

ДИТЯЧЕ МЕДІА СПОЖИВАННЯ



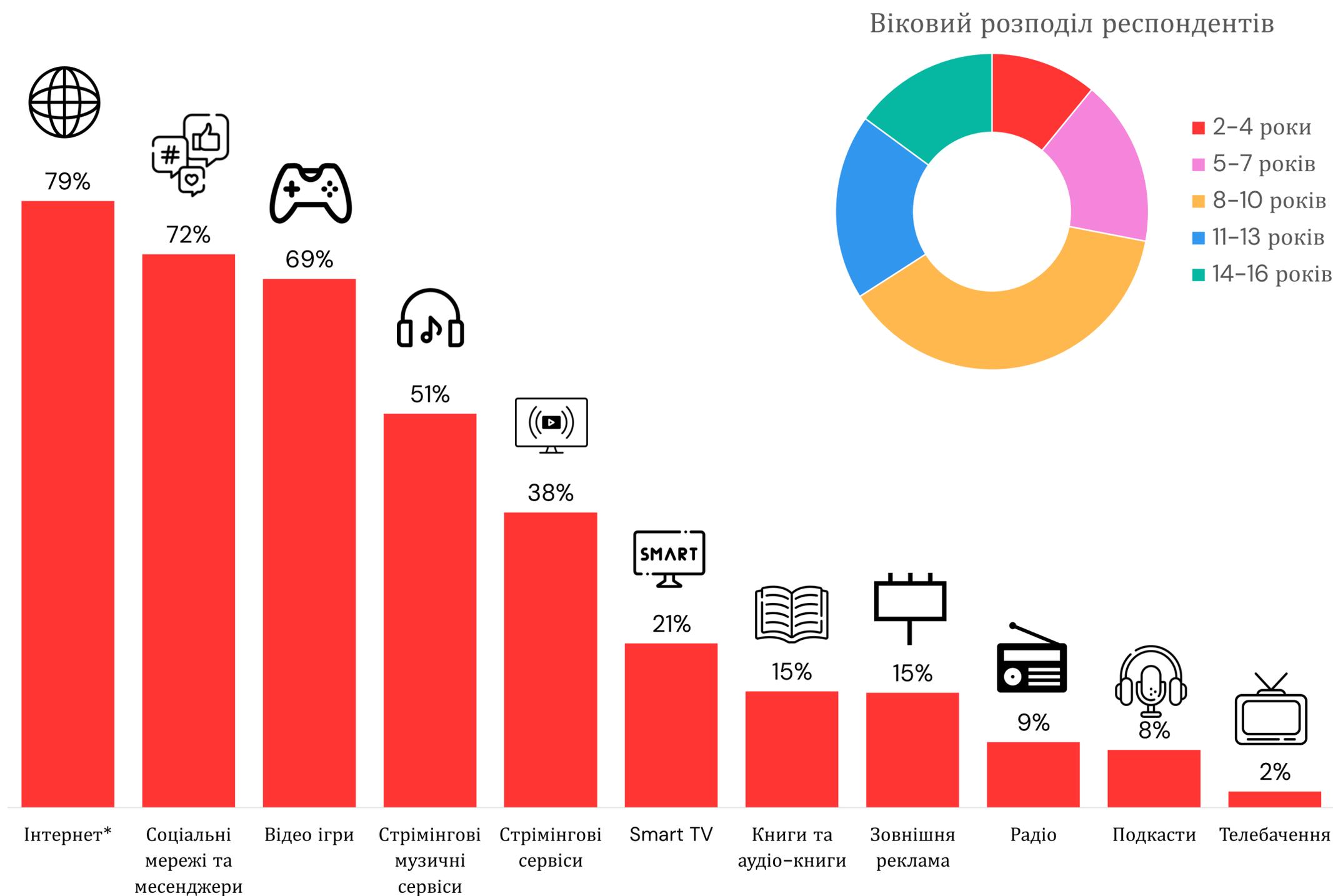
Дитяче медіа споживання

В дайджесті розкажемо про дітей та:

- Відео контент
- Відео ігри
- Соціальні мережі та месенджери
- Штучний інтелект
- Батьків

А також поділимося нашими висновками стосовно медіа в житті дітей

ДИТЯЧЕ МЕДІА СПОЖИВАННЯ



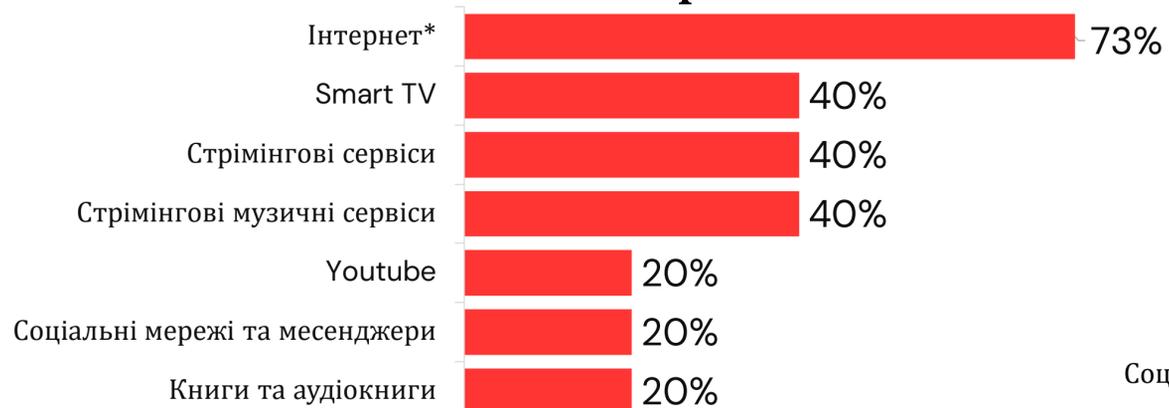
*без соціальних мереж та месенджерів

Джерело: Опитування Razom GROUP, ЦА: 2-16, Вересень 2024

Розмір вибірки: N=450 (2-4 роки: N=50, 5-7 років: N=77, 8-10 років: N=169, 11-13 років: N=86, 14-16 років: N=68)

