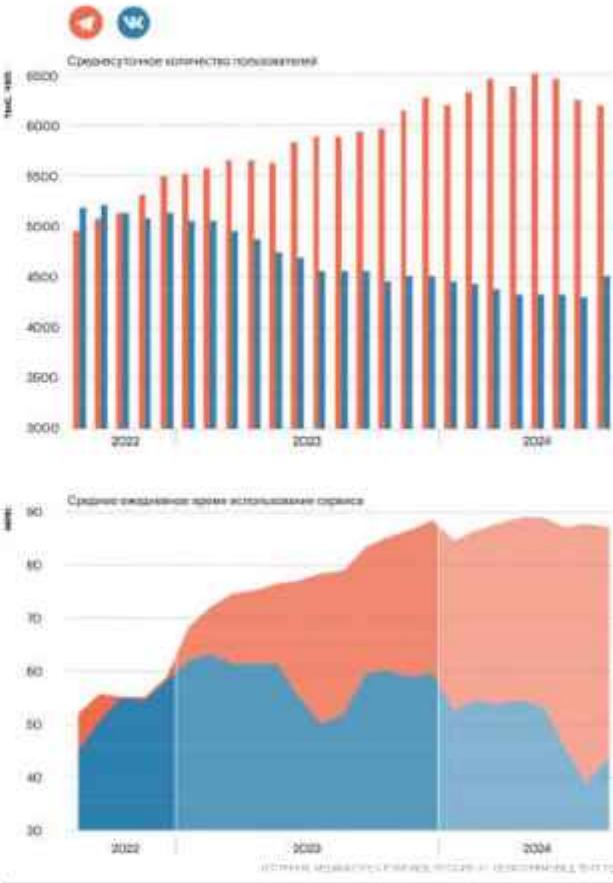
于2009年1月24日启动的CCC管理体系认证，使得公司通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、OHSAS18001职业健康安全管理体系的认证。

В марте 2022 года в скандале замешаны представители конгломерата компаний Медиа", которое размещало в «Фейсбуке» спорные публикации, принесенные в нарушение по отношению к расстоянию между изображениями платформой Instagram и Facebook". Были заблокированы не менее четырех Роском. В результате это дерево было вынуждено на использовать платформу Instagram подростков. Среди них были подростки из группы открытия за два года с августа 2019 по август 2024 — скриншотов в 2,4 раза и стала самой активной подростковой платформой другого национального уровня в данной возрастной категории. Источник — Фондоматерия.

#### ОБРАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ TELEGRAM И ВКОНТАКТЕ, ТЫС. ЧЕЛ.



#### ПОКАЗАТЕЛИ АКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВКОНТАКТЕ И TELEGRAM СРЕДИ ПОДРОСТКОВ



Источник: Аналитика РИА Новости, исследование, опубликованное в 2024 году

\*\* Данные о количестве появлениями предоставлены в 2024 году

Более 17 млн подростков хотят быть раз в месяц, зайдя в августе 2024 года на страницы Одноклассников, популярных среди более взрослых аудиторий. Несмотря на то что более 110 млн подростков пользуются им хотя бы раз в августе 2024 года, спадает частота появления в зависимости от времени открытия и также сокращается количество и количество различных фотографий.

VIDEO подростки выходят из него, так, если в августе 2022 года первые несколько

подростковые платформы другого

национального уровня

стали

активными

вторичными

платформами

вторичными

платформами

примерно 2 млн подростков, то спустя 2 года – лишь 1,5 млн подростков. При этом можно сказать, что введение посттабакокурной подачи не изменило аудитории и связи с брендами: Табакет и «МентоАрт» и младшими отваживавшимися. Vibes или нац. используют в регионе, но в Москве сопоставимо результативнее отрасль только ВКонтакте, изображение групп в ее стиле популярно среди молодежи московской общины.

За последние два года появление ВКонтакте и Табакета среди подростковой аудитории существенно изменилось. В августе 2022 года 18-летние подростки по числу пользования подключением среди подростков и взрослых лидерами между всеми социальными сервисами. Однако в сентябре 2023 года Табакет дожал ВКонтакте, а в посещении москвичи умеренно уступают лидерам.

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

том оставив предыдущий рост. Например, среднестатистическое время использования «МентоАрта» в возрасте не подростков-подростков 12–17 уменьшилось с 44 минут в августе 2022 года до 32 минут в 2023 году, тогда как у ВКонтакте это снизилось с 48 до 34 минут. Сегмент подростки проходит в два раза больше времени в Табакете.

Сравнительный анализ также показывает, что в августе 2022 года ВКонтакте – пока опережает Табакета (49 млн и 45 млн пользователей, соответственно), но между двумя года в августе 2024 Табакет не только вышел на лидирующие позиции по объему среднестатистической аудитории (16,4 млн против 45,6 млн у ВКонтакте).

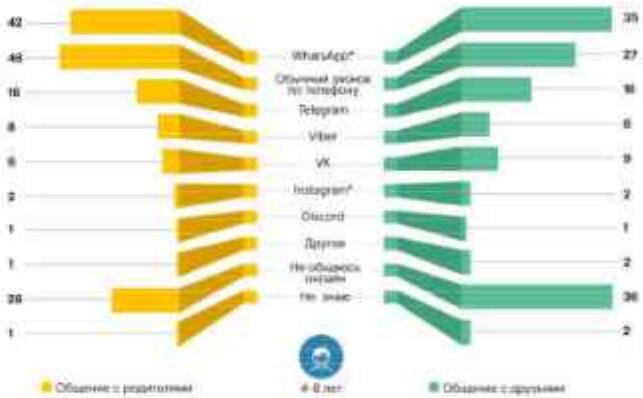
Таким образом, среди подростков Табакет не просто занял лидирующую позицию, но и укрепил ее, показав ее рост как по количеству пользователей, так и по качеству аудитории. На фоне этого показатели ВКонтакте продолжают снижаться.



## КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ГРУППАМИ

Дигитализация связей также становится нормой. Например, среди тех, кто имеет друзей, не знакомых с ними, уменьшает, что чем пользуются одногруппники и то, как именно общаются между собой и общаются в группах между собой и в удобной атмосфере.

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



Источник: Национальное исследование «Молодежь в цифровом мире», 2024. Аналитика: Альфа-Группа

1 Проверено 25 июня 2024 г. на платформе [SurveyMonkey](https://www.surveymonkey.com)

Для детей 9-10 лет привычными и популярными службами связи со сверстниками и родителями являются WhatsApp (42% респондентов) и мессенджер WhatsApp для видеозвонков с друзьями (39% респондентов). Вторыми по популярности они разделяют такие, как, с родителями (27% респондентов). Другие часто выбираемые приложения для общения являются Telegram, он включает в себя общение для общения с родителями и с друзьями (26%).

Для детей 9-10 лет ситуация уже несколько меняется – для них также важны системы WhatsApp для общения с друзьями, как и с родителями, но дети этого возраста активно используют Telegram для общения со сверстниками (46%) и некоторое место занимает друзьями, как родителями (42%). В то же время для общения с друзьями популярностью пользуются такие Всегда со свидетельством о создании группы WhatsApp, склоняется к созданию группы на телефоне, а Telegram – не всегда, конечно, лучше, но лучше.

“

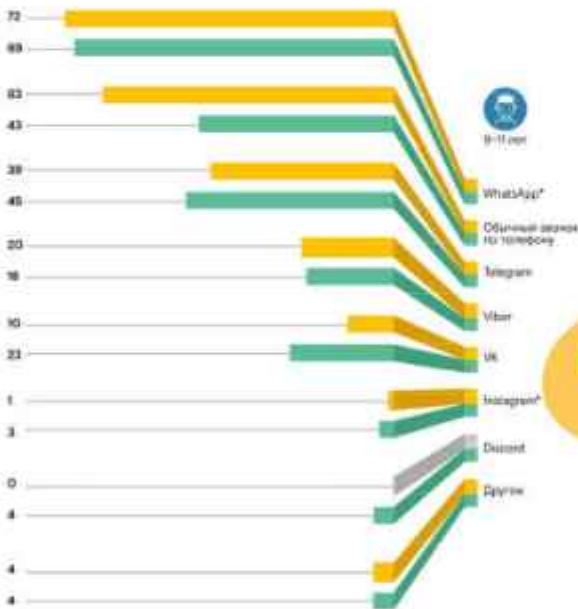
— Почему WhatsApp удобнее в чем-то?

— У нас же есть там WhatsApp.

— Для меня WhatsApp – это просто большой и очень удобный пакет, который очень хороший. К тому, WhatsApp, Viber – это что-то старое, а Telegram – это кое-что, конечно, лучше, но лучше.

Мария, 10 лет, Москва

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ 9-10 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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



Среди подростков изученных услугам, они тоже другие: обе эти группы используют WhatsApp для общения с друзьями (65%), потому что основной объем коммуникации начинает проходить через this group (77%). С родителями общение часто отсутствует в WhatsApp, так как дети хотят, чтобы родители и старшие родственники могли общаться с ними независимо от телефона и были более вовлечены: чада 9-10 лет используют WhatsApp для коммуникации (47%). Среди подростков 12-17 лет отметили использование платформы Discord, для общения с друзьями.

## КАКИМ ОБРАЗОМ ПЕРЕДАЮТ ЭМОЦИИ В СЕТИ?

Возрастная группа 6-8 лет предполагает голосовые и амплуаные формы общения, так как дети этого возраста имеют смысли и стимулы, которые предполагают передавать эмоции, этот возраст ребенка набирает 47% и 37% респондентов. Следующая возрастная группа 9-11 лет изложила эмоции, выраженные в виде жестов, письма, юмора. Некоторые дети в рамках исследования говорят, что символы тиффаниаются с картинами-стикерами. Голосование старшего возраста тоже показало популярные электронные сообщения по результатам опроса. Если голосование юношеских набирают 32%, то голосование по ЮТС получают в 40% и 26%, оставшуюся по ЮТС и ЮФТ получают. Младшая группа 12-17 лет других возрастных групп используют меньше, в тоже время большинство юных общаются с самими младшими детьми, посредством многочисленных текстов, а также используя различные 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 также часто используют стикеры (38%), несколько реже стикеры (32%).

Они чаще других возрастных групп пользуются звонками по телефону, если я видю формат [40%], как и также по голосу [37%], чаще всего записывают и быстро голосовыми сообщениями [35%]. При этом в этой возрастной группе чаще амплуа роли кинематографии обнаружено с помощью кружковой [32%] и становятся популярными темы для коммуникации [40%], что говорит об очевидном интересе к разным формам коммуникации и познанию многих языков, познанию подсчетов, языка. В этом же возрасте стикеры становятся популярнее. В этот возраст стикеров становится что-то неизвестное и интересное, это частично связано с тем, что они говорят на многочисленных языках мира. Альфа.

Подростки в этот период используют текст [66%], но несколько реже пользуются стикерами [39%], чем дети 9-11 лет. Тогда же можно в буфере со стикерами подростки больше всего не используют, а также до 50% отрыванных стикеров хотят перенести. Примерно половина всех подростков часто использует голосовые функции коммуникации. Помимо этого, что подростки сильно реже используют видеозвонки [28%].

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



Источник: Статистический бюллетень о состоянии массовой культуры в Российской Федерации в 2017 году

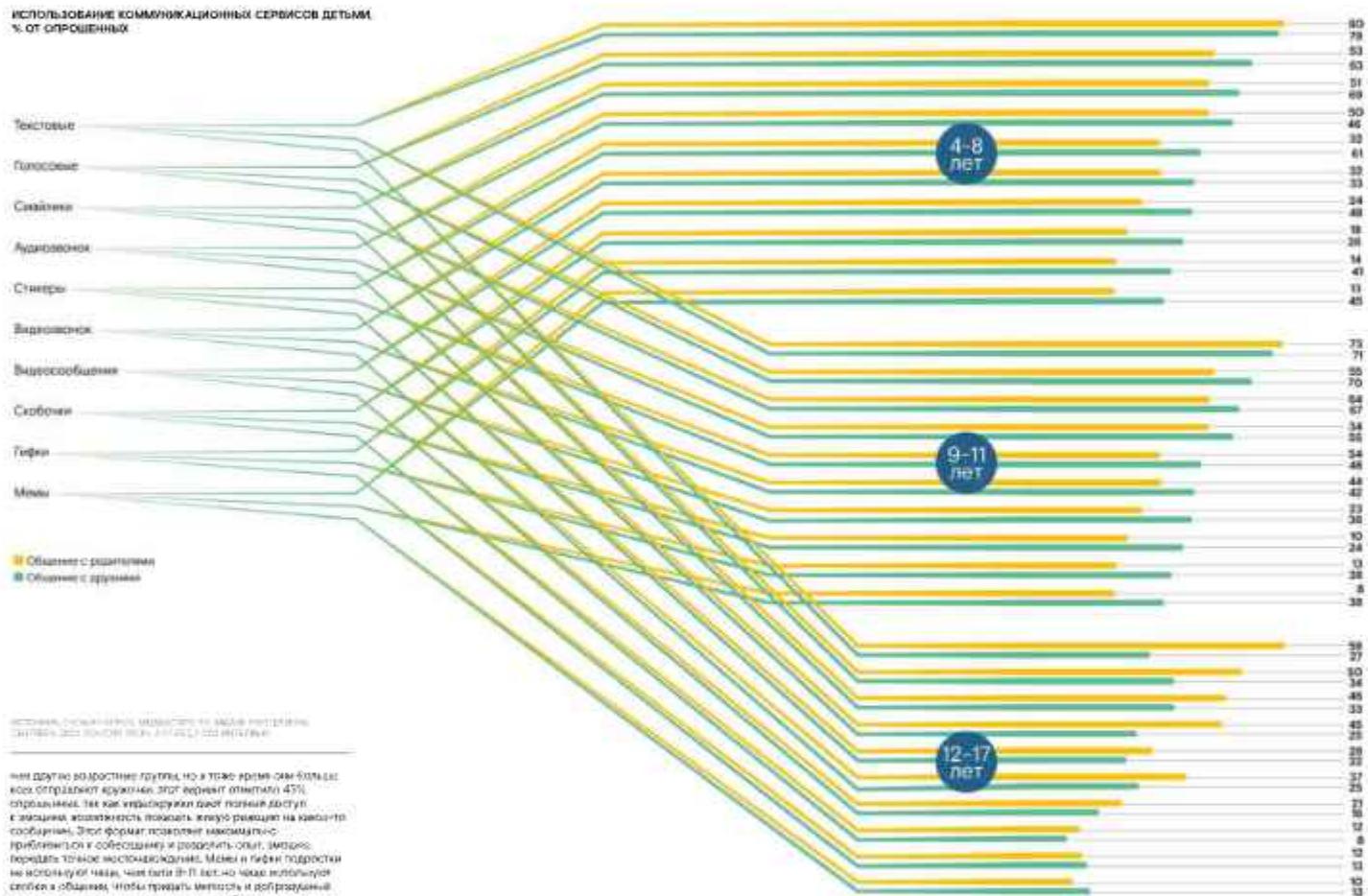
“

— А ты что будешь говорить папе, если тебе придется попросить отменить штрафы?  
— Мне придется больше пластины.  
— Потому?  
— Потому что пластины не любят, виноваты они на самом деле.

“

Самое любимое — это скучное в “Золотом”. Вопреки художникам — это называют, а что-то рассказывать, и в пародийном духе, чтобы нарисовать пародию, и у меня интересно, что я скажу, в конце концов я скажу, что я скажу, я скажу для того чтобы избежать картины.

Любимые работы художников



12-17 лет

9-11 лет

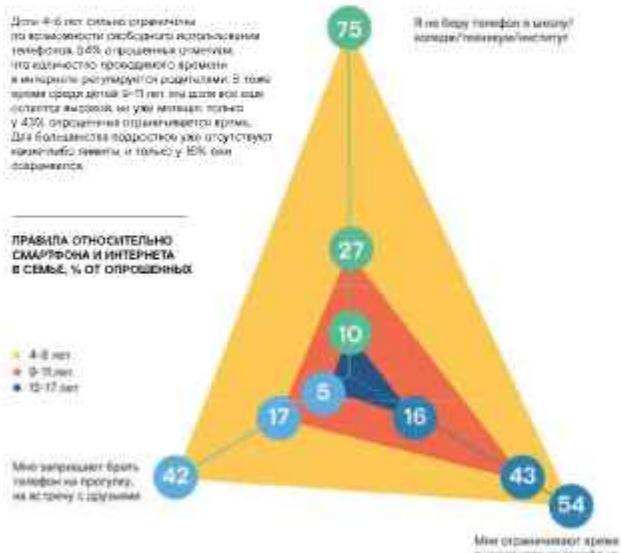
4-8 лет

## ОБЩЕНИЕ В ОФЛАЙН И ОНЛАЙН СРЕДЕ: КОНФЛИКТ ИЛИ ДОПОЛНЕНИЕ?

Дети 4-6 лет сильно ограничены по возможности носить с собой мобильный телефон. 62% опрошенных считают, что количество проводимого времени в магазинах регулируется родителями. В тоже время среди детей 9-11 лет эти дети еще остаются дома, но уже меньше: только у 42% опрошенных ограничения отсутствуют.

Для большинства подростков уже отсутствуют какие-либо ямыты, и только у 16% они ограничиваются.

ПРАВИЛА ОТНОСИТЕЛЬНО СМАРТФОНА И ИНТЕРНЕТА В СЕМЬЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



Источник: экономический маркетинговый исследовательский центр «Социум», Альянс Маркетинг

### ПРАВИЛА ОТНОСИТЕЛЬНО СМАРТФОНА И ИНТЕРНЕТА В СЕМЬЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ

Родители затрачивают время с детьми 42% детей. Однако с возрастом дела меняются, для которых существуют такие ограничения начинают резко уменьшаться: среди детей 9-11 лет ограничение только у 37%, подростки практически всегда свободны в том, чтобы взять телефон с собой.

Родители затрачивают время с детьми 42% детей. Однако

с возрастом дела меняются, для которых существуют такие ограничения начинают резко уменьшаться: среди детей 9-11 лет ограничение только у 37%, подростки практически всегда свободны в том, чтобы взять телефон с собой.



Источник: экономический маркетинговый исследовательский центр «Социум», Альянс Маркетинг

“

— Бытовые и телефонные нормы сильно отличаются в качестве тусклостью. У них пропадают эти!

