



Ростелеком

2

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

ЧАСТЬ

ДОВЕРИЕ В СЕТИ.
ОТНОШЕНИЕ К НОВЫМ
ТЕХНОЛОГИЯМ.
СОПРИКОСНОВЕНИЕ
С БОЛЬШИМ МИРОМ

ОГЛАВЛЕНИЕ

 ВСТУПЛЕНИЕ.....	5
Введение	5
Основные выводы исследования – часть 2	6
Чем отличаются сегодняшние дети и подростки от своих предшественников	9
Методика исследования	12
Основные выводы исследования – часть 1	15
 ДОВЕРИЕ В СЕТИ.....	18
Столкновение с угрозами в сети	19
Смогут ли дети распознать мошенника в интернете?	24
Меры безопасности в интернете	25
К кому обращаются дети при столкновении с проблемами в интернете	27
Достаточность информации о проблемах в интернете	29
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов и другим акторам	31
 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	32
Дети в виртуальном мире	33
Друг из колонки	36
Искусственный интеллект и молодой интеллект	42
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов и другим акторам	48

 РАННЕЕ СОПРИКОСНОВЕНИЕ С БОЛЬШИМ МИРОМ В СЕТИ.....	50
Отношение к волонтерству и общественной работе	52
Отношение к теме финансов и финансовой грамотности	54
Отношение к трудоустройству и подработкам	57
Рекомендации разработчикам коммуникационных сервисов и другим акторам	59
 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	60
 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	62
 КОМАНДА ПРОЕКТА.....	63



01

ВСТУПЛЕНИЕ

Современные дети рождаются в мире, где цифровые технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Интернет, голосовые ассистенты, виртуальная реальность и искусственный интеллект формируют их восприятие мира, влияют на поведение, интересы и даже на их взаимодействие с такими важными аспектами, как финансы, волонтерство, предпринимательство и активизм. Несмотря на все преимущества, которые предлагает цифровая среда, она таит в себе множество рисков. С ними дети сталкиваются уже в раннем возрасте. Эти риски не только ставят под угрозу их безопасность, но и формируют отношение к миру, влияя на способность критически мыслить, принимать решения и взаимодействовать с окружающими.

Новые технологии, такие как голосовые помощники, VR и нейросети, открывают перед детьми невероятные возможности для обучения, творчества и общения. И они же создают новые вызовы, связанные с безопасностью, конфиденциальностью и этикой использования данных. Дети с раннего возраста привыкают к голосовым интерфейсам и чат-ботам и могут не осознавать, что за этими технологиями – сложные алгоритмы, которые могут применяться как во благо, так и во вред. Виртуальная реальность, которая пока не стала массовым явлением, в будущем может кардинально изменить то, как дети воспринимают реальный

мир, стирая границы между физическим и цифровым пространством.

При этом интернет становится для детей не только источником развлечений и знаний, но и платформой для взаимодействия с «взрослыми» темами, такими как финансы, волонтерство и предпринимательство. Несмотря на доступность информации, дети часто остаются недостаточно подготовленными к тому, чтобы эффективно использовать эти знания. Они сталкиваются с дезинформацией, мошенничеством и другими угрозами, которые могут подорвать их доверие к цифровой среде. В то же время офлайн-среда, включая школу и семью, продолжает играть ключевую роль в формировании взглядов и навыков детей, что подтверждает необходимость комплексного подхода к их образованию и защите.

Это исследование призвано не только выявить ключевые риски, с которыми сталкиваются дети в цифровом мире, но и предложить пути их минимизации, а также рассмотреть, как новые технологии и интернет влияют на их взаимодействие с важными аспектами взрослой жизни. Вопросы, поднятые в этой работе, актуальны как для разработчиков технологий, которые должны учитывать интересы и безопасность подрастающего поколения, так и для родителей и педагогов.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ – ЧАСТЬ 2

ДОВЕРИЕ В СЕТИ

С возрастом дети всё чаще встречаются с опасностями в интернете. Это закономерно. По мере взросления они получают больше свободы в цифровом пространстве, осваивают новые платформы и активнее вовлекаются в социальные и игровые онлайн-среды, где контроль со стороны взрослых ослабевает.

Наиболее распространёнными содержательными рисками (связанными с содержанием контента), с которыми сталкиваются дети, являются фейки, дезинформация и шокирующий контент. Однако наибольшую опасность представляют менее частые, но более серьёзные угрозы, такие как травля, буллинг и опасные челленджи. Эти риски могут иметь тяжёлые последствия, а механизмы защиты от них пока недостаточно проработаны. В то же время с более «популярными» угрозами, такими как интернет-зависимость и шокирующий контент, дети справляются лучше благодаря более развитым инструментам защиты.

Дети старше 9 лет уверены в своей способности распознать мошенников в сети. Но с возрастом вероятность столкновения с мошенничеством увеличивается, так как подростки переходят от пассивного потребления контента к активному общению и начинают располагать ресурсами (деньгами и возможностью неконтролируемых действий), которые могут стать целью мошенничества.

В целом дети осведомлены о мерах безопасности в интернете и активно их применяют. Они избегают публикации личных данных, фотографий и видео, на которых виден их дом, отказываются скачивать программы из непроверенных источников. Наиболее распространённой мерой предосторожности является отказ от общения с незнакомцами в сети.

При столкновении с мошенничеством дети в большинстве случаев в первую очередь

обращаются за помощью к родителям. При этом они практически не ищут поддержки у учителей, хотя родители ожидают, что школа будет играть активную роль в защите детей от цифровых угроз. Подростки, в отличие от взрослых, реже воспринимают киберугрозы как серьёзную проблему и, как следствие, не видят необходимости обращаться за помощью.

Дети редко самостоятельно ищут информацию о том, как противостоять кибермошенникам. Большинство подростков (три четверти) уверены, что уже обладают достаточными знаниями об угрозах в сети. Однако уровень осведомлённости о таких проблемах заметно снижается среди детей младшего возраста. Это говорит о необходимости усиления информационно-просветительской работы именно с младшими возрастными группами, с учётом их интересов и уровня восприятия. При этом важно уделять внимание не только детям, но и их родителям, поскольку именно взрослые на ранних этапах играют ключевую роль в формировании безопасного поведения в цифровой среде.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Сегодня голосовые ассистенты и умные чат-боты стали неотъемлемой частью жизни современных детей. VR-технологии, хотя и развиваются постепенно, в перспективе могут стать более удобными и широко распространёнными. Наблюдая за тем, как дети адаптируются к новым технологиям, можно строить предположения о том, как будут выглядеть коммуникационные сервисы в будущем.

Половина детей хотя бы раз пробовала использовать технологию VR, но такие развлечения пока не стали значимой частью досуга большинства детей. Таким образом, дети не применяют VR-среду в обиходе с раннего возраста. По мере ее развития они будут приспосабливаться к ней наравне

с представителями других возрастных групп. С прогрессом сопутствующих технологий для применения в VR допускаем, что лишь следующее поколение – Бета – может стать VR-native.

Голосовые ассистенты и умные колонки уже широко используются детской аудиторией, причём регулярно. Подростки, однако, реже, чем младшие дети, обращаются к голосовым помощникам. Это может быть связано как с ограниченным функционалом подобных устройств, так и с тем, что подростки развивались без голосовых ассистентов, и у них не сформировалась привычка их использования. Для детей младше 11 лет (рождённых после 2014 года) голосовые ассистенты стали привычным интерфейсом с самого раннего возраста, подобно тому, как смартфоны стали неотъемлемой частью жизни поколения Z. Вероятно, по мере взросления этих детей сферы применения голосовых интерфейсов будут расширяться, становясь основным способом взаимодействия с различными сервисами.

К концу 2024 года почти три четверти подростков в России уже использовали нейросети для решения различных задач. Применение нейросетей становится повсеместным, хотя дети не всегда осознают, что взаимодействуют с алгоритмами ИИ, например, при общении с голосовым ассистентом. Проникновение нейросетей в различные сервисы продолжается,

и дети, скорее всего, будут одними из первых активных пользователей этих технологий.

В России 80% детей используют нейросети через чат-ботов в Telegram. Однако такие боты представляют собой «чёрный ящик». Невозможно достоверно определить, какая именно нейросеть генерирует ответы, используются ли безопасные ресурсы при монетизации трафика.

В конце 2024 года среди нейросетевых моделей самой популярной у детей стала ChatGPT, особенно среди подростков. Дети младшего возраста пользуются ею значительно реже. Среди аудитории 4–11 лет преобладают сервисы Яндекса, такие как Яндекс Нейро и YandexGPT. Что касается графических нейросетей, то здесь лидируют российские решения, в первую очередь Шедевр от Яндекса.

РАННЕЕ СОПРИКОСНОВЕНИЕ С БОЛЬШИМ МИРОМ В СЕТИ

При столкновении с «взрослым» миром офлайн-среда продолжает играть более значимую роль, чем интернет. Дети продолжают узнавать



о волонтерстве, финансах и политике в школе, от родителей и в семье. Это означает, что, с одной стороны, необходимо развивать онлайн-каналы информирования, а с другой – уделять больше внимания просветительской работе в реальном мире.

Осведомлённость подростков о волонтерских проектах остаётся на низком уровне: менее половины опрошенных знакомы с ними. Вопреки ожиданиям, основным каналом информирования выступает школа, а не интернет. Но даже охват школами недостаточен: лишь 33% детей узнали о волонтерстве через образовательные учреждения. При этом подростки в целом положительно оценивают волонтерскую деятельность, видя в ней возможность помочь нуждающимся. В то же время их участие часто ограничивается отсутствием времени или мотивации.

Интерес к политике и общественной деятельности среди подростков выражен слабо: лишь каждый восьмой проявляет к этому интерес. Новости и политические события воспринимаются как

сложные и «взрослые» темы, что снижает вовлечённость молодёжи. Даже те, кто следит за происходящим в стране, редко рассматривают политику как сферу для активного участия.

Современные дети рано начинают взаимодействовать с финансовыми продуктами. Почти у половины школьников уже есть банковские карты, а треть родителей планируют их оформить в ближайшее время. Особой популярностью пользуются специализированные детские карты с элементами геймификации и встроенными уроками по финансовой грамотности.

Две трети подростков оценивают свои знания в сфере финансов как хорошие, в то время как треть признаёт недостаточную осведомлённость. Основным источником финансовых знаний являются родители (73%), тогда как интернет и специализированные курсы играют второстепенную роль. При этом дети, посещающие подобные курсы, заявляют о более высоком уровне финансовой грамотности.



ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ СЕГОДНЯШНИЕ ДЕТИ И ПОДРОСТКИ ОТ СВОИХ ПРЕДШЕСТВЕННИКОВ

Чтобы понять, чем отличается поведение детей и подростков в сети уже сейчас и чего стоит ожидать в будущем, мы обратились к **теории поколений**. Это исследовательский подход, который применяется при анализе происхождения различных поколений, их общих характеристик, а также изменений, происходящих с ними. Теория поколений исследует различия между «отцами и детьми» и рассматривает влияние социально-культурных факторов на формирование общих ценностей, мышления и опыта людей, родившихся в определённые временные периоды.

ТРАДИЦИОННО ВЫДЕЛЯЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ПОКОЛЕНИЯ

БЕБИ-БУМЕРЫ

(1946—1964)

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

ПОКОЛЕНИЕ X

(1965—1981)

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

ПОКОЛЕНИЕ Z

(1997—2012)

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

МИЛЛЕНИАЛЫ

(1982—1996)

Характерные черты поколения, выросшего в условиях быстрых технологических изменений, – толерантность и стремление к разнообразию, позднее создание семьи. Стоит отметить, что в разных регионах мира миллениалы росли в различных жизненных условиях. Западные – столкнулись с экономическими трудностями и террористическими угрозами, тогда как российские развивались в условиях относительного благополучия. Общей для всех миллениалов стала высокая планка ожиданий, которая не всегда отражает действительность.

ПОКОЛЕНИЕ АЛЬФА

(2012—2025)

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

С раннего возраста дети знакомятся с разнообразием медиа и контента, а такие платформы, как TikTok, становятся важным каналом не только потребления информации, но и самовыражения и развлечения. Дети не являются молчаливыми зрителями, они расценивают себя сопричастными создателями².

Исследование детской больницы Ч. С. Мотта при Мичиганском университете показало, что пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на поколение Альфа, кардинально изменив способ взаимодействия его представителей с окружающим миром. Из-за дефицита практики общения в реальных условиях у нового поколения стали чаще возникать сложности с социализацией и установлением дружеских контактов³. В то же время опрос Pew Research Center показал, что, несмотря на проблемы с социализацией в реальном мире, 47% играющих в компьютерные игры подростков в США нашли хотя бы одного друга через компьютерные игры, а 72% играют, чтобы проводить время с друзьями⁴. Таким образом, поколение Альфа быстро осваивает навыки общения онлайн, активно формируя социальные связи в цифровом пространстве.

Исследование, проведенное учеными из Луизианского университета среди более чем 1,3 тыс. подростков, показало, что использование таких социальных сетей, как TikTok и Instagram⁵, популярных среди подростков, связано с ростом политического активизма и интереса к гражданскому участию среди них. В то же время такие социальные сети, как Facebook⁶ и X (Twitter), ведут к поляризации политических взглядов среди демографической группы детей⁷. В совокупности это приводит к более раннему столкновению с проблемами «взрослого мира» среди детей и вовлечению их в политический активизм. Многие исследования подтверждают, что отличительной чертой поколения Альфа является более раннее взросление и желание решать глобальные задачи.

В рамках данного исследования мы взглянули на отличия поколений с точки зрения того, как они влияют на манеру поведения детей и подростков в интернете. И дали рекомендации, что стоит сделать разработчикам коммуникационных сервисов, чтобы использованию их продуктов отдавалось предпочтение, они были удобными и безопасными для молодого поколения.

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

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

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

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

⁵ Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

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

⁷ <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20563051231186364>



МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в несколько этапов и включало в себя формирование и уточнение гипотез, сбор данных, анализ полученной информации.

СХЕМА – ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



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

Для выполнения работ на этапах уточнения гипотез и сбора данных была привлечена компания Mediascope.

Для предварительной проверки и **уточнения гипотез** проведено качественное исследование медиапотребления детско-подростковой аудитории. Проведено 30 глубинных интервью с детьми и подростками от 4 до 17 лет и, среди детей младшего возраста, с их родителями.

К исследованию приглашались дети, имеющие доступ в интернет. Родители не запрещают им пользоваться гаджетами, и дети имеют в личном или совместном семейном пользовании гаджеты для доступа в интернет. Каждое интервью длилось от 1,5 до 2 часов.

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

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

СХЕМА: БЛОКИ ВОПРОСОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА ДЕТЕЙ

	4-8 лет РОДИТЕЛИ ДЕТЕЙ	9-11 лет РОДИТЕЛИ ДЕТЕЙ	9-11 лет ДЕТИ	12-13 лет ДЕТИ	14-17 лет ДЕТИ
Социально-демографический профиль респондентов					
Что дети делают в интернете					
VR и голосовые помощники*					
Социальный круг					
Общение офлайн и онлайн					
Создание контента детьми					
Обучение в сети					
Использование технологий ИИ					
Риски в сети*					
Соприкосновение с большим миром в интернете*					

* – первую часть исследования можно найти на странице «Аналитика и исследования» раздела «Новые коммуникационные интернет-технологии» корпоративного портала ПАО «Ростелеком»⁸

https://www.company.rt.ru/projects/digital_economy_rf/ncit/files/RT-KIDS-2024_light.pdf

Опрос проходил онлайн в сентябре 2024 года. Всего в нём приняли участие 3003 респондента из городов численностью более 100 тыс. чел. по всей России, за исключением Калининградской области, Республики Крым, г. Севастополя, Ненецкого и Чукотского АО, новых территорий. К каждой возрастной группе был применен собственный подход в зависимости от того, насколько ребенок уже знаком с обсуждаемыми понятиями, и они могли появиться в зоне его персонального интереса.

- Родители детей 4–8 лет заполняли всю анкету сами, без детей
- Родители детей и подростков 9–11 лет отвечали на первые блоки, потом звали ребенка, а сами уходили
- Родители подростков 12–13 лет отвечали только на отборочные вопросы и подзывали ребенка, который дальше заполнял всю анкету сам
- Подростков 14–17 лет либо подзывали родители (как 12–13-летних), либо они приходили изначально самостоятельно, но в любом случае ребенок заполнял всю анкету сам.

К участию в опросе были приглашены родители и дети, независимо от использования интернета. При этом детям, которые не используют интернет с любого устройства, в любых целях, самостоятельно или с помощью других людей, вопросы о его применении не задавались. Вовлечение детей ограничилось установлением факта, что они интернетом не пользуются. В рамках исследования таких было 26 человек.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА РЕБЕНКА ВАРЬИРОВАЛИСЬ БЛОКИ ВОПРОСОВ.

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

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

На этапе **анализа полученной информации** были сопоставлены все полученные данные и синтезирован текст исследования, которое Вы держите в руках. Исследование публикуется в двух частях. В первой части подробно рассмотрены вопросы использования интернета новым поколением: как дети проводят время в интернете, какие сервисы выбирают для общения, творчества, развлечения и обучения.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ – ЧАСТЬ 1



1 часть
исследования
по ссылке:



ЧТО ДЕТИ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ

После окончания пандемии COVID-19 снижения к допандемийным нормам использования интернета детьми не случилось. В России дети в среднем проводят в сети Интернет 6,5 часа ежедневно. Самые популярные занятия в сети у детей и подростков как по всему миру, так и в России – просмотр видео, компьютерные игры. По мере взросления добавляются общение и просмотр контента в социальных сетях.

ОБЩЕНИЕ В СЕТИ

Уже в возрасте 4–8 лет дети начинают использовать мессенджеры, в основном для связи с родителями. Неумение читать и писать больше не является преградой для применения мессенджера – вместо текстовых сообщений дети совершают доступные им звонки, отправляют голосовые сообщения, смайлы и стикеры. Общение с друзьями в мессенджере начинается в 8–9 лет.

Самым популярным мессенджером среди детей 4–11 лет является WhatsApp. Позже подростки активнее используют Telegram, в котором общаются с ровесниками, просматривают медиаконтент, играют. 2 года назад среди подростков самой популярной средой для общения была соцсеть ВКонтакте, однако Telegram к середине 2023-го догнал ВКонтакте как по аудиторным показателям, так и по среднему времени на платформе, а в последние месяцы



уверенно удерживает лидерство. Нишевую популярность получил Discord.

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

С возрастом значительно меняется широта использования средств коммуникации. Дети младшего возраста предпочитают общаться с помощью звонков, голоса, а эмоции выражать – через смайлики и стикеры. 9–11-летние дети уже активно используют текстовые формы коммуникации, при этом общаясь с помощью и голоса, и через визуальные формы передачи информации. Голосовые сообщения чаще всего используются при необходимости рассказать длинную историю, которую долго набирать текстом.

При этом дети 9–11 лет активно применяют гифки и мемы. В этом возрасте становится заметно, что детям чрезвычайно важно передать свои эмоции в общении, в том числе онлайн, о чём говорится в множестве исследований поколения Альфа. Подростки продолжают эту тенденцию и активно пользуются всеми видами общения, кроме видеозвонков, которым они предпочитают кружочки.

В подростковом возрасте одной из основ реального взаимодействия становится совместный просмотр контента на телефоне. Многие подростки смотрят вместе тик-токи, видео и различные мемы, вместе сидят в социальных сетях. Дети имеют не так много возможностей взаимодействовать друг с другом офлайн. Чем старше становится ребенок, тем меньше у него остается свободного времени, и тем ценнее подобное общение. Однако коммуникация не ограничивается редкими эпизодами очного контакта. Поэтому в процессе взросления дети всё больше переходят на онлайн-общение, чтобы компенсировать нехватку офлайн-взаимодействия, оставаться социализированными и на связи.

У детей более ограниченные социальные связи, следовательно, не так много друзей в социальных сетях. В основном не больше 19 подписчиков. Ожидаемо с возрастом социальный круг увеличивается, как и число друзей в соцсетях. 2/3 подростков знакомятся в интернете. Знакомства в интернете для детей и подростков часто начинаются через игры и игровые платформы. В процессе совместных игровых сессий коммуникация нередко выходит за пределы игры и перерастает в дружеские связи.

ЛЮБИМЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

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

Ключевую роль в жизни детей 4–8 лет играют мультфильмы, что дает Rutube конкурентное преимущество. Возрастная группа 9–11 лет представляет собой переходную аудиторию. С одной стороны, её представители всё еще активно смотрят мультфильмы, с другой – растут их интерес к блогам и другим развлекательным форматам.