ДИТЯЧЕ МЕДІА СПОЖИВАННЯ

2-4 роки



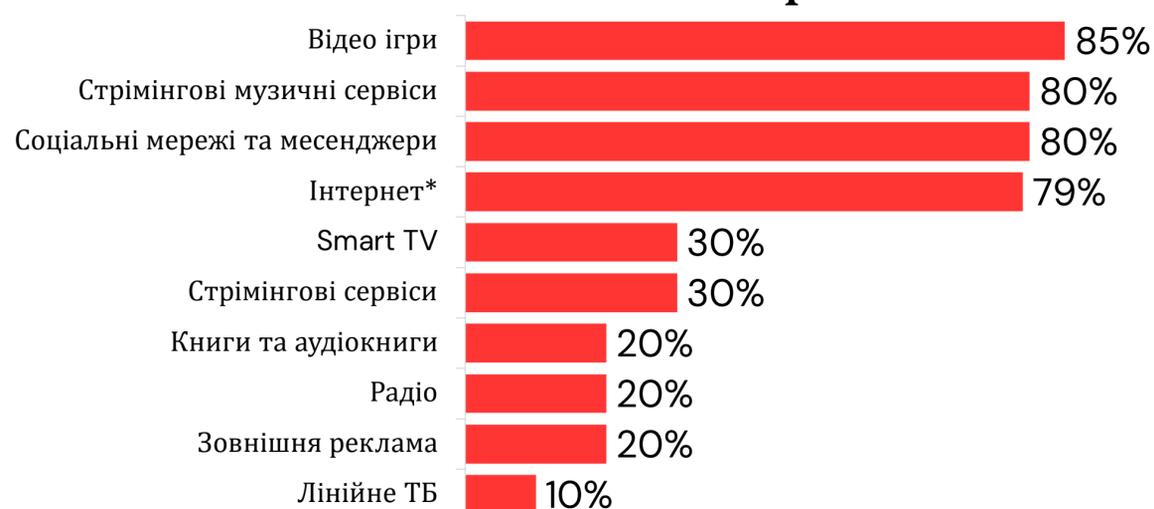
5-7 років



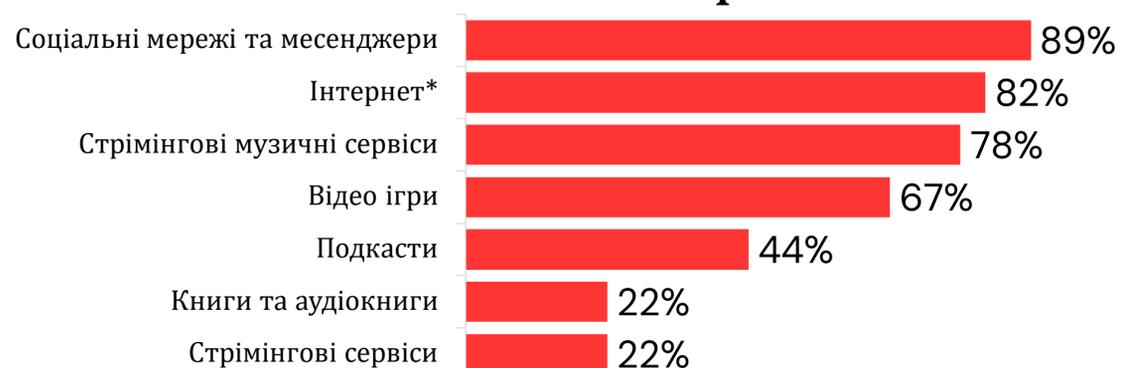
8-10 років



11-13 років



14-16 років

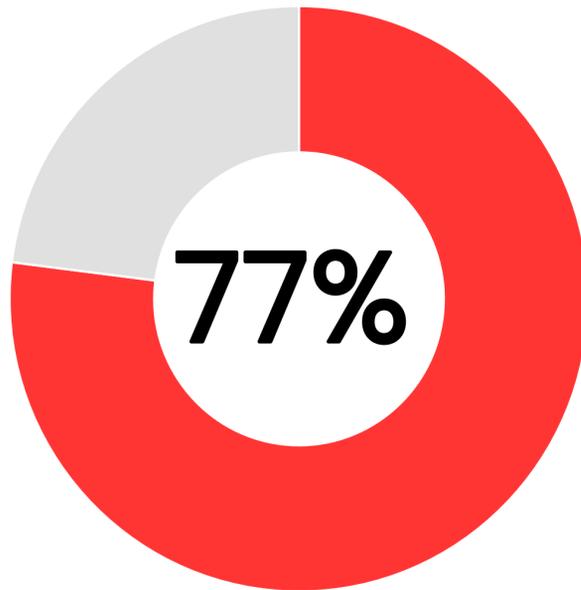


*без соціальних мереж та месенджерів

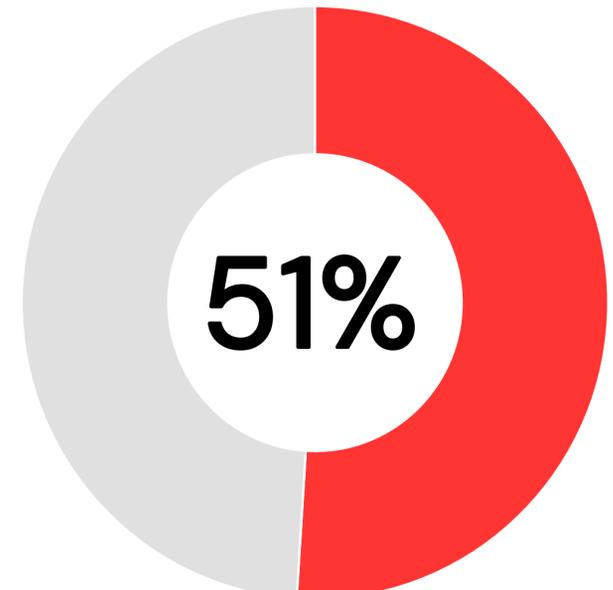
Джерело: Опитування Razom GROUP, ЦА: 2-16, Вересень 2024