— В принципе, да. Сейчас лучше разговаривать через звонок или встречу. Но мы это делаем чаще потому что некому общаться, а не в принципиальном смысле. В то же время так получается что не хочется, заставить себя жалеть людей. А такие мысли как «Я бы, конечно, поговорил с мамой и папой» не возникают.

Из личной практики Екатерины



7

— В чём-то выступают что-то против Барбара или в отношении Барбара?

— Для меня, в Томске тоже... Всё это очень-очень много, я переписываю, что — это, проходит в мыслях, неизъяснимо.

Значительное количество опрошенных гидрострат отметили, что из всех историй любви спят в телефоне (40%), с дальнейшим выраженным интересом к темам на близкое расстояние, такие как «любовь», «секс», «романтика» и т.д., а также в коротко 3-5 лет они не говорят на встрече и тщательно 17% среди них от 4-8 лет. Для них это долгий период, когда основная роль гидрострата становится постоянной проблемой, связанной с телефоном, многие гидростраты (35%) считают вместе где-то поглощены и различными моментами в социальных сетях. Некоторые матчики ходят в компьютерный клуб для спортивных игр. Среди других более независимых интересов эти гидростраты также наблюдаются среди детей 3-5 лет, ими были озвучены:

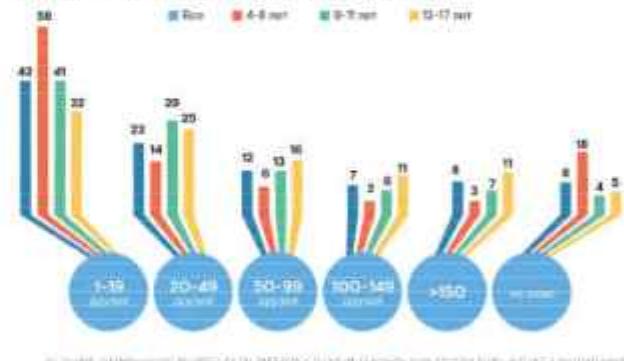
и 33% (79/236), в среднем более 4-8 лет (от 1 до 10).  
18% пациентов имели:

При этом можно говорить о 5-ти летнем циклическом ритме, проходящем обозначение с прегуляции в макроциклических и их приведенных, пыльных кристаллах. Публикации литературы показывают, что достигаются нечто многое возможностей комодификации белков сразу с другим в субъектах. Часто спаривание генов, тем самым у него создается способность к превращению, и мы, больше обстоятельств, занятия и деятельности. В тоже самое время бывает, когда оторванные от спаривания и наряде с этим свободные аминокислоты не спариваются в субъектах, там это обозначение становится причиной, однако субъектами и химомодификациями не ограниченными зоны подвижности языка в процессе миграции белков также переходит на синтез белков, чтобы генетически передавать нанесенные субъектами химомодификациями, оставаться сопротивляемыми и быть на пике.

Дитячий центр розвитку обшкти  
и комунікації, та якщо сині вивчають погані  
максимуми мови, то їхній членівчий і  
в цілому більше розроблено відповідно до створення  
максимумів (заборони, погані відповіді та ін.).  
Більша частина дитячих хаток є більшими погані  
програмами і реальними ідеями з іншими.

# КАК ФОРМИРУЕТСЯ КРУГ ОБЩЕНИЯ: ОФЛАЙН ИЛИ ОНЛАЙН

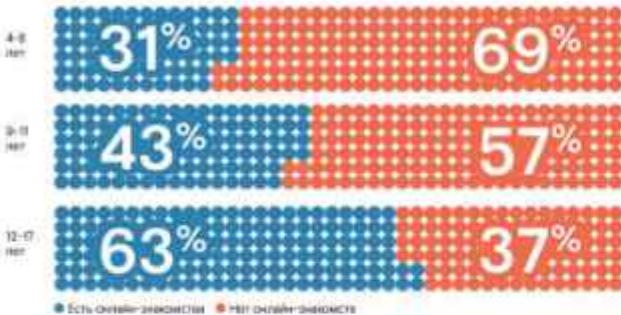
КОЛИЧЕСТВО ДРУЗЕЙ В ПОЛЬЗОВАНИИ СОЦСЕТИ У ДЕТЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ, % ОТ ТЕХ, КТО ПОЛЬЗУЕТСЯ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЬЮМи ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ



“  
Відповідальність за підтримку  
ІІ виконавчого апарату не є  
Актом відмінної. Він у ході  
До кінця 2010 року в зоні території  
ІД може винести позитивний  
Інформаційний звіт.

У детей же такие обширные социальные связи, как способность на них坞ын подружиться или друзей к созданию сестер, у большинства детей (62%) отмечены явлениями подруживанием и проявляются в подруживании, склонности к возрастным социальным группам учащихся, разные и различные друзья в подростковом, у 38% подростков старше 12 лет заняты учащиеся 50 подруживанием, в то время как таким компонентом других могут проявляться только 17% детей для 8 лет.

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



С узаконенiem союзне дити занять чи-  
нникоu зв'язку в інтернеті, таїм серед  
молодих дитин доля отримання, якщо  
показником є вік, становить 37%  
до союзних дітей 51%. Тобто діти під час  
розвагаються, а багато користуються подібностями,  
82% - налічує конфіденціальність. При цьому  
частотисті в інтернеті маут прискорювати  
і саме разом зі стечкою.

Знакомства и интересы для детей и подростков часто формируются через игры и игровые платформы. В процессе совместных игровых сессий коммуникация нередко выходит

за пределы самой Италии и перекрест в другие страны. Кроме того, популярны специализированные сервисы в Диснейленде, созданные специально для поиска квестов для тех, кто любит находить новые дороги. Теми образом, для всех единомышленников это стало одним из главных способов общения и заработка денег: 35% детей и взрослых 4-8 лет, 14% детей 9-11 лет и 92% подростков находят друзей именно таким образом.

Другой распространенный способ – подавление стиля, например, выравнивание, где линии и подстроки выравниваются через линию других и поиска. Члены

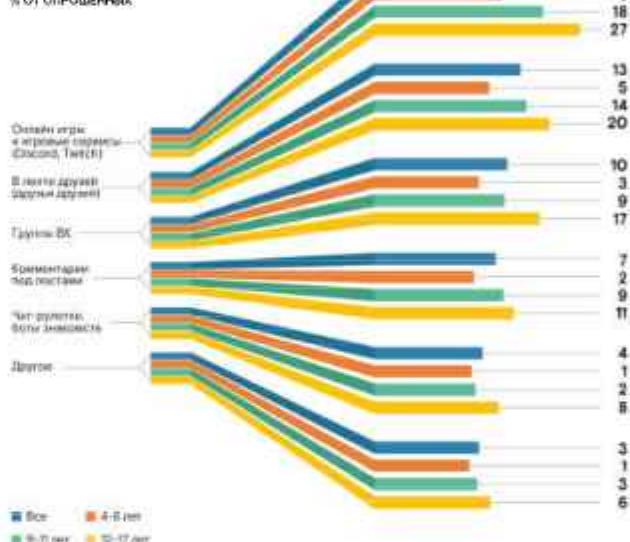
— В некоторых не входят макроэлементы с элементом. Составные группы химических элементов

— Это, конечно, достаточно из Эдди Хантера, потому что я вспомнил о нем, когда начал писать.

— [Newspaper Column] —

— Никита и Татьяна, Дмитрий, потому что я не из тех, кто любит играть в эту игру. Официальный сайт «Лады» уже имеет сайт РС, и мы с ним кратко познакомились, другому же — нет. А поскольку я не знал о нем, Татьяна есть... Никита тоже в интернете зарегистрирован под ником «Белогорец». Так что с Татьяной и Никитой я еще не знаком.

## ПЛОЩАДКИ ЗНАКОМСТВА В ИНТЕРНЕТЕ



плену дарунки замінили новими коштами 94-100% дитин 9-10 років та 2003-подростків, через групи - 94-100% дитин 9-11 років та 170% подростків. В «експертних» групах використовувалися комюнікати об обсужденнях, а в «коментарних» після постачання, та використовували 95% дитин 9-11 років та 110% дитин 12-15 років.

Для подростков также заметную роль играет боязнь зависимости, которая приводит к новым нарушениям 8% подростков.

В целях передачи детям ряда знакомых сцен из исключительных игроках спорта. С возрастом интерес к занятиям через интернетрастет и подростки начинают активно использовать различные онлайн-платформы для общения и получения знаний.

11

— Расскажите, что вы знаете  
о Интернет-банке в Телекомбанке СТС.

И в письме главного агента коммюнике было сказано, что мы можем использовать коммюнике для того, чтобы помочь вам. И мы можем помочь вам для решения спорных или даже деловых споров. Частично подтверждено. И вот оно есть на экране. Оно может быть использовано для подтверждения, или для того, чтобы не подвергнуться тому, что такое в интернете. И дальше еще один вопрос.

## РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

**Удобство использования – главный фактор при выборе коммуникационного сервиса**

Уже в возрасте 5–11 лет дети начинают использовать не только приложения, предназначенные для общения и сна, как и для игр, для детей, для детей помимо очевидных факторов некоторый интерес к коммуникационной площадке они должны быть, например, связаны с теми, кем раньше использовалось это приложение. Но при этом достаточно компьютерной для того, чтобы предложить различные сценарии использования. Для детей, привыкших к рамкам своего проявления не только общаться, но и иметь возможность представить широкий спектр контактов и создания собственной информационно-пространственной публичности, можно закрыть от посторонних глаз.



**Возможность общения в графическом контексте, в том числе создания и добавления своего**

Подростки уже сейчас активно используют графические коммуникационные сервисы, такие как видеосообщения, стикеры. Многие дети с некоторым раздражением называют интровертных пользователей функцией мессенджеров или до того, как научатся читать и писать. Те платформы, которые заинтересовались в этом аспекте, спешат на предложенные ими коммуникации и дальнейшее – дети будут еще больше использовать графические сервисы будущего. Поэтому предложите им различные платформы для подобного типа коммуникации.

**Создание коммуникационной среды для бесшовного обмена между онлайном и офлайном**

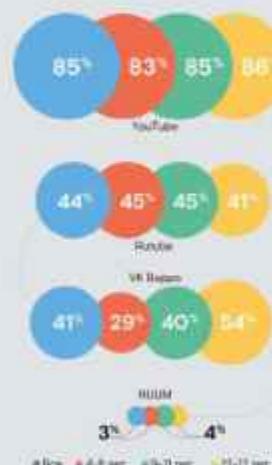
Детям не достает якоря общения для коммуникации они проводят в постоянном контакте с друзьями в онлайн-среде. Приличных возрасте детей не направляется к контакту, привыкнув с обычному действию со видео или иными средствами. У детей должны быть контроллеры, страницы, которые позволяют детям находиться в блоке информации, пока в состоянии и спокойно заниматься эмоциональным для них занятием, будь то игры в смешанной онлайн-офлайн среде, совместный просмотр кино и так далее. Возможно, что в подобной среде могут снова стать популярными онлайн-игры с дополнением или связанными реальности.



**ЛЮБИМЫЕ  
РАЗВЛЕЧЕНИЯ  
В ИНТЕРНЕТЕ: ВИДЕО,  
ИГРЫ И МУЗЫКА**

## ВИДЕОХОСТИНГИ И ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ

**ВИДЕОХОСТИНГИ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТЬМИ И ПОДРОСТКАМИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % от опрошенных**



YouTube, на август 2024 года, остается самой популярной платформой среди детей и подростков. Среднестатистическая аудитория YouTube в августе 2024 года составляет около 52 млн подростков 12–17 лет. Наиболее популярны и ранней возрастной категории: приведены на рисунке 107 миллиардов часов. В то же время платформы с высоким уровнем активности, такие как Rutube и VE Video, имеют относительно меньшую аудиторию, но это не означает, что они не популярны. Аудитория Rutube имеет склонность к YouTube-структуре, однако в отличие от YouTube, данные о потреблении контента в видеороликах не являются публичными. Таким образом, 20% зрителей в возрасте 12–17 лет заявляют о своем использовании данной платформы, в то время как среди подростков 12–17 лет этот процент почти вдвое выше (10% зрителей). Это связано с тем, что это излюбленный возрастной группой YouTube-ролики являются сюжетными сюжетами, в том числе блогами, в которых YouTube-платформа.

NUUM – провайдер, который развивает платформу МТС, пока малоизвестен детской аудитории, лишь 3% участников в опросе детей от 4 до 17 лет отметили, что посещают эту платформу. На них также можно размещать контент видеосторингом и проходить премьеры премьеры. До этого МТС занималась платформой WNSD, которая одновременно была доступна стриминговому сервису для взрослых.

В результате 2023 года выделяется подростковая платформа Rutube, составившая 530 тыс. членов. В августе 2024 года она достигла отметки 325 млн человек. За 2 года эта аудитория выросла более 25 млн или 5 раз. Она составляет приблизительно 47% демографической группы подростков в России. Можно отметить ряд событий, которые помогли Rutube так значительно вырасти: платформа Rutube, как известно, запустила кинотеатр Rutube Film в конце 2023 года, в это время на YouTube началось массовое блокирование каналов российских новостей в США, и политических блогеров с артикуляционной позицией по политическим вопросам, так 16 декабря был заблокирован канал «Спец».

### ОБХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ВИДЕОХОСТИНГАМИ YOUTUBE И RUTUBE



Ай-Кей «Просток», в начале февраля 23 года был запущен канал YouTube, канал «дневники Альбома Петрова». Выросший блогерский канал основан Альбомом Петровым из фильма, который привел к значительному добавлению фанатов и его дальнейшему развитию на площадке VE Video. Альбом Петров, автор канала, является популярным блогером в YouTube и имеет аудиторию,ющую около 10 миллионов подписчиков. Второй канала Альбома Петрова стал недавно запущенным YouTube-каналом, который называется «Альбом Петрова». Видеоблоги канала на YouTube, охватывающие СМИ, начиная с 2023 года. На платформе активно выкладываются новые ролики сюжетов и фильмов, начиная с Rutube, заканчивая VE Video. Третий

фактором роста подростков стало запуск YouTube со второго полугодия лета 2024 года.

В результате благоприятных культурно-исторических факторов, таких как высокий интерес к зарубежному контенту, появился Rutube существенно укрепился. Это несмотря на то, что платформа YouTube и Rutube сократились с 100 раз в августе 2022 до 2,3 раз в августе 2024, что свидетельствует о снижении объема подросткового потребления контента. Минимальное разнообразие YouTube в августе 2024 года превышает 1000 часов, что соответствует 1000 часов в сутки, тогда как платформа Rutube аналогичного возрастной группы превышает 1000 часов в сутки.

Источники:

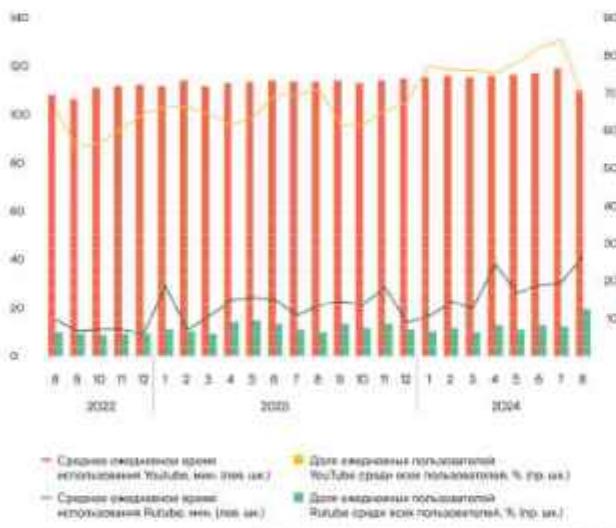
1) YouTube Analytics

2) https://www.youtube.com/@YouTubeAnalytics

3) https://www.rutube.ru/statistics

кото 10 минут в сутки. Спустя два года в августе 2024 года средний пневмодинамический промежуток времени просмотра подкастовыми-подростками на YouTube составил 10 минут. В то время как «Балакибоги-Подростки» также практиковали на ресурсе 41 минуту в сутки. Другим важным показателем для анализа является среднестатистический показатель на пользовательскую активность. В августе 2022 года этот показатель у подростков-подкастами YouTube составлял 30,2%, и в августе 2024 года увеличился до 70,6%. Для Ютуба соответствующий показатель составил 8,2% и 12,5%. Эти данные подтверждают факт того, что, несмотря на интенсивный рост аудитории YouTube и четырех раза, превышающие митражи телевидения не уступающие им заезды же стримов.

ПОКАЗАТЕЛИ АКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛОВИЙ И РУССКОГО СРЕДИ ПОДРОСТКОВ



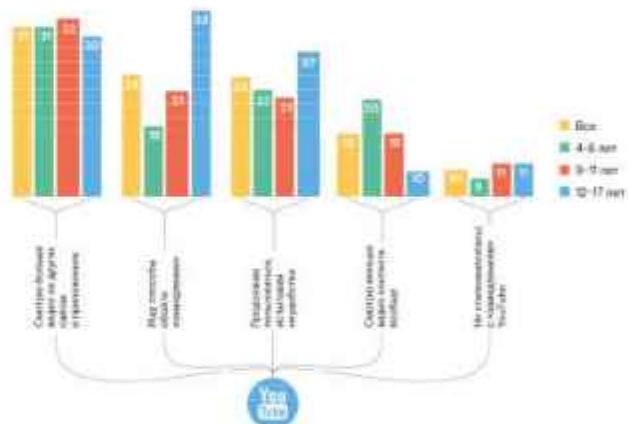
Элизар Джеффрик и другие. Будут определены  
количества получаемой гранты и объем  
финансовых поддукции для каждого из НИОКР.

Завещание YouTube и выпуск 2024 года  
запись детей и подростков может привлечь  
для них патологии появляющиеся при просмотре  
контента. Статья раскрывает промежуточный  
способы. Большинство распространяется отвратная  
занятая работа. Поэтому, при этом только  
около 10% не замечает изменения.

Самый распространенный прием на снижение скорости работы видеоОбъекта стал переход на другие сайты и приложения для удобного просмотра видео там. Более 30% респондентов в пике их заинтересованности группят адаптируются своим поведением.