Среди сервисов коротких видео лидирующие позиции занимает TikTok, причем среди всех возрастных групп. VK Клипы составляет ему конкуренцию. Likee нашёл основной массив своей аудитории среди детей и подростков 9–11 лет,

с явным преобладанием девочек, при этом постепенно наращивая аудиторию среди подростков. Yarru пока не смог завоевать значительной доли пользователей среди детей и подростков.

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

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

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

В компьютерные игры на ПК играют более трети подростков, в мобильные – все подростки за редким исключением. Причем у них нет приверженности к какому-то определенному жанру. Лидируют по аудиторным показателям две игры, которые относятся к так называемым песочницам, или метавселенным, – Roblox и Minecraft.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

Создание личных страниц или блогов в интернете ассоциируется в первую очередь с использованием социальных сетей и начинается у детей в 9–11 лет. Пик желания стать блогером у детей наблюдается в том же 9–11-летнем

возрасте, но уже в 12–17 лет это желание ослабевает.

Для представителей поколения Альфа большое значение имеет возможность самовыражаться и делать что-то креативное. На первом месте среди причин желания стать блогером с большим отрывом – денежная мотивация, но так же широко распространена мотивация делать «прикольные штуки» и показать свои умения.

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

ОБУЧЕНИЕ В СЕТИ

В процессе обучения дети используют синтез из цифровых и аналоговых инструментов. До 40% подростков уже сейчас знакомы с образовательными сайтами, цифровыми учебниками, пособиями и тестами. При этом занятия на курсах и с репетиторами по интернету уже популярнее, чем офлайн-занятия.

Крупнейшие сегменты рынка дистанционного образования для детей – онлайн-школы, которые предлагают отдельные обучающие курсы или альтернативу школьной программы, платформы, упрощающие образовательный процесс и предоставляющие доступ к дополнительным материалам. А также мультимедийные приложения, в которых учащиеся выполняют интерактивные задания в игровой форме, различные вебинары, платформы с онлайн-курсами разной направленности.

Чтобы обучение в онлайн-школе было признано на государственном уровне, отраслевым стандартом стало сотрудничество дистанционных школ с традиционными аккредитованными школами-партнерами, которые предлагают ученику возможность получить аттестат.

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

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



СТОЛКНОВЕНИЕ С УГРОЗАМИ В СЕТИ

О2

ДОВЕРИЕ В СЕТИ

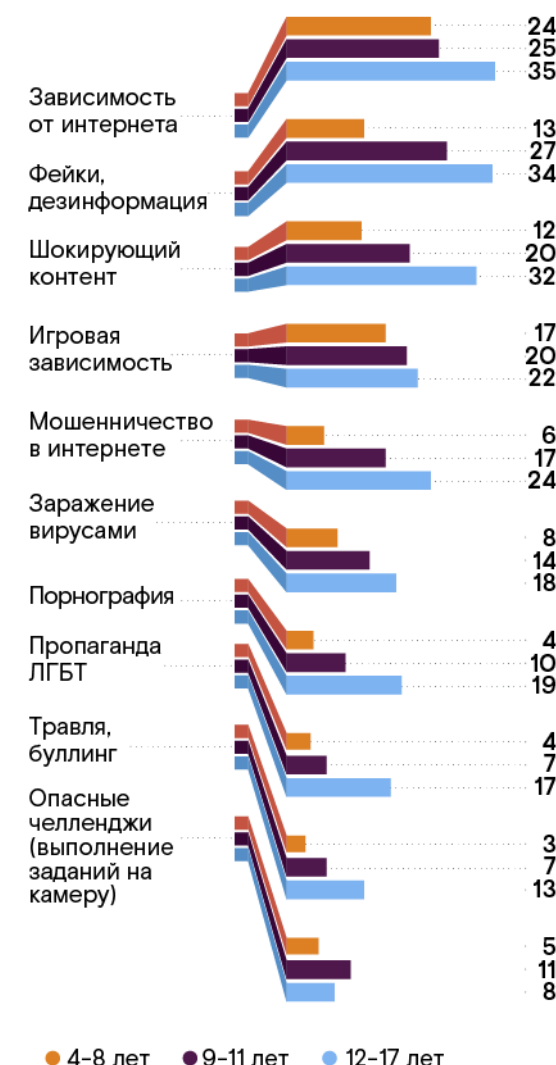
Даже дошкольники и ученики начальных классов пользуются интернетом каждый или почти каждый день⁹. При этом контент, который преимущественно потребляют дети, отличается в разных возрастных группах. Именно он определяет тот набор проблем или угроз, с которыми могут столкнуться дети в интернете.

Большинство (от 54 до 80%) детей во всех возрастных группах встречались с теми или иными видами угроз в интернете¹⁰. Наиболее очевидная и значимая тенденция – увеличение частоты столкновений с интернет-угрозами с возрастом. Рост наблюдается по всем возрастным категориям. Чем старше ребёнок, тем выше доля тех, кто встречался с опасностями в интернете. Это закономерно: с возрастом дети получают всё больше свободы в цифровом пространстве, начинают использовать широкий спектр платформ, становятся более вовлечёнными в социальные и игровые онлайн-среды, где контроль со стороны взрослых ограничен.

По данным исследования Children's Wellbeing in a Digital World¹¹, чем больше времени дети проводят в сети, тем большему числу угроз они подвергаются. 22% детей, проводящих больше всего времени в соцсетях, сообщили о 5 или более типах вредных онлайн-опытов. Лишь 2% детей, проводящих меньше всего времени в сети, подвергались такому количеству угроз.

Угрозы в интернете можно разделить на содержательные, или «контентные», поведенческие и технические.

ПРОБЛЕМЫ В ИНТЕРНЕТЕ В РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУППАХ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

⁹ Виртуальный мир глазами детей. Исследование особенностей поведения детей и подростков в сети Интернет. 1 часть. Ростелеком

¹⁰ 46%, 28%, 20% детей в возрасте 4-8, 9-11, 12-17 лет соответственно не сталкивались с проблемами в интернете.

¹¹ <https://www.internetmatters.org/hub/research/childrens-wellbeing-in-a-digital-world-index-report-2023>



Первый тип угроз – содержательные, связанные с тем, что ребёнок может увидеть или прочитать в интернете: фейки, шокирующий контент, порнография, пропаганда ЛГБТ. В рамках исследования ГК «Солар» «Кибербезопасность – ее восприятие среди детей и родителей»¹² дети заявляли, что сталкивались в сети также с демонстрацией запрещенной символики, пропагандой феминизма и идеологии чайлдфри, призывам к террористической деятельности. Частота встреч с данным видом угроз резко нарастает к старшему возрасту. Особенно заметен рост в области фейков и дезинформации: от 13% у младших детей до 34% – у подростков. Это указывает на потребность в раннем развитии цифровой грамотности и навыков критического мышления. Похожая динамика наблюдается в категориях «шокирующий контент» и «порнография». Однако, когда встреча с опасным контентом происходит в подростковом возрасте, дети могут не идентифицировать это как угрозу или специально искать такой тип контента в интернете. В данном случае целесообразно применять внешние инструменты контроля – программы, которые блокируют любой тип контента 18+.

Второй тип – поведенческие угрозы. Они включают интернет- и игровую зависимости, буллинг, участие в опасных челленджах. Здесь также наблюдается возрастной тренд. С интернет-зависимостью когда-либо сталкивались 24% детей 4–8 лет, по мнению их родителей, и уже 35% – среди подростков 12–17 лет, по их собственному признанию. По данным исследования интернет-зависимости и проблем со сном среди российских

подростков в возрасте 12–18 лет¹³, интернет-зависимость выявлена у 7% детей.

Подростки с интернет-зависимостью поздно ложатся спать, для них характерны сокращение продолжительности ночного сна, увеличение времени, которое необходимо, чтобы заснуть, и частые ночные пробуждения, а также дневная сонливость. Наличие подобных симптомов требует соответствующей психологической коррекции¹⁴.

У возникновения игровой зависимости также наблюдается возрастающий тренд. Однако разница между детьми 4–8 и 9–11 лет незначительна: 17 и 20% соответственно. Это может говорить о раннем формировании цифровых привычек и знакомстве детей с онлайн-играми. Травля и буллинг нарастают по мере взросления и расширения социальных контактов. Особого внимания заслуживают опасные челленджи. Пик приходится на среднюю возрастную категорию – 9–11 лет. Вероятно, это возраст, в котором дети уже активно вовлечены в цифровую среду, но ещё не обладают зрелостью для оценки последствий. Это важный сигнал для родительского и педагогического контроля.

Третий тип – технические угрозы: заражение вирусами и интернет-мошенничество. Здесь также наблюдается закономерный рост: со случаями мошенничества соприкасались 6% детей 4–8 лет и 24% подростков 12–17 лет. С заражением вирусами – 8 и 18% соответственно. Эти угрозы особенно характерны для самостоятельного использования устройств, когда дети переходят от пассивного потребления контента к активному взаимодействию – скачивают файлы, переходят по ссылкам, регистрируются на платформах.

С попытками мошенничества дети могут встречаться чаще, чем декларировали в рамках опроса. Так, по результатам опроса среди детей и подростков в возрасте 10–18 лет, проведенного агентством «Михайлов и Партнёры. Аналитика» совместно с ГК «Солар»¹⁵, в этом году сообщения в мессенджере со взломанного аккаунта знакомого/ родственника/ друга получал каждый четвертый ребенок из десяти (41% детей). При этом доля родителей, которые уверены, что их дети получали в этом году подобные сообщения, выше (52%). То есть дети недооценивают частоту соприкосновения с мошенниками. Вероятно, они уже настолько привыкли к получению подобных сообщений, что не причисляют эти инциденты к потенциально опасным ситуациям. Необходимо отметить, что еще больший масштаб имеет проблема телефонного мошенничества. Звонки по мобильному якобы от представителей банка получали в этом году 56% детей.

Ущерб от всех видов мошенничества в сети и по телефону наносится в целом не так часто – только у 8% детей и подростков в возрасте

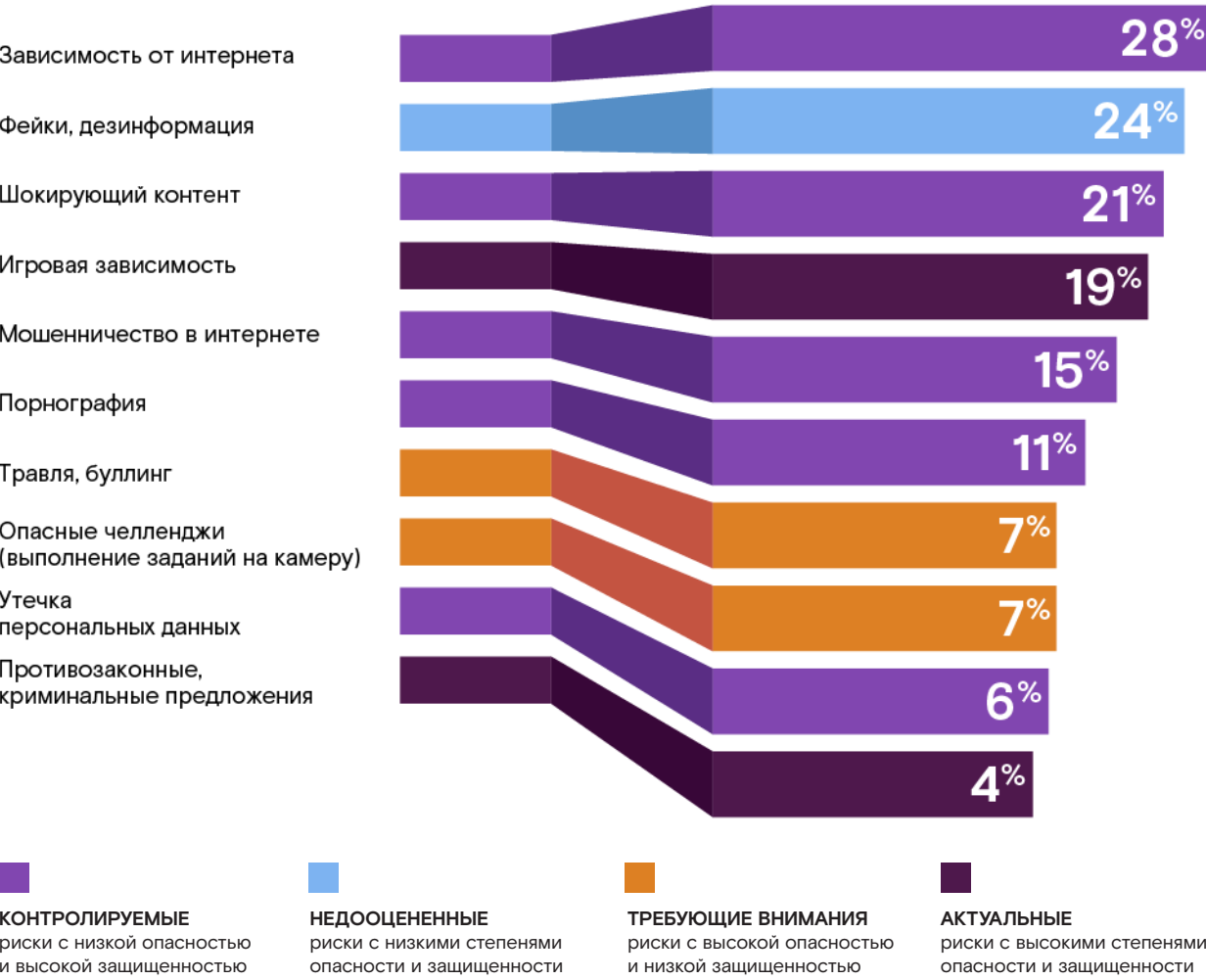
от 10 до 18 он случался в этом году. Но эта доля серьезно увеличивается с возрастом – среди подростков 14–18 лет уже каждый четвертый (24%) попадался на удочку мошенников и страдал от их действий. Чаще всего мошенники забирали у детей аккаунт в соцсети или аккаунт и/или накопления в игре.

Когда речь заходит об угрозах в интернете, основное внимание традиционно уделяется подросткам и школьникам, в то время как возрастная группа 4–8 лет требует отдельного внимания. В этом возрасте дети только начинают активно осваивать цифровую среду, часто делают это под присмотром родителей

и, на первый взгляд, их взаимодействие с интернетом кажется безопасным. Однако именно в этом периоде закладываются первые цифровые привычки, формируется восприятие контента и отношение к онлайн-активности. Из-за высокой восприимчивости маленьких детей и особенностей их психоэмоционального развития риски, связанные с использованием интернета, могут оставаться незамеченными, но приводить к долгосрочным негативным последствиям.

Поэтому важно отдельно проанализировать, каким угрозам могут подвергаться 4–8-летние дети и почему родительский контроль не всегда гарантирует безопасность.

СОПОСТАВЛЕНИЕ УРОВНЯ ОПАСНОСТИ РИСКА И ЧАСТОТЫ СТОЛКНОВЕНИЯ С РИСКОМ СРЕДИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В ВОЗРАСТЕ 4–17 ЛЕТ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100K+, 4–17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ; ИССЛЕДОВАНИЕ АЛЬЯНСА ПО ЗАЩИТЕ ДЕТЕЙ

12 <https://rt-solar.ru/events/news/5475/>
13 <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/19/10397>
14 <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/19/10397>
15 <https://rt-solar.ru/events/news/5475/>

Почти половина (46%) родителей детей в возрасте 4–8 лет, которые отвечали на вопросы сами или могли сверяться с детьми, указали, что их дети не сталкивались с перечисленными угрозами. Это может быть как реальным отсутствием негативного опыта, так и следствием того, что, несмотря на частое использование интернета в таком возрасте¹⁶, дети чаще потребляют «пассивный контент» – смотрят мультфильмы, играют или слушают музыку. Родители в такой ситуации могут действительно полностью контролировать поведение ребенка в интернете или предполагать, что такой контроль есть. Но чем младше дети – тем более уязвимы они перед современными технологиями захвата внимания.

Наиболее значимой угрозой в возрастной категории 4–8 лет является зависимость от интернета – 24% родителей указали на этот фактор. Этот показатель лишь незначительно ниже, чем у детей 9–11 лет (25%), и существенно уступает уровню среди подростков 12–17 лет (35%), что свидетельствует о нарастающей проблеме по мере взросления. Вместе с тем уже в раннем возрасте зависимость от цифровой среды приобретает ощутимые масштабы.

Исследование возникновения интернет-зависимости детей в Южной Корее на примере YouTube выявило¹⁷, что более раннее знакомство с YouTube и высокая частота его использования статистически связаны с ростом эмоциональных и поведенческих проблем у детей. Исследователи считают это крайне актуальной проблемой, поскольку в стране каждый пятый ребёнок (21%) начинает пользоваться YouTube до четырёх лет. При этом самый распространённый возраст начала – 8–9 лет. К этому периоду с платформой знакомы уже более 30% детей. В среднем дети проводят на YouTube почти пять дней в неделю, по часу ежедневно. Возникновение зависимости в раннем возрасте накладывает отпечаток на дальнейшую жизнь: чем раньше ребёнок

начинает пользоваться платформой, тем чаще и дольше он её использует в будущем.

12% родителей детей младшей возрастной категории ответили, что их детям приходилось сталкиваться с шокирующим контентом. Это подтверждает присутствие визуального и текстового контента, потенциально травмирующего психику, в среде потребления маленькими детьми. Учитывая, что с возрастом этот показатель увеличивается (до 20% среди детей 9–11 лет и 32% среди детей 12–17 лет), проблема требует ранней интервенции, в том числе техническими средствами фильтрации.

В рамках исследования Ростелеком, Mindsmith и TeqViser «Технологии защиты детей в интернете»¹⁸ эксперты оценили степень опасности рисков в интернете и эффективности технологических мер защиты (степень защищенности) от каждого риска. Сопоставление результатов экспертного опроса и анкетирования родителей и детей выявило следующее. Наиболее опасными могут быть угрозы, которым дети подвергаются не так часто, например, травля, буллинг и опасные челленджи. Это риски с потенциально высокой вероятностью наступления негативных последствий и низкой степенью проработки механизмов защиты. При встрече с «популярными» рисками – зависимостью от интернета и шокирующим контентом – дети защищены лучше. По мнению экспертов, подобные риски относятся к группе «контролируемых», то есть с низкой опасностью и высокой защищенностью.

К требующим внимания можно отнести и вовлечение несовершеннолетних в противоправную деятельность. Дети встречаются с таким риском крайне редко, из-за чего статистика по нему отсутствует в выборке. Однако риски чрезвычайно высоки и ассоциированы с уголовным преследованием и заключением под стражу.

¹⁶ По оценкам родителей, 71% детей 4–8 лет пользуется интернетом каждый или почти каждый день (источник: онлайн-опрос Mediascope по заказу Ростелеком, сентябрь 2024, Россия 100к+, 4–17 лет, 3003 интервью) По оценкам родителей, 71% детей 4–8 лет пользуется интернетом каждый или почти каждый день (источник: онлайн-опрос Mediascope по заказу Ростелеком, сентябрь 2024, Россия 100к+, 4–17 лет, 3003 интервью)

¹⁷ <https://bmcpublishing.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-024-19011-w>

¹⁸ <https://www.company.rt.ru/social/cyberknowledge/kids-safety/>

В последнее время участились случаи шантажа на сексуальной почве, в том числе за счет распространения дипфейков и возможности без труда создать компрометирующее фото или видео. Нередко применяются угрозы жизни и здоровью родственников и друзей.

Как защититься от подобных атак? К сожалению, довольно сложно.

1. Первый и самый значимый кордон защиты – это выстраивание с ребенком доверительных отношений. Если о возникновении потенциальной угрозы ребенок расскажет родителям, в большинстве случаев это оградит его от негативных последствий. К сожалению, далеко не все подростки готовы делиться своими переживаниями с родителями, и не все родители способны адекватно отреагировать на проблемы своего ребенка.

2. Второй кордон – формирование у ребенка, да и у родителей, навыков цифровой гигиены. Необходимо знать возможные угрозы, дозировать информацию о себе в интернете, не поддаваться на провокации.