Розмір вибірки: N=450 (2-4 роки: N=50, 5-7 років: N=77, 8-10 років: N=169, 11-13 років: N=86, 14-16 років: N=68)

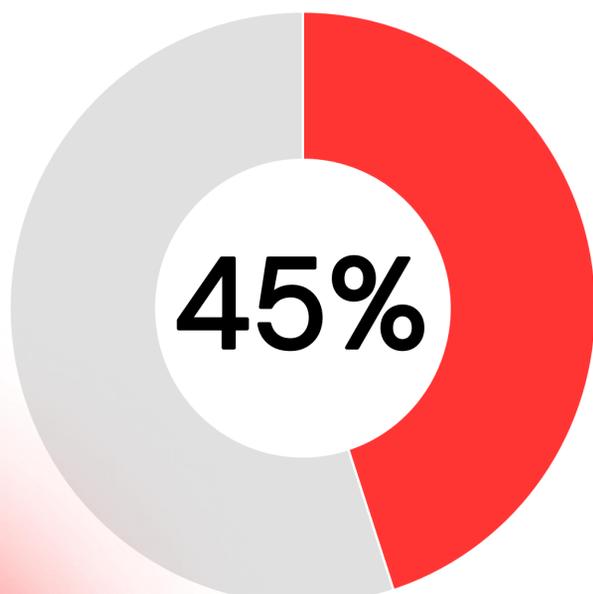
83% ДІТЕЙ МАЮТЬ ВЛАСНИЙ ПРИБОР З ДОСТУПОМ ДО ІНТЕРНЕТУ