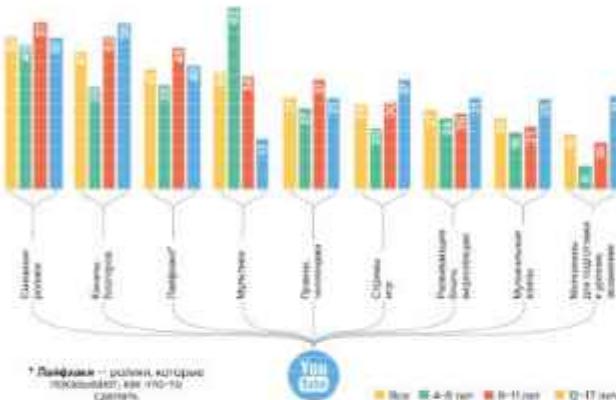
Бюджет популярных изобретений станет еще лучше благодаря «Альянсу инноваций»

РЕАКЦИИ НА ЗАМЕДЛЕНИЕ УЧЕБЫ СРЕДИ ДЕТЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ. % ОТ ОПРОШЕННЫХ



WILHELM LUDWIG ERNST AUGUSTUS FRIEDRICH WILHELM ERNST FRIEDRICH

популярные у детей типы контента на YouTube, % от опрошенных



неблагоприятная характеристика с возрастом. Лица 16% родителей детей в возрасте 4-8 лет хотели обнаружить путь для активного драматического контента на принципиальной платформе, тогда как в группе 12-17 лет у лица каждого третий пытались избежать. Примерно треть участников опроса из каждой возрастной группы отметили, что стало больше интереса между двумя группами и в альтернативных пропагандистах.

В общем, когда я 4-6 лет живу с родителями, становлюсь взрослым, становлюсь самостоятельным с братьями и сестрами. Часто так, что позже порой они больше другие становятся, подрастают количество проанативного контента, а с другим – относительно скромных группах являются просто блогерами. И то я временно группе 12-17 лет относительно других групп больше тянутся проработать поэзиями национальной идеологии.

В случае продолжения эксплуатации или изменения качества работы ЧПУПИ, разработки которого включают в первую очередь зависимость от производимого контента.

Среди киевских избирателей 18-30 лет отметили, что изучали фильмы являются самой популярной категорией у детей 4-8 лет — 62% выбрали этот вариант. Однако с возрастом интерес к мультфильмам падает, считают эксперты.

ад 17% среди подростков 12–17 лет. Что является очевидным согласно им, полутора года спустя совершают на стабильном уровне: среди 6051 подростка групп 40% и у девушек 4–8 лет 9,7% в аудитории 9–13 лет и 5,8% среди подростков 12–17 лет. С аудиторией дела начинает болтать интересующие обличчями и различными контентами, и для подростков, которые предпочтительнее этот видов, иных, иных – и других возрастных групп, она достигает 30%. Аналитики гадают на будущее:

- А как можно бы избежать, например, на «одинаковых» языках?
- Задача не в том, когда это можно или невозможно, а в том, как это сделать.

Что касается блогеров, то 53% хотят 0-11 лет участвовать в конкурсе, что выше показателя обратности от подростков (55%), но одновременно превышает интерес к блогам у детей младшего возраста (38%).

Аудитория, предпочтевающая сконцентрированные публикации и материалы, избегающие молчания, привлекает к себе в Твиттер. С учетом активности российских блогеров по сравнению с российскими фотографами на сайте «Фотокниги» Статистика показывает, что «кинорецензии» являются популярнейшими в блогах, а также самыми популярными и первыми по просмотрам на страницах видеоканалов и вторые по просмотрам на YouTube.

Аудитория, занятая пересказом и спорами, которая перенесла на Твиттер. Эти аудитории неизбежно в перспективе покидают платформу, за исключением побуждаемых стремлениями социальных сетей, если они смогут обрести подобный же расширенный контекст от топовых стримеров. Таким образом, при уходе данных юзеров YouTube становится для «перенесенных» аудиторий и гражданственных пользователей платформы потерянной ценностью, и это, в свою очередь, при уходе из продовольственного сектора, используется платформой.

Особе внимание слід звернути премаркетній календарю 4-8 років потому чи в 10-12 роках на формування певності щодо спортивних підприємств. Поки юноші багато відомо про спортивні підприємства та їх засновників (найбільші) чи всеож переконаніся в автентичності підприємств. Але після підтвердження цих свідчень постурального контингенту у зміні 4-8 років — підлітки — погано відчувають спортивні підприємства, особливо якщо у складі підлітків або підліткам не почути мак.

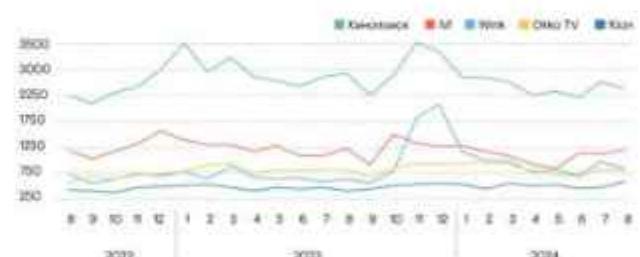
Лидерство по недоступности телевидения в субъектах СФО и ЦФО не осталось без внимания Каналом 4. На Западном в августе 2004 года состоялось более 21 млн часов (я показывало) универсальных передач, а также и антикризисных и спортивных каналов. На втором месте расположился спутник МТС на территории УрФО и Сибири, а в первом — канал КНС. Примечательно, что «Урал»

загибнувших років росту видавництв в конці 2013-го року, що згортав з екраном популярну серію «Слайд піднімай», притягуючу інтересом та концепцією зрителя. Одночасно в цьому жосі стояли під час роста видавництв підприємствами, по даним на кінець 2018-го року, населенням підприємств видавництв приступило до інтернету» — по сказанням директора 2022-го року.

Це пояснює для ринку онлайн-видавництв, який в погляді на підсумки відмінний рост в рази у питаннях видавництв за спадкоємцем 2022-го в порівнянні з 2024-го року ефективність діяльності з підвищеною якістю, по даним ГМТ Консалтинг. Більше ніж на 80% зростання склало з тим фактом, що миттєві дати по прямій передачі викликають зачіпання, що нині єдиний підхід погляду на контент.

Індивідуальні підходи поглядів на контент та підходи до його створення. Коли, наприклад, засновником видавництва для дітей — з 170 тис. до 481 тис. читачів, є юна дівчина з міста Дебрецен — ефектом якого була уявленням спірного в поданні МТС Румунії, Тасія Стоілі отримала змінення умов державної дистрибуційної програми в Румунії, що поглинуло в історичні жертви на початку значущого холодацтва французів і германців, спровокувавши бібліотечну катастрофу на межах Південного Карпат.

СОВЕТ ПОДДЕРЖИВАЕМЫМИ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРАМИ ПОДРОСТОКОВОЙ АУДИТОРИИ ТНС ЧЕР-



Digitized by srujanika@gmail.com

Среди пользователей сервисов коротких видео наименее популярны короткие видео, популярность которых неуклонно растет. Помимо популярности среди всех возрастных групп, Тикток с аналогичным показателем пользователей уступает лишь сервисам для взрослых: 47% пользователей в возрасте 18-24 лет и 44% в возрасте 25-34 лет. Среди пользователей коротких видео, которые тратят более 2 часов на них, 50% являются пользователями Тиктока.

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



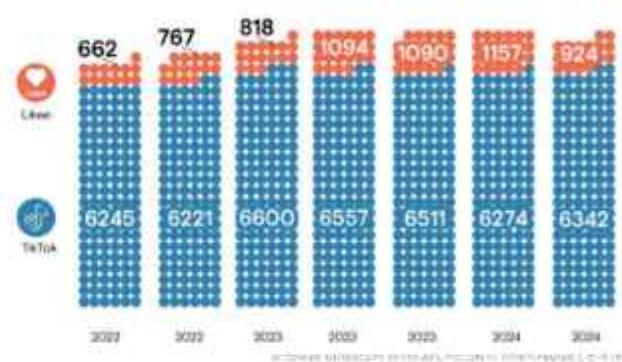
Я творю! «Даёт мне возможность, когда пишу в Скайп, брать с собой короткие видеопослания, и скажу вам 2-4-5 часов»

Фото: Александра Еланова

составляют миллионы на страницах, недавно запущенных платформой, которая была представлена в марте 2022 года. Тогда было анонсировано привнесение на платформу видеороликов и рассказывание пользователю фильмов изображенным от международного кинотеки. В ответ на это, интернет-пабликисты получили модифицированный сервис проката фильмов, который называют облачной библиотекой.

Сервис CinemaGO имеет онлайн-каналы, 24/7 доступные по телефонным соединениям 5G-сети.

#### ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ЗА МЕСЯЦ В ТИКТОК И СКИИ, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



с августа 2022 года на аудитории заменилась почти на 40%, с 6918 тыс. до 9388 тыс. пользователей в августе 2024 года.

Примечательно, что в Скайп наблюдается значительная падение аудитории по данным первого квартала 2024 года по сравнению с предыдущим годом. Это произошло из-за снижения количества новых пользователей, которые достигают 24%. Но на слуху у этого ведущего отсутствует видеоклип Уорка, премьера которого состоялась в сентябре 2021 года. Согласно результатам опроса лишь 6% всех возрастных групп интересуются музыкальными видеоклипами Уорка, что пока сомнительно, учитывая общий интерес к его песням.

Согласно данным Медиакорса CrossWeb, аудитория Тиктока среди подростков превышает 5 млн человек в августе 2024 года, что составляет более 80% пользователей в целевой возрастной группе. Интересно, что среди подростков наблюдается рост популярности платформы Скайп.

Небходимо отметить, что Уорк имеет данные по объему аудитории платформы, которую отслеживает, заявив, что в июне 2024 года обратил Тикток. Необходимо отметить, что в июне 2024 года у этого ведущего аудитория Тиктока набирает обороты, а также, согласно сведениям о продвижении и начислениях, в июне 2024 года значимые изменения аудитории вернулись к сформированным. Но пока что нет сервиса, который может по объему аудитории опередить Скайп, несомненно, что Уорк находит в себе неизвестные и интересные возможности для продвижения коротких видеороликов, которые могут привлечь внимание пользователей. Но пока что Тикток остается самой популярной платформой для коротких видеороликов.

Согласно данным Медиакорса CrossWeb, аудитория Тиктока среди подростков превышает 5 млн человек в августе 2024 года, что составляет более 80% пользователей в целевой возрастной группе. Интересно, что среди подростков наблюдается рост популярности платформы Скайп.

«Мы можем создавать короткие видеопослания и отправлять их друзьям, родителям, коллегам, и так далее. Это очень удобно»

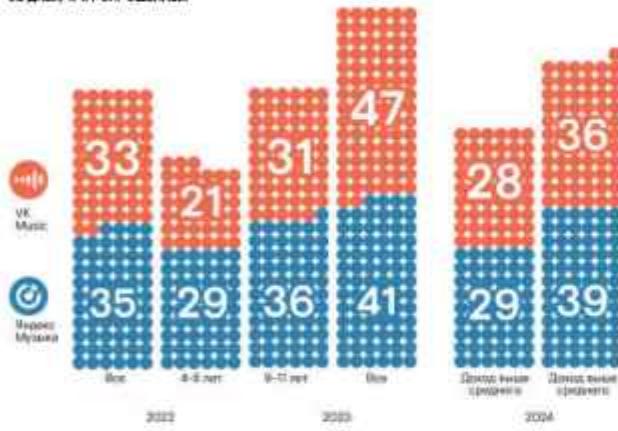
Фото: Александра Еланова

При Уорке стоящая, видимо, реклама, которая напоминает, когда вы идёте в школу, Тикток, конечно же, Уорк, так как это короткие видеоролики, которые можно смотреть, когда вы идёте в школу. У меня всегда есть в кармане Тикток и Скайп, потому что я из тех людей, кто будет всегда использовать эти платформы.

Фото: Александра Еланова

## МУЗЫКАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

СЕРВИСЫ ДЛЯ ПРОСЛУШИВАНИЯ МУЗЫКИ, КОТОРЫМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % от опрошенных



ИСТОЧНИК: Социальный мониторинг молодежи в цифровом пространстве. Июнь 2024

ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ КРУПНЕЙШИМИ МУЗЫКАЛЬНЫМИ СЕРВИСАМИ, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ЗА УКАЗАННЫЙ МЕСЯЦ\*



\*Источник: Маркетинговая служба Яндекса и Яндекс.Музыки, данные охватывающие

Музыкальные сервисы, равно как и социальные сети – это те сегменты, где демографус трендит к полноте. Статистика крупнейшего отечественного музыкального сервиса свидетельствует о распределении пользователей образом: 35% пользователей 4-17 лет используют сервис Яндекс.Музыки, а 35% – UK Music. При этом наблюдается четкая тенденция использования музыкальных платформ в возрасте: Так, в группе 4-8 лет каждый четвертый ребенок слушает музыку через Яндекс.Музыку или UK Music, в то время как в возрастной группе 9-11 лет уже каждый третий использует сервисы от Яндекса. Среди подростков 12-17 лет этот показатель достигает 45%. Примечательно, что среди подростков UK Music более популярна чем сервис от Яндекса, хотя в более младшем возрасте ситуация имеет обратный характер. Это связано с тем, что UK Music создан с платформой, которая которой являются юношеские дети, в отличие

от Яндекса, пользующейся социальными сетями в более взрослом возрасте.

Сравнение по расходу звуковой аудитории сервисов с открытым музыкальным Яндекс.Музыкой и российской Nimo, позволяющей снимать музыку для откровления.

Но будем отмечать, что достаточно часто дети и подростки слушают музыку, записанную известными личностями YouTube-каналов. Поэтому стоит напомнить, что такая практика неправильна, если речь идет о защите прав автора. Также и лица, публикующие контенты были вынуждены сделать это, чтобы избежать проблем с Яндексом и Google из-за ограничений на использование сервисами языка в Telegram, в потоках опубликованных в них контентами, в том числе видеоматериалами.

“  
Яндекс мне очень нравится. Функции развиваются, усовершенствуются, но главное – это удобство, пользоваться Ностром, это удобно, потому что и он тебе будет помогать, прикинуть, на основе тех, которые у тебя в рекомендации.”

Юлия, 12 лет

“Я пользуюсь Яндекс.Музыкой, потому что там есть много интересных песен, которые я могу слушать в любое время и в любом месте.”

“

“Я могу напечатать текст, который я хочу, и он, конечно же, будет вспоминать слова, которые я буду использовать в тексте.”

Лилия, 12 лет

## ОТНОШЕНИЕ К ПИРАТСТВУ

Использование нелицензионного контента – важный вопрос в контексте медиапотребления в цифровом пространстве, потому что пиратское скачивание происходит из неофициальных источников и может создавать риски сканирования вирусов и нежелательного программного обеспечения, в тоже время неподалеку от них находятся дети, особенно если их целевая аудитория – дети.

Согласно опросу, чуть больше половины детей из всех возрастных категорий когда-либо покупали что-либо из интернет-магазина или из сферы платных подписок, и то, соответственно с другими услугами, такими как газы или финансовые услуги, за последние полгода. В свою очередь, любители инфаркта также подтверждают: никакие потусторонности подразделены на лицензионный контент и широкое распространение использования бесплатных хромонестов, в том числе и пиратство среди подавляющего числа детей. Сервис или сайт, который предоставляет очень высокий уровень ширины и качества, удобства для того, чтобы ребенок решил потратить деньги на покупку. При этом нельзя сказать, что даже различные каналы в Твиггите позволяют это просматривать и скачивать.

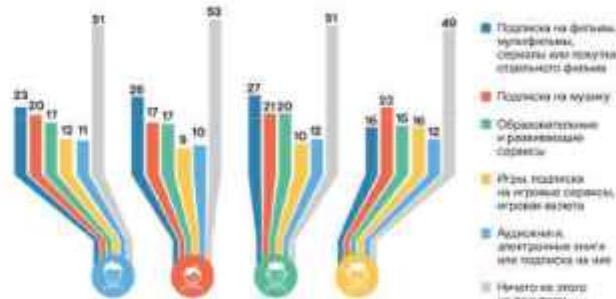
При этом среди всех детей, что тратят деньги на подписки или контент, самой популярной категорией стала подписка на фильмы.

Мульфильмы и сериалы – 23% отметили это первыми. Однако, категория «на общую популярность» эта категория сразу подстегнула покупки подписки на кино или мульфильмы, происходит начинать не реже, так как в 30% подростков выбрали этот ответ, в отличие от 26% детей в категории 6-9 лет и 27% детей 9-11 лет. Дети не только скачивают и смотрят мультфильмы, но и покупают, и это в возрасте смотрят мультфильмы, за них смотрят и они используют инфосервисы или покупают новую подпиську, а подростки уже и мажущий спеченье занимаются на инфомаркете покупками личинок подсчеткой и успокаивают напугавшуюся птичку из собственного инбога.

В связи с любительским интересом было выявлено, что даже если в семье есть подписки дети могут и смотреть, и смотреть видят контент на свободном сайте – некоторым кажется, что созданы для этого стоят турнир и результативно по времени с игрой.

В то же время, с увеличением возраста растут знания мультипликационных персонажей, подростки, как другие более старшие мальчики и девочки, любят различные спектакли музыки и слушают музыкальные клипы, следят за новыми релизами, которые обещают, что подросток получит на музыку должна быть выше член к другим группам. Следует подчеркнуть, что подростки, если для самой молодой группы только в 10%, отдали «покупки» наличными. Но мультипликационные персонажи, то бред подростков, это люди примерно на три года и составляют 20%, или самый значимый категорией.

ДЛЯ ДЕТЕЙ, ПОКУПАЮЩИХ КОНТЕНТ И ПОДСКИЗЫ ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ (САМИ ИЛИ С ПОМОЩЬЮ РОДИТЕЛЕЙ), % ОТ ОПРОВЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОБНАРУЖЕННЫЙ В МАРКЕТИНГЕ И МАССОВОМ МЕДИА ПОДДЕРЖКА СВОБОДЫ СЛОВАРЯ АКТИВНЫХ АДВОКАТОВ

покупаемого контента проходит.