Одним из инструментов решения проблемы может стать совместная инициатива «Ростелекома» и ГК «Солар», направленная на обеспечение безопасности пользователей домашнего интернета – «Фильтр нежелательных сайтов». Этот инструмент автоматически блокирует доступ к фишинговым и вредоносным ресурсам, а также позволяет родителям ограничить доступ детей к сайтам с «взрослым» или опасным контентом, таким как информация, пропагандирующая насилие, расизм, азартные игры или агрессивные идеи. Сервис предоставляет возможность создать индивидуальные категории фильтрации или «белый» список разрешенных сайтов, что делает его универсальным решением для защиты от цифровых угроз. Особенно полезным он станет для родителей, которые хотят оградить своих детей от кибербуллинга, мошенничества и других онлайн-рисков, а также для людей старшего возраста, осваивающих безопасные практики в сети, и тех, кто работает из дома, предотвращая переходы на поддельные сайты, маскирующиеся под банки или налоговые службы. Сервис ежедневно обновляется и охватывает более 99% всех интернет-ресурсов. В ближайшее время «Ростелеком» планирует запустить дополнительные сервисы для усиления безопасности пользователей и их близких в онлайн-среде.



Александр Вураско

директор по развитию центра мониторинга внешних цифровых угроз Solar AURA, ГК «Солар»



– В последние годы проблема вовлечения несовершеннолетних в противоправную деятельность стала крайне актуальной. Злоумышленники активно вербуют подростков в сети для выполнения самых разных задач, связанных с криминальным бизнесом или атаками на нашу страну.

Наиболее распространенные сценарии использования несовершеннолетних:

- закладчики
- воркеры в сценариях интернет-мошенничеств
- исполнители диверсий
- дропы

Злоумышленники используют самые разные площадки для вербовки – от социальных сетей и мессенджеров до онлайн-игр. Проблема в том, что в силу возраста и отсутствия критического мышления подростки зачастую не осознают всю общественную опасность своих действий, а также их возможные последствия.

Подростков привлекают легкими деньгами, героизируют подобные действия, используют различные механизмы психологического воздействия, вплоть до шантажа. При этом шантаж может быть самым разным.

СМОГУТ ЛИ ДЕТИ РАСПОЗНАТЬ МОШЕННИКА В ИНТЕРНЕТЕ?

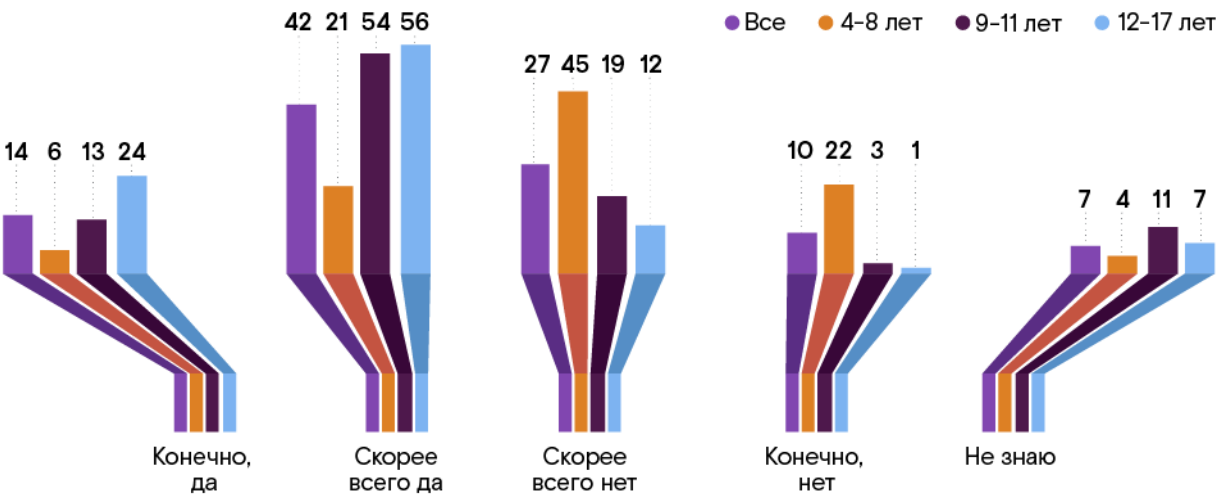
С возрастом у детей растет уверенность в способности распознать мошенника в интернете. 80% детей и подростков 12–17 лет уверены в том, что смогут определить мошенников (24% – «конечно, да», 56% – «скорее всего да»). У детей 9–11 лет уровень уверенности также высок – 67%. Наименее уверенными оказались родители детей 4–8 лет. Лишь 27% этой группы считают, что их дети смогут распознать мошенника. При этом две трети родителей детей из младшей группы считают, что их дети не смогут понять, что столкнулись с обманщиками, что говорит о высокой уязвимости.

При этом, по данным исследования оператора мобильной связи Т2¹⁹, дети и подростки всё чаще становятся жертвами мошенников

из-за доверчивости и недостатка опыта работы с финансовыми инструментами. Доля молодых людей до 20 лет, столкнувшихся с мошенничеством, в России выросла в четыре раза – с 1 до 4% во втором полугодии 2024 г.

По данным исследования Лаборатории Касперского «Взрослые и дети в интернете»²⁰, 12% детей сталкивались с онлайн-мошенничеством, у 5% аккаунт взламывали. Кроме того, 76% детей указывают свой возраст в социальных сетях, но только 48% называют реальное количество лет. Информация о возрасте помогает мошенникам в реализации схем социальной инженерии.

СПОСОБНОСТЬ ДЕТЕЙ РАСПОЗНАТЬ МОШЕННИКОВ В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ

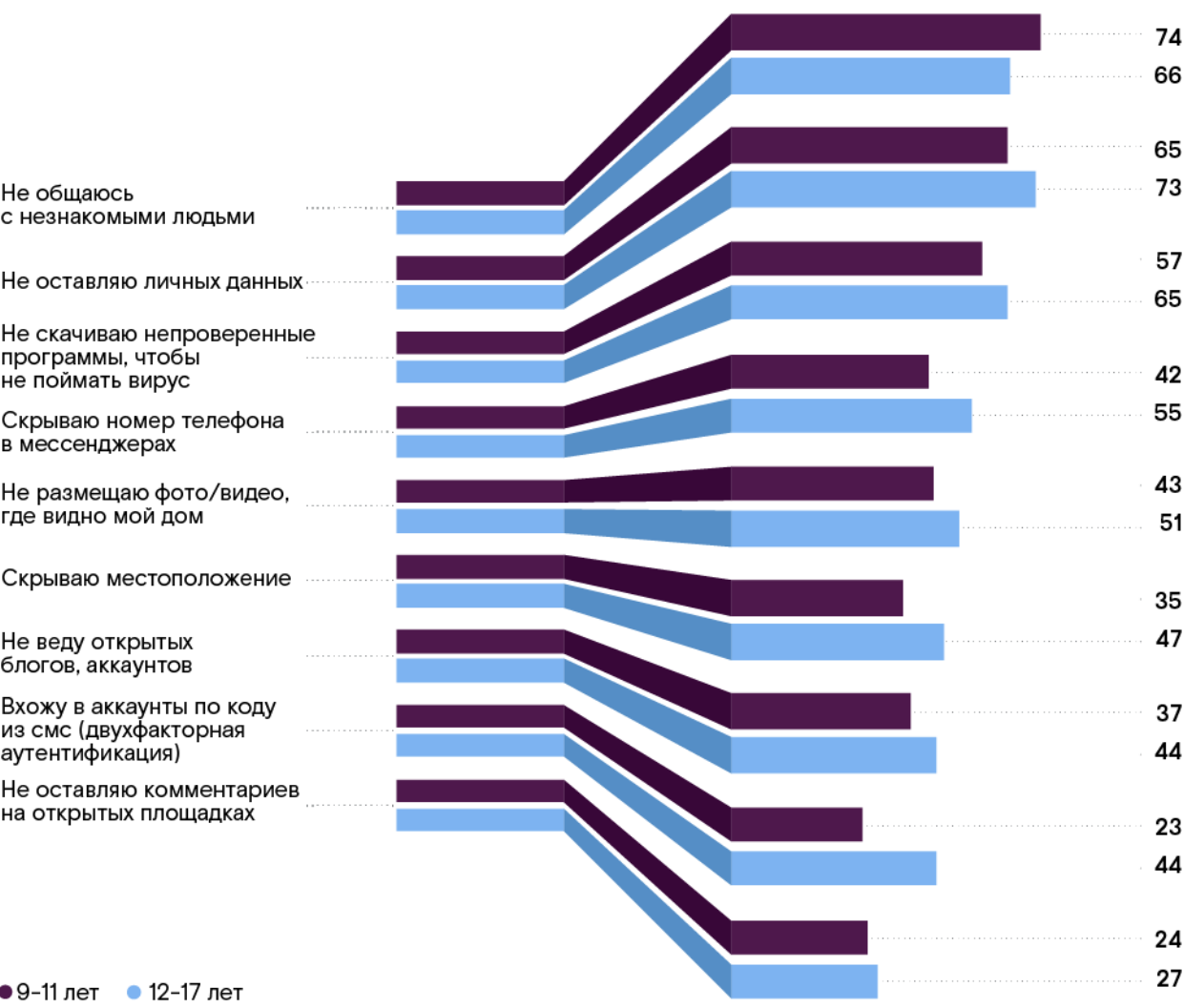


ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

19 <https://msk.t2.ru/about/news-list/2025/02/26/podrostki-i-studenty-teper-v-fokuse-socialnoj-inzhenerii-big-data-t2>
20 https://kids.kaspersky.ru/files/2025_02_Kaspersky_kids.pdf

МЕРЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

МЕРЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 9-17 ЛЕТ, 1788 ИНТЕРВЬЮ

По большинству мер старшая возрастная группа демонстрирует более высокий уровень осознанности. Например, скачивание только проверенных программ отмечено у 65% подростков 12-17 лет и лишь у 57% детей 9-11 лет. Скрытие номера телефона в мессенджерах – 55% против 42%, местоположения – 47% против 35% соответственно. Это может быть связано с ростом цифровой грамотности и приобретённым личным опытом.

Согласно исследованию Digital Socialization of Russian Adolescents (2023), подростки 15-17 лет демонстрируют более высокие показатели цифровой социализации и осознанности по сравнению с младшими подростками 12-14 лет²¹.

Одна из наиболее популярных мер предосторожности в обеих возрастных группах – отказ от общения с незнакомыми людьми в интернете. Среди младших детей (9-11 лет) этот показатель составляет 74%,

тогда как среди подростков 12-17 лет – 66%. В коммуникациях именно младшие дети демонстрируют большую осторожность, что может быть связано с более активным родительским контролем или меньшим объемом самостоятельного интернет-общения.

Недостаточно высокий процент пользователей применяет двухфакторную аутентификацию: 44% у подростков и только 23% – у детей 9-11 лет. Это свидетельствует о недостаточном её внедрении на интернет-ресурсах и ограниченной информированности детей, особенно младшего возраста, об эффективности этой важной меры безопасности.

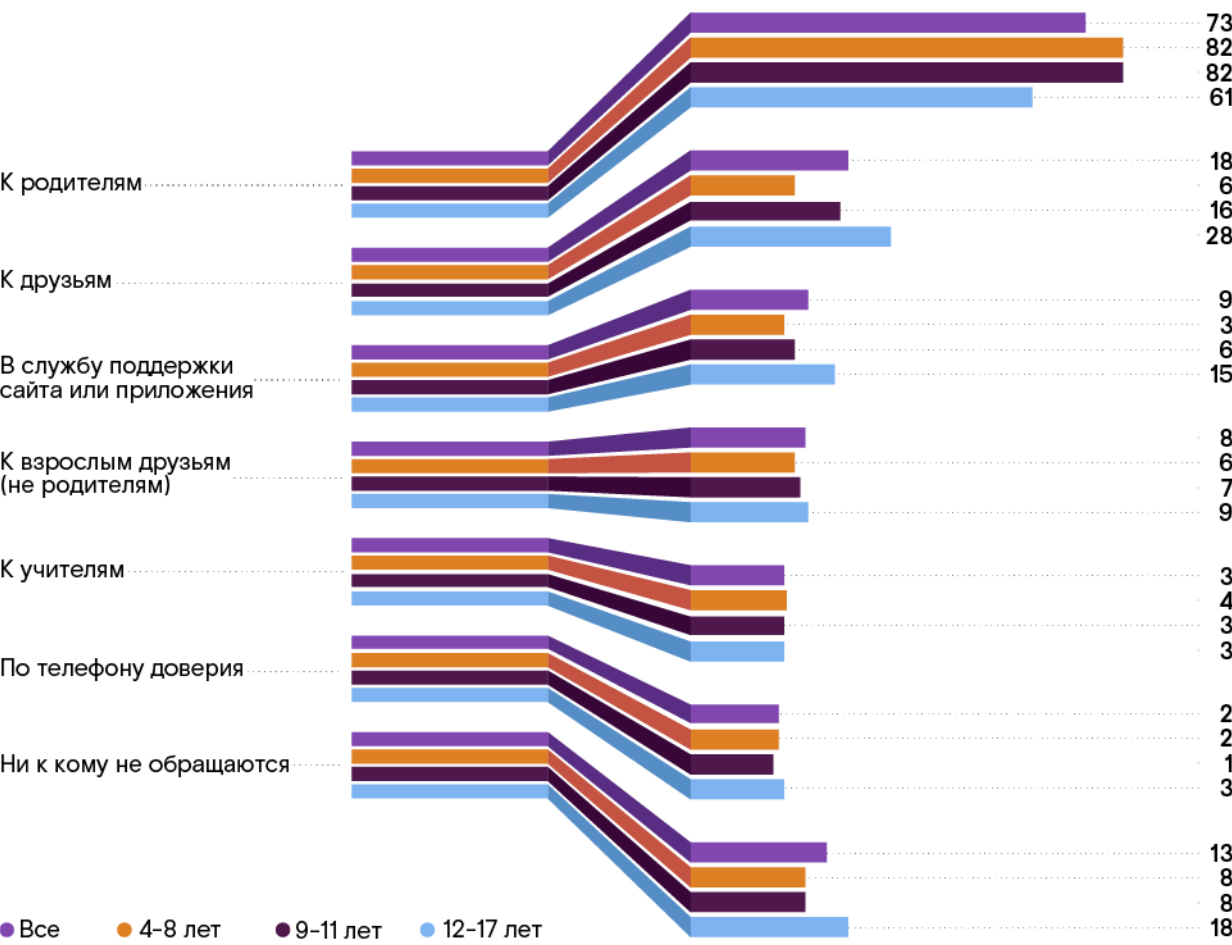
Стоит отметить, что такие меры, как отказ от ведения открытых блогов или комментариев на открытых площадках, в целом менее популярны, несмотря на потенциальные риски. Как и двухфакторная аутентификация, эти меры требуют дополнительного внимания со стороны образовательных и просветительских программ.



21 Digital Socialization of Russian Adolescents: through the Prism of Comparison with Adolescents in 18 European Countries. doi:10.17759/sps.2023140302

К КОМУ ОБРАЩАЮТСЯ ДЕТИ ПРИ СТОЛКНОВЕНИИ С ПРОБЛЕМАМИ В ИНТЕРНЕТЕ

К КОМУ ОБРАЩАЮТСЯ ДЕТИ ПРИ СТОЛКНОВЕНИИ С ПРОБЛЕМАМИ В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ, СТОЛКНУВШИХСЯ С УГРОЗАМИ



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

Основным источником поддержки для всех возрастных групп остаются родители. Дети младше 11 лет чаще обращаются к родителям (82%), в то же время в старшей возрастной группе (12–17 лет) наблюдается снижение этого показателя до 61%, что может свидетельствовать о нарастающем стремлении подростков к самостоятельности и ориентации на сверстников.

Эта тенденция подтверждается и другими исследованиями. По результатам опроса, проведенного ГК «Солар», дети считают, что при столкновении с мошенниками в сети им стоит обращаться в первую очередь к родителям. Причем при попадании в опасную ситуацию они именно так и действуют. Более половины (56%) детей и подростков в возрасте 10–18 лет, ставших жертвой мошенничества, рассказали об этом родителям сами. Аналогичная доля (58%) считает подобное поведение правильным.

С возрастом существенно увеличивается доля обращений к друзьям. Если среди детей 4–8 лет этот показатель составляет всего 6%, то у 12–17-летних подростков – уже 28%. Это подтверждает тенденцию к перераспределению по мере взросления круга доверия в сторону ровесников.

Обращения в службу поддержки сайта или приложения становятся заметными только с возраста 12–17 лет (15%). Это может отражать рост цифровой грамотности.

Показатель обращений к учителям сохраняется на низком уровне во всех возрастных группах (3–4%), что может указывать на ограниченное восприятие педагогов как источника личной поддержки. Опрос ГК «Солар» также показал низкую готовность детей идти за помощью к учителям (только 9% детей считают, что могут обратиться к ним за поддержкой), хотя их родители ожидают большего вовлечения школы в подобных ситуациях. 16% родителей уверены, что в первую очередь при столкновении с кибермошенничеством ребенок должен обратиться к учителям.

Обращения по телефону доверия отсутствуют (1–3%), что свидетельствует либо о низкой информированности, либо о недоверии к этому каналу помощи.

Значимым является рост числа тех, кто ни к кому не обращается, особенно в возрасте 12–17 лет, где данный показатель достигает 18%. Это тревожный сигнал, указывающий на рост замкнутости и, возможно, снижение доверия к окружающим в подростковом возрасте. Подобная тенденция подтверждается

исследованиями Альянса по защите детей в цифровой среде²¹, где было выявлено, что подростки реже, чем взрослые, считают цифровые угрозы проблемами и, соответственно, не видят необходимости обращаться за помощью. Несколько иначе складывается ситуация с такой проблемой, как кибербуллинг. По результатам исследования ГК «Солар», лишь каждый третий ребенок, столкнувшийся с травлей или агрессией в интернете, делится этим с родителями. В общем, о факте агрессии кому-либо рассказывают чуть больше половины (56%) детей. В результате 40% детей остаются без помощи в ситуациях кибербуллинга. Основной источник защиты в подобных ситуациях – модератор группы в социальной сети/ чате. Это подчеркивает недостаточное вовлечение взрослых в ситуации интернет-агрессии по отношению к детям, а также возможное отсутствие осведомленности детей о том, к кому можно обратиться за помощью.

ТЕ, КТО ВМЕШИВАЕТСЯ В СЛУЧАЯХ, КОГДА ДЕТИ СТАЛКИВАЮТСЯ С АГРЕССИЕЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ ГК «СОЛАР» «КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ – ЕЕ ВОСПРИЯТИЕ СРЕДИ ДЕТЕЙ И РОДИТЕЛЕЙ»

21 Исследование Альянса по защите детей в цифровой среде: более 30% подростков и родителей не знают, что такое противоправный контент в интернете

ДОСТАТОЧНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ О ПРОБЛЕМАХ В ИНТЕРНЕТЕ

Согласно исследованию ГК «Солар», дети не склонны искать информацию о борьбе с кибермошенниками в сети. Лишь 17% среди 10–18-летних детей и подростков самостоятельно искали подобную информацию. При этом в абсолютном большинстве случаев (94%) они её находили, хотя не всегда она оказывалась полезной.

К КОМУ ОБРАЩАЮТСЯ ДЕТИ ПРИ СТОЛКНОВЕНИИ С ПРОБЛЕМАМИ В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ, СТОЛКНУВШИХСЯ С УГРОЗАМИ



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

Таким образом, необходимо, чтобы информация о методах защиты от кибермошенничества была не только доступна на различных порталах, но и доносилась напрямую до детей.