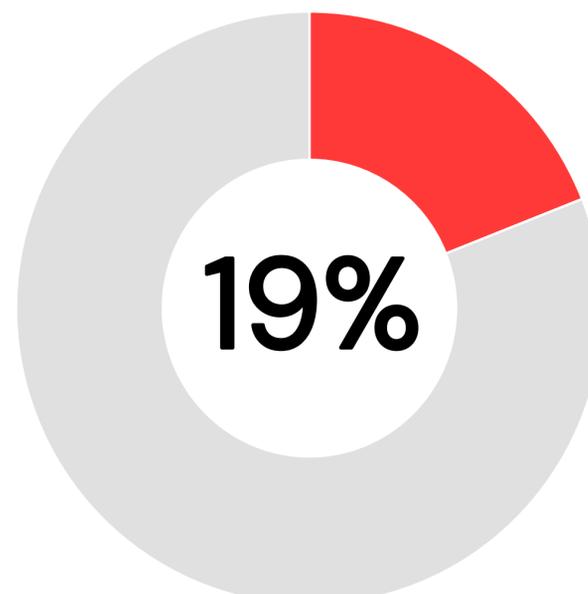
Смартфон



Планшет

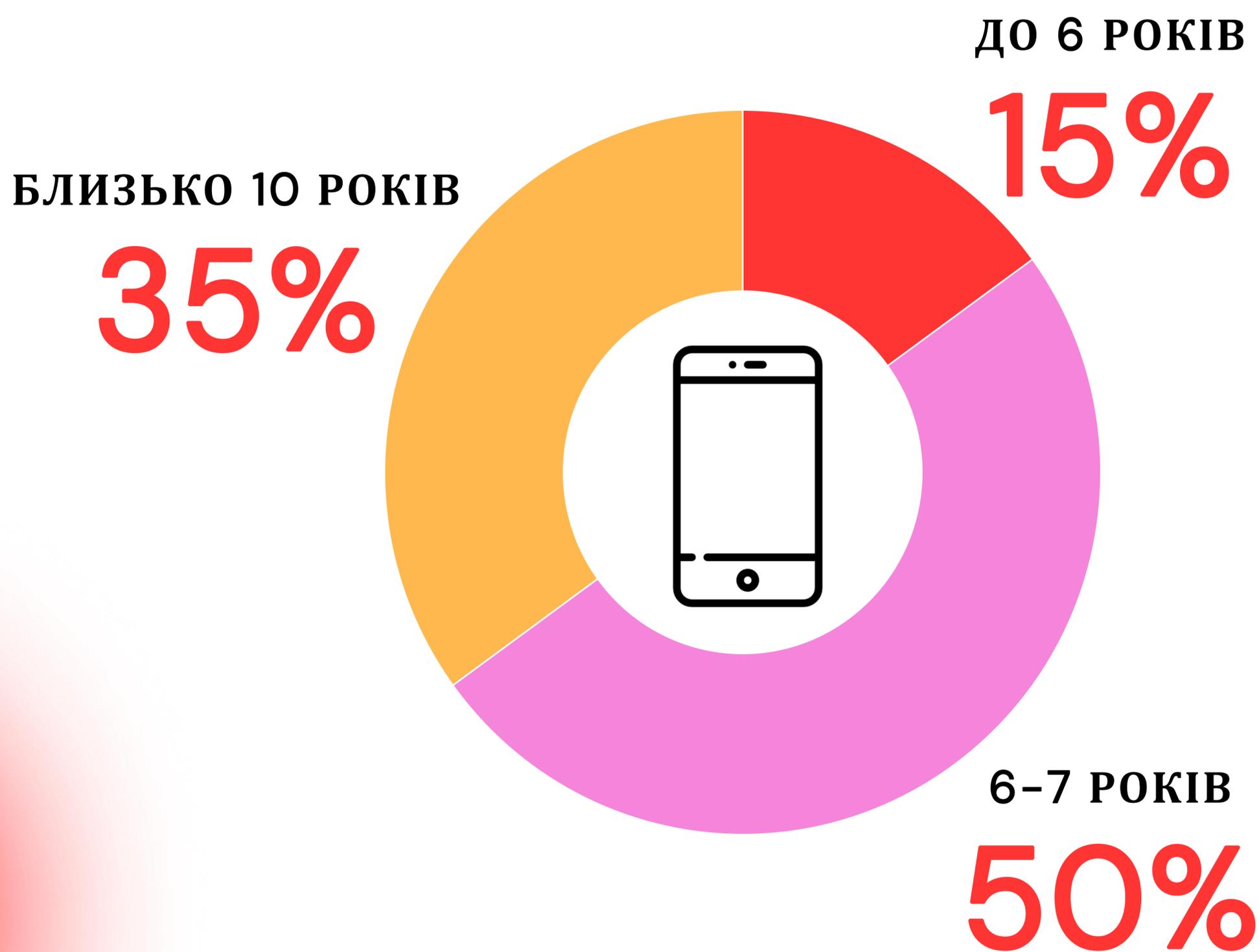


Ноутбук



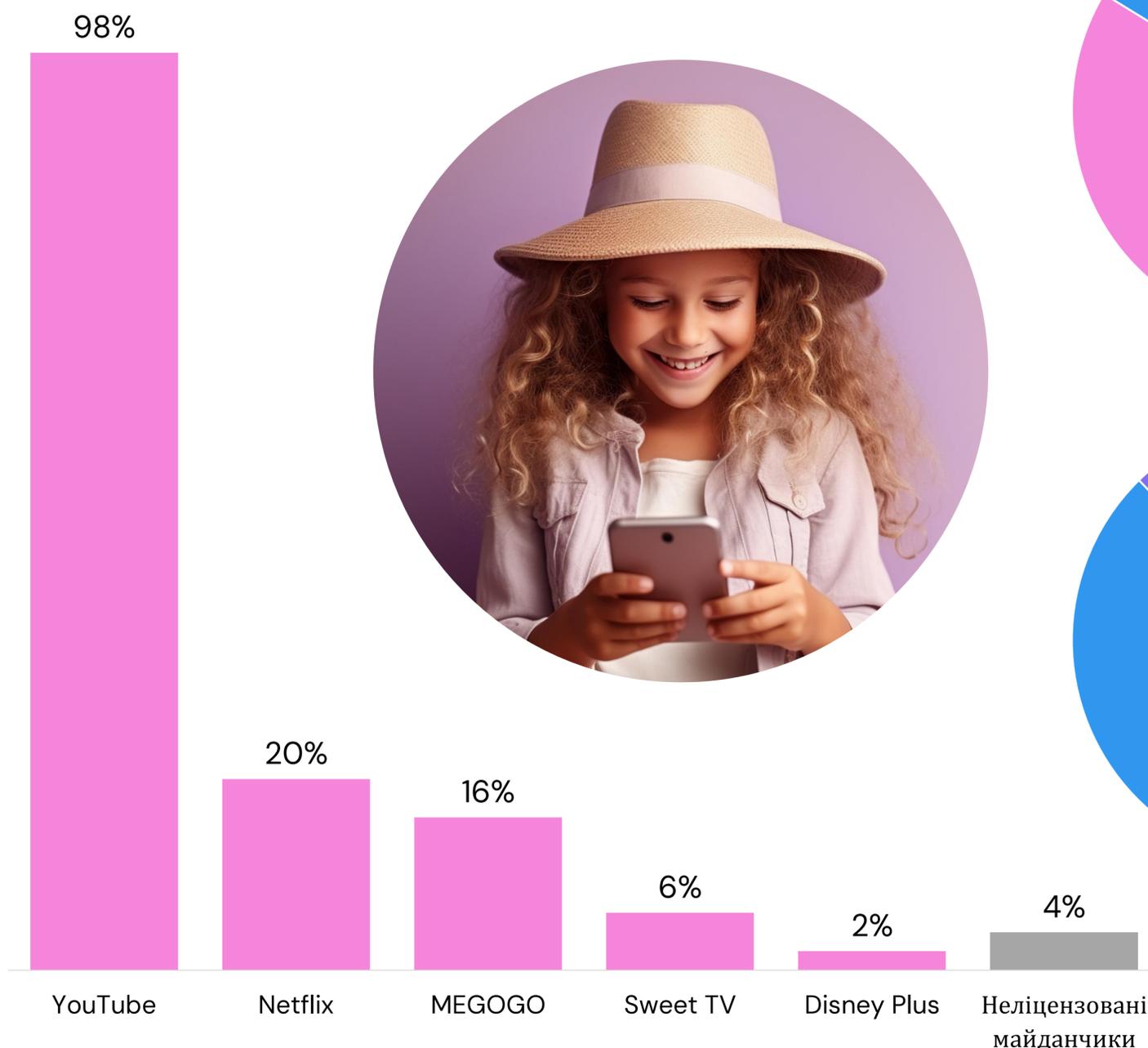
ПК

БАТЬКИ ПЛАНУЮТЬ ПРИДБАТИ СМАРТФОН ДИТИНІ У ВІЦІ

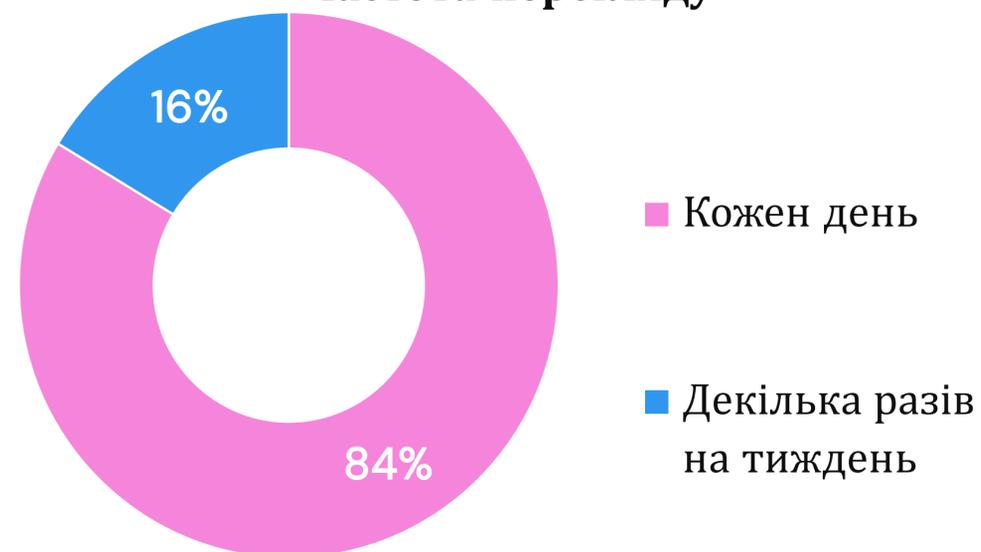


ДІТИ ТА ВІДЕО КОНТЕНТ

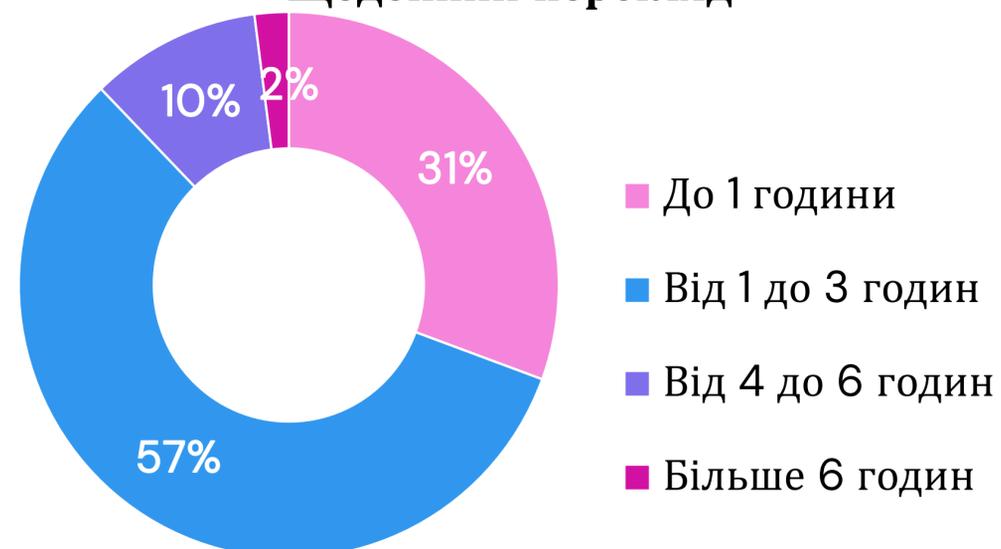
Платформи для перегляду відео