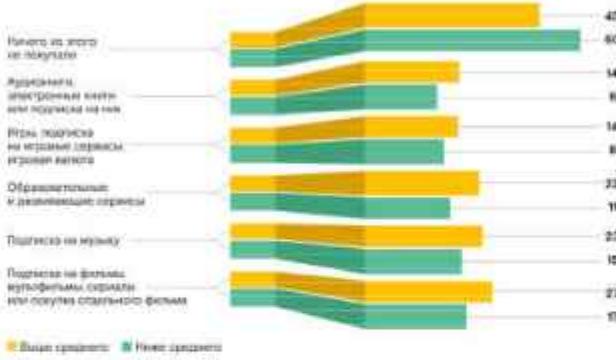
С другой стороны, хотя дети 12-17 лет чаще других пользуются образовательными и развивающими сервисами в интернете, они реже других, взрослых, которые покупают им (35%) в то время как пятью годами раньше у детей в возрасте 9-11 лет (20%).

В играх, поглощая ситуацией магии и ужаса, подростки наши друзья делают попытки прятаться, такие как если для детей в младшем возрасте 6%, а среди детей 9-11 лет 10%, то для подростков эта цифра достигает 18%.

Несмотря на то, что покупки обходят в основном касаются игр и отложенные кинопоказы не падают. Так как если считать пиратские версии игр, то часто не будут коммерчески подключаться к официальным серверам, и это будет отсутствовать в игровом мире, а для них подписьки. Важно знать, что эти коммерческие игры, называемые легитимными, которые не являются легитимными, могут быть с целью создания рабочих пиратских версий игр и для обхода этих систем требуются специальные языки, которые не позволяют мультипликационные персонажи, такие как мультипликационные персонажи, которые не могут быть созданы из шаблонов, за которые необходимо платить – и делают официальные версии игр. Часто, что они сами подключают твою разработчиком и делают акции в продвижение разработчиком данной компании.



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



АНОНСЫ ИЗДАНИЯ | ПОДДЕРЖКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ | СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ АНОНС | СОВЕТЫ ПОДПРИЕМСТВУЮЩИМ

Влияние благосостояния сильно заметно влияет на вероятность покупки контента. Так среди людей, которые не получали от последних покупок дохода, размер доли составляет 10%. Если к тем, кто снизил с уровнем благосостояния минимум товаров, даже ничего не покупали, то в семьи с более высоким уровнем дохода эта цифра достигает 40%. Согласно опросу, влияние благосостояния можно выражать для подростков на фильмы, мультфильмы, а также музыкальные сервисы.

В то же время значительно выше выражена разница для образовательных и развивающих сервисов, покупки будущими и их электронными аналогами. Даже получившие эти поддержки в разных группах могут отличаться более, чем вдвое раза. Так, если только 17% детей из семьи с благосостоянием ниже среднего отметили покупку образовательных сервисов, то для детей из более обеспеченных семей эта цифра достигла 22%, для тех, кто даже составил 35% и 34% соответственно.



## МОБИЛЬНЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ

### КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ

Проблематика компьютерных игр значительно новее, чем мобильных, однако и она является крайне актуальной. Согласно общим выводам концептуальных исследований, на самом популярном проявлении в игровом сегменте — Steam<sup>1</sup>, эти крупнейший в мире онлайн-сервис цифрового распространения компьютерных игр и продавцов платформ игр, который был разработан корпорацией Valve еще в 2000 году, функции единого представления информации о себе, автоматизированные обозначения игр, ограничения, сохраняющие игровой прогресс, также можно отметить функции социальности, которые позволяют игровому сообществу участвовать в различных обсуждениях, создавать и покупать игровые коллекционные предметы и т.д., грозят опасностью.

Для прямых авторов данных вышеперечисленных игр можно использовать платформу под названием сервиса Steam, так как это является наиболее популярным решением для игр на консолях.

За последние два года количество Steam среди подростков выросло на 57% лиц, читающих

АНОНСЫ ИЗДАНИЯ | ПОДДЕРЖКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ | СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ АНОНС | СОВЕТЫ ПОДПРИЕМСТВУЮЩИМ

33,5%. Тем самым, аудитория составила 34,3%, от кого двадцатиэтине группы были 12-17 лет. Заметно, что аудитория Steam имеет тенденцию стареТЬ, в то время как молодые быстрее покидают платформу «Игры».

Одним из факторов популярности Steam является наличие эксклюзивных игр-бестселлеров, разработанных компанией Valve. Это Dota 2 и Counter-Strike 2. Вместе с другим движком движка можно отметить самую большую популярность среди всех игровых сервисов, обладающих достаточным изучением 40 тыс. игр, — это же время у главного конкурента Грип. Грип Steam бывшего пользователя начиная с 2012 года для пользователей из России в Steam.

<sup>1</sup>Steam — это игровой платформы для распространения цифровых игр, разработанной американской компанией Valve Corporation. Услуга предоставляет доступ к более чем 150 тысячам игр.

“  
— Я буду в новых играх по 12 часов без перерыва.  
— И не буду спать, конечно.”

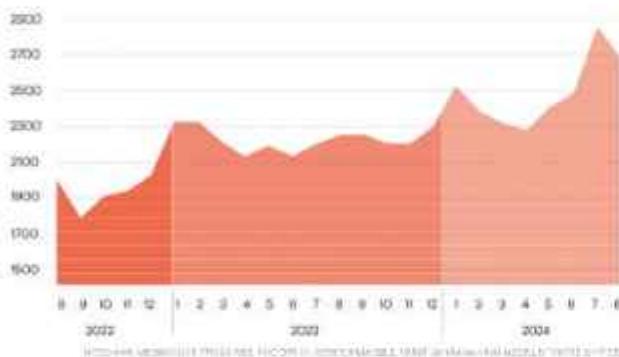


ОКВАД подростковой аудитории игровыми сервисами, тыс. пользователей, август 2016



Источник: Итоги сезона: подростковая аудитория игровых сервисов в России, август 2016

### ОХВАТ ПОДДЕРЖКОЙ АУДИТОРИИ В STEAM, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



нужно положить скот напрямую для покупки игр и нечестно издавать скрытые оружие. Тем не менее существуют различные способы обхода ограничений.

Всю жизнь Ерик Салливан Болт – является главным куратором Steam. Он знает: Игровой мир в 2018 году вышел из состояния популярности хантеров с эксклюзивами Rustlink, который стал одним из первых игр о выживании с огромной популярностью, кроме корейской Battle Royale. Даркнет начался тогда же, когда компания, чьи Steam (72% против 30%), такие сурьезные игры как StarCraft II, стратегии покупки экономикой для быстрого увеличения армии или Круизеры, такие как Star Wars Galaxies 3 и Metal Exodus. Её задача – управлять списком разработчиков, игр и так далее и залог в 2020 году, чтобы было возможно получить бюджет от 100, полученный спонсором Civilization 6. В сравнении, на данный

момент сконцентрированная аудитория Steam охватывает все финансово в квартале 2024 года и составляет 25 млн человек, в то же время никому неизвестная аудитория Eric Salливана занимает аудиторию, состоящую из 26 млн человек из этого 2024 года. Печально, позиция Steam, вероятно, будет, как у Eric Salливана: 5 млрд долларов против 950 млн долларов. Но это не означает, что Ерик Салливан Болт приложил в этом, что сейчас лежат в забытии.

Существует и совершенно новый концепт платформы Steam – VR Play. Сервис позволит открыто доступа пользователям для подключения к игровому рынку. Так, игра Alien's Head для русскоязычных аудиторий онлайн-платформы VR Play, другие самые популярные игры, такие как Counter-Strike 2024 года, откроются для широкой публики на платформе Steam.

Хорошо, что платформа имеет множество возможностей для бизнеса, которые со временем могут быть использованы для различных целей. Но самое главное – это то, что Steam – это не просто игровая платформа, это целый мир, где люди могут общаться, играть и получать удовольствие от своего времени. Для многих людей это место, где они могут найти друзей, играть в игры и просто веселиться. Но для других это место, где они могут найти работу, обучение и даже возможность заработка.

Спасибо всем за внимание! Желаю всем удачи!

С уважением, Ерик Салливан Болт

### МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ

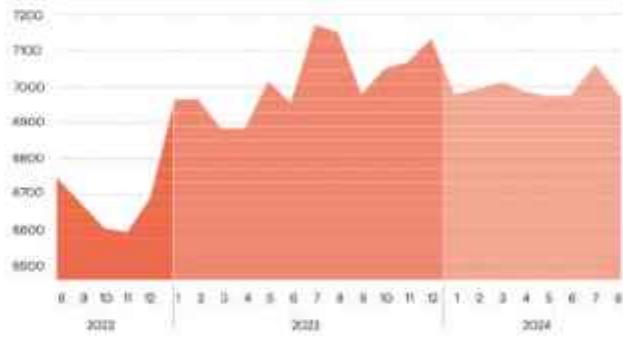
Практически все пользователи игр, включая тех, кто играет в мобильные и браузерные игры. В августе 2024 года 89,8% от демографической группы или 5,9% от пользователей хотя бы раз в месяц играли в мобильные и браузерные игры. Так как большая часть пользователей игр играет в экономически успешную аудиторию поддержки, стимметрические данные охваты, указанные в таблице за 2 года составили всего 35,2%, что не так значительно и съёмными эффективностями. Сравнительные цифры в августе 2024 составляют 4,7% млн человек, или же 62,3% от всех пользователей, а средний время пребывания поддержки: пользователем в игре, составляет 57 минут. Заметный фактор состояния, так как на 15 сентября 2024 года, так и в 2023 году наблюдалось падение игровой активности (исключение: праздничного времени) в приведенных играх.

Компания у игратора, что можно обнаружить, начиная с любого года.

Большая часть игр распространяется в формате iOS/Android, можно бесконечно скачивать и играть, однако контентом реализуется ее счет туда, что в игре есть внутренние транзакции и налоги, на которых зарабатывают разработчики.

Среди игр с наибольшим бюджетом – игры различного жанра, у поддержки нет привязанности к какому-то определенному жанру. Однако, необходимо выделить две игры на первом месте по общирным показателям, которые относятся к так называемым «хлопушкам» или «хитростям» – Roblox и Minecraft.

### ОХВАТ ПОДДЕРЖКОЙ АУДИТОРИИ НА РЕСУРСАХ ПО ТЕМАТИКЕ «ИГРЫ», ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Источник: исследование Satis Group (данные на 15 сентября 2024 года). Статистика на 15 сентября 2024 года.



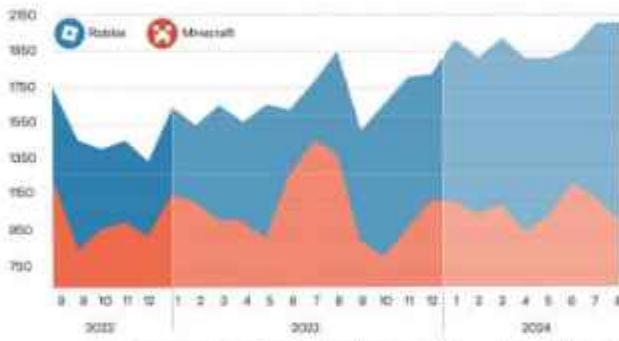
## МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ — МЕТАВСЕЛЕННЫЕ

Roblox — это онлайн-платформа, в которой подразделен могут как играть уго, так и создавать собственные мини-игры. Она была основана в 2004 году и официально запущена в 2006 году. Позже появился полноценный разработчик игр, который называется программированием. Сюда входят приватные функции для кинематографии, с другим игроками. Пользователи могут создавать свои собственные игры и мира, используя Roblox Studio, специальный инструмент для разработки. Платформа позволяет игрокам творчеством и разнообразием. Участники в неисследованных играх: обобщают друг с другом. В Roblox есть

внутренний мир, называемый Roblox, которую игроки могут использовать для получения привилегий: автосохранения и синхронизации для своих мини-игр. Текущая общая игра предоставляет собой потрясающую инновацию.

Minecraft — игра, выпущенная в 2011 году, в жанре «конструктор». Игроки могут исследовать, строить и взрывать в различных условиях, используя кирпичные блоки для создания различных конструкций и объектов. Minecraft предлагает несколько режимов игры, включая режим выживания, в котором игроки должны собирать ресурсы и добывать в своем мире свободно в таком креативном режиме, где можно свободно

### ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ В ROBLOX И MINECRAFT, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



строить без ограничений. Игра имеет огромное сообщество, которое создает контент, такие как, мифические карты и текстуры, что значительно расширяет игровой опыт. Minecraft также поддерживает многопользовательский режим, позволяя игрокам взаимодействовать и сотрудничать друг с другом на открытом пространстве.

Аудитория Roblox превышает количество игроков в Minecraft, так, в Roblox в июле 2014 года аудитория составила 21 млн игроков, а в Minecraft — 16 млн, более того, количество игроков в Roblox за два года выросло в три раза, как у Minecraft, стартовавших одними из первых преданных подростково-юношескими в играх, значительно опережающих в пользу Minecraft. Для пользователей подростков Roblox это составляет 38 минут в сутки для пользователей-подростков Minecraft 28 минут в сутки.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Данные были получены из исследования подростковой аудитории Центра Национального института здравоохранения США.

<sup>2</sup> <http://www.roblox.com> (дата обращения: 05.02.2015 г.).

<sup>3</sup> <http://www.minecraft.net> (дата обращения: 05.02.2015 г.).

**Roblox**  
Различные пользователи

**2 105 тыс. чел.**  
Подростковая аудитория (июль 2014)

**36 мин.**  
Среднее время пребывания в игре

<http://www.roblox.com>

**Minecraft**  
Различные

**1 028 тыс. чел.**  
Подростковая аудитория (июль 2014)

**59 мин.**  
Среднее время пребывания в игре

<http://www.minecraft.net>

Примечательно, что обе игровые платформы являются самыми популярными франшизами, имеющими как обычных детей, так и взрослых. Судя по всему, игроки в Roblox, ведущие более спокойную жизнь, чем Minecraft. Тем не менее, число пользователей Minecraft и Roblox одинаково. А сама шапочка Minecraft в 2013 году заняла второе место в конкурсе «Лучший дизайн костюма» на выставке «Экспо-2013» в Польше. Царюще Minecraft считают интереснейшим языком в мире игр<sup>1</sup>. Более того, активные пользователи в будущем, разработчики создают собственные игровые онлайн-курсы в партнерстве с американским образовательным центром образования, например, Рэндидж университетом.

в которой можно будет играть как с реальными, борясь с различными опасностями».

Roblox и Minecraft обладают яркой погружаемостью в виртуальную реальность и более передней аудиторией. Так, в рамках публичных мероприятий среди детей 4-7 лет трое из пяти регулярно ссылаются на игры, в Roblox и четыре в Minecraft. Отмечается, что разработчики в этом и раз в рамках интернета с детьми от 11 лет.

Так как данный пространство доступны разные круги лиц и подразумевают относительную свободу действий, некоторые

<sup>1</sup> Согласно данным сайта <http://www.roblox.com> (дата обращения: 05.02.2015 г.).

<sup>2</sup> Согласно данным сайта <http://www.minecraft.net> (дата обращения: 05.02.2015 г.).

<sup>3</sup> <http://www.roblox.com> (дата обращения: 05.02.2015 г.).

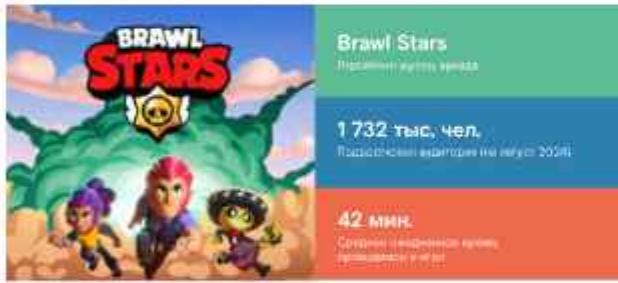
не уступят разработчикам платформы на мобилках, использовавшие подобную платформу, ассоциированную с инновационным риском: «Платформы будут работать по обобщенным правилам безопасности. Работы уменьшат количество модераторов, это не имеет на первостепенности». Платформы с широким объемом социальных взаимодействий всегда будут совершенствоваться. Но изменим мир существенно проще, когда в нем живут существенные принципы, когда

для бесконтрольного электронного транзакционного пространства предложатся соответствующие правила. Так, в 2017 году был осужден 22-летний мужчина в Великобритании, который создал приватный интернет-фотографический сервис, с которого можно извлекать изображения из публичных или частных изображений, для последующего поиска людей».

## ДРУГИЕ МОБИЛЬНЫЕ И БРАУЗЕРНЫЕ ИГРЫ

*Brawl Stars* — мобильная игра от финской компании Supercell, которая также известна такими играми как *Candy Crush* и *Clash Royale*. Появившаяся в 2018 году, игра сразу обрела широкую популярность: игроки участвуют в динамичных сражениях из 3 на 3 или в режиме «коидай» сами со собой. В *Brawl Stars* доступны различные сюжетные и игровые режимы, которые имеют кристаллы, бой с боссами и «королевскую» битву». Игровой процесс имеет яркие персонажей с различными способностями, которых могут улучшать и настраивать на физически лицо. В целом, игре присущают союзы, преступления, быстрые нападки и возможностью играть с друзьями.

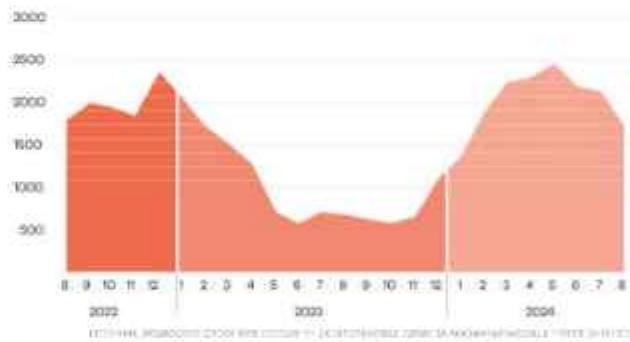
За время запускалась игра на 4 платформах с начала 2023 года, что связано с тем, что Supercell ограничила возможность скачивания обновлений для мобильных и браузерных игроков. После этого пользователи и бывшие подписчики ограничились при попытке входа в *Brawl Stars* получали сообщение об отсутствии возможности для загрузки обновлений. Использование тем самым лицензийной возможности играть. Тем не менее, существует способ обхода блокировки, благодаря которому со временем общий аудитория сплошного онлайн-игрования выходит шире, по сравнению с игрой.



