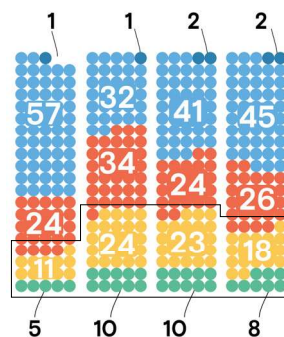
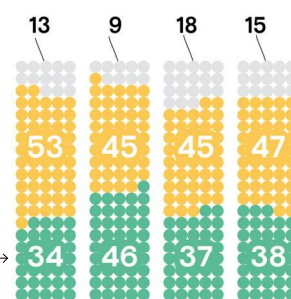


05

ОСОБЕННОСТИ
СОЗДАНИЯ
КОНТЕНТА ДЕТЬМИНАЛИЧИЕ ЛИЧНЫХ
СТРАНИЦ В ИНТЕРНЕТЕ
У ДЕТЕЙ

Заведение личных страниц или блогов в интернете ассоциируется в первую очередь с использованием социальных сетей и начинается у детей в то же самое время – в 9–11 лет. Так, среди детей данного возраста уже имеют личный блог 34% опрошенных, еще 34% думает его завести. В возрасте 12–17 лет некоторые дети теряют интерес к публикации контента: так, доля детей, имеющих собственные страницы остается такой же, как и для более младших сверстников, однако доля желающих завести блог падает на 10 процентных пунктов до 24%.

НАЛИЧИЕ ЗАКРЫТОГО ИЛИ ПУБЛИЧНОГО
ЛИЧНОГО БЛОГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ,
% ОТ ОПРОШЕННЫХПУБЛИЧНОСТЬ/ПРИВАТНОСТЬ АККАУНТОВ
В СОЦСЕТЯХ, % ОТ ТЕХ, У КОГО ЕСТЬ
АККАУНТЫ В СОЦСЕТЯХ

- Есть, публикует посты регулярно
- Есть, но не ведет его регулярно
- Нет, но думает завести
- Нет и не собирается заводить
- Не знаю

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

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

55% из детей в возрасте 9–11, имеющих личный блог, держат их открытыми. Однако, в более старшем возрасте дети начинают создавать дополнительные страницы с более личным контентом, которые уже предназначены для более узкого закрытого круга пользователей. Так, у 18% опрошенных детей, имеющих личные блоги, имеются приватные блоги только для друзей и близких в дополнение к публичной странице. В совокупности, закрытые страницы есть у 63% подростков.

Пик желания стать блогером у детей наблюдается в 9–11 лет, 2 ребенка из 3 в этом возрасте хотят или скорее хотят стать блогером. В возрасте 12–17 лет это желание ослабевает – уже только половина детей заявляет о подобном желании. И только 10% детей в возрасте 9–17 лет регулярно публикуют посты на собственных страницах. Что же мотивирует или удерживает их от того, чтобы действительно стать блогером?



СОБСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ И ТРИГГЕРЫ И БАРЬЕРЫ ЕГО СОЗДАНИЯ

Для представителей поколения Альфа большое значение имеет возможность самовыражаться и делать что-то креативное. Хотя на первом месте среди причин желания стать блогером с большим отрывом стоит денежная мотивация (практически 3 респондента из 4 с желанием стать блогером указали именно ее), но второе и третье место — у желания делать «прикольные штуки» (45%) и желании показать свои умения (40%).

Жажда славы и признания руководит только 22% респондентами, выразившими желание стать блогером. Все-таки у значимой доли детей блогерство — это про удовлетворение жажды творчества, мотив жажды популярности отходит на третье место.

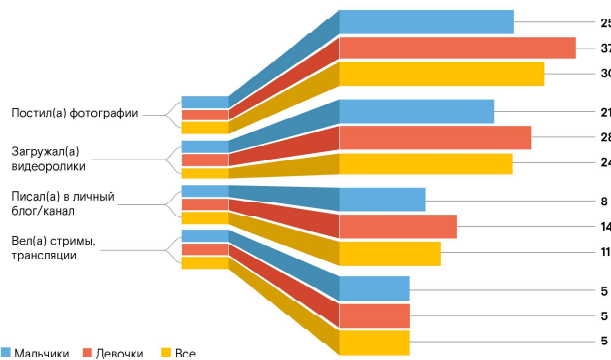
МОТИВЫ СТАТЬ БЛОГЕРОМ У ДЕТЕЙ 9–17 ЛЕТ, % ОТ ТЕХ, КТО ХОТЕЛ БЫ СТАТЬ БЛОГЕРОМ



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



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



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

Среди тех детей, которые заявили о нежелании стать блогером, самое распространенное объяснение – это отсутствия интереса к этому делу или непонимание, что говорить и показывать. На третьем и четвертом местах – причины, связанные с тревогой: дети боятся общественного осуждения, а также негатива, хейта и токсичности. В топе причин – неумение снимать и монтировать контент.

Несмотря на то, что наиболее популярный формат потребления информации – это видео (от 81% до 84% опрошенных заявили, что смотрит видео), в целом дети чаще предпочитают публиковать менее трудозатратный контент, такой как фото: 30% опрошенных делали это в течение 30 дней до прохождения опроса. Как и в целом с публикацией любого контента, к тому, чтобы делиться фотографиями, дети становятся более склонны с возрастом: фотографиями делились 42% из опрошенных детей в возрасте 12-17 лет, в то время как из когорты 4-8 – только 17%.

Вторым по популярности типом создаваемого контента стал видеоконтент. Практически четверть из опрошенных детей за 30 дней до прохождения опроса загружали видео в сеть. Вероятно, интерес к этому связан в том числе с упрощением создания контента с помощью встроенных редакторов с алгоритмами искусственного интеллекта, а также распространению видео

по трендам, чаще всего с челленджами и танцами, которые дети с удовольствием повторяют.

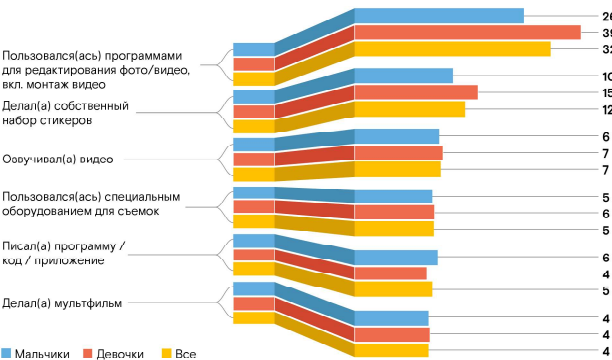
Необходимо отметить, что дети создают гораздо больше видео, чем загружают – часто изначально при записи видео дети не рассчитывают на то, чтобы его загружать в интернет.

Опрос показал, что гораздо охотнее любым типом контента делятся именно девочки.

Доля детей, пользовавшихся фото- и видео-редакторами за последние 30 дней, достаточно высока – практически треть от всех опрошенных. Таким образом, базовое умение делать контент есть очень у многих детей. Среди популярных форм собственного контента – стикеры в Telegram, которые также расцениваются детьми как способ не только выразить свою креативность, но и способ в дальнейшем более ярко выразить свои эмоции, что является важным для представителей поколения Альфа.

Стоит отметить, что единственным типом контента, который делают чуть чаще мальчики – это компьютерный код, программы или приложения.

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



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