Частота перегляду

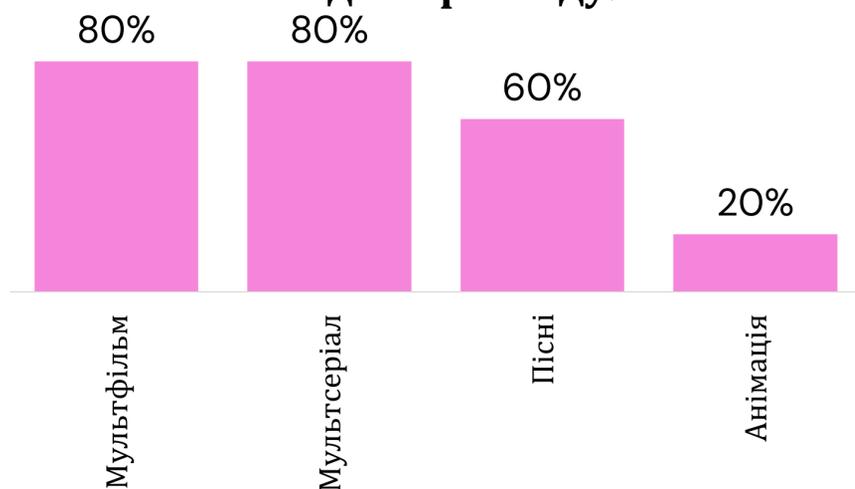


Щоденний перегляд



ДІТИ ТА ВІДЕО КОНТЕНТ

Діти у віці 2-4 роки обирають до перегляду:



Діти у віці 5-7 років обирають до перегляду:



Діти у віці 8-10 років обирають до перегляду:



Діти у віці 11-13 років обирають до перегляду:



Діти у віці 14-16 років обирають до перегляду:



ДІТИ ТА ВІДЕО ІГРИ

69%

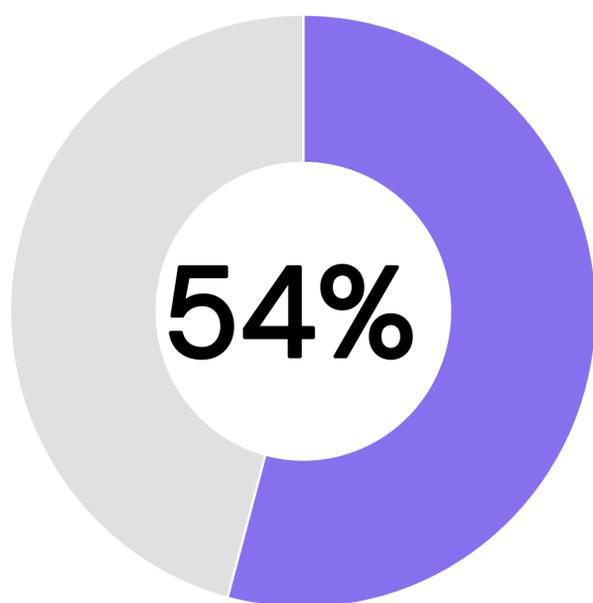
грають у відеоігри

причому

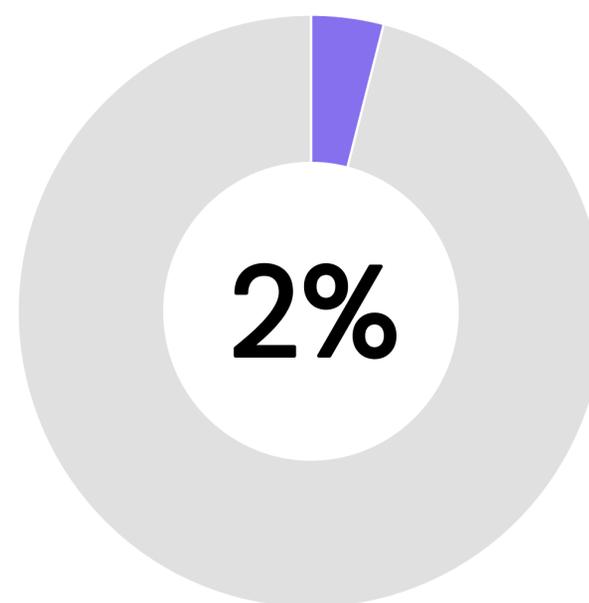
85%

з них грають щоденно

Тривалість гри



переглядають стріми ігор, не
приймаючи участі в них



мають вдома
VR-систему

ДІТИ ТА ВІДЕО ІГРИ

Діти у віці 5–7 років грають у:

Toca Boca
Roblox
Minecraft
Розвиваючі
Sackboy



Діти у віці 8–10 років грають у:

BrawlStars
Fortnite FIFA
SeaBattle
HairSalon Bubbu AmongUs
SuperBearAdventure
Minecraft
Roblox
ColorNumber
AvatarWorld
Standoff TalkingTom



Діти у віці 11–13 років грають у:

Roblox
Ферма SuperMario
Dota2
Minecraft
CS:GO
Fortnite
Subnatica Rust Albion
BrawlStars



Діти у віці 14–16 років грають у:

Roblox
EuroTrackSimulator
WarThunder
WorldOfTanks
CS:GO Більярд
GTA
Minecraft
Fortnite



ДІТИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕНДЖЕРИ

72%

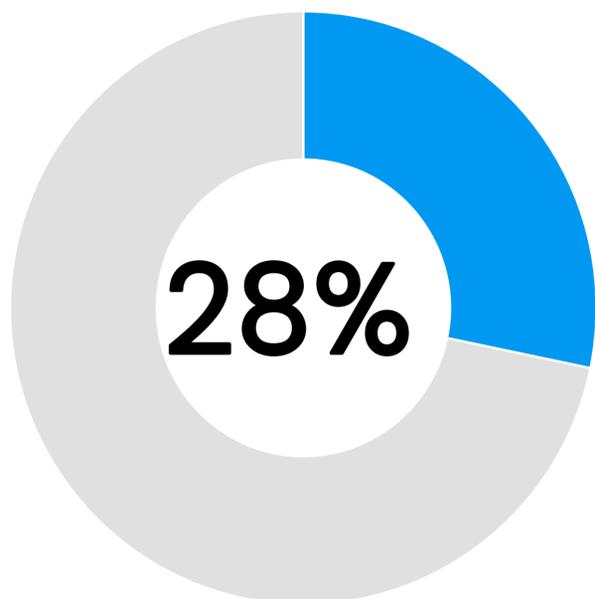
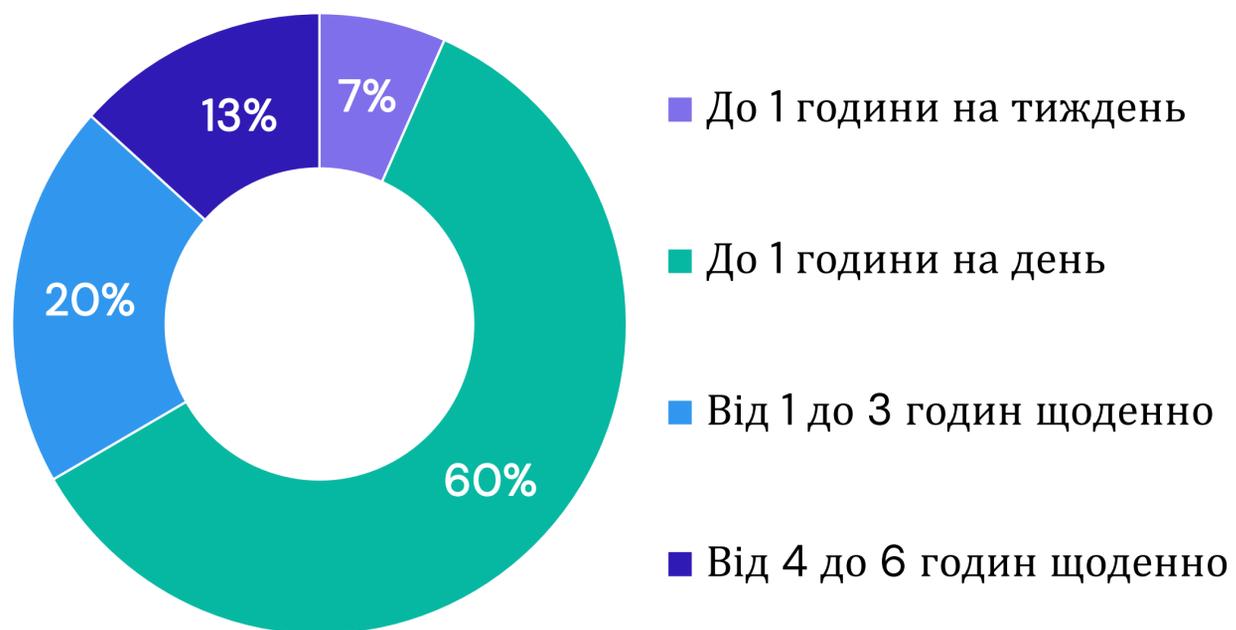
користуються соціальними мережами та месенджерами