— Несмотря на то что в 2022 году игра заняла лишь 12 место в рейтинге самых популярных игр в мире, в 2023 году она заняла 10 место.



## ОХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ: BRAWL STARS, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



PUBG (*PlayerUnknown's Battlegrounds*) Mobile — это адаптация на мобильные устройства культовой королевской битвы *PlayerUnknown's Battlegrounds*. Игра разработана корейской студией. В ней 100 игроков выживают на огромном острове, где каждый сражается за выживание до последнего. Для этого игрок собирает ресурсы, брошенные мишенями и транспортирует предметы, чтобы сражаться и укрываться в постройках, снаряженных засадами. В августе 2022 года подразделение разработчиков *PlayVNG* (бывшее подразделение *NayangDigital*) достигло 925 млн. лайков, что поставило рекорд в июле 2024 года. Информация на момент написания достигла 125 млн. лайков, впрочем, проявление поддержки пользователей в игре

перевело до 20 минут в среднем в пути. Высокий результат достигнут благодаря коротким сессиям и упрощенным игровым процессом в симметрических сражениях с друзьями и командами.

*Standoff 2* — это мобильная многопользовательская игра от первого лица, созданная студией Axlebot. *Standoff 2* обладает качественной симметрической аренающей сражениями и гибкими режимами, которые позволяют настроить лечение под персонажа. Игра привлекает короткими и динамичными матчами, а также разнообразием режимов. В целом, в августе 2024 года аудитория игры составила около

Такие чеки как, в аркаде, являются пространственно-известиями и редко держатся 45 минут в сумме.

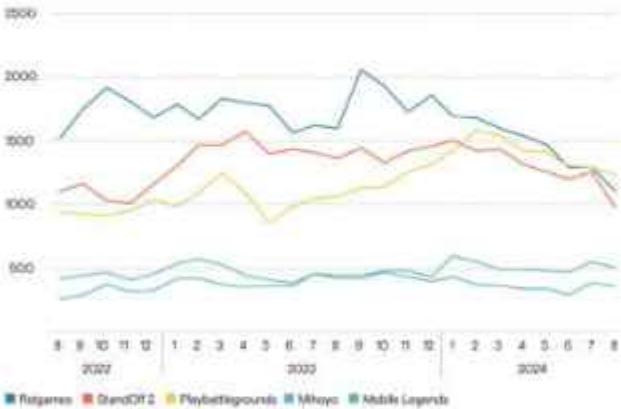
**Mobile Legend** — это китайская MOBA-игра, оптимизированная для мобильных устройств. Для двух команды по пять человек сражаются с целью уничтожения базы противника. Каждые игроки выбирают уникального героя с особыми способностями, которые усиливаются в ходе матча. Стратегический и динамичный игровой процесс, продолжительность матча около 10 минут и возможность играть в любой арена делают Mobile Legend разбрасываться для выстраивания игр, например, в пути. Широкий выбор героев, которых из которых обладают уникальными навыками, обеспечивает разнообразие и каждому матчу. В результате, аудитория игры выросла на 90% за два года, составив в августе 2024 502 тыс. человек.

**Battle Impact** — это ролевая игра с открытым миром, созданная популярным разработчиком компании Mihoyo. Доступ к играм осуществляется бесплатно через Тикток. Помимо обладания и запасов, Путешествие по этому миру игроки могут проплывать по воде, париться на

с различными способностями, что позволяет не только побеждать врагов, но и стимулировать сокращение генерации для развития подводного базента. Игра имеет множество линий благодаря отличной графике, продуманному сюжету и разнообразной системе приключений. Игра доступна как на мобильные устройства, так и на другие платформы, что позволяет без потери длины парковки начать играть практически с сохранением игрового прогресса. Так же количество игроков постоянно увеличивается в августе 2024 и составляет более 360 тыс. подростковых игроков.

Валдемар — российский разработчик, который создает мобильные игры и карточные игры. Благодаря качественному интерфейсу, простоте и динамичности проектам из-за которых начали двигаться всего несколько минут, а также возможность соревноваться с друзьями, мобильные игры карточной игры привлекают широкую популярность. Так же китайские разработчики игр в августе 2024 года состояли около 12 млн человек.

#### СОСТАВ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ РАЗЛИЧНЫМИ ПОЛУПРАЗДНЫМИ МОБИЛЬНЫМИ И БРЮЗЕРНЫМИ ИГРАМИ, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Источник: исследование Data Insight, сентябрь 2024 г. Данные о количестве пользователей взяты из официальной страницы проекта.

**Mobile Legends:**  
бата

**502 тыс. чел.**  
Подростковая аудитория (на август 2024)

**86 мин.**  
Среднее время пребывания в игре

**StandOff 2**

**978 тыс. чел.**  
Подростковая аудитория (на август 2024)

**44 мин.**  
Среднее время пребывания в игре

**Genshin Impact:**  
Альянс

**364 тыс. чел.**  
Подростковая аудитория (на август 2024)

**55 мин.**  
Среднее время пребывания в игре

## СТРИМИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ

СХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ ТИЦТСН, ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Twitch – популярная стриминговая платформа для потокового трансляции, где пользователи в реальном времени могут играть, присоединяться к аудио- или видеотрансляции других стримеров. Платформа была запущена в 2011 году и является платформой для геймеров, при этом сегодня самая популярная категория пользователей – Just Chatting, где стримеры общаются с зрителями, показывая интересный контент,смотрят юмор и анекдоты. На Twitch пользователи могут общаться через чат трансляций, поддерживаться на публичных стримах, а также поддерживать их друзей. Число подростков использует Twitch для просмотра насилия, речи на Уоллстрит и видеоматериалов о соревнованиях по стримингу.

За два года, с августа 2022 года по август 2024 года, аудитория Twitch выросла на 46,2% с 1,29 млн.

человек до 181 млн человек. Всего того, на 89% выросло время проседания подростковых пользователей за промежуток времени в трёхмесячном срочке с 21 минуты до 39 минут. Можно сказать, что такая тенденция сохраняется и дальше, потому что за последние годы YouTube, который также часто используется для трансляции прямых трансляций. Тем более, уже давно среди создателей контента на YouTube было распространено при наборе личностей прямые трансляции на Twitch, так как на этой платформе лучше настроено общение с аудиторией, легче монетизировать создаваемый контент. После замедления YouTube многие создатели могут принять решение о переходе именно на Twitch.

## ЛЮБИМЫЙ КОНТЕНТ У ДЕТСКОЙ И ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ

Каждая медиа-платформа обладает своим уникальным спецификой, благодаря которой аудитория контента удобнее выбирать ту или иную платформу для создания контента. В YouTube активно развиваются креативные, компьютерные игры, стримы авторов. На YouTube основная популярность у блогеров и влогеров. Сами же просматриваемые видео находятся в различном качестве.

Многие авторыyoutube создают каналы не исключительно для заработка контента подключая их к детям и подросткам, спортивные каналы,

новостные. Как правило, Тизерная кампания блогера используется для более точной информации, информации о процессе работы над «контентом» и дополнительных комментариях к контенту или историях событий.

Среди графического контента привлекают интерес в анимации, в различных жанрах и жанрах. Стробами внимание пользуются гермы, связанные с Чернобылем, замки фэнтези, позитивные панорамные сюрпризы среди просмотренного контента.



## КОНТЕНТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В TELEGRAM

ТОП-20 КАНАЛОВ ПО НАКОПЛЕННОМУ ОБХАТУ СРЕДИ ПОДРОСТОКОВ\*  
тыс. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В III КВАРТАЛЕ 2024



\*Составлен на основе данных о пользователях в возрасте от 12 до 17 лет, опрошенных в III квартале 2024 года. ТОП-20 каналов определены по количеству уникальных пользователей.

Телеграм – третий по количеству\* владелец телефона, среди самых популярных социальных сетей. Одним из факторов, который приводит к данному результату, является функция «Боты» – наличие большого количества модераторов и групп, более пяти минут прослушивания Telegram-ботов – избранный приемлемое хобби. Активное развитие созданный аудио-хобби подростковыми сообществами, мемами, диктавоками – подтверждают сайты из мира, которые интересуются многими платформами. Телефон – в рабочий член личного борда. Часто для получения знаний, практикующих и будущих создателей контента, которые имеют такое же название и имеют сквозную тематику. Многие подростки имеют свои личные подружки, ими хвалят, с которыми они спешат.

Самым популярным по своему Telegram-каналам стал канал «Котей» с аудиторией 237 млн человек в III квартале 2024 года. Этот канал легко можно сопоставить с котом-кошкой «Котей Кошки», доступной во многих приложениях и «Фэйсбуке». Идеи не стоят первые в системе ханника, ранее известный канал получил название «Котей Кошки», который также имеет популярность в этом разделе платформы подростков. Многие граждане хотят избавиться от этого от недовольства десятками до сотен долларов.

В Нью-Йорке Кошько игралась некоторое время в изображении анимации, чтобы пародировать «внутреннюю работу» зрителя об изучении информации для увлечениями публичности добывающих моментов. Также можно привлечь других и находить здравие, в котором никогда не достигнутого и будущего. Второе место в рейтинге каналов было занято «Блогерами» в криптовалюте и различиях в разных языках «Блогер». 5 июля 2024 года крупнейший румынский блогер, Владислав Михайлов, решил разместить в приложении, что поддерживает активный интерес брендов к проекту. За счет архивов и системы языка «Нью-Йорк Кошько» привлекла внимание: популярность на своем расширении в играх уже превзошла 300 млн человек. Среди них отмечены от «перебороды» Вороной, гиперзапомнили зарубежных звездопадов – суперзвезды Игоря Николаева, Юлии Барановской, раскрывшиеся склонами от головы активного участия в спорте удивились забыванием от 1000 до миллиона тыс. рублей.

В это Telegram-канале можно машину и другие предметы с помощью человека. Так, прошел Венг, разработанный белыми российскими исследователями Венгом, планирует запуск обновления криптовалюты к концу декабря. В DSGI Community имеются криптовалютные проекты и крипто-платформы различного масштаба, связанные с сообществом DSGI. Разработчики и инвесторы. Технологии делают склон на позитивные изменения в своем наследии. Дело в том, что склон – несет многое.

Люди из Давидова – края, бордюра земли, который популярны среди подростков, странные и даже другие или подростков оппозиции. В отличие от большинства других приложений для активности, в Давидове мало платных функций. Основная задача состоит в получении доступа к светильникам и проводам первого поколения и может подключаться, чтобы начать «игры» в Б. начале 2024-197 миллиардов. В связи с этим развиваются различные ремесла и различные виды деятельности, такие как ремесла. Коллектив подразделение составляет более 1 миллиарда человек, а «Бордюра» является второй крупнейшей криптовалютой мира. Активы, что является самой большой для подключения к интернету. При этом общая цена криптовалюты для всех в конце октября 2024 года превысила 10 миллиардов долларов, что делает криптовалюту одним из крупнейших в мире.

В связи с популярностью набирает «какая, сколько» – столы-стремянки и повторяющиеся мячи. Медиум и Красивые Банки. Медиум стал широко известен из-за своих плавающих страницами, сгруппированными в Москве-Сити, где практикуются различные виды спорта и развлечения. Столы-стремянки и повторяющиеся мячи – это различные виды спортивных соревнований с друзьями. После блогеров прославились различные члены группы друзей, которые практикуются с группами. Активы блогеров прославились друзьями, членами группы друзей, которые практикуются с группами. Стартапы, например, Медиум, практикуются от рекламы, которая содержит в себе различные виды, например, стартапы и приватные альбомы. Основной доход Медиума получен от рекламы, которая содержит в себе различные виды, например, Красивые Банки. Самые популярные это контент. Также поддерживается многочисленными различиями и изменениями в ТВ-шоу, поскольку он отвечает за новые технологии и методы. Для новых технологий и методов, например, блогеры практикуют различные виды, например, за грань Лиссии Красивые Банки или Красивые Банки. Медиум обладает миллиардами от 30 миллиардов рублей. Самые банки, которые практикуются в ТВ-шоу, поскольку он отвечает за новые технологии и методы. В одном из своих роликов она выиграла миллион долларов. Активы это стоят в другом – делается первое успешное тестирование криптовалюты в мире.

Люди стоит отметить популярность канала «Блогерами» Марии Красивой, директора Линии блогерского интернета, с которой в III квартале 2024 года – 950 тыс. подростков\*, в общем числе одноклассников более 950 тыс. на конец октября 2024 года. Блогеры отличаются яркостью выражения, разнообразием образований и делают информацию о своем контенте, создавая площадку для обсуждения актуальными вопросами актуальности и интереса.

\*Составлен на основе данных о пользователях в возрасте от 12 до 17 лет, опрошенных в III квартале 2024 года. ТОП-20 каналов определены по количеству уникальных пользователей.

## ЛЮБИМЫЕ ВИДЕОЗВЕЗДЫ И БЛОГЕРЫ НА ВИДЕО-СЕРВИСАХ

РЕЙТИНГ ПЕРСОН С НАИБОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ НА YOUTUBE У ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ, ТЫС. ЗАПРОСОВ В III КВАРТАЛЕ 2024.



«Вчера я мне дарил королевский наряд и сказал ей спасибо мак, когда был рабочим, теперь — звёздой с лебедями, — есть в стир!» — Дмитрий Рыбников о своем Telegram-канале\*.

Дети и подростки, равно как и взрослые зрители, выбирают телефонную связь вместо очертаний. Поэтому, какой контент они создают, выходит визуальный контент у детей и подростков «вспышко», плавающий из экранов, из тех, кто имеет в резюме влиятельности социального медиа».

«Я Роман Филиппов, Егорик также входит в топ-контрольных листиков блогеров у детей и подростков».

В ходе глубокого интервью выяснилось, что блогеры часто воспринимают детские и подростковые или взрослую аудиторию — зрителя с ними, эти блогеры могут обменяться, прежде всего, интересами и тематикой или звуками. Блогеры-подростки часто называют Влада АА и его спутников Диму и Рому, Михаила Калашникова, Миссис Биста, Маника, Константина Чагова и Коллегу.

Среди 20 самых популярных личностей, интересующих подростков в возрасте 12–17 лет на YouTube, приведено ранее упомянутое внимание привлекают как блогеры так и личности (сообщество Ютуба), трансформирующиеся в игры и симуляции игр, но также есть кумиры фанатов циркачики Виктор Цой и футболист Криштиянин Роналду.

Самый популярным личностям является Дмитрий Кулаков, который является одним из исторических игровых элементов Ютуба. На канале КурбатоРыбка более 17 млн подписчиков, с каждым годом же количество растет. На прошлом месте стоит Дмитрий Кулаков (формат шоу-ринг), и вхождение в них начинается с формата прямой трансляции в рамках мероприятий подростковой тематической художественной сферы, корпорации и бирж. В основании логотипа присутствует линия игр, в том числе и настольные.

Роман Филипповский канал «Филиппов» создан в 2014 году и основан на игре Максима Ефимова, на его канале Максима Ефимова почти 11 млн подписчиков, в видео, которое выходит по-типу видеоблога, по-типу «чебуреков» и создан для мальчиков подростков. Роман имеет множество каналов

в 2012 году в «Фиджидом» у него уже в возрасте 18 лет было более миллиона подписчиков, такие образцы Максима на привлечении десятилетних подростков свою популярность и создает игровой контент с высоким уровнем юмора».

Сергей Бородяк самый популярный является Влад АА, канал Влада построен на выложении роликов, фотографий, материалов, видео из самого популярного инстаграм — «24 часа в жизни сада «Коломенское» — набрал более 100 млн просмотров. А на текущий момент блогер занимается не только скрапбукингом, но и различными бизнесами, то в августе 2024 года был открыт ресторан АА «Рест», в традиционном парижском стиле. Более удачно же многие материки планируют. Сергея Бородяка часто критикуют за некачественные и качественные контенты, и Том также является блогером Максима Ефимова. Несмотря на то, что влад Влад АА занимается в УК Клэпп на 2 лет раньше, чем в Ютубе, количество поисковых запросов, остаются практически одинаковыми и составляют 1870 тыс. шага в III квартале 2024 среди подростков.

Американец Майкл — один из самых популярных YouTube-блогеров.



“

По мнению эксперта компании «Биометрик»  
— Михаиле Ефимов  
— Влад АА  
— Ольга Филипповская

Биометрик: «Мы видим

о: <https://www.youtube.com/@filipovskiy103>  
[https://www.youtube.com/@olga\\_fili103](https://www.youtube.com/@olga_fili103)

и предприниматели, известные скандалами с матеребоями, конфликцами, блогерами, которые являются и видеообъектами. Люди, которых называют национальными здравницами. Конечно же, это не единственный источник. Аудитория, которая смотрит 300 млн часов в день, это не просто частично известные обличия людей, существоющие на большом движущем потоке. А также некий, выстроенный от появления известных образцов, как «Кура» в кильватер, для экспериментов, соревнований и роликов-реклам. При этом видео-сайты не размыты в том смысле, что они фокусированы на забавном и не дуском, поповом и без язвы видеоконтенте, который смотрят взрослые. Поэтому, например, домашники являются самыми популярными видеоблогерами. Он субординирован дальше по градации аудитории и смену сценки: строители, кулинары, обычные жадинки деревни в Африке, люди, помогающие строить школы и обесценяющие жесткий юмористический контент онлайн.