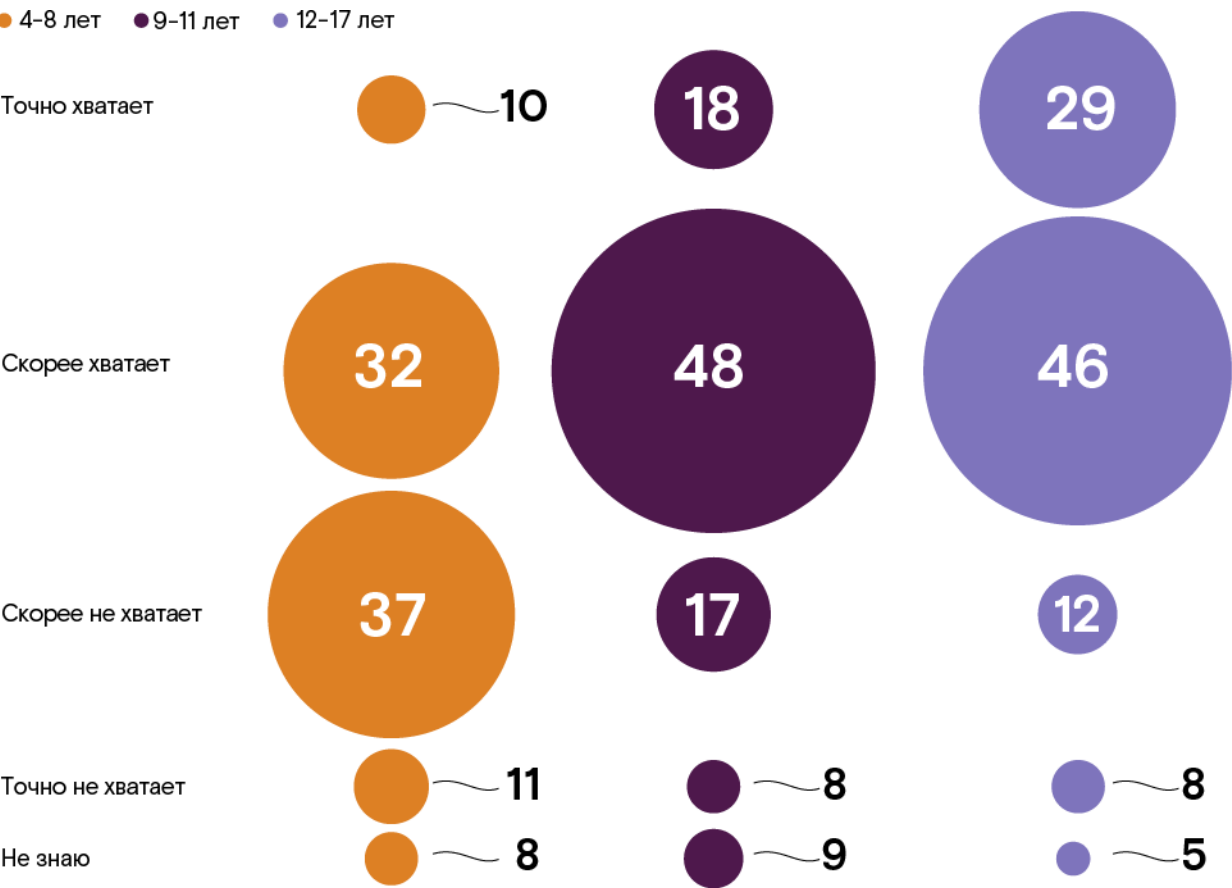
Уровень удовлетворенности доступной информацией о проблемах в интернете увеличивается с возрастом. Положительно оценивают доступную информацию подростки от 12 до 17 лет. В этой группе 29% респондентов уверены, что её «точно хватает», а 46% считают, что «скорее хватает», что в сумме составляет 75% положительных ответов. Это наиболее высокий показатель среди всех возрастных групп.

Группа 9–11 лет демонстрирует чуть менее высокий уровень удовлетворенности – 66% положительных ответов. Это всё же свидетельствует о значительной доле детей, считающих получаемую информацию достаточной. Одновременно с этим наблюдается и повышенный процент сомневающих: 9% не знают, хватает ли информации.

Наименее удовлетворённой группой оказались родители, оценивающие ситуацию с точки зрения детей 4–8 лет. Показатель нехватки информации (48%) в два раза выше, чем у группы 9–11-летних и в 2,5 раза выше, чем у подростков 12–17 лет. Это может говорить о нехватке материалов о безопасности в интернете для родителей дошкольников и детей младшего школьного возраста. Материалы о кибербезопасности должны не только учитывать специфику младших детей, но и содержать практические рекомендации, помогающие родителям понятно объяснять даже сложные и неочевидные для ребёнка ситуации.

Отдельного внимания заслуживает то, что вариант «точно не хватает» встречается крайне редко (менее 8%). Он может указывать

ДОСТАТОЧНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ О ПРОБЛЕМАХ В ИНТЕРНЕТЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

на то, что дефицит информации чаще воспринимается как частичный, а не полный. Стоит отметить снижение уровня неопределенности («не знаю») с возрастом – от 9% в средней группе до 5% среди старших подростков, что указывает на формирование более чёткой позиции.

С возрастом уровень осведомлённости детей и подростков о проблемах в интернете значительно повышается. Это говорит о необходимости усиления информационно-

просветительской работы с младшими возрастными группами, адаптируя контент к их интересам и уровню восприятия. При этом крайне важно направлять усилия не только на самих детей, но и на их родителей, поскольку взрослые на ранних этапах играют ключевую роль в формировании безопасного поведения в цифровой среде. Образование позволяет родителям эффективнее поддерживать, контролировать и направлять своих детей в освоении интернета.

РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ И ДРУГИМ АКТОРАМ

Установка родительского контроля

Для ограждения детей от нежелательного контента и мониторинга активности в интернете существует множество программ родительского контроля. Например, Ростелеком, Tele2 и ГК «Солар» запустили комплексный сервис «Безопасный интернет в детской подписке «MiXX Вместе»²³. Сервис позволит защитить всю семью от угроз в сети (фишинг, мошеннические сайты).

Донесение информации о методах защиты от киберугроз, образовательно-просветительские мероприятия в школах и на других площадках для детей

Родительский контроль в сети ослабевает по мере взросления ребенка. Именно тогда, когда происходит большая часть столкновений со всеми видами угроз. С ослаблением родительского

контроля важно повышать осведомлённость детей о современных мошеннических схемах и методах защиты, объяснять, как действовать при возникновении подозрительных ситуаций в интернете, а также предоставлять доступ к надёжным информационным ресурсам по вопросам цифровой безопасности.

Повышение информированности родителей по вопросам киберугроз и мер противостояния им

Именно взрослые на ранних этапах играют ключевую роль в формировании безопасного поведения в цифровой среде. Родители являются главными помощниками и авторитетами в отношении реагирования на инциденты в сети для более взрослых детей. Обучение родителей позволит им эффективнее поддерживать, контролировать и направлять своих детей в освоении интернета.



23 <https://www.company.rt.ru/press/news/d471050/>

ДЕТИ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

НОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ

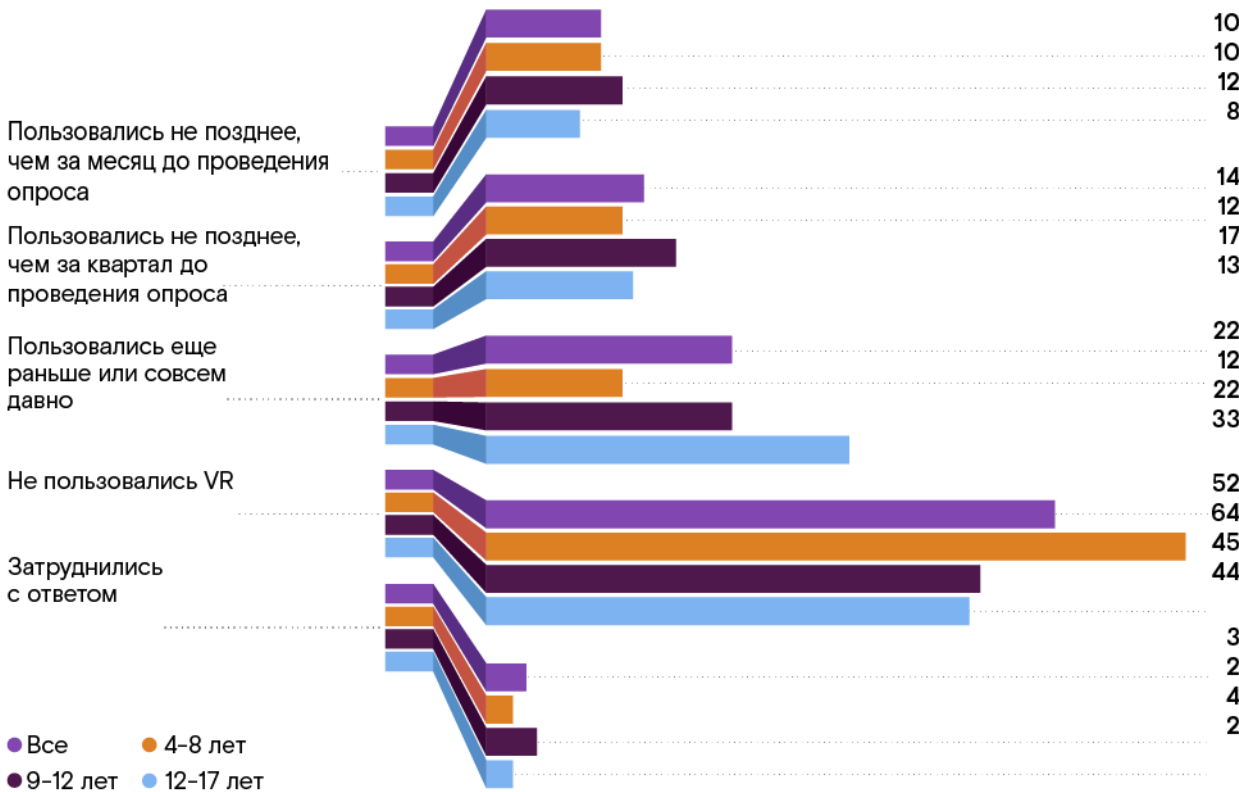
Почти половина детей 4-17 лет (45%) хотя бы раз пробовала использовать технологию VR. Меньше всего с VR-шлемами сталкивались дети в возрасте 4-8 лет: 34%. Среди детей 9-11 лет и подростков 12-17 лет VR пробовали 51 и 54% соответственно.

VR не только не всем доступен, но и остается редко используемым инструментом. Лишь 10% детей 4-17 лет использовали VR-устройства хотя бы один раз в течение месяца, предшествовавшего опросу. В течение квартала перед опросом VR применяли

еще 14% детей 4-17 лет. Наконец, у 22% детей 4-17 лет опыт использования VR был еще более давний. Чуть активнее других используют VR дети 9-11 лет, что коррелирует с главной областью применения – играми.

Результаты опроса среди детей показывают очень низкое проникновение VR-устройств. Они есть лишь у 2,2% детей. По сути, только каждый 50-й ребенок имеет дома подобное устройство.

ПОСЛЕДНЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-УСТРОЙСТВА СРЕДИ ДЕТЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

VR-развлечения пока не стали значимой частью досуга большинства детей. Наиболее популярны они среди 9–11-летних, для которых сочетание активного движения и полного погружения в виртуальную реальность оказывается весьма привлекательным. Неудобство использования, приводящее к усталости глаз и быстрому утомлению, высокая стоимость мешают распространению устройств виртуальной реальности, а ограниченный по объему контент

создает для многих детей отношение к устройству как к веселой безделушке на несколько раз.

Таким образом, дети не используют VR-среду в обиходе с раннего возраста. При ее дальнейшем развитии они будут привыкать к ней наравне с представителями других возрастных групп. С развитием сопутствующих технологий для применения в VR допускаем, что только следующее поколение, Бета, может стать VR-native.

ПОСЛЕДНЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-УСТРОЙСТВА СРЕДИ ДЕТЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

”

- Что о VR знаешь?
- В день рождения мы были один раз в VR-клубе, играли там в стрелялки.
- Почему не уверен, что хотел бы иметь VR?
- Потому что ты можешь упасть, разбиться. Это опасно.

11-летний мальчик, Томск.

Наиболее распространённая цель использования VR-устройств – игра. С этой целью используют VR 36% подростков, 32% 9–11-летних и 18% детей 4–8 лет. Помимо домашних игр на основе технологии VR существует целая индустрия VR-клубов (VR-зоны или целые VR-арены), где компании могут провести время, участвуя в игровых соревнованиях, пробуя аттракционы или симуляторы.

Второе место по популярности занимает просмотр мультимедиа: VR-гарнитуры для этой цели применяли 13% детей 4–17 лет. Для образования или творчества устройства виртуальной реальности использовали 12% детей 4–17 лет.

В России существуют различные познавательные VR-проекты, основной аудиторией которых являются дети. Например, Altairika погружает детей в виртуальную энциклопедию. В частности, в библиотеке портала имеется познавательный контент по зарождению Солнечной системы, исследованию планет, работе организма человека²⁴. В 2022 году в рамках проекта «Знание в VR» во многих московских библиотеках проводились просветительские мероприятия по самым разным областям знаний, от химии до математики²⁵. А в 2023 году московские школы закупили системы и шлемы виртуальной реальности на сумму 1,826 млрд рублей, согласно данным «Росэлторга»²⁶. На базе программы «Кванториум» создаются детские технопарки, оснащенные высокотехнологичным оборудованием, в том числе VR, для знакомства детей с наукоемкими и инновационными технологиями. К 2024-му число таких парков увеличилось до 359²⁷.

Таким образом, лишь незначительное количество детей использовало виртуальные устройства вне своего досуга для дополнительного образования или учёбы. На наш взгляд, применение устройств виртуальной реальности требует большего распространения в учебной среде, поскольку они создают ряд преимуществ перед традиционными методами. В виртуальном пространстве можно детально рассмотреть объекты или явления, которые сложно проследить в реальности. Благодаря элементу геймификации и возможности моделировать и контролировать различные эксперименты, опыты при использовании VR выше вовлеченность учащихся в образовательный процесс. В то же время остро стоит вопрос цены закупки таких устройств, разработки специализированных приложений для школьников и привлечения на площадки с VR-оборудованием специалистов, которые могли бы научить преподавателей и детей использовать преимущества VR в обучении.



24 <https://altairika.ru/company/history#/tab/190940540-10>

25 <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/ministerstvo-kultury/shkolniki-smogut-ispolzovat-ochki-virtualnoi-realnosti-v-podmoskovnykh-bibliotekakh>

26 <https://academia.interfax.ru/ru/news/articles/13330/>

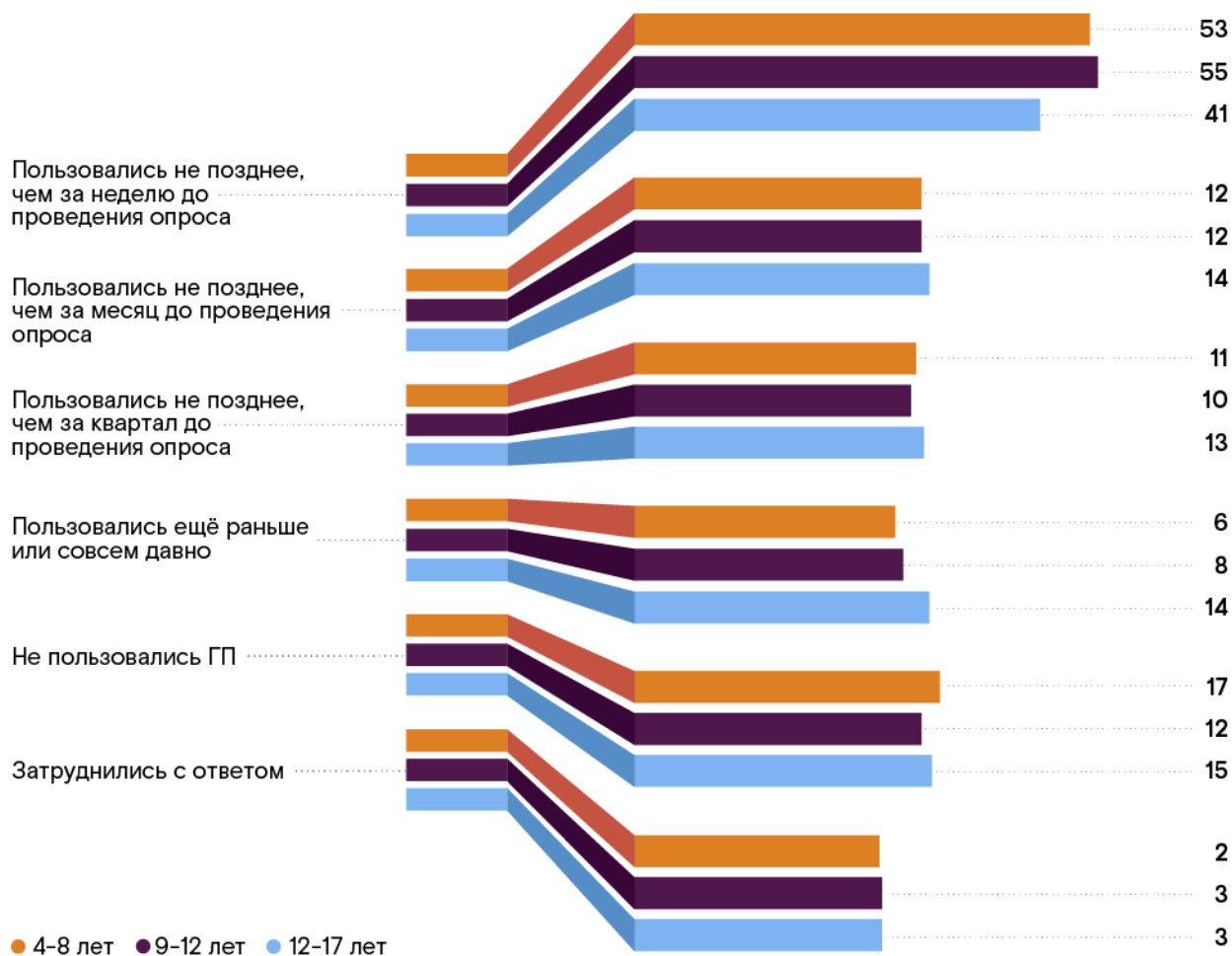
27 <https://национальныепроекты.рф/news/detskie-tehnoparki-kvantorium-otkryvayutsya-v-shkolakh-po-vsey-rossii/>

ДРУГ ИЗ КОЛОНКИ

Голосовой помощник, или виртуальный ассистент, – программное обеспечение, которое способно выполнять задачи и команды пользователя на основании голосового ввода благодаря технологиям распознавания и синтеза речи. Эта программа может управлять умными устройствами в доме, находить информацию в интернете, создавать напоминания.

Уже в марте 2020 года более 36% опрошенных детей младше 12 лет в США использовали голосовых ассистентов, а среди детей от 9 до 11 лет почти половина хотя бы раз пользовались виртуальными помощниками²⁸. Таким образом, в США голосовые ассистенты получили широкое распространение 5 лет назад и вошли в широкий обиход среди детской аудитории.

ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОЛОСОВЫХ ПОМОЩНИКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

28 <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/childrens-engagement-with-digital-devices-screen-time/>

29 <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/umnye-kolonki-detskii-rezhim>

Согласно результатам нашего опроса, подавляющее большинство детей всех возрастов имеют опыт использования голосовых помощников: 82% 4–8-летних детей, 85% детей 9–11 лет и 82% подростков. Примечательно, что около половины детей всех возрастных групп пользовались голосовыми ассистентами в течение последней недели, предшествовавшей опросу, то есть это уже стало привычным.

В декабре 2024 года, по данным опроса ВЦИОМ, дети 91% владельцев умных колонок²⁹ обращаются к таким устройствам как минимум раз в неделю, 54% делают это ежедневно, а 33% – несколько раз в неделю. Таким образом, в семьях, в которых есть голосовая колонка, она активно используется, а не отправляется «на полку».

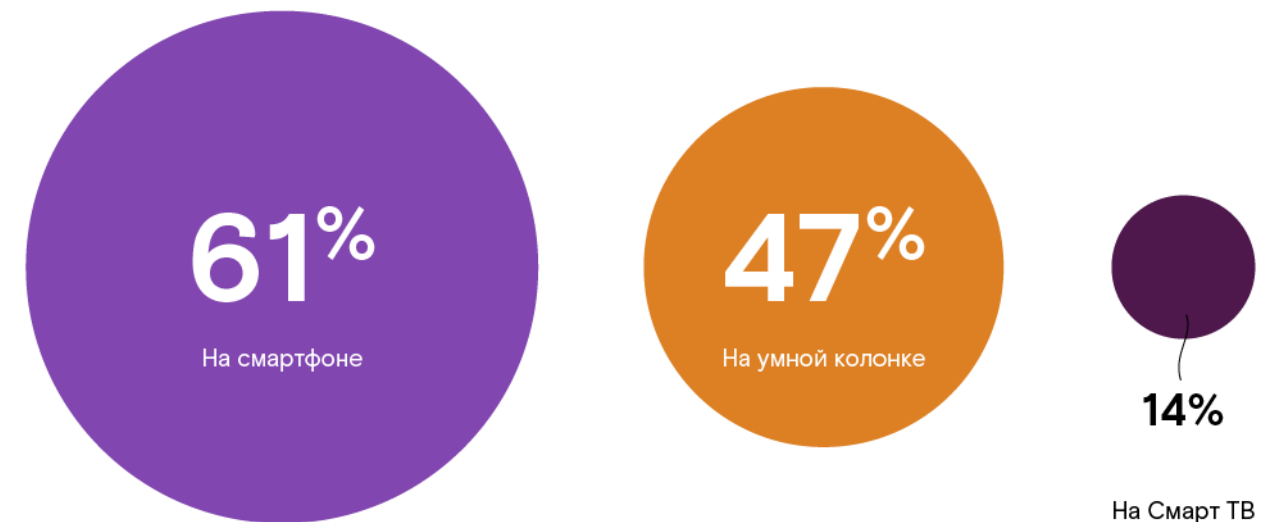
Интересно, что подростки реже, чем младшие дети, активно пользуются услугами голосовых помощников. Например, по нашему опросу, 41% подростков обращались к голосовому помощнику на неделе, предшествовавшей опросу,

тогда как среди детей 4–8 лет этот показатель составил 53%, а среди 9–11-летних – 55%. Результат можно объяснить использованием умных колонок, которые более популярны у дошкольников и младших школьников, чем у старшекласников.