причому

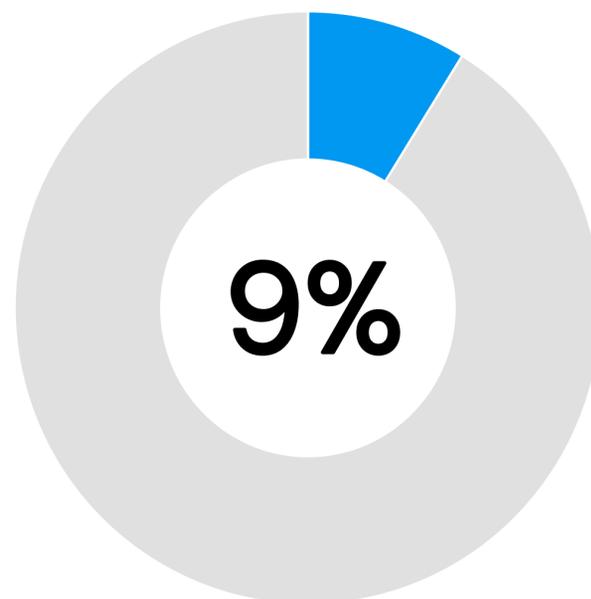
75%

з них роблять це щоденно

Тривалість використання



являються учасниками ком'юніті в соцмережах або месенджерах

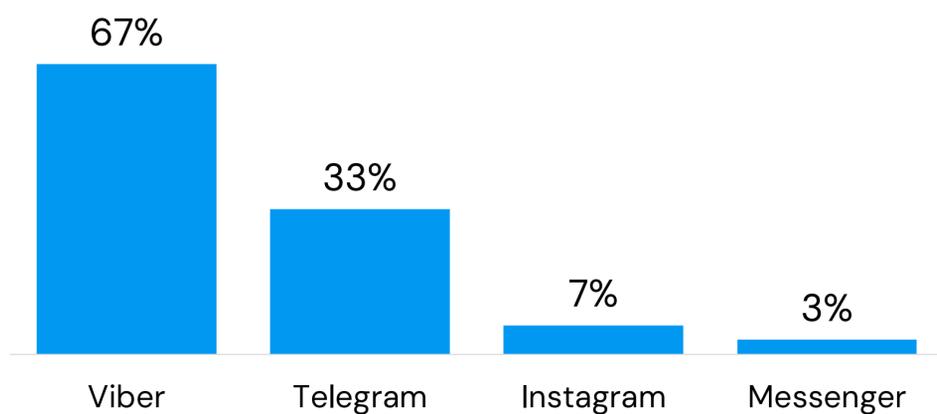


ідентифікують себе зі спільнотою в соцмережі більше, ніж з товариством в «реальному житті»

ДІТИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕНДЖЕРИ

- Найчастіше діти використовують соціальні мережі та месенджери для спілкування (87%)
- 35% переглядають прямі трансляції та контент інших учасників
- 8% використовують соціальні мережі задля створення власного контенту