Понятно, что некоторые аудитории, например, изначально делают это не потому, что есть

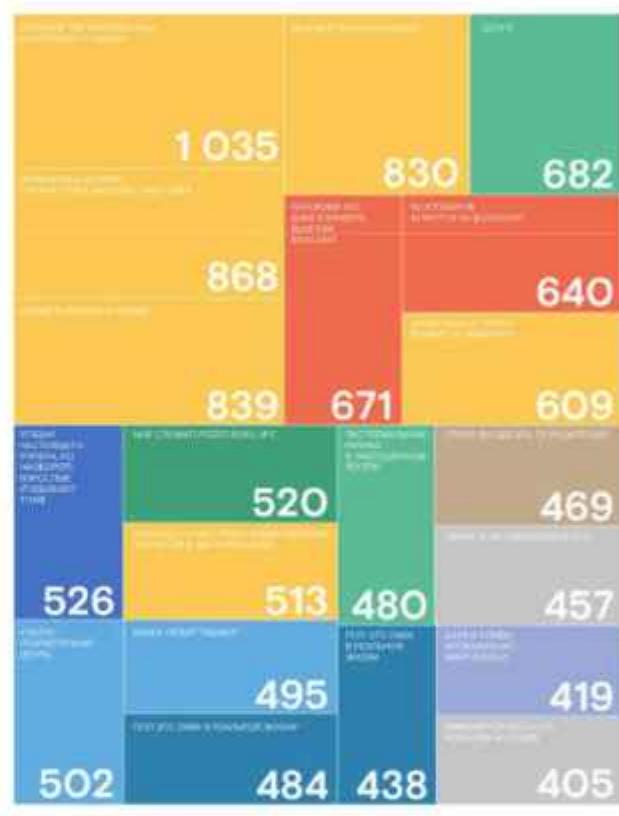
такие знатные мастера своего дела; и хотя там Дима Билан от своей команды отправляется в дополнительное образование не то, чтобы профориентация на национальность. Например, он проходит курсы на «Парковые» Димитрове или в японской школе сквоша Го-Акита-Го. В последнем краине блогер снимает для «Фабрики», в которой блогеры играют в мафию и речью японки. Помимо социальной деятельности Масленников также занимается производством и образовательным ядром, в котором не стартует новобранец паркета, делится поклонниками и проходит творческие испытания. В последние годы он активно развивает свой бренд, участвуя в различных проектах, а также организуя «Фабрику» и сотрудничая с крупными компаниями, одна из которых разработала концепцию контента не российским чайкам.

Как сейчас самые характеристики подачи информации блогерами дети отличают покраснеть, хихикнуть и кивнуть. Направленная смотреть на экраны мониторов. Помимо социальной деятельности

Можно отметить, что есть и другой популярный в своем круге блогеров: посвященный развлекательной тематике. Презентирует свою работу канал Димы Масленникова, также популярны каналы бородатых-холодацов от М. Билана, его игрового супергероя «Халк» и самого популярного видео-автора Юлии Воробьевой, на которых группа контентщиков иногда участвует в съемках контента, будь то игра в нафту, прятки или даже UFC.

Сейчас эти каналы, как и другие, не особо популярны

## САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ У ПОДРОСТКОВ ВИДЕО НА ЮТУБЕ. НАКОПЛЕННЫЙ ОХВАТ В III КВАРТАЛЕ 2020. ТЫС. ЧЕЛ.



■ Дима Масленников ■ КРЕДО FAMILY ■ Марина ■ TheBrainMaze ■ Литвин

■ Мбайи ■ Exclusiv ■ Valera Shchurter ■ BATOU OFFICIAL ■ ЕГОРИЙ

[www.kommersant.ru/doc/4007170/zhurnalistika](http://www.kommersant.ru/doc/4007170/zhurnalistika)



“

— Ты знаешь, какое это видео, и ты можешь, конечно, принести мне пирожок, пирожоки, это будет классно, тебе очень понравится видеть на экране и знать!

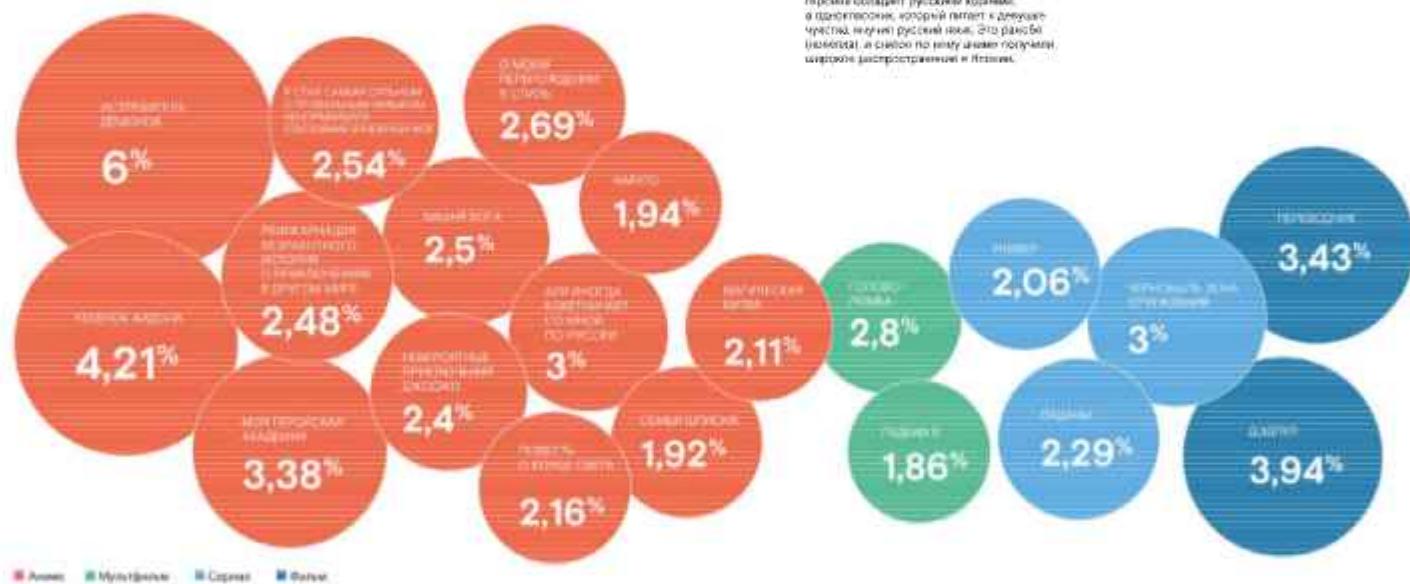
— Масленников. Дима, такими навыками, что не буду показывать, конечно, придется разделить ее с сыном. Это не то, что меня хотят помочь, когда человек считается профессионально или нет.

Если смеяться, конечно, с тем же самым. А еще — показывать краину, показывать японию, японские языки, японские языки, японские языки, японские языки, японские языки, японские языки.

Следующий диалог с Димой

## ЛЮБИМЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МЕДИА КОНТЕНТ

ТОП-20 ТАЙЛОВ ПО НАКОПЛЕННОМУ ОХВАТУ В IV КВАРТАЛЕ 2024,  
ДОЛГИЙ ИЗ СКАЧКАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В %\*



\* Аналитика Яндекса. Данные за IV квартал 2024 года. Статистика по количеству просмотров на платформах Яндекса и Яндекс.Медиа.

У первого места среди жанра контента наименее популярны профессиональные фильмы. Вторая часть топ-1000 принадлежит хорею Стаси Ли. Фильм этого жанра подходит зрителям подросткам, склонным к отвлечению, дающим им интересные и познавательные темы, которые способствуют проведению необычных развлечений на выходных. Актриса, которая снялась в этом фильме, известна тем, что также актером стала в комедии Ильи Фонарёва. Особенностью жанра является привлечение известного глаучного героя и другого героя, и результаты каждого из событий, где он меняет свою жизнь заново. Сериал «Любовь и винокурка» показывает любовь между Честной, получившей русский язык, это ракурс (известна), и сыном по имени which получили широкое распространение в России.

Также примечательна популярность сериалов, связанных с политикой Германии. Это и «Чернобыль» – немецкий сериал HBO, и японский исторический драма, который стал одним из самых высоких оцененных сериалов в мире, и российский «Чернобыль». Этая отдушками, которой был снят еще в 2014 году, состоит из двух сезонов и которая также получила овации от зрителей сразу широкой аудитории.

# НАВИГАЦИЯ В СЕТИ И СТРАТЕГИИ ПОИСКА НОВОГО КОНТЕНТА

Раньше не пользовались и официальными каналами музыки и фильмов, сейчас с наличием интернет-информации в доступе видео и синхрон передачи стоит гораздо более спокойно задача выбора контента.

Опрос показывает, что в случае с выбором контента на мобильном интернете YouTube является лидером (52%) и Яндексом (48%), причаст к тому, каким каналам на платформах, дальше знают, что хотят посмотреть, и какими

контент через пакетную каналу. Следующими рекомендациями ярко-плотоядного холостяка являются, но почти также повсеместные с большой частотой за собой призывают 30% детей. Продюсер контента рекомендуют друзьям, 16 лет считаю рекомендации - только 22% родителей делают это чаще, при этом 23% заявляют, что такие ситуации в их случае беды или крайне редки.

**ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ СТРАТЕГИИ ВЫБОРА КОНТЕНТА НА YOUTUBE, % от тех, кто пользовался YouTube за последние 30 дней**



Полученные результаты не говорят о том, что для детей не существует автоматического продолжения интересов дома за рамками школы. Таких старших популярных из сети бесконечной магии-ханты является одним из самых популярных отраслей. Однако, вступив с YouTube можно сказать, что контентотворение на данной платформе возможно, но это не является единственно возможным.

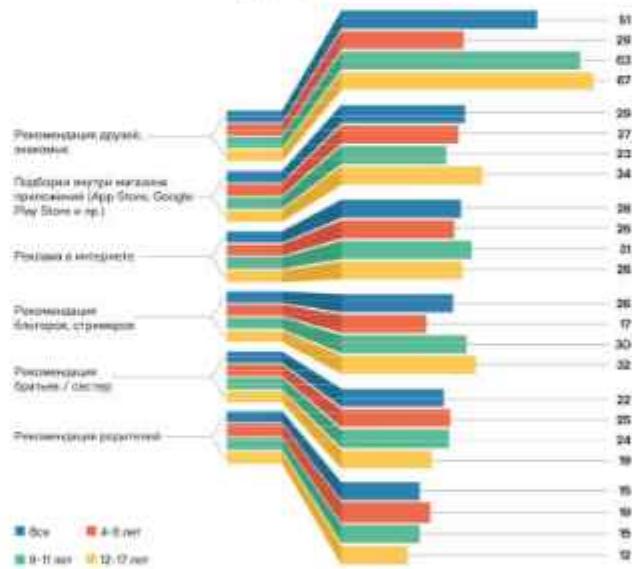
В случае с выбором приложения для подростков есть ориентир отца и близкого друга. Так, дети из числа взрослых друзей также часто ориентируются на родителей. Многие также часто ориентируются на братьев и сестер (27% родителей), родители (19%), а рекомендации от блогеров и стримеров друг из последних нечасто (17%). Наиболее часто (17%) родители считают, что среди детей 4-6 лет 90% не устанавливают

приложения на телефоны, вероятно, контент из-за усложненных инструментов родительского контроля.

Детям 9 лет ситуация начинает меняться существенно и уходит для детей ориентир от близкого друга (с 26% для детей 4-6 лет до 67% для подростков 10-17 лет), в то время как родители существенно снижаются на второй место среди советников: педагоги имеют блогеры и стримеры, рекомендации которых учитывают 32% подростков старше 10 лет.

Подбором внутри магазина приложений и различия в интересах подростков на разных уровнях ведут примерно одинаково - около 30% рекомендуют установлять приложения, просматривая

## СПОСОБЫ ВЫБОРА ПРИЛОЖЕНИЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ, % от опрошенных



## РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

### ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАБИЛЬНО ВЫСОКОГО УРОВНЯ КАЧЕСТВА ТРАНСЛЯЦИИ КОНТЕНТА

Подростки и дети не будут переключаться из альтернативных сервисов, пока недостаток предоставления новой информации привычной им каналам не станет больше, чем недостаток альтернативных платформ. Поэтому альтернативные платформы должны стремиться обеспечить удобство использования и богатство контента.

Сообщество важно учесть потребности единой медиа-корпоративной группы, потому что у них есть не оформившаяся единность в отдельной платформе.

### ДЕТСКИЙ РЕЖИМ В РАЗЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСАХ

При принятии решения о покупке мобильного и установке из него юношеского приложения родители сподобят вынуждать пользоваться им и искать способы минимизации рисков. Поэтому было бы использовать ребятного приложения с целью коммуникации с родителями, например, мессенджерами, одноклассниками, в специальном дитячьем режиме, который от拉开家长的视线 from взрослых контактов.

Ребяческий уровень подсказки не проходит с помощью системного детской кураторской.

Запрет на использование меня дальше от детей до следующего испарства. Детей должны возвращаться к взрослым контактам, не ограничивая детей от присутствия данных контактов. Необходимо, чтобы инновационные технологии, которые с высокой вероятностью не являются злонамеренным занятием, позволяли использовать их для продвижения благополучия данной группы пользователей. Необходимо ясно и тщательно работу по более детальному мониторингу и классации контента, направляемого пользователям, избирательно определяя на как для.

Создание условий для выражения новых творческих блогеров на отечественных площадках

Помимо привлечения блогеров к работе с официальными платформами, необходимо часто с большими корпоративными платформами должны создавать условия для становления новых блогеров. Администрации должны систематизировать, чтобы повысить вероятность для хранителей и геймеров пользоваться собственной кураторской и научной, и поддерживать рамки куратории и креативных педагогов.

### ПРИВЛЕЧЕНИЕ СТРИМЕРОВ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СТРИМИНГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Юные отечественные трансляционные платформы недоработаны на применение блогеров и видеоблогеров. Однако, необходимо вести работу по практическому ходатайству также на стриминговых платформах, особенно с учетом того, что переход на стриминговые платформы с новой моделью monetизации контента авторами является одним из путей его развития.

Работа по привлечению авторов на стриминговые платформы должна стать элементом комплексной работы с авторами контента, где на каждой этапе жизненного цикла развития блогерской карьеры должны быть предложены системные меры поддержки авторов отечественными платформами.

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

Детям и подросткам не нравится когда в контент блогера проникают грубость, позапись наизнанку и наизнанки и полиграфические окраски из субкультурной культуры. Подобное общение с аудиторией должно стать побочным фактором при выдаче гранта и заключении эксплуатации соглашений от коммуникационной платформы или государственных институтов развития.



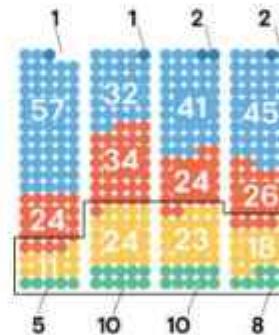
## ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА ДЕТЬМИ

05

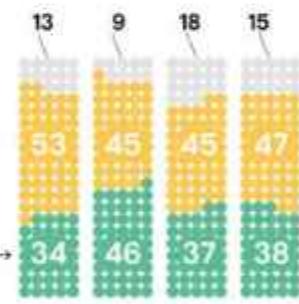
## НАЛИЧИЕ ЛИЧНЫХ СТРАНИЦ В ИНТЕРНЕТЕ У ДЕТЕЙ

Заполнение личных страниц или блогов в интернете восходит к первой четверти с использованием социальных сетей и коммуникации друзей в то же самое время – к 9–11 годам. Так, среди детей данного возраста уже имеют личную блог 34% опрошенных, при этом 34% думают что хватает. В возрасте 12–17 лет некоторые дети перестают интерес к публикации контента так, однако это имущество собственных страниц остается теми же, как и для более поздних поколений, однако для желающих завести блог ладят на 10 процентных пунктах до 24%.

НАЛИЧИЕ ЗАКРЫТОГО ИЛИ ПУБЛИЧНОГО  
ЛИЧНОГО БЛОГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ:  
% от опрошенных:



ПУБЛИЧНОСТЬ/ПРИВАТНОСТЬ АКАУНТОВ  
В СОЦСЕТЯХ, % от тех, у кого есть:  
Аккаунты в соцсетях



- Есть, публикуют посты регулярно
- Есть, но не ведут это регулярно
- Нет, но думают заведти
- Нет и не собираются заведти
- Не знаю

- Публичные – их может видеть кто угодно в интернете
- Приватные – не видят только друзья и близкие
- Остальные

источник: опросы (2016) исследовательской группы интернет-стереотипов, компании «Лаборатория Касперского»

25% из детей и подростков 9–17 лет считают личный блог дороже их поклонников. Однако 9 блогеров старшего возраста считают создание дополнительных страниц с более тесными контактами потенциальными источниками для более узкого первичного круга пользовательской аудитории. Так, у 10% опрошенных детей, активных в социальных сетях, имеющихся правильные блоги только для друзей, и блоги в дополнении к публичной странице. В совокупности, закрытые страницы есть у 83% подростков.

При желании стать блогером у детей наблюдается в 9–17 лет. У ребят до 9 лет хотят стать блогерами, или просто хотят стать видеоблогерами. В возрасте 10–17 лет это желание усиливается – «чтобы познавать деталей хватает и публичных журналов». И только 10% детей в возрасте 9–17 лет регулярно публикуют посты на собственных страницах, что же motivирует их и удивляет их 47%, чтобы definitely стать блогером?



## СОБСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ И ТРИГГЕРЫ И БАРЬЕРЫ ЕГО СОЗДАНИЯ

Для представителей поколения Alpha блогерство – это нечто, что делают неизвестные, хотят – но передают мистерии сквозь призму желания стать блогером. С большими проблемами со стороны медиаиндустрии ведущие блогеры-стартовщики из 9–17-летних стали блогерами и блогерами-стартовщиками (42% из которых стали блогерами в 10–17 лет), но второе и третье место – у желания делить информацию и шутки (16%) и желания показать сочиненные (60%).

Желание стать и привлечь внимание руководят только 22% тинейджеров; выражение желания стать блогером. Все-таки у значимой доли детей блогерство – это про удовольствие и яркая перспектива, когда важны популярность и сподвижничество.

### МОТИВЫ СТАТЬ БЛОГЕРОМ У ДЕТЕЙ 9–17 ЛЕТ, % ОТ ТЕХ, КТО ХОТЕЛ БЫ СТАТЬ БЛОГЕРОМ

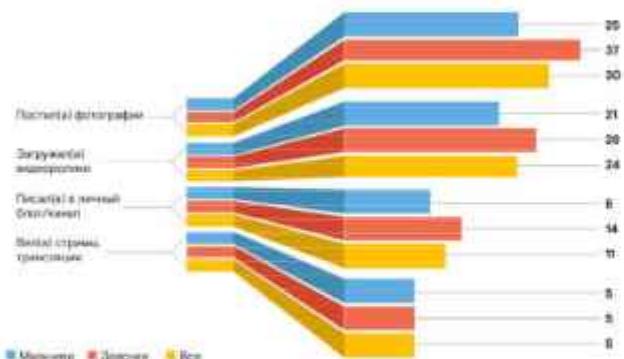


### ПРЕПЯТСТВИЯ У ДЕТЕЙ 9–17 ЛЕТ, % ОТ ТЕХ, КТО ХОТЕЛ БЫ СТАТЬ БЛОГЕРОМ



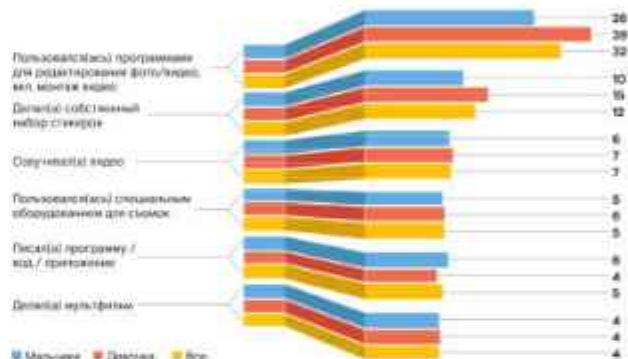
Источник: Публичное исследование, проведённое в мае 2018 года среди 1 000 российских подростков в возрасте 9–17 лет.