Таким образом, голосовые помощники стали одним из атрибутов современной цифровой жизни для многих детей, в том числе благодаря распространению умных колонок. При этом подростки реже других детей используют голосовых помощников, хотя тоже весьма часто.

Судя по текущему масштабу использования, для детей младше 11 лет (рожденных после 2014 года) голосовые ассистенты – интерфейс, к которому они привыкли с самого раннего возраста, как для поколения Z – смартфоны. Возможно, что с взрослением этих детей удобство применения голосовых интерфейсов сделает их ведущими.

УСТРОЙСТВО, НА КОТОРОМ ДЕТИ ИСПОЛЬЗУЮТ ГОЛОСОВОЙ ПОМОЩНИК, СРЕДИ ОТМЕТИВШИХ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ (4-7 ЛЕТ)



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

”

– В последнее время стали выключать «Марусю» из розетки. У нас колонка стоит на полочке сбоку, а наверху висит телевизор, и когда рекламируют эту колонку, говорят: «Маруся», она сразу реагирует и включается, начинает разговаривать или включает что-то на своё усмотрение.

Родители 5-летнего мальчика, Ростов-на-Дону

Телефон уже давно стал для детей чем-то большим, чем просто устройством для выхода в интернет и звонков. 61% детей 4-17 лет, которые пользуются голосовым помощником, используют его на смартфоне. Это целая среда возможностей вместе с голосовым помощником, который всегда под рукой. Он может дать ответ на сложный вопрос, включить любимую песню или даже помочь с домашним заданием.

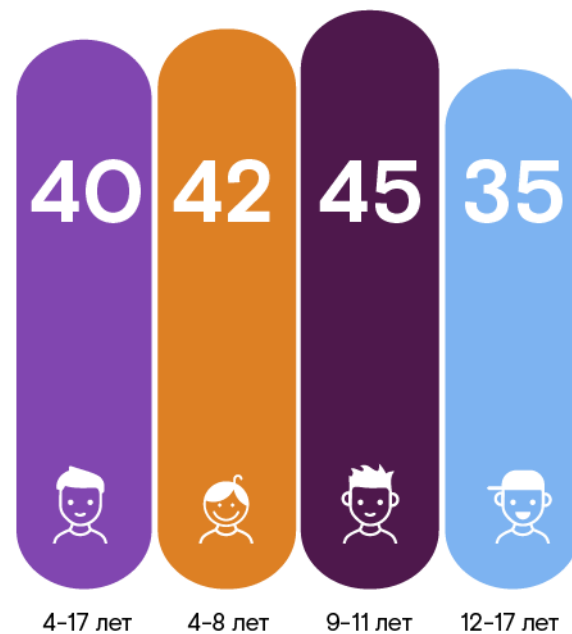
И только 14% детей 4-17 лет, использующих голосового помощника, делают это на смарт-ТВ. Возможно, потому что у телевизора чаще всего чисто утилитарная функция, с ним нет ощущения «личного общения», как с колонкой или телефоном.

Умные колонки тоже вошли в обиход многих ребят. Так, 47% детей 4-17 лет, использующих голосового помощника, отметили, что делают это на умной колонке. Для них это не только способ слушать музыку или даже аудиокниги, но и возможность провести время, задавая разные вопросы или устраивая голосовые игры. Умная колонка – устройство, специально заточенное под голосового помощника, и оно получило значительное распространение.

В семье около 40% детей имеется умная колонка с голосовым ассистентом. Примечательно, что умные колонки есть дома у 42% детей 4-8 лет, у 45% детей 9-11 лет и только у 35% подростков 12-17 лет. Общее же количество проданных станций Яндексa превысило 15,7 млн устройств по состоянию на 1-й квартал 2025³⁰ года. Таким образом, использование голосовых помощников, в отличие от устройств дополненной реальности, стало действительно популярным. Дети часто обращаются к виртуальным помощникам, например, к «Алисе», для получения ответов на вопросы или помощи с внеклассными заданиями, но круг применения голосовых ассистентов значительно шире, чем простые ответы. Детские колонки – простой инструмент развлечения, которым можно пользоваться без необходимости читать и писать. При этом более безопасная альтернатива телефонам или планшетам для маленьких детей, в том числе с функцией радионяни, что и обуславливает выбор родителей. Наряду с этим – современные подростки росли без голосового помощника. Они уже пользовались телефонами и компьютерами ко времени массового распространения колонок, поэтому функционал голосового помощника часто для них избыточен.

Также, согласно опросу ВЦИОМ, подавляющее большинство родителей демонстрируют

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, В СЕМЬЯХ КОТОРЫХ ЕСТЬ УМНАЯ КОЛОНКА, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



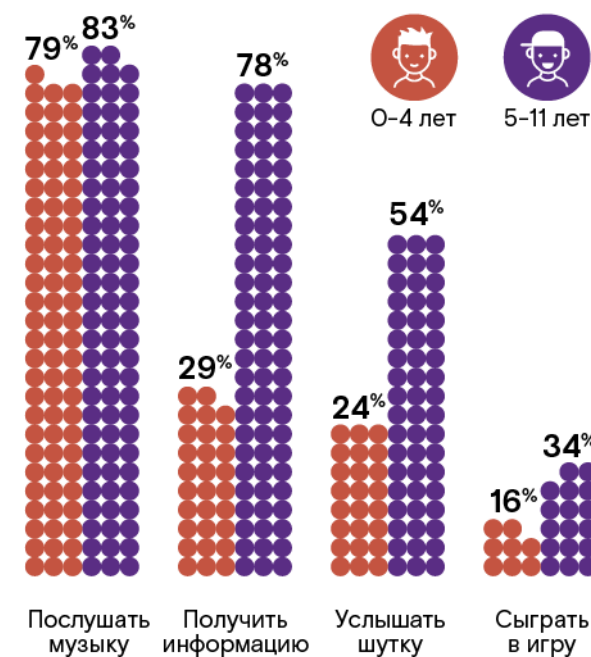
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

высокий уровень доверия к умным колонкам и положительно оценивают опыт взаимодействия детей с этими устройствами. По данным исследования, 92% опрошенных родителей удовлетворены форматом и содержанием детского контента, доступного через умные колонки. Почти такой же процент респондентов (91%) отмечает, что устройства адаптируют ответы в соответствии с возрастом ребенка, предоставляя уместную и понятную информацию. При этом 84% родителей считают сведения, которые выдает колонка, достоверными и надежными, что свидетельствует о высоком уровне доверия к этой технологии среди семей с детьми³¹.

Во время проведения глубинных интервью многие дети отмечали удобство использования голосового помощника в тот момент, когда нет возможности печатать, или необходимо задать большой запрос в поисковик. Но не только для запроса информации можно использовать виртуальных ассистентов, широта и цели их применения разнообразны.



ЦЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОЛОСОВОГО ПОМОЩНИКА В США СРЕДИ ДЕТЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ГОЛОСОВОЙ ПОМОЩНИК, ПО ЗАЯВЛЕНИЮ РОДИТЕЛЕЙ



Еще в 2020 году, в разгар пандемии COVID-19, среди американских детей, использующих голосовых помощников, основным назначением виртуального ассистента было прослушивание музыки. Так, среди детей младшей возрастной группы (0-4 года) доля использования для этой цели составила 79%, а среди детей 5-11 лет – 83%.

Второй по популярности задачей было получение информации. Хотя среди самых младших детей (0-4 года) доля таких запросов заметно ниже (29%). Среди детей 5-11 лет этот вид использования остается востребованным – 78% обращались к голосовому помощнику для поиска информации.

Для развлечения голосовые помощники используются реже. Например, для прослушивания шуток. Лишь 24% детей в возрасте 0-4 лет и 54% детей 5-11 лет выбирали эту опцию. Самым редким сценарием применения в обеих возрастных группах оказались игры с голосовым ассистентом – только 16% детей младшей группы и 34% детей старшей группы играли с виртуальным помощником.

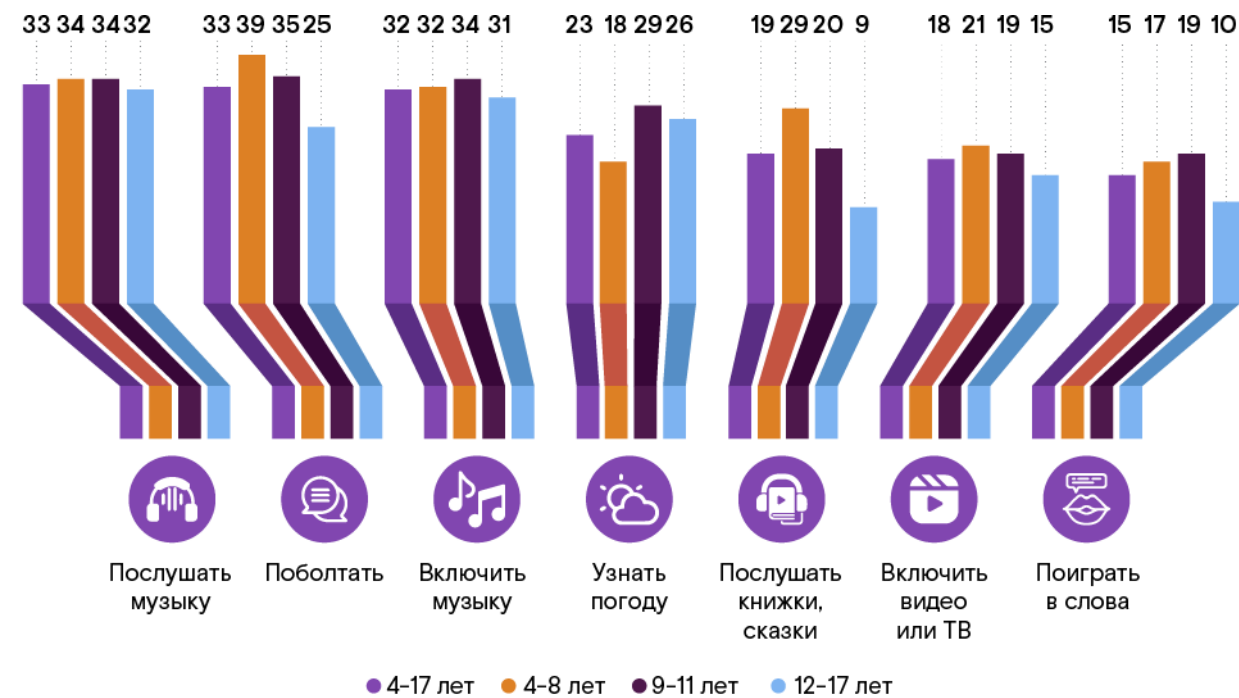
30 https://yastatic.net/s3/ir-docs/docs/2025/q1/38e8f62230gc3c915f300u6y4312c63f/Supplementary_slides_1Q25_RUS_5f32.pdf

31 <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/umnye-kolonki-detskii-rezhim>

ИСТОЧНИК: PEW RESEARCH CENTER³²

32 <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/childrens-engagement-with-digital-devices-screen-time/>

ЦЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОЛОСОВОГО ПОМОЩНИКА, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

Цели обращения российских детей к голосовому помощнику варьируются. Самые частые задачи – «послушать музыку» (33%) и «поболтать с голосовым ассистентом» (33%). Почти каждый четвертый опрошенный ребенок использует помощника для того, чтобы узнать погоду. 29% детей 4-8 лет слушают книги, сказки. Среди подростков это доля составляет 9%. Включают видео или ТВ с помощью голосового ассистента 18% детей, а играют в слова лишь 15% опрошенных.

По данным ВЦИОМ³³, большинство родителей очень доверяют умным колонкам и положительно отзываются о взаимодействии детей с этими гаджетами. Примечательно, что осведомленность о существовании детского режима – относительно высокая, 63%. А самой важной функцией режима родители называют фильтрацию нежелательного контента.

Стоит отметить, что дети в основном взаимодействуют с колонкой без помощи

”

М: – Пользуешься голосовыми помощниками?

– Ой, да, бывает такое. Это когда вообще не можешь печатать, например, куда-то идёшь, ты взял, нажал, спросил ту же самую «Алису» в интернете, и тебе всё выдали.

14-летняя девочка, Москва.

”

– Говоришь, что тебя выручает голосовой помощник. В каких ситуациях обращаешься к нему?

– Что-то узнать. Если что-то узнать, то, скорее всего, по поводу школьных предметов или получить ответ на бытовые вопросы. Я, например, что-то испачкаю, у меня было такое, я говорю: «Алиса, как отстирать это? Что с этим делать? Как это исправить?». Она мне всё говорит нормально, и всё работает. Но в основном в учебных целях: «Алиса, посчитай квадрат такого-то числа». Тоже помогает. «Алиса, найди информацию о том, как оказывать первую помощь при переломе ноги!» Это тоже она найдет.

16-летняя девушка, Самара

взрослых (61%), поэтому использование детского режима в подобных обстоятельствах крайне разумно.

Это связано с тем, что «болтовня» с голосовыми помощниками ассоциирована с риском предоставления детям нежелательной или потенциально опасной информации. Например, в 2021 году голосовой ассистент Amazon, Alexa, дал 10-летней девочке фатальное указание: прикоснуться к подключенной электрической розетке с помощью монеты. ИИ-ассистент опирался на данные онлайн-новостей о популярном челлендже из TikTok, который приводил к ударам током, из-за чего некоторые люди теряли пальцы или даже руки. К счастью, мама девочки была рядом и вмешалась³⁴. В данном случае голосовой помощник обратился к открытым источникам для ответа на вопрос пользователя, не учтя контекст при взаимодействии с ребенком.

Тем не менее стоит подчеркнуть, что современные колонки обладают функцией детского режима, который фильтрует небезопасный контент для выдачи детям, ставит детскую музыку, может прочитать сказку на ночь. Более того, устройство отличает взрослый голос от детского и может автоматически переключиться в детский режим.

Однако весной 2024 года в некоторых случаях голосовой ассистент «Алиса» от Яндекса, получая вопрос: «Почему Маша из мультфильма «Маша и Медведь» живет одна?», отвечала, что Маша – это призрак убитой девочки, поэтому она

не растет, и видеть его могут только животные. Родители Маши не смогли выдержать потерю ребенка и уехали, оставив пустой дом, а Маша мучает медведя, потому что именно он и лишил ее жизни. Причина выдачи такой информации заключается в том, что Алиса на ответы для вопросов прибегала к информации из интернета, где как раз популярна теория о Маше – мертвой девочке. Яндекс быстро отреагировал на ошибку и исправил ее, объяснив причины возникновения³⁵.

Использование детьми голосовых помощников связано еще и с риском неправильного обращения с персональными данными детей. В 2023 году Amazon была обвинена в нарушении федерального закона о защите конфиденциальности детей в интернете (COPPA). Причиной стала неправильная обработка персональных данных, собранных от общения детей с голосовым помощником Alexa. Компания хранила голосовые записи детей неопределенный срок и не удаляла их по запросам родителей. Несмотря на требования закона, согласно которому необходимо получать согласие родителей на сбор данных. В результате серьезных обвинений и начала судебного разбирательства Amazon согласилась выплатить 25 млн долларов для урегулирования данной ситуации³⁶. Дело вызвало общественный резонанс и вновь подняло вопросы о безопасности данных несовершеннолетних пользователей в интернете. Последовавшее судебное разбирательство говорит о важности надежной защиты личной информации детской аудитории.



33 <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/umnye-kolonki-detskii-rezhim>

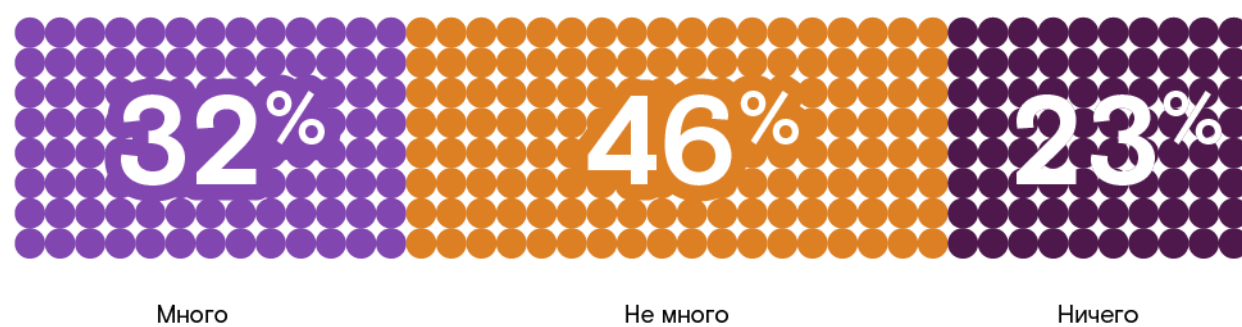
34 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17439884.2024.2367052#abstract>

35 https://www.rbc.ru/technology_and_media/03/04/2024/660d7f359a7947afalacee71?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

36 <https://www.nytimes.com/2023/05/31/technology/amazon-25-million-childrens-privacy.html>

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МОЛОДОЙ ИНТЕЛЛЕКТ

ИЗВЕСТНОСТЬ CHATGPT СРЕДИ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ 13–17 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



ИСТОЧНИК: ОПРОС PEW RESEARCH CENTER

Согласно исследованию Pew Research Center³⁷, проведённому осенью 2024 года среди 1391 американского подростка (13–17 лет), лишь 32% респондентов продемонстрировали осознанную осведомлённость о ChatGPT от OpenAI и много слышали об этой нейросети. А поскольку ChatGPT на текущий момент остаётся самой распространённой языковой моделью, это делает её хорошим ориентиром для оценки популярности ИИ-технологий. Для сравнения, по данным самой OpenAI, еженедельная аудитория ChatGPT в мире уже превышает 300 млн пользователей³⁸. Ещё 46% опрошенных знакомы с нейросетью поверхностно – например, из соцсетей или СМИ, – тогда как 23% не слышали о ChatGPT вообще.