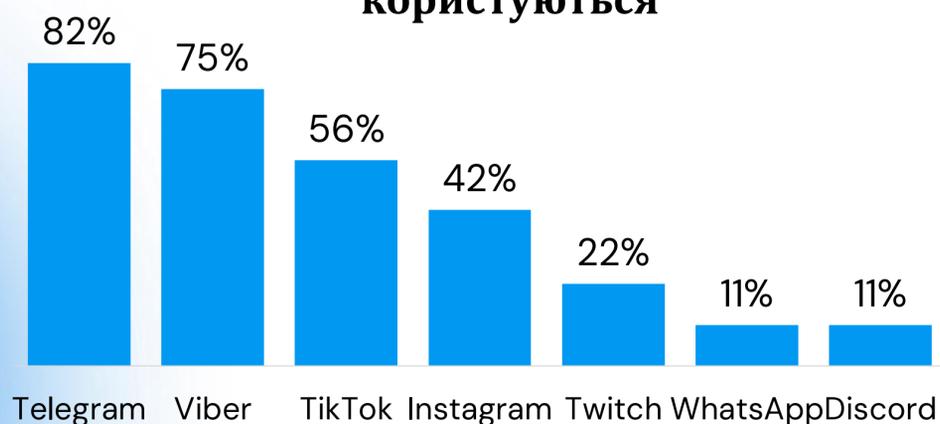
Діти у віці 5–7 років користуються



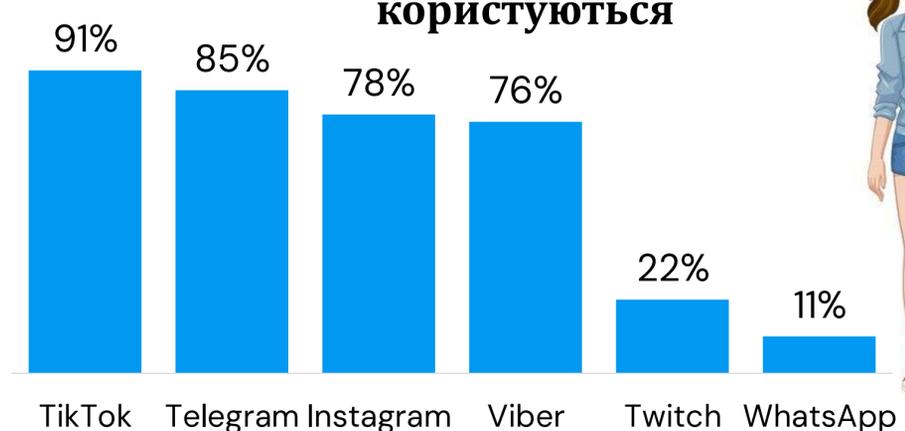
Діти у віці 8–10 років користуються



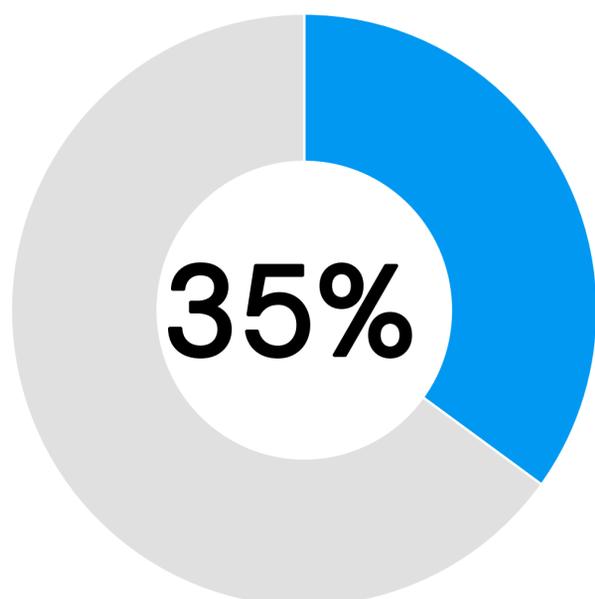
Діти у віці 11–13 років користуються



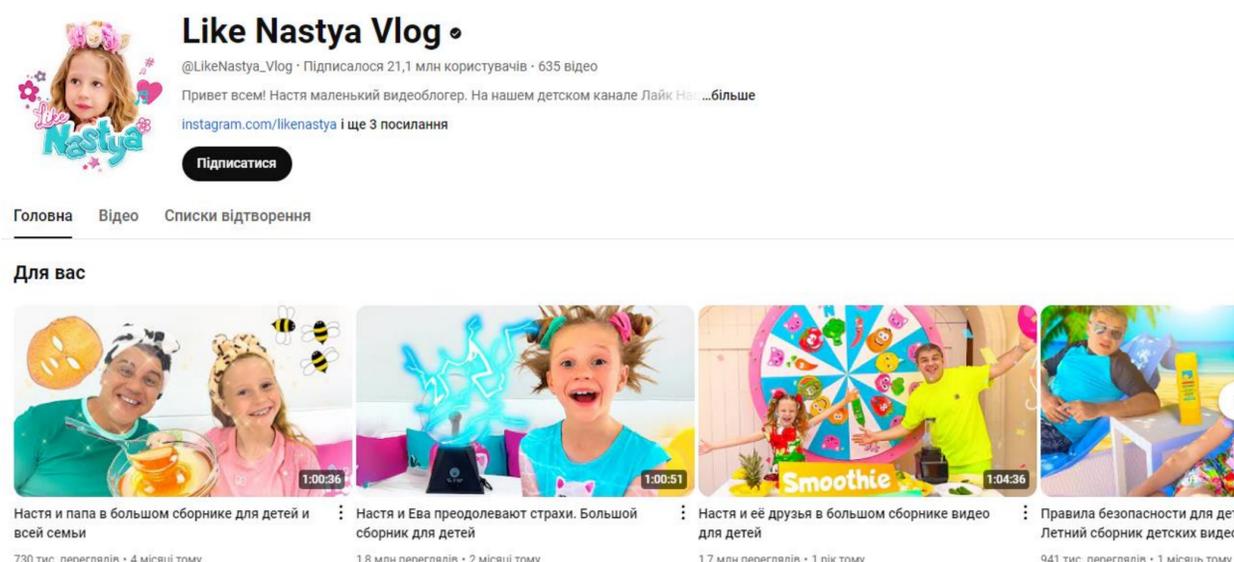
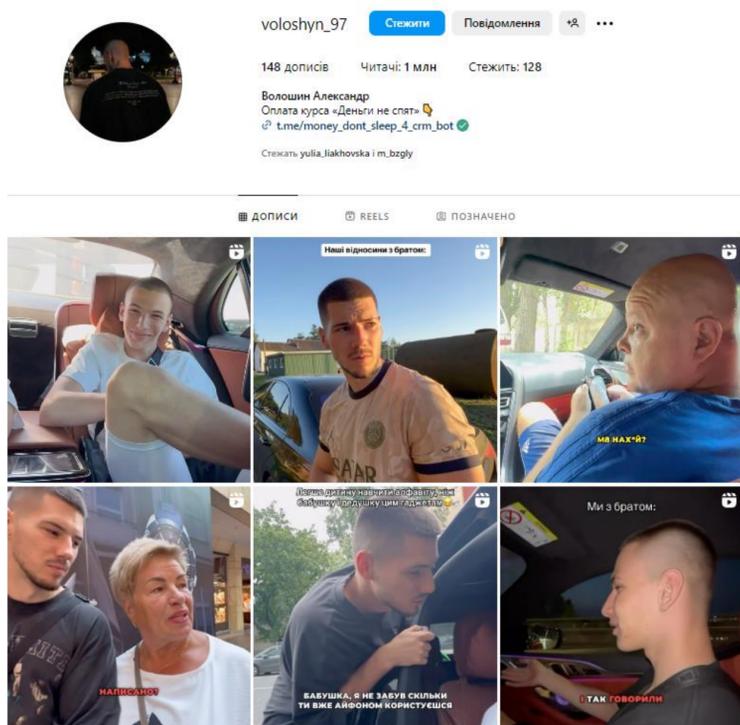