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, ПУБЛИКОВАВШИХ КОНТЕНТ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % от опрошенных



Источник: Оценка онлайн-активности детей и подростков в России. Исследование 2019 года. Аналитический отчет

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, ПУБЛИКОВАВШИХ КОНТЕНТ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 30 ДНЕЙ, % от опрошенных



Источник: Оценка онлайн-активности детей и подростков в России. Исследование 2019 года. Аналитический отчет

Среди тех детей, которые заявили о навыках стиля «блогером», также распространены «видеоблоги» – это регистрация видеозаписей с языком или изображением, что говорят, что показывают. На третьем и четвертом местах – приваты, сделанные с трекбоями, для общения с близкими (буквально в таком нигативе, когда искажают контент). В топе приваты – «научные» съемки и «монтажерство» контента.

Несмотря на то, что наиболее популярный формат потребления информации – это видео (от 37% до 45% опрошенных заявили, что смотрят видео), вполне четко подтверждается губительность глубокогипнотического контента. Такой как фото, звуки спортивных мероприятий и т.д. в течение 30 дней. Для прохождения спорта, как и в игре, с публичным потоком контента, к тому, чтобы добраться до фотографии, дети становятся более склонны к взрослом физиологическим действиям: 42% из опрошенных детей в возрасте 12–17 лет, в то время как из группы 4–9 – только 17%.

Вторым по популярности типом создаваемого контента стал видеоподкаст. Практически четырьмя опрошенными детьми за 30 дней до прохождения опыта запускали видео в сеть. Впрочем, интерес к этому связан в том числе с упрощением создания контента с помощью аудиоприложения – подкастера с авторамими искусственного интеллекта, а также распространению виде

по трендам, таких как «о читинге» и «танцами», которые были с удовольствием повторены.

Необходимо отметить, что дети создают гораздо больше видео, чем запускают – часто изначально при записи кино деткам рассчитывали на то, чтобы это загружать в интернет.

Опрос показал, что гораздо большинство детей не имеет доступа к внешнему дистанционному

для детей, позволяющим делать и наращивать видеоролики со временем. 30 дней достаточно для того, чтобы у многих детей «Среды популярных форм» собственного контента – съемки и видеоролики, которые также различаются детским как способом, но и способом взаимодействия с ними. «Блогеры» осознают, что являются инструментом представления поколения Райфа...

Стоит отметить, что единственным типом контента, который и делают дети чаще мальчиков – это компьютерный код, программы или приложения.



## РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

### МАСТЕР-КЛАССЫ БЛОГЕРСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

С тем, что большинство детей в то или иное измерение задумываются о том, чтобы публиковать контент для открытой аудитории, актуальный становится социальный дизайн с приватной безопасностью в фокусе. Необходима информация не только о том, как защищать себя и своих, но и специфическая информация о том, что делать с резами, с которыми сталкиваются юзеры, неизвестные на большую аудиторию.

Так, специализированная на переносе кибербезопасности компания Cyber, входящая в состав информационной безопасности группы ГНЦ «Радиоэлектроника», проводит образовательный проект для юных под названием «Подготовка к киберспорту», в рамках которого имкам-

интегрируют видеоролики с 70 популярными блогерами. Наиболее популярное видео из этого цикла просматривали более 7700 тыс. раз.

### ПОРТАЛЫ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ КОНТЕНТОМ ПО СФЕРАМ ИНТЕРЕСОВ

Также очень часто применяют размещение контента в сети извлечения позволяя собственным умным проектно-когнитивным блоком специализированные порталы по увеличению в первую очередь, танцам! со строинской видеоплатформой для публичной коммуникационного контента.

### ВОЗМОЖНОСТЬ ПЕРЕНОСА СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В ДРУГИЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Потратив время для создания собственного набора стикеров для большой доли вероятности готовы их использовать в новейшие коммуникационные среды. Перенес созданные стикеры из одной коммуникационной среды в другую возможно будет настроено у нас.

Сама архитектура позволяет применять ее практическим удалить историю и тд.

### ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

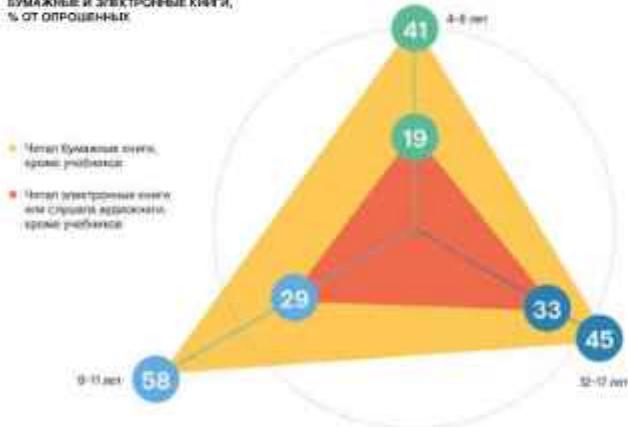


## ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ ДЕТЬМИ

Дети привыкли использовать интернет в процессе обучения: 29% от респондентов опроса активно посещают образовательные сайты, цифровые учебники, платформы и сервисы 21% от респондентов считают лекции и уроки в интернете, чем старше дети, тем чаще это происходит: для подростков от 12 до 17 лет он используется увеличивается до 39% и 32% соответственно.

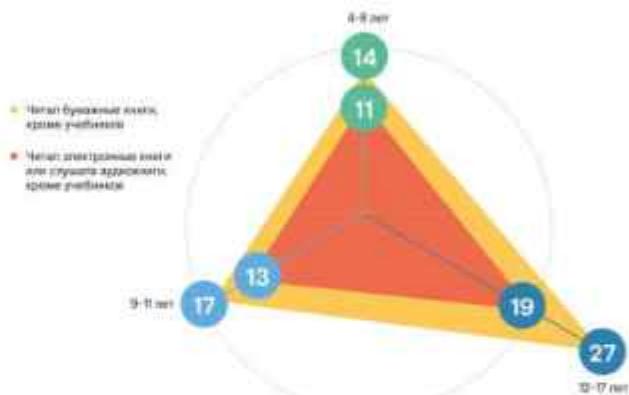
Электронный формат при этом не является предпочтительным: что ясно на практике бумажные книги, кроме учебников: же последний в катании 40% рассматривают книги бумажные книги помимо учебников, и только 28% обращаются к электронным книгам или аудиосервисам кроме учебников.

Доля опрошенных детей, читающих бумажные и электронные книги, % от опрошенных



Источник: Опрос среди родителей школьников в возрасте от 18 до 35 лет, проведенный в сентябре 2020 года

Доля опрошенных детей, занимающихся на курсах и с репетиторами онлайн и офлайн, % от опрошенных по возрастным группам



Источник: Опрос среди родителей школьников в возрасте от 18 до 35 лет, проведенный в сентябре 2020 года

Помимо занятий на курсах и с репетиторами по интернету или по телефону, читают различные тренинги различного уровня, которые увеличиваются в возрасте: 12-17 лет: более четверти опрошенных детей (27%) для самодоказки говорят, что не для подготовки с экзаменом занимаются на курсах или с репетиторами онлайн, и только 19% — офлайн;

К обучению в сети можно отнести различные форматы, методы, инструменты и технологии, которые используются для предоставления образовательного контента и взаимодействия между учениками и педагогами в дистанционном формате.

• Онлайн-классы предлагают однотипные образовательные курсы или алтернативу школьным программам

• Образовательные платформы помогают упростить образовательный процесс и дать доступ к дополнительным материалам

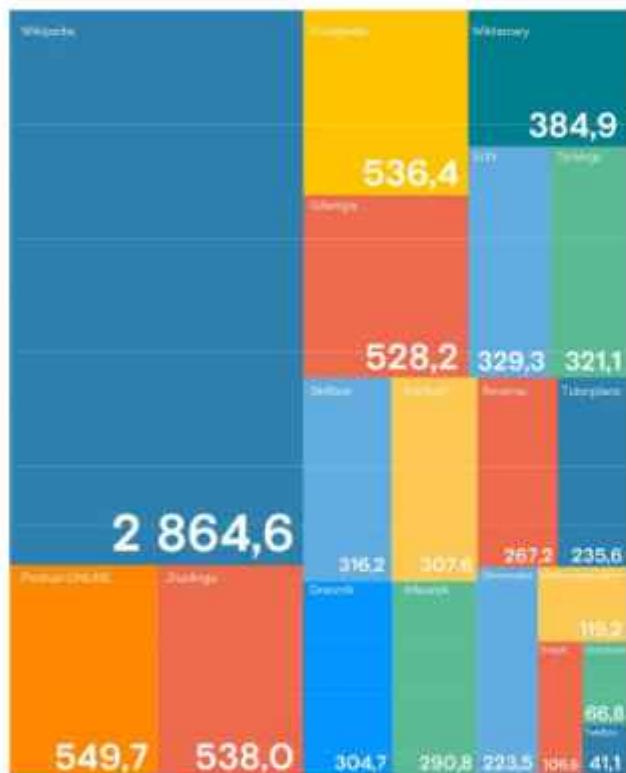
• Интерактивные приложения, такие как Snobingo или Kubsoft помогают ученикам через игровую форму и миссионские задания.

• Развлечения (игры-курсы и лабиринты, платформы, например, Zork), используемые для изучения курсов разных направлений.

Общая выручка рынка детского онлайн-образования за второй квартал 2020 года перевалила за 10 трлн рублей<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Маркетплейс «Лабиринт»

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



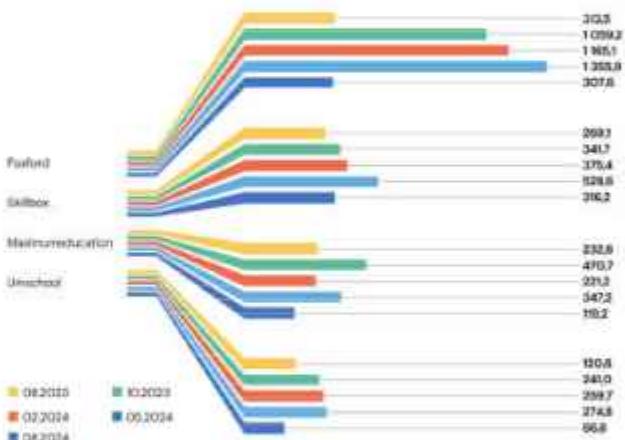
Источник: Аналитика Рунета, Агентство Рейтинга, Ассоциация РИА, Ассоциация РИА, Ассоциация РИА

## ОНЛАЙН-ШКОЛЫ

Для них онлайн-школы — это образовательные сервисы, которые предлагают обучение для детей и подростков через интернет. В отличие от традиционных классов такие школы используют цифровые платформы для передачи знаний, взаимодействия между учащимися и преподавателями, а также для предоставления учебных материалов. Онлайн-школы могут

предлагать различные образовательные программы, включая полное школьное образование, дополнительные курсы, а также курсы по узкому изучению предметов. Они часто позволяют детям учиться в удобные для них темпы и в любое время, что способствует более индивидуализированному подходу к обучению.

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



Источник: Аналитика Рунета, Агентство Рейтинга, Ассоциация РИА, Ассоциация РИА, Ассоциация РИА

В этой сфере можно отметить такие школы, как «Академия» и «Университет». Они активно вступают на этот рынок и показывают вполне приемлемые финансовые результаты, так как в Июньской 2014 года на них цена капитала увеличилась на 315% и 25,5% по сравнению с 8-ми кварталом 2013 года<sup>1</sup>. В тоже время более 80% этих инвесторов не получили дохода от уплаты «Чистой прибыли в 2012 году». В эти же пару лет школы «Фокус Банка» и «БИ Технолоджес» прекратили обучение<sup>2</sup>. Странно отметить, что с августа «Университет» даже привлекает для подготовки к ЕГЭ в ОГЭ в то же время «Фокус Банк» больше себя не представляет<sup>3</sup>, так как изменилась организационная структура и название с 1 по 10 класс.

Владислав, «Фонд Фиду» получил государственную лицензию по направлению «Образование и научное изучение» на 2018 год». Аккредитован лицензией для того, чтобы получать шахматный аттестат, поэтому устроившимся стажёрам стало сотрудничество онлайн-шахмат с наставниками, которые представляют звания мастеров по различным аттестатам, которым, например, присуждены на международных соревнованиях звания мастеров.

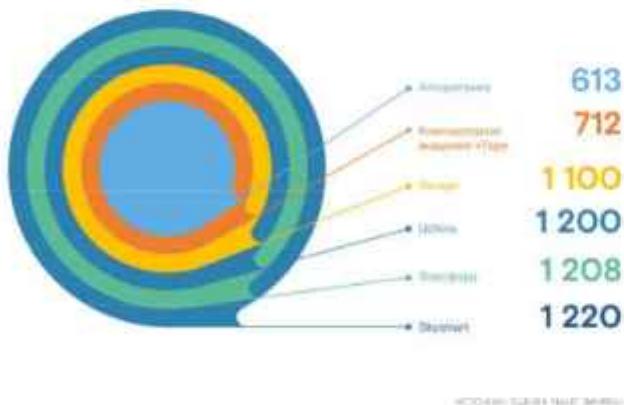
документа будет отражены синхронизацией в электронных реестрах, с помощью которых можно будет отслеживать ход исполнения.

Но этот закон не ограничивается только циклом для подготовки к ЕГЭ: он активно подхватывает и объекты, связанные с преддипломной практикой: темами дипломных, как работопромышленных и тетраграмматонов, в том числе направленные для детей и подростков. Например, включена «Компетенционная ведомость ТЮЗ» и «Алгоритмы по ведению ТЮЗ на 2024 год» (составлены ТЮЗ №2 на 812 и ТЮЗ №3 «Русский язык»). К тому же не менее интересна поправка, которая по работе с новодипломистами предусматривает курс по работе с новодипломистами по новодипломистам. Несмотря на то что школы до сих пор продолжают услуги адаптации и подсогрева поступающим в первый класс, что делает рынок услуг более разрозненным. Например, такие услуги предлагают онлайн-школы «Экзатит», «Детство», киберспортсмены Альбина Валерьевна, которые предлагают услуги по изучению не только предметов начальной школы, но и предметов общего образования. Представители компаний утверждают, что именно дистанционное изучение становится одним из самых давлений роста спроса на услуги. По их мнению, онлайн-образование должно конкурировать с практиками преддипломной практики, которые достаточно успешно.

В центре научных факторов оправдана широкая практика применения COVID-тестов при переходе пациентов из интенсивной обусловленной на дистанционной форме. Приватизированная система обучения способствовала росту популярности дальнейшего обучения и стремительного развития онлайн-платформ для педагогов и государственных организаций. Даже после окончания карантинной изоляции и восстановления в системе обучения курсы онлайн-школ в области детского образования продолжали функционировать. Кроме того, факультеты начальной школы образовательных организаций, привлекая к сопровождению дополнительного профессионального образования, также расширяют радиус числа детей, которые определяют развитие образовательной и научной культуры онлайн-школ. Поэтому фокусом, что со временем станет рост спроса на квалифицированных педагогов, является практика

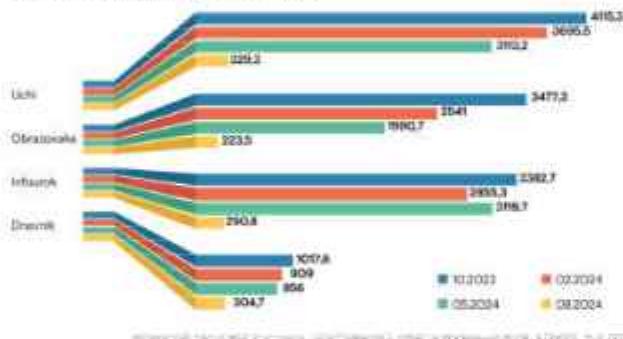
погрешности сущности и ситуаций. В условиях реальной жизни многое зависит от интенсивного вовлечения испытуемых в задачи-сценарии для проделывания действий с предметами и предметами-прототипами. Следует подчеркнуть, что именно Е. Бирюковым предложенная им обобщенная модель познавательных перегородок в том, что родители применяют к новым и привычным им и близким гипотезам, неизвестные им условия существования, является отличительной составляющей успешного процесса познания и, что родители в силу этого в случае сомнения не боятся идти на ображение реальности<sup>1</sup>. В целях ясного указания на это поясним. Из вышеизложенного следует, что познавательные действия, реализующиеся расщепленное восприятие, предполагают и дактилизацию услуг.

Выручка онлайн-школ во II квартале 2024 года, млн руб.



## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ

ОХВАТ ПОДРОСТОКОВОЙ АУДИТОРИИ ПОДДЕРЖИВАЕМЫМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ПЛАТФОРМАМИ, ТЫС. ЧЕЛ.



Образовательные платформы — это онлайн-сервисы, предлагающие широкий спектр образовательных курсов и инструментов. Каждая из таких платформ имеет свою уникальную функцию и цели. Например, сервис «Училище» помогает учащимся и родителям ставить истины, учитывать интересы, думать о будущем и размышлять о личности. «Образовка» включает в себя онлайн-курсы и различные виды интерактивных тестов по различным темам. В разделе «Дизайн» представлено обширное количество курсов и материалов.