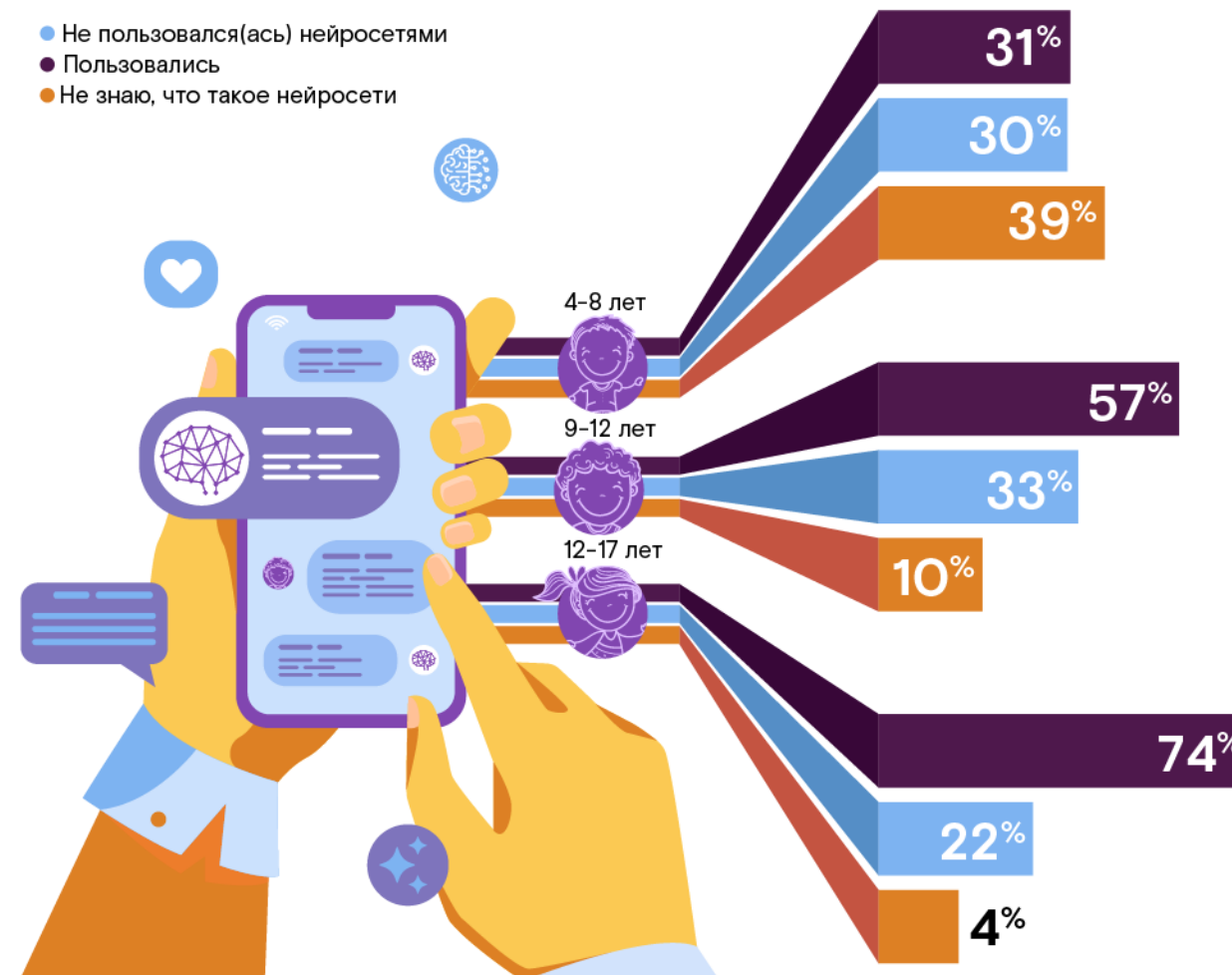
Отдельное внимание уделено использованию нейросетей в образовании. 26% подростков признались, что применяли ИИ для выполнения домашних заданий. Этот показатель вырос вдвое по сравнению с 2023 годом, когда аналогичный опрос зафиксировал 13%.



37 <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/01/15/about-a-quarter-of-us-teens-have-used-chatgpt-for-schoolwork-double-the-share-in-2023/>

38 <https://www.theverge.com/2024/12/4/24313097/chatgpt-300-million-weekly-users>

НАЛИЧИЕ ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТЕЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



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

В России только 4% 12–17-летних подростков не знают о существовании нейросетей. При этом 22% осведомлены о технологии, но никогда её не применяли. Это значит, что 74% опрошенных в той или иной степени знакомы с нейросетями, а немалая часть активно интегрирует их в решение повседневных задач. Например, в интервью подростки отмечали, что используют нейросети для выполнения домашних заданий, творчества и развлечения.

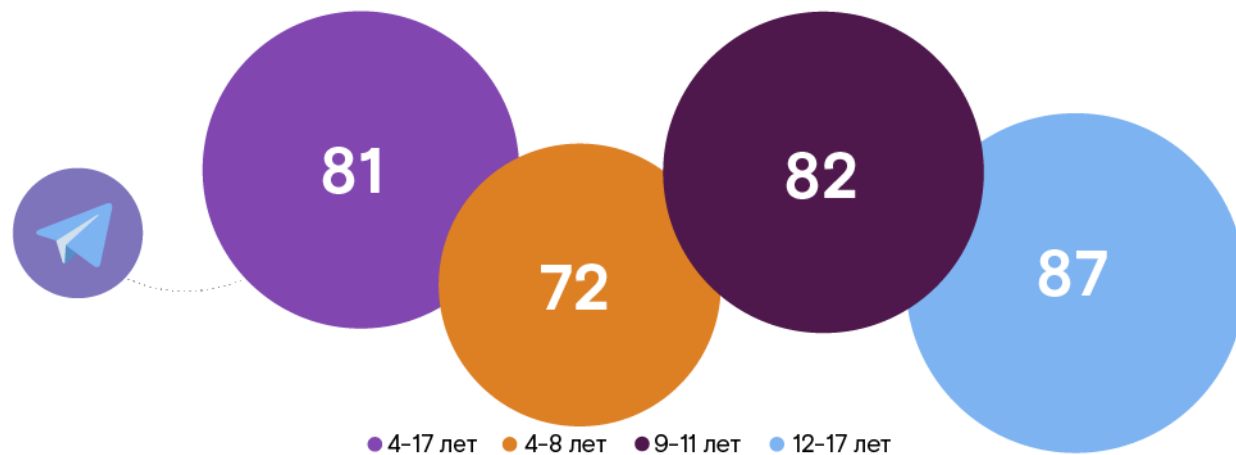
Всего 10% детей 9–11 лет не знают о существовании нейросетей – показатель, свидетельствующий о широкой осведомлённости о технологии даже среди достаточно юной возрастной группы. При этом 33% опрошенных хотя и знакомы с нейросетями, никогда их не использовали. Основными причинами могут выступать технические ограничения (например, необходимость VPN или настройки DNS для доступа к ChatGPT и некоторым другим популярным моделям) либо отсутствие практического запроса или необходимости в подобных инструментах. Таким образом,

57% ребят в этой категории уже применяли нейросети. Что свидетельствует о стремительном проникновении технологии в повседневность пользователей.

Больше половины 4–8-летних респондентов знают о нейросетях, хотя и не пользовались ими. То есть даже среди представителей этой демографической группы новая технология широко известна. 39% опрошенных детей 4–8 лет отметили, что не знают, что такое нейросети, но почти каждый третий ребенок 4–8 лет пользовался ими.

Использование нейросетей становится массовым, причем дети не всегда осознают, что они используют алгоритмы ИИ, например, при общении с голосовым ассистентом. Проникновение нейросетей во многие сервисы, которое происходит сейчас повсеместно, продолжится, и вместе с ним дети, вероятнее всего, станут ранними последователями использования данных технологий.

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЧАТАМИ В TELEGRAM ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С НЕЙРОСЕТЬЮ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ, % ОТ ТЕХ, КТО ПОЛЬЗОВАЛСЯ НЕЙРОСЕТЯМИ



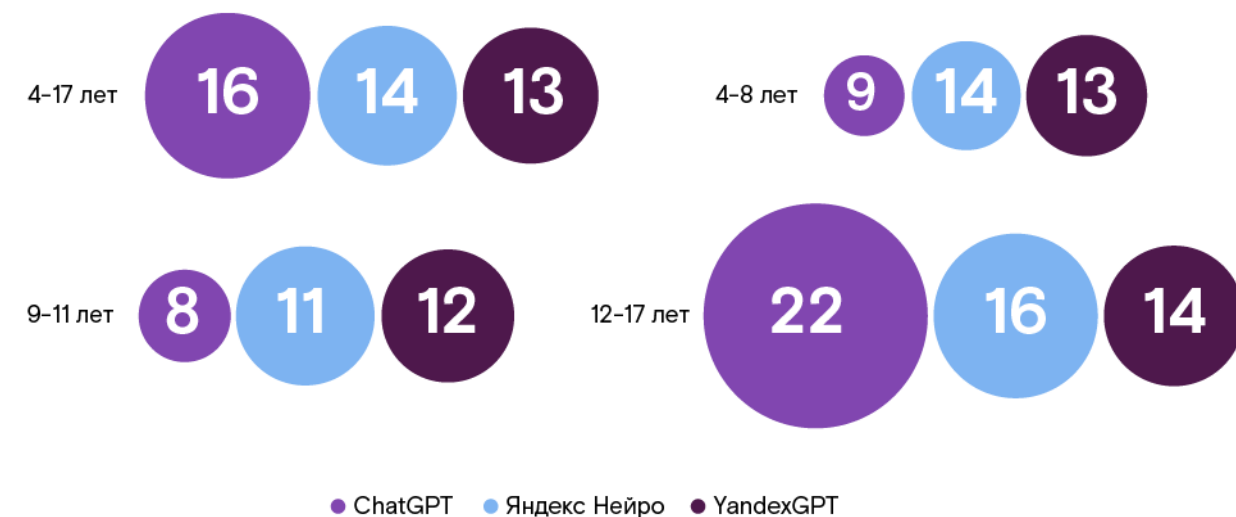
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100K+, 4-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

В России 81% детей 4-17 лет, которые пользуются нейросетями, использует нейросети с помощью чат-ботов Telegram. При этом даже 4-8-летние дети достаточно активно обращаются к чат-ботам для взаимодействия с ИИ. Подобные чаты существуют благодаря тому, что Open AI, компания-создатель ChatGPT, предоставляет разработчикам свой платный API, что позволяет встроить нейросеть в другие программы с ответами на запросы, в том числе в Telegram. Важно отметить, что часто такие чат-боты используют ChatGPT для генерации ответов, но достоверно установить, какая именно нейросеть используется для генерации ответов, невозможно. Монетизация происходит путем отправки рекламных уведомлений пользователям, требования подписаться на другие каналы либо

приобретения платной подписки. Более того, при поиске в Telegram отечественных чат-ботов можно нарваться на мошеннические группы.

Популярность использования Telegram для доступа к нейросетям объяснима. Через знакомый интерфейс появляется возможность без необходимости включения VPN быстро и удобно использовать нейросеть. Но опять же боты в Telegram представляют собой «черный ящик» – нет возможности удостовериться в том, какая нейросеть используется для генерации ответов или используются ли безопасные ресурсы при монетизации трафика. Исключение – официальные боты в Telegram, например, от Сбера, в которых можно пользоваться Kandinsky или GigaChat.

НЕЙРОСЕТЕВЫЕ СЕРВИСЫ, КОТОРЫМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЕТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ, % СРЕДИ ДЕТЕЙ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ НЕЙРОСЕТЯМИ

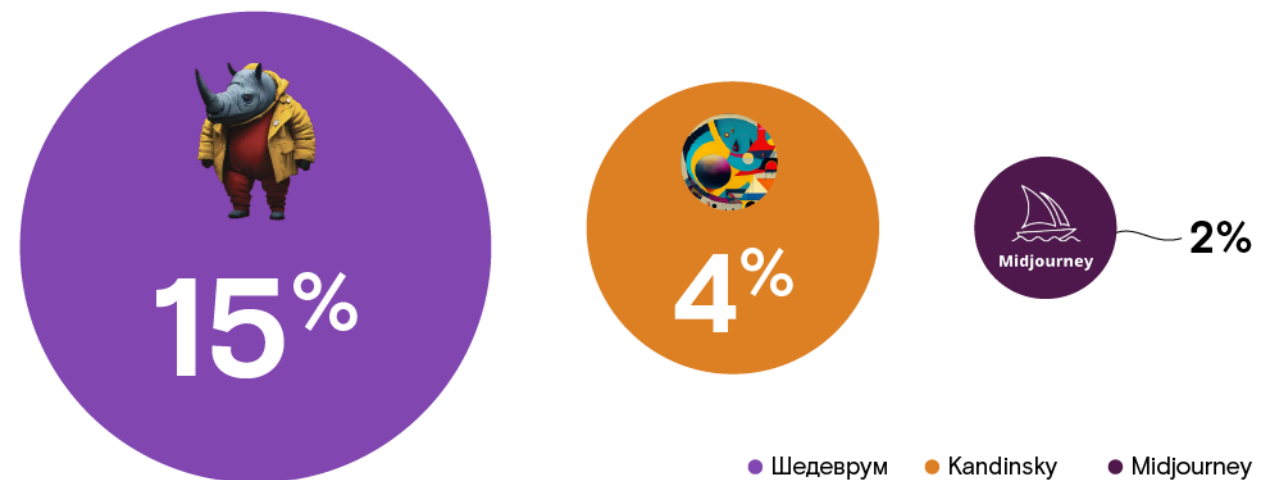


ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100K+, 4-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

В целом самой востребованной нейросетевой моделью среди детей является ChatGPT. Популярнее всего она среди подростков (ею пользуются 22% из числа 12-17-летних пользователей нейросетей), значительно реже ей пользуются более младшие дети, что, вероятно, связано с необходимостью использования VPN. У пользователей нейросетей, которым нет 12 лет, больше популярны сервисы Яндекса (Яндекс Нейро и YandexGPT).

В январе 2025 года был открыт доступ к бесплатной нейросети DeepSeek, которая стала очень востребованной, и доступ к которой есть без VPN. В феврале 2025-го среди пользователей всех возрастных групп общая ежемесячная активная аудитория DeepSeek превысила аналогичный показатель ChatGPT³⁹, так что в 2025 году DeepSeek должна появиться в топе у детской и подростковой аудитории.

ДОЛЯ ДЕТЕЙ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ГРАФИЧЕСКИМИ НЕЙРОСЕТЯМИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ, % ОТ ТЕХ, КТО ПОЛЬЗОВАЛСЯ НЕЙРОСЕТЯМИ



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

Самая популярная графическая нейросеть среди детей – Шедеврум от Яндекса (15% пользователей нейросетей 4-17 лет). В неё включены социальные функции с возможностью делиться своими результатами внутри приложения. Следом идет нейросеть от Сбера Kandinsky, значительно менее

популярная, чем Шедеврум (4%). Реже всего дети пользовались американской Midjourney (2%). Таким образом, среди графических нейронных сетей самыми популярными оказались российские решения.

39 <https://ppc.world/news/deepseek-obogнал-chatgpt-po-obemu-auditorii-v-rossii/>

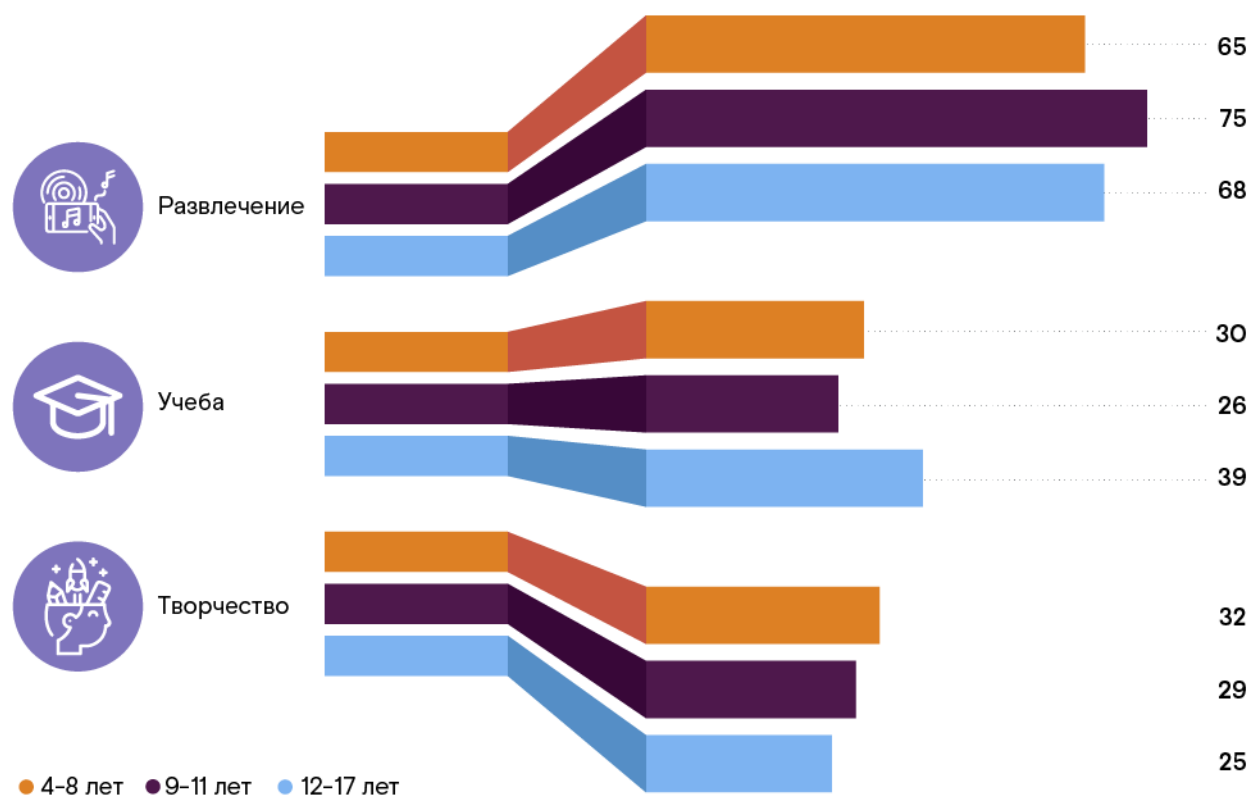
”

М: – А что, например, ты захочешь спросить?

– Смотрите, у меня недавно была мысль в 3 часа ночи: а что будет, если вампир выпьет кровь у заражённого ВИЧ? Я решил задать этот вопрос Яндекс Нейро. И он выдал, что никаких научных подтверждений тому, что вампир может заразиться ВИЧ, нет. Но вообще он допускает, что может, выпив кровь, стать заражённым ВИЧ.

14-летний парень, Калининград

ЦЕЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТИ, % ОТ ДЕТЕЙ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ НЕЙРОСЕТЬ



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

Опрос показал, что, если дети пользуются нейросетями, они регулярно прибегают к их помощи. Так, 57% опрошенных пользователей нейросетей сказали, что в последний раз обращались к ним самое позднее за месяц до опроса. Но есть и такие, которые «побаловались» технологией и перестали.



Самой распространенной целью применения нейросетей остается развлечение. 68% подростков пользовались этими технологиями как раз с такой целью. Среди 9-11-летних детей это наблюдается еще чаще – 75% респондентов, использовавших нейросети, отметили, что обращаются к ИИ для развлечений. В младшей возрастной группе (4-8 лет) интерес к нейросетевым технологиям носит подобный характер – 65% детей используют их для веселья.

Одной из наиболее обсуждаемых тем в сфере искусственного интеллекта остаётся использование нейросетей в учебных целях. Этот вопрос актуален и в российской образовательной среде, включая школьное обучение. Исследование показывает, что среди пользователей нейросетей 39% подростков 12-17 лет и 26% детей 9-11 лет обращались к нейросетям для выполнения учебных заданий.

Важное место среди целей применения нейросетей занимает творчество, хотя и с возрастными различиями. Для подростков эта цель возникает реже всего – её указали лишь 25% опрошенных пользователей нейросетей. Однако среди детей младшего возраста творчество имеет большее значение, чем учеба. В возрастной группе 9-11 лет его отметили 29% респондентов, пользующихся нейросетями. Для самых младших детей (4-8 лет) ситуация аналогична: 32% пользователей нейросетей в этом возрасте применяют их для творчества.

Стало быть, предпочтения в использовании нейросетей меняются с возрастом и несколько видоизменяются. Для более взрослых детей учеба становится более важной задачей, чем креатив и творчество, в то же время банальное развлечение – основная функция обращения к нейросетям во всех возрастных группах.

Подводя итоги, можно заявить, что российские дети хорошо знакомы с нейросетями, даже если не пользуются ими. Чем старше возрастная группа, тем большую актуальность приобретает использование новой технологии. Но даже почти половина самых маленьких детей пользовалась искусственным интеллектом. Более того, можно предположить, что новые поколения будут знакомиться с возможностями нейросетей через голосовых помощников, которые им уже хорошо известны. В них стали добавлять нейросети для более детальных и разнообразных ответов и расширения функционала. Тем самым, даже не зная о том, что они напрямую применяют инструменты с внедрением искусственного интеллекта, дети так или иначе будут ими пользоваться.



”

М: – И что, как тебе этот опыт?

– Вообще, это классная штука! Мне кажется, лет так через сто нейросеть просто захватит весь наш мир. Не знаю, почему. На самом деле эту штуку гений создал, серьезно. Там даже напрягаться не надо. И так всё под рукой, а тут просто кнопку нажать.