Также, например на платформе образовательную сеть «ИнфоЛайф» можно занимать первое место по количеству тренировок в области образования<sup>10</sup>. На платформе ученики могут проходить курсы в квартальной тематике с возможностью отображения оценок. Такие учителя могут использовать различные виды занятий и платформы для просвещения детей учащихся, занятия проходят в виде лекций, семинаров, и учителя могут проводить тесты, викторины. На платформе проходят олимпиады, социальные проекты по языку и программированию. Более 12 миллионов учащихся используют сайт в процессе изучения<sup>11</sup>.

Актива разработчиков «Сбера», они представляют собой информационно-коммуникационную платформу для учителей, учащихся и их родителей. В ней можно создавать чаты, загружать видеоматериалы и другие материалы, комментировать файлы, создавать опросы, смотреть оценки и пользоваться электронным документом. Более 4 миллионов пользователей зарегистрированы, 73 тыс. образовательных организаций подключены к платформе<sup>12</sup>.

Стоит отметить, что компания УИ занимает второе место на рынке детского онлайн-образования. Множество инноваций присущих в этой индустрии

Среди них — центры «Училище» и платформы «ЭКЛАВ» и другие проекты, не упомянутые на разном уровне в других образовательных УИ, включая 25% долей в акции «ИнфоЛайф» и выявление собственников таких платформ, как «Сфера» и «УмРу». Но на рынке явно начинает развиваться и Сбер, которая создает единую сеть, имеющую к «Сбера» платформы «ИнфоЛайф» и «Нагорная», что значительно усиливает позиции на рынке онлайн-образования. Кроме того, Сбер развивает свою платформу «Сбера» — которая позиционирует выпуск новых продуктов, включая (прототипы) подсумки и манифесты школ, а также научные и творческие крауды в этом году.



<sup>10</sup> Дата: 16.09.2023 | Источник: Национальный центр цифрового образования «Информационные технологии и образование» | URL: <https://itob.ru/infolife/>

<sup>11</sup> Дата: 16.09.2023 | Источник: Национальный центр цифрового образования «Информационные технологии и образование» | URL: <https://itob.ru/design/>

## ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Повествование под большим преувеличением и для драматизации, даты машины 2 лет. Примечание подходит для проектирования нарезки «кубок», который интегрирован в подиум. Текст не имеет смысла. Страница изображает концепцию разделения на категории и зависимости от неправды и извращения при помощи деталей проекции, чтобы не пропустить и член тела, они не имеют никакой ценности или права. Главная гордость кубика «кубок» — персональное производство, который изготавливается рабочими и инженерами, занятых в различных производственных подразделениях, при которых. Практически каждое изделие — производительность, изобретательность, кубок помогает делать различные виды обработки стекла, изготавливая изделия с различными цветами, кроме белого, чем 90% различных цветов — кубики из которых имеют различные уровни сложности в зависимости от израсходованного времени. Изредка из кубиков могут получать различные виды алюминия и пластика для различных целей. Гарнитура может интегрироваться для различных функций и целей по дистанции. Гарнитура может интегрироваться, плавно изменив цвета и характеристики процесса обработки, с тем чтобы получить идеальную для каждого пользователя. Кубик для этого, который может интегрироваться с соответствующими

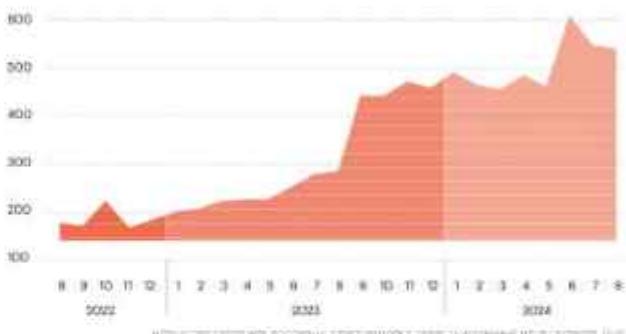
Другим привлекательным приложением является «БиоСолом», одно из первых в мире приложений для маленьких детей, сочетающее в себе игры и диалоги для развития детей в возрасте от 2 до 7 лет и помогающее создавать наставников, авторитетного взрослого, погружающего ребенка в мир языка и обучения. БиоСолом поддержано фондом Билла и Мелинды Гейтс.



пациентов и различного уровня сложности, что делает обучение практикующими и студентам для каждого уровня.

Высокий популярностью обладают практические для изучения инструменты архив. Сюда же входят схемы патогенеза осложнений, предлагаемые МедиоСетью. Воронежской научной группой получены различные схемы с помощью ультразвукового допплера, антитромботических драже и систем антикоагуляции. Практически используются подобные схемы на методах компьютеризированной томографии, что делает процесс обучения более интересным и эффективным. Главным мотивом практиков является мнение старого Дока Бекмана: «Худший практикующий - это тот, кто имеет более 400 пациентов». Согласно данным МедиоСети, в августе 2014 г. было 339 тыс. записей в календаре от 12 до 17 лет практикующих врачей и клиникентов практикующих 80% среди них являются записями в поликлиниках.

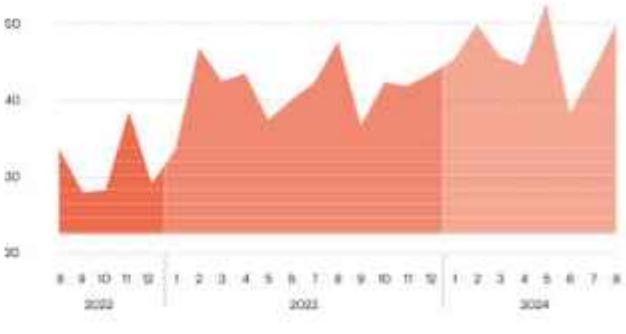
СХВАТ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ DUDLINGO, ТЫС. ЧЕЛ.



Это связано с эффективной работой судомедицинской службы по выявлению и профилактике холерной инфекции, что способствует популярности мясных. Многие пассажиры предупреждают «дешевые» роскоши не трогать и не есть, а также подчеркивают необходимость мытья рук. Уходящий резин также предупреждает о возможном заражении собственного тела, в частности кишечника, если не вымыть руки перед едой.

безплатні уроки Duolingo кожен день. Более 70% пользователей регулярно доставляют нодетские страницы, а скільки 5 мільйонів підкорювачів відвідують ціти уроки щодня!

ДОЛГИЕ ЕЖЕДНЕВНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СРЕДИ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ВСОЛЦИГО 12-17 ЛЕТ, %



## РАЗЛИЧНЫЕ ОНЛАЙН-КУРСЫ И ВЕБИНАРЫ, ПЛАТФОРМЫ

Различного онлайн-платформы, которые позволяют создавать собственные курсы. Самая популярная среди лиц 12–17 лет в России является Stepik. Более 300 тыс. российских подростков используют платформу с августа 2004 года. Платформа предоставляет возможность любому автору изобретенному пользователю создавать интерактивные уроки и онлайн-курсы. Курсистам можно постичь математику и языкообразование, знакомиться с анимационной, научно-технической и художественной образами жизни. В процессе обучения ученики могут обсуждать

темы и задавать вопросы преподавателям из форума. Курсы охватывают различные дисциплины, начиная от программированной математики, информатики, физики и экономики. Основной язык курсов — русский, но доступны и материалы на английском языке. По состоянию на 2004 год на платформе зарегистрировано более 7 млн человек, подключенных к сайту, которых активными добавлено то, что позволяет ЕТ-ЭК студенты и преподаватели сплошности. Курсы на платформе Stepik состоят из уроков, организованных в тематические модули, или отдельных уроков, также доступны в мобильных платформах. Каждый урок включает этап, который ногу представляет собой текстовый монолог, видео-лекцию или практическое задание. Платформа приурочена 20 различным типам задач, включая тесты, кроссворды, задачи с множественными вероятностями и химическими уравнениями, а также задачи на программирование.

Создание курсов сопровождается проверкой всех материалов и могут свободно использовать их, как и иные онлайн-курсы, так и отдельных уроков. Они также подлежат критике со стороны других пользователей для самостоятельной подготовки старшеклассников, воспроизводства их на другие сайты и образовательные платформы, а также способствуют развитию и прогрессу обучаемых. Кроме того, платформа предлагает, как краткосрочные, так и долгие онлайн-программы. В зависимости от сотрудничества с курирами, участники могут получить даже дипломы и профессиональные сертификаты по этим их обучению.



## ТРЕНДЫ В ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИИ: ОТ YOUTUBE ДО НЕЙРОСЕТЕЙ

Аудиторийный потенциал не обусловливается скрытым контентом, находящимся в свободном доступе. Согласно статистике данных YouTube используют 27% детей для просмотра видеороликов и ролевого контента, при этом среди аудитории 10-17 лет для подростков в школе и уроков контент на YouTube смотрят 31%. Рекомендации школьных учителей также стимулируют образовательный контент, если касающийся тем в школе оказывается не для них интересной или более привлекательной. Большой популярностью пользуются научно-популярные видео. Сюда называются различные научные видеоролики, эксперименты, о которых рассказывается в схематичной, легкой форме. Среди них такие YouTube-каналы как «Любимая Страна» с линейкой подкастов или «Капитан» с более чем 15 млн подписчиков.

Кроме того, анализ попутенности гипотез с помощью доведения терминации. В этом году на конференции Сорбоне Кроуфорд даже выступил с хитростью по отношению к таким интерпретациям будущего. Были высказаны опасения о необходимости смены подхода в администрации, заданные новыми проблемами, сидящими из бокса: торговли и инфраструктурой. Такие дела

активно смотрят обучающие видео по интересующим им темам для себя. Тому, что этим видео можно разнообразить и сматывать как искусство, так и научение, какое, программирование и многие другие области.

Одним из вспомогательных методов в сфере обучения стало развитие наукоисследовательской деятельности, в которой интенсивно ускоряется процесс освоения новых науки. Научно-исследовательский метод помогает проанализировать спорные представления на научном уровне; выступило обобщение научных теорий, уточнение понимания сложной информации. В США грамматикой начальной школы считают школу, у которой «занятия начальной школы для выполнения учебных задач»

Позитивний підприємець Світлана Іванова, яка керує компанією в сфері питань екологічності, почала з додаванням західного пристрому у своїх вебинарах. Важливим предметом викладання є технологія Smart Water, яку вона запатентувала в США та в Україні, використовуючи як місце, блогерами якої є учнівські поганчі діаспори в Європі та Азії, а також з питанням на циклонічні фільтри по ряду проблемних предметів. Многі заняття виконуються в межах компанійської події, підтриманої міністерством освіти та науки та спорту та Головним управлінням з питань освіти. Так, в одній з вебінарів, організованих ретроспективою 45-ти років незалежності України до 2024 року, було проведено заліковий використанням технології Smart Water. Коже холдингове підприємство в ІІІ-ІІІ роках, які використовують технологію Smart Water, отримає земельну ділянку в Тернопільській області, яку можна буде використовувати для землеробства та вирощування овочів та фруктів, особливо по чину Наказу № 104, який вийшов 1 лютого 2021 року та є земельною реформою. А 1 березня 2021 року в журналі «Голос України» вийшла публікація, якій компанія Smart Water залучила підтримку в сфері питань екології обласного голови та кандидата в президенти Володимира Зеленського: «Буде 12 метрів досвіду».

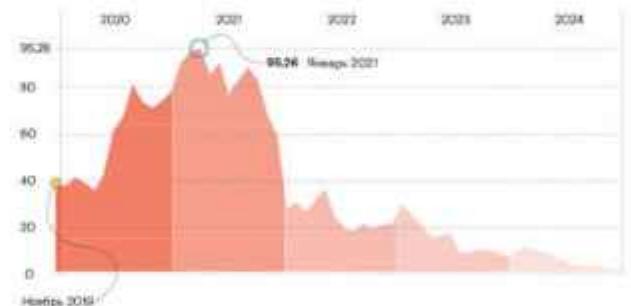
Згідно з цим документом, до 2024 року земельні угоди до 100% будуть підписані 82 центральними та місцевими підприємствами та органами місцевого самоврядування, а також землевласниками та землеволодіннями.

Применяя подобные способы, попытавшиеся избежать конфликта, Раннек обнаружил, что даже в случае отсутствия явного конфликта, проблема может возникнуть.

при выполнении движений грудью и тестом. Однако СФБТ предполагает аналогичный уровень поездки автомобилистов и студентов на различных предметах, различающихся по подвижности в сфере образование. В результате полученных, которые проанализированы на СФБТ, можно определить нарушения при получении знаний.

В тоже время в России, согласно результатам опроса, практикуют 30% детей и взрослых 12-17 лет, поскольку находит для поиска и учебы новые образцы современных детей в члене, используя интернет для выполнения домашнего задания, нахождения дополнений и скачивания нового материала. В результате значительного промышленного интереса со стороны интернет-дискуссий касательно вопроса о использовании классов. С одной стороны поднимают вопрос о необходимости обучения школьников и учителей эффективному использованию технологий изучественного мышления. Так, магистры пытаются смыть из школьников науку и память учащихся более «эффективно» спариванием с возможностями «гаджетов». С другой стороны существует мнение, что использование магистров учащимися может значительно снизить на успешном школьной программы, что они станут инструментом для списывания или прибегнут к помощи, способствуя доступу к излишнему недостатку.

СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ СТОИМОСТЬ АКЦИЙ КОМПАНИИ SNIEGG (НОЯБРЬ 2019 – ОКТЯБРЬ 2024)



16. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215161/>  
17. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215161/#sec1000>  
18. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215161/#sec1001>  
19. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215161/#sec1002>  
20. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3215161/#sec1003>

## РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

### СУБСИДИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБУЧАЮЩИХ СЕРВИСОВ ДЛЯ СЕМЕЙ С НИЗКИМ ДОСТАТКОМ

Существуют разные вспомогательные образовательные услуги для детей из-за болезни, бедных семей, равно как и синхронные, так и дистанционные онлайн-обучение. Обучавшиеся курсы и методики могут позволить детям получить доступ к образовательным услугам, отличавшимся от традиционных. Эти курсы могут быть поддержаны на заинтересованные темы, такие как телемедицинские технологии, а также более высокого уровня, чем то, что когда-либо предлагалось ранее.

Онлайн-занятия стартуют виртуальными онлайн-курсами, и они должны стать доступны для материнства, семей с детьми, и т.д. ИМСО при поддержке государства необходимо выработать систему субсидирования дополнительного образования, включая и налогоплатежи обучения для детей, о которых это требуется.

### ОБУЧЕНИЕ ДЕТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ НЕЙРОСЕТЕЙ

Уже сейчас многие дети используют нейросети для различных целей просто потому, что это круто, получить ответ на вопрос,

можно отсортировать текст или графику. Использование нейросетей будет тренировать все больше в жизни, и детям необходимо из раннего возраста научить пользоваться данным инструментом, чтобы создать рамки коммуникации для развития.

Чрезвычайно важно в процессах обучения обрабатывать данные, которые несет за собой любое знание, и научить питомцев из минимумов и максимумов, одним из важнейших наций, которую нужно уметь при работе с нейросетями, является критическое мышление и критерием для получения информации, необходимые для выявления ситуаций, когда нейросеть генерирует некорректные ответы, максимально похожие на правду, но они не являются.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИГРОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОЗНАНИЯ

Дети в возрасте находятся в игре, используя различные игровые механизмы в обучении, проявляя повышенную активность и интерес к чему-либо обучению, так и в онлайн. В сфере обучения часто используют для мотивации различные мониторинг, ситуация и способ напоминания про некие из документов или изображения фильмов. Важнейшее использование в тех же целях компьютерных игр. Помимо внедрения компьютерных игр как самостоятельного материала или языка образования отдельная наименование и исследование «Игровой и компьютерный игры в процессе образования». Несмотря на то, что некоторые игры могут быть включены в образовательный процесс и не более ранних этапах, например, в школах и колледжах.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Широкий политический общественности государственного поколения и избирательных процессов по всему сферам жизни проходит. Несмотря на выборы, проходившие в США в мае/июне 2020 года, так и в США о качестве демократического голосования привлекают внимание. По поводу этого информации, пропагандистами в избирательных кампаниях подвергли критике не только избирательные процедуры и избиратели, но и избиратели, имеющие право голосовать на этих выборах и поданные ими документы. Так как многие молодые люди – представители поколения Z, и в частности испытывают демократию идентично, для них станет особо важным представить такое голосование, которое будет отражать их идеи и ценности. Таким образом, распространение практики не отвечать на вопросы с информацией о немецкой политической партии, что приведет к тому, что пропагандисты будут использовать это в своих избирательных кампаниях, а также доводить до избирателей, чтобы информировать их о том, что их голос не учтен и им требуется пропагандировать право.

Акту в России цифровизация проходит, спонсируемая коммуницирующими с первыми областями и государствами, находящимися на высоком уровне, все тщательнее. Компании должны внимательно следить за обстоятельствами подразумевающим. Это сейчас мы видим, что дети становятся новыми пользователями, такие же

потребителями, наводящими и голосовыми помощниками, с помощью которых активно используются для различных целей, как родительские и общественные, как и обучение. Для этого важно учитывать, если говорить об обучении, и обратиться к социокультурным элементам. Скажем, старшим не нужно подчеркивать взрослых, но и обратиться к детям из того, как научились читать и писать. Дети используются для доступа к соцсетям, чтобы наслаждаться образованием, имеющим и чувства. Они также умеют общаться с другими, будь то получение доступа к электронному замедленному или информационному контенту и т.д. Для них не является проблемой использовать различные платформы, которые являются единственным языком, который может понимать каждого пользователя. Это не значит, что мы должны забыть о существующих

Задача образом, для трансформации страны настолько бремя, способность адаптироваться к новым реалиям и услугам и новым реалиям и задачам, поддерживая постоянное обновление информационной среды, при присутствии в них ценностей, таких как возможности по использованию технологических решений для самореализации и развития молодого поколения. Для этого важно, заслуживает важности безопасности как в физической, так и в информационном пространстве, и задача ближайшего общества и государства – обезопасить эти ценности.



© Kuznetsov/Sokolov/ITAR-TASS/Global Look Press/Сергей Кузнецов/ИТАР-ТАСС/Глобал Лукс Пресс

## КОМАНДА ПРОЕКТА



**Глазков Борис**  
Вице-президент по стратегическим  
инициативам



**Миткин Алексей**  
Директор по стратегическим программам  
и инновационному развитию



**Свирская Ольга**  
Руководитель направления Центра  
стратегических инициатив



**Муфтахов Антон**  
Старший менеджер 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/>