15-летний парень, Москва

РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ И ДРУГИМ АКТОРАМ

ИИ: УДОБНЫЙ ДОСТУП К ОТЕЧЕСТВЕННЫМ НЕЙРОСЕТЕВЫМ МОДЕЛЯМ

Разработчикам следует предоставлять доступ к своим нейросетевым моделям через удобные каналы для детей. В первую очередь продвигая в Telegram собственных ботов-ассистентов на базе отечественных языковых моделей (YandexGPT, GigaChat и др.). Это даст подросткам безопасный, быстрый и понятный доступ к ИИ без VPN и сомнительных сторонних каналов, а также обеспечит прозрачную политику данных, одновременно усиливая позиции российских нейросетей.

ИИ: ОБУЧЕНИЕ РАБОТЕ С НЕЙРОСЕТЕВЫМИ МОДЕЛЯМИ

Обучая детей работе с ИИ, стоит вернуть уроки логики и ввести курсы медиаграмотности: учить формулировать запросы, проверять выводы моделей, сопоставлять источники и развивать цифровую этику. Такой метод поможет превратить нейросети в инструмент развития, а не в замену самостоятельному анализу.

ИИ: АДАПТАЦИЯ ЗАДАНИЙ В ШКОЛАХ С УПОРОМ НА ТВОРЧЕСТВО И КРЕАТИВ, С ОТХОДОМ ОТ ШАБЛОННЫХ СТРУКТУР

Распространение нейросетей меняет подходы к обучению, делая шаблонные задания неэффективными, поскольку алгоритмы легко

справляются с рутинными задачами. Чтобы развивать критическое мышление и креативность учеников, важно включать больше творческих заданий, стимулирующих самостоятельное исследование и нестандартные решения.

VR: КОМПЛЕКСНАЯ СИСТЕМА ВНЕДРЕНИЯ В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС

Применение устройств виртуальной реальности требует большего распространения в учебной среде, поскольку они создают ряд преимуществ перед традиционными методами. Остро стоит вопрос цены закупки таких устройств, разработки специализированных приложений для школьников и привлечения на площадки с VR-оборудованием специалистов, которые могли бы научить преподавателей и детей использовать преимущества VR в обучении.

ГОЛОСОВЫЕ ПОМОЩНИКИ: СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИЙ ДЕТСКОГО РЕЖИМА И РОДИТЕЛЬСКОГО КОНТРОЛЯ

В целом разработчики голосовых помощников уже работают над адаптацией своих решений для использования детьми. В каждом продукте есть функции детского режима и родительского контроля. Дальнейшее развитие этой категории решений применительно к детской аудитории видится в совершенствовании данных функций и адаптации к новым угрозам.

ГОЛОСОВЫЕ ПОМОЩНИКИ: НОВЫЙ ФУНКЦИОНАЛ

Одним из перспективных и наиболее востребованных направлений развития этого класса решений может стать дополнительная настройка и обучение голосовых ассистентов как психологических помощников, в том числе для выявления детей, столкнувшихся с буллингом или жестоким обращением. Голосовые помощники

могли бы выступать в качестве психологических консультантов: предлагать проверенные методики работы в стрессовых и конфликтных ситуациях, давать рекомендации по дальнейшим контактам со специалистами. Таким образом, голосовые помощники могут стать аналогом телефона доверия для нового поколения.



04

РАННЕЕ СОПРИКОСНОВЕНИЕ С БОЛЬШИМ МИРОМ В СЕТИ

Согласно зарубежным исследованиям, представители поколения Альфа проявляют ранний интерес к различным аспектам жизни в «большом мире», включая общественную деятельность, благотворительность, предпринимательство и финансы. Тренд во многом продиктован доступностью

информации, цифровых технологий и образовательных ресурсов.

При этом полученные в рамках исследования данные по российским детям и подросткам не подтверждают данный тезис.

НА КАКИЕ ГРУППЫ ПОДПИСАНЫ ДЕТИ 12–17 ЛЕТ (% ОТ ОПРОШЕННЫХ)



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

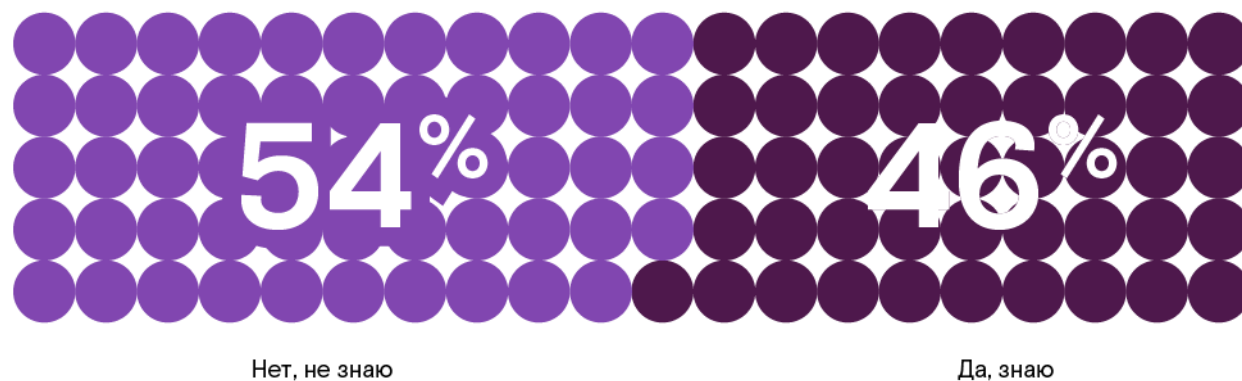
Индикатором интереса к вопросам «взрослого мира» могут служить подписки на группы определенной тематики. Очевидно, что с интересом к блогам самой популярной тематикой групп стали паблики знаменитостей. Широко распространены подписки на новостные каналы и группы. При этом сообщества,

посвященные финансовой грамотности, общественной активности и политике, не пользуются значительной популярностью среди подростков. Лишь малая доля подростков серьезно интересуется данной тематикой и использует интернет как основной канал информации по ней.

ОТНОШЕНИЕ К ВОЛОНТЕРСТВУ И ОБЩЕСТВЕННОЙ РАБОТЕ

КОЛИЧЕСТВО ПОДРОСТКОВ, КОТОРЫЕ ЗНАЮТ
О ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТАХ
(% ОТ ОПРОШЕННЫХ 12–17 ЛЕТ)

Менее половины опрошенных подростков осведомлены о волонтерских проектах. Это свидетельствует о недостаточной работе по информированию молодежи в данной сфере.



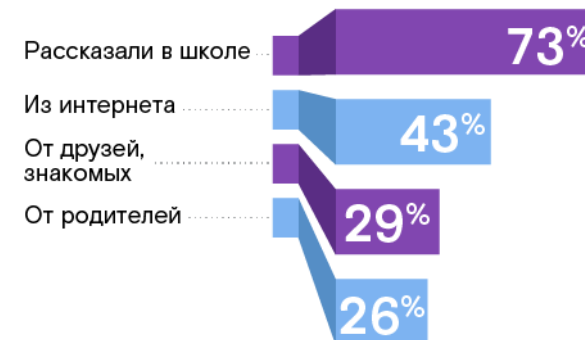
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4–17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

Лишь 43% детей, которые знакомы с темой волонтерства, отметили, что получают информацию о проектах через интернет. А главным каналом информирования о волонтерских проектах выступает школа. Следует еще более активно задействовать образовательную среду, распространять информацию о волонтерской деятельности через, например, «Разговоры о важном». Можно отметить, что сведения о волонтерских проектах редко передаются через личные и семейные связи.

Во время интервью подростки позитивно отзывались о волонтерстве. Для многих это возможность помогать нуждающимся. Опрошенные высказывали желание попробовать себя в такой деятельности в будущем.

Но многие отмечали, что волонтерство требует времени и усилий, и не всегда находится для этого возможность. Есть и те, кто уже принимал участие в волонтерских программах. Они помогали бездомным животным, поддерживали пожилых людей или участвовали в памятных мероприятиях. Упоминалась и мотивация в виде дополнительных баллов к ЕГЭ за волонтерскую активность. Так, вузы могут начислять от 1 до 10 баллов к результатам абитуриента за такую деятельность при наличии волонтерского удостоверения⁴⁰. Подобными удостоверениями обладают 30% волонтеров младше 18 лет – свыше 2,5 млн школьников⁴¹. А школы являются самым многочисленным видом организаций, осуществляющих волонтерскую деятельность. К программе подключено свыше 23 тысяч школ.

ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ О ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТАХ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ 12–17 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ, СРЕДИ ТЕХ, КТО ЗНАЕТ О ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТАХ

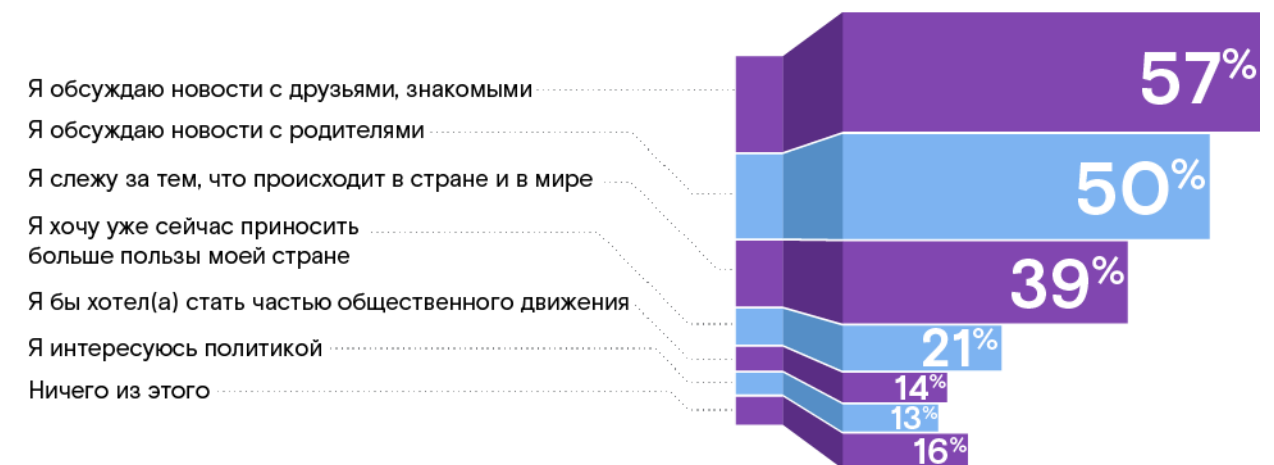


ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 4–7 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

Как и в случае с волонтерством, участием в нём интересуется небольшое количество подростков.

Среди опрошенных подростков 39%, по их собственным словам, следят за происходящим в стране и мире, а 25% – подписаны на новостные группы в широком понимании этого слова. Важные события попадают в поле их зрения, 57% опрошенных подростков обсуждают новости с друзьями и знакомыми, а ровно половина – с родителями. Политика остаётся для подростков малопривлекательной. Опрос подтверждает, что большинство подростков в целом не проявляют интереса к политической и общественной деятельности. Лишь каждый восьмой сообщил, что интересуется политикой.

СУЖДЕНИЯ О ПОЛИТИКЕ СРЕДИ ДЕТЕЙ 12–17 ЛЕТ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



40 https://land.dobro.ru/abiturent?utm_source=main&utm_medium=quiz&utm_campaign=dobro
41 https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=page_platforma&utm_campaign=button_analytics

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

”

М–: – Про волонтерство что думаешь?

Р–: Классная штука!

М–: Почему не участвуешь, мыслей нет?

Р–: Или времени нет, или лень.

М–: Общественные работы знаешь, что там делают?

Р–: Мы с классом на субботники выходили. Когда тебя принуждают делать, наоборот, ещё больше не хочешь.

16-летняя девушка, Курск.

”

М–: – Вообще новостями интересуешься в стране, в мире?

– Редко. Не сказать, что не интересно, но всё это сложно, политика, что там происходит. Скорее, это для взрослых. Да и взрослые не особенно смотрят.

М–: – А одноклассники или друзья твои как-то вникают в общественно-политическую жизнь страны?

– Нет.

ОТНОШЕНИЕ К ТЕМЕ ФИНАНСОВ И ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Современные дети всё чаще начинают пользоваться банковскими продуктами. По данным опроса финансового маркетплейса «Выберу.ру», 33% родителей планируют заказать банковские карты для своих детей школьного возраста в начале учебного года. При этом почти у половины (48%) опрошенных родителей школьников у детей уже есть банковская карта⁴².

Специализированные продукты для детей запускают крупнейшие банки. Согласно информации от Т-банка, более 3,8 млн клиентов используют карты «Джуниор»⁴³. Свыше 3,5 млн пользователей Сбера уже имеют детские карты⁴⁴. Эти карты предлагают родителям возможность более эффективно контролировать траты, а банковские приложения включают в себя элементы геймификации и встроенные уроки финансовой грамотности. Подобные функции помогают детям получать базовые навыки обращения с деньгами и накапливать средства на собственные цели.

С 2017 года ЦБ РФ активно реализует стратегию повышения финансовой грамотности населения, которая нацелена и на детей. Количество школ, где преподаются основы финансовой грамотности в качестве отдельной дисциплины, достигло 7946 организаций. Реализуются внеурочные факультативы, проводятся олимпиады по финансовой грамотности⁴⁵. Обучение проходит и в детских садах. Занятия проводятся с помощью театральных постановок, сказок, тематических игр в группе, веб-квестов. Ожидается, что это позволит сформировать представление о финансовом мире, привить бережливость и рациональность⁴⁶. Согласно заявлению ЦБ, программа обучения основам финансовой грамотности в детских садах внедрена на 60%⁴⁷.

В совокупности цифровизация финансовой среды и активная реализация программ по развитию финансовой грамотности привели к тому, что дети стали лучше разбираться в базовых финансовых и экономических концепциях.

”

М: – А у тебя карточки банковской нет?

– Есть.

М: – А почему ты на нее не кладешь деньги?

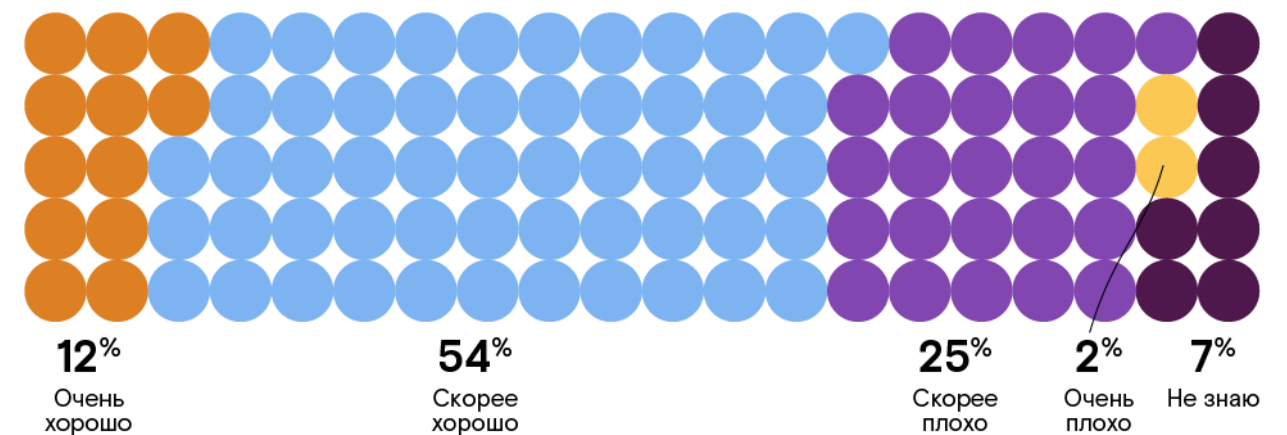
– Я люблю наличку.

М: – Почему?

– Мне кажется, наличка – это круто!

Мальчик, 7 лет, Калининград

НАСКОЛЬКО ХОРОШО ДЕТИ РАЗБИРАЮТСЯ В ФИНАНСАХ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ



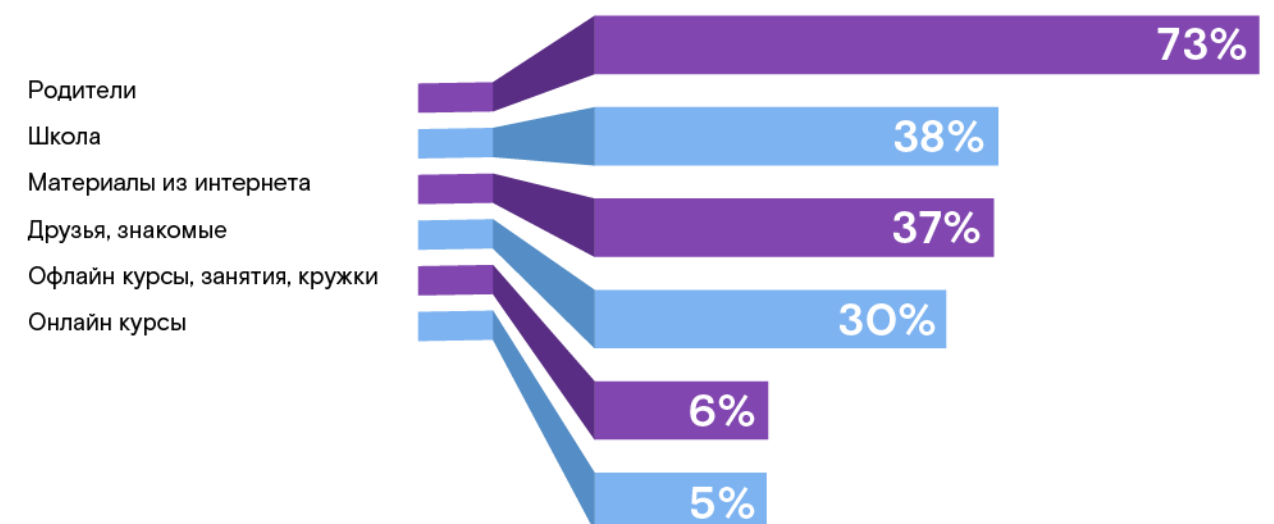
ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС MEDIASCOPE ПО ЗАКАЗУ РОСТЕЛЕКОМ, СЕНТЯБРЬ 2024, РОССИЯ 100К+, 12-17 ЛЕТ, 3003 ИНТЕРВЬЮ

Так, по результатам опроса, 2/3 детей 12-17 лет оценивают свои знания в сфере финансовой грамотности как хорошие для их возраста. В то же время 27% детей оценили свои знания на относительно низком уровне, что всё еще указывает на значительное пространство для дальнейшего развития финансовой культуры в России среди детей и необходимости проведения методической работы в этом направлении и дальше.

Для подавляющего большинства подростков (73% респондентов 12-17 лет) основной канал

получения информации о финансах – родители. Вторыми по значимости каналами являются школа и материалы из интернета (38 и 37% соответственно). Таким образом, интернет не стал приоритетным источником информации о финансах и финансовой грамотности. Это подтверждает незначительная доля подростков 12-17 лет, у которых в подписках в социальных медиа есть группы по финансам и инвестициям (7% респондентов) или бизнесу и предпринимательству (7% респондентов).

ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСАХ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ 12-17 ЛЕТ



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

42 <https://www.gazeta.ru/business/news/2024/09/02/23828371.shtml>

43 <https://www.tbank.ru/about/news/31052024-tinkoff-junior-study-over-five-years-children-have-become-half-as-likely-to-use-cash-for-payments/>

44 <https://www.kommersant.ru/doc/6747710?erid=F7NfYUJCUnEls2F1Z7wd>

45 https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_intro/

46 <https://edu.gov.ru/press/1343/v-detskikh-sadah-poyavyatsya-rekomendacii-po-programmam-finansovoy-gramotnosti/>

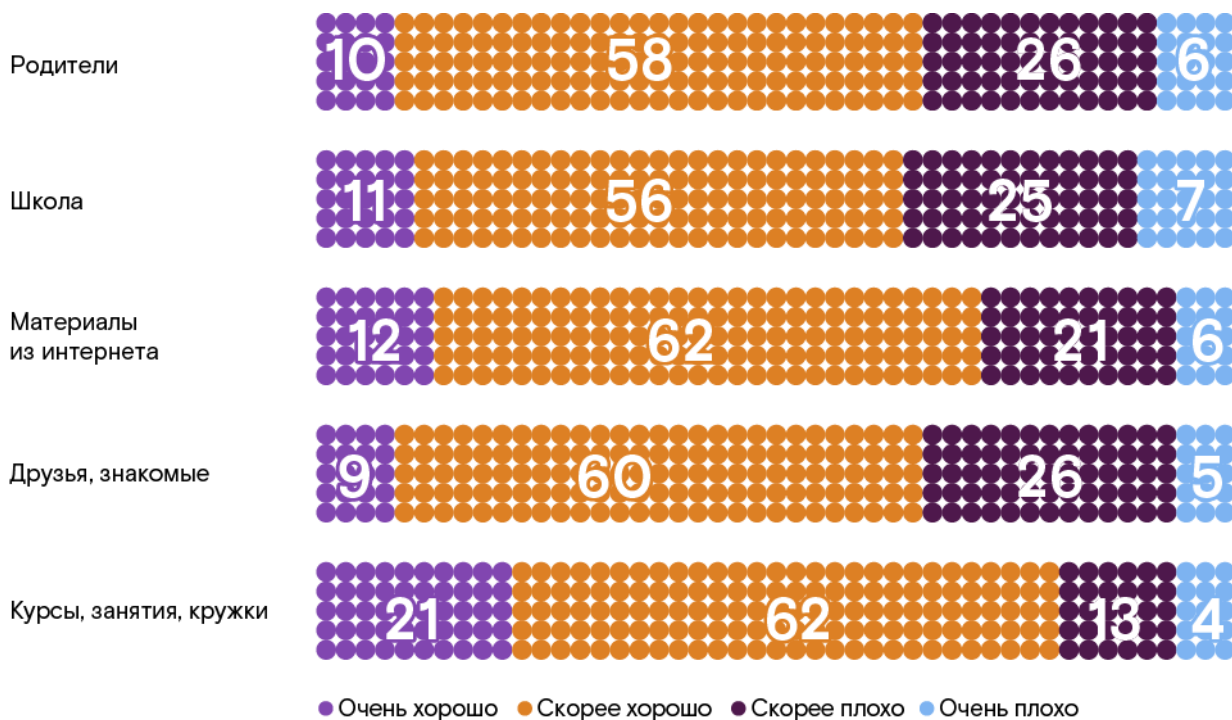
47 https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_intro/

Офлайн- и онлайн-курсы по финансовой грамотности и предпринимательству пока не получили широкого распространения – лишь 11% детей 12-17 лет получают информацию о финансах оттуда. При этом дети, которые занимаются на онлайн и офлайн-курсах, лучше представителей других групп оценивают свои знания по финансам и предпринимательству. С одной стороны, это можно объяснить тем, что дети, которые погружены в дополнительные занятия, изначально могут проявлять больший интерес к вопросам финансовой культуры, с другой – посещение подобных занятий и курсов действительно повышает уровень навыков

управления финансами и является эффективным инструментом в развитии детей в этих аспектах.

Глубинные интервью подтвердили, что детей мало привлекает идея своего бизнеса и предпринимательства. Многие ассоциируют предпринимательство прежде всего со сложностями, необходимостью значительных вложений и времени. Дети, которые отмечали желание открывать бизнес, говорили об ощущении независимости и свободе, которое дарит предпринимательство, желании придумывать что-то новое.

СОБСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ПО ТЕМЕ ФИНАНСОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОСНОВНОГО ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ, % ОПРОШЕННЫХ 12-17 ЛЕТ



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

ОТНОШЕНИЕ К ТРУДОУСТРОЙСТВУ И ПОДРАБОТКАМ

Хотя подростки слабо интересуются вопросами предпринимательства, у них есть желание подзаработать. В ходе глубинных интервью дети много говорили о желании работать, получать собственные деньги на расходы и о стремлении себя реализовать. Подростки заявляли о желании быть фрилансерами и брать заказы, например, в сфере дизайна, что тоже свидетельствует о готовности брать ответственность за личные проекты и реализовать себя на рынке труда.

Российский рынок труда демонстрирует устойчивый рост активности подростков в возрасте 14-17 лет. Согласно последним данным Авито Работы, в первом квартале 2025 года число молодых соискателей, размещающих резюме на платформе, увеличилось более чем в два раза по сравнению с аналогичным периодом 2024-го. При этом средние зарплатные ожидания подростков составляют около 30 тысяч рублей в месяц⁴⁸.

Эта тенденция носит долгосрочный характер. Еще в ноябре 2023 года аналитики отмечали увеличение числа резюме от подростков на 63% по сравнению с 2022-м. Параллельно растет и спрос работодателей на молодых сотрудников.

В 2023 году количество соответствующих вакансий выросло в 3,5 раза, а средний уровень предлагаемой заработной платы достиг 53 тысяч рублей. Особой популярностью среди подростков пользуются сферы курьерской доставки, где активность соискателей выросла почти вчетверо, а также туризма и логистики⁴⁹.

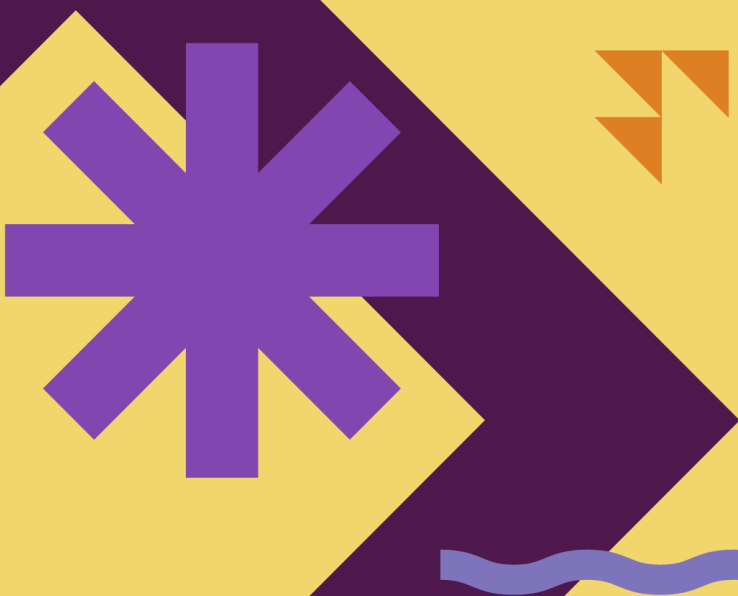
Меняется и трудовое законодательство. Так, с 1 сентября 2025 года можно будет привлекать подростков не моложе 14 лет к работе в выходные и нерабочие праздничные дни, в период летних каникул. Для этого потребуются согласие хотя бы одного родителя, если подростку еще нет 15 лет, и направление в органы службы занятости населения. Кроме того, на работу подросток может попасть в составе студенческих отрядов, включенных в федеральный или региональный реестр молодежных и детских объединений, пользующихся государственной поддержкой⁵⁰.

48 https://www.avito.ru/company/press/avito_rabota_kolichestvo_rezyume_soiskatelej_14_17_let_vyroslo
49 https://www.avito.ru/company/press/avito_rabota_trudoustroistvo_podrostkov
50 <https://www.consultant.ru/legalnews/28202/>

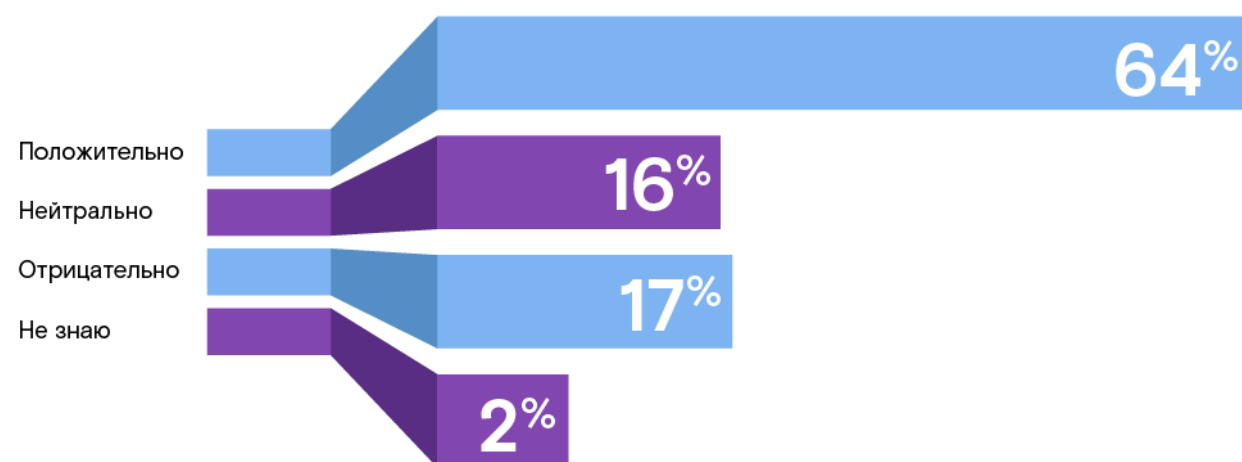
”

Я хотел <запустить бизнес>, конечно. Детские мечты у меня были. Как сказать, детские? Лет в 14-15. Я хотел открыть свой магазин одежды. Но как раз в 16 лет, наверное, понял, что это геморройная тема, затрат много, вложения. У меня много таких примеров. Как-то не особо хочется.

Подросток, 17 лет, Москва



ОТНОШЕНИЕ К ТРУДОУСТРОЙСТВУ ШКОЛЬНИКОВ СРЕДИ ВЗРОСЛЫХ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ

ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС HEADHUNTER СРЕДИ 1153 СОИСКАТЕЛЕЙ С 22 ПО 30 АВГУСТА 2023 ГОДА⁵¹

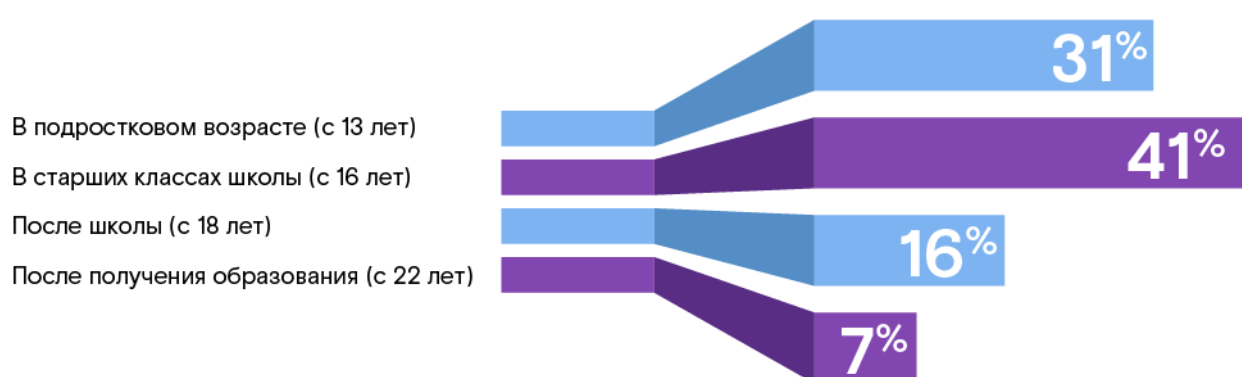
Взрослые позитивно относятся к трудоустройству школьников. Лишь каждый пятый опрошенный смотрит на это явление негативно. Среди плюсов трудоустройства взрослые отметили рост ответственности, появление своих денег и приобретение нового жизненного опыта. А вот среди рисков указывалась опасность обмана детей работодателем, сложность совмещения работы и учебы, отсутствие свободного времени у подростков. Стоит подчеркнуть распространенность различных видов мошенничества, связанных с ненастоящими вакансиями. Это создает риски для неподготовленных детей, которые могут стать жертвами мошенников под предлогом приглашения на высокооплачиваемую работу. Итогом отклика на подобную вакансию может стать кража персональных данных, вовлечение в противозаконную деятельность или вытягивание денег. Методом решения может выступить

создание раздела для детей на сайтах поиска вакансий, в котором они будут тщательно модерироваться и проходить проверку безопасности.

Примечательно, что, согласно опросу HeadHunter, взрослые, которые не работали в школьные годы, сожалеют о том, что этого не делали. Они могли бы начать зарабатывать уже в ранней молодости, получить опыт. А некоторые заявляли, что это помогло бы им раньше определиться с профессией.

Большинство детей поддерживают идею получения раннего трудового опыта. Почти треть считает стоящим начинать подрабатывать уже с 13 лет. Более 40% одобряют подработку в старших классах, и только четверть полагает, что выходить на рынок труда стоит после совершеннолетия.

С КАКОГО ВОЗРАСТА ДЕТИ СЧИТАЮТ, ЧТО СТОИТ ПОДРАБАТЫВАТЬ, % ОТ ОПРОШЕННЫХ 12-17 ЛЕТ

ИСТОЧНИК: ОНЛАЙН-ОПРОС HEADHUNTER СРЕДИ 1153 СОИСКАТЕЛЕЙ С 22 ПО 30 АВГУСТА 2023 ГОДА⁵¹⁵¹ <https://hhcdn.ru/file/17623379.pdf>

РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТЧИКАМ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ И ДРУГИМ АКТОРАМ

АКТИВНОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ И ВОВЛЕЧЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ В ВОЛОНТЁРСКИЕ ПРОЕКТЫ

Сегодня о большинстве инициатив дети знают недостаточно, поэтому школам и муниципалитетам стоит сделать размещение информации о волонтерстве системным – через «Разговоры о важном», классные часы и школьные медиа. Важно предлагать школьникам участие не только в свободное время, но и в формате освобождения от части учебных часов. Например, один «волонтерский день» в четверти. Это даёт возможность, не дожидаясь выходных и каникул, развивать эмпатию, социальную ответственность и командные навыки.

ПЛАНОМЕРНОЕ РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ

Необходимо системно включать основы финансовой грамотности в школьные программы, кружки и семейные образовательные форматы. Увеличивать объем и качество предоставляемой информации по теме финансов в рамках учебного процесса, используя позитивный опыт специализированных курсов. Чем раньше ребёнок понимает принципы ответственного потребления, бюджета и сбережений, тем увереннее он действует во взрослой жизни.

Не менее важно и повышение финансовой грамотности среди взрослых. Родители являются «ретранслятором знаний» по теме финансов для детей, поэтому нужно наращивать финансовую грамотность и среди взрослого населения.

СОЗДАНИЕ ЛЕГАЛЬНОЙ ВОЗМОЖНОСТИ ПОДРОСТКАМ ПОДРАБАТЫВАТЬ

Подростки активно ищут способы заработка. Такой опыт отлично развивает мягкие навыки – коммуникацию, самопрезентацию, работу в команде, ответственность. Стоит создать институт партнёрских школьных стажировок, например, в рамках микропроектов в сфере IT, дизайна, а также платных креативных заданий. Важно, чтобы такие подработки оставались добровольными и не превращались в источник давления, а гибкий график и поддержка наставников позволят совмещать работу и учёбу без ущерба для здоровья и успеваемости.

АДАПТАЦИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПОИСКА РАБОТЫ С УЧЕТОМ МОШЕННИЧЕСКИХ СХЕМ

Методом решения может выступить создание раздела для детей на сайтах поиска вакансий, в котором объявления будут тщательно модерироваться и проходить проверку безопасности.

05

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

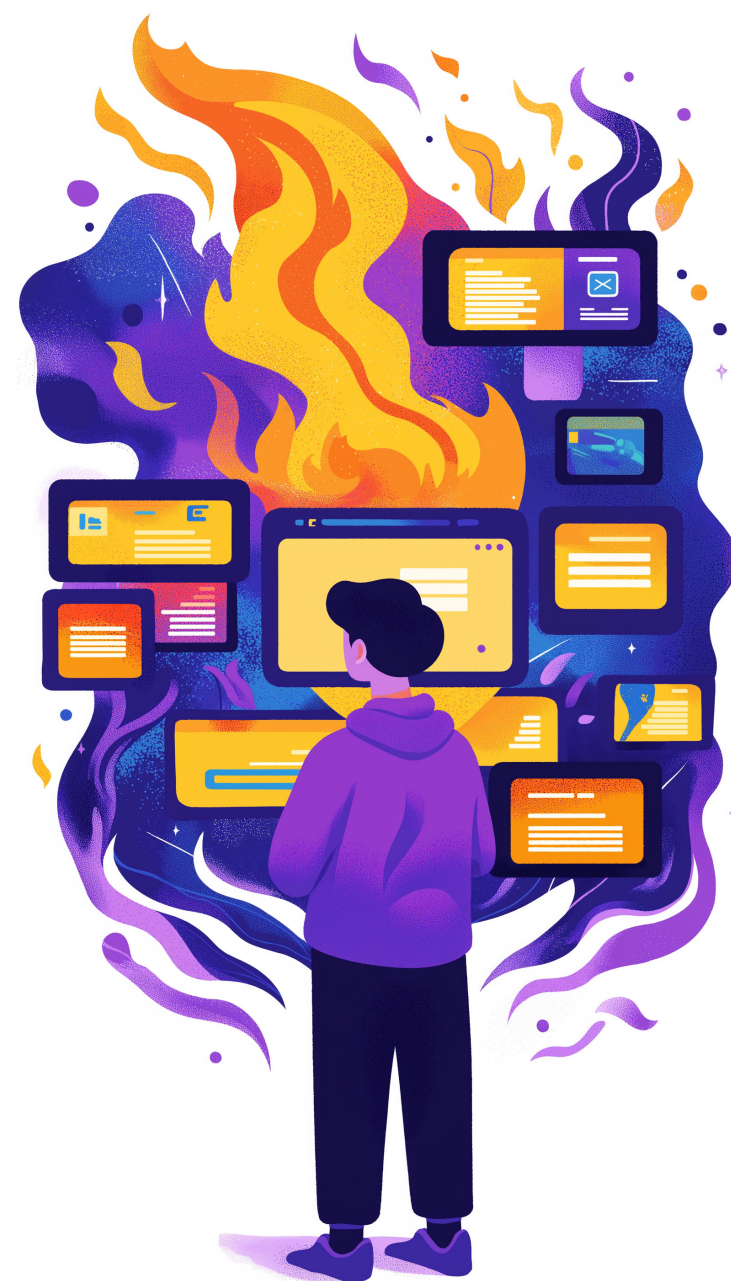
Анализируя поведение современных детей в интернете, можно предположить, что коммуникационный сервис будущего станет более интуитивным, мультимодальным и интегрированным в повседневную жизнь. Детям важно использовать разнообразные средства выразительности – от стикеров и текста до синхронной и асинхронной видеокоммуникации, что требует от сервисов гибкости и адаптивности. Будущие платформы должны стать продолжением физического мира, создавая ощущение естественности и непрерывности взаимодействия.

Для детей младше 11 лет голосовые ассистенты уже стали привычным интерфейсом, что указывает на растущую роль голосовой коммуникации в будущем. С развитием технологий голосовые интерфейсы могут стать основным способом взаимодействия с цифровыми сервисами, особенно для поколения, которое с раннего возраста привыкло к их использованию.

Это потребует от разработчиков создания более персонализированных и контекстно-зависимых голосовых решений.

Для нынешних детей VR-среда не стала пока обыденной. С развитием VR-технологий лишь следующее поколение, Бета, вероятно, станет VR-native, воспринимая виртуальную реальность как естественную среду для общения и взаимодействия.

Таким образом, коммуникационный сервис будущего должен быть мультимодальным, интуитивным и интегрированным, сочетая голосовые интерфейсы и традиционные способы общения. Он должен стать продолжением физического мира, обеспечивая безопасность, удобство и разнообразие средств выразительности. Разработчикам предстоит создать платформы, которые не только отвечают текущим потребностям, но и предвосхищают запросы следующего поколения.

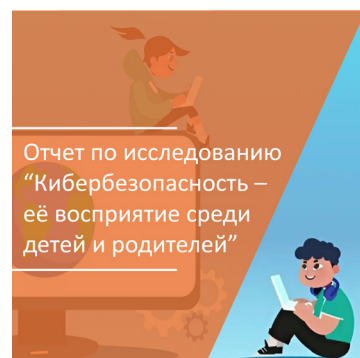


ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



Исследование «Виртуальный мир глазами детей. Часть 1. Общение, творчество, развлечение, обучение»
ПАО «Ростелеком»

pdf-файл



Исследование «Кибербезопасность – её восприятие среди детей и родителей» ГК «Солар»

pdf-файл



Исследование «Технологии защиты детей в интернете»
ПАО «Ростелеком», Mindsmith и TeqViser

pdf-файл

КОМАНДА ПРОЕКТА



Алексей Митькин

директор по стратегическим программам и инновационному развитию



Ольга Сквирская

руководитель направления Центра стратегических инноваций



Антон Муфтахов

руководитель направления



Борис Глазков

заместитель генерального директора Госкорпорации «Роскосмос»



Александр Вураско

директор по развитию Центра мониторинга внешних цифровых угроз Solar AURA, ГК «Солар»



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/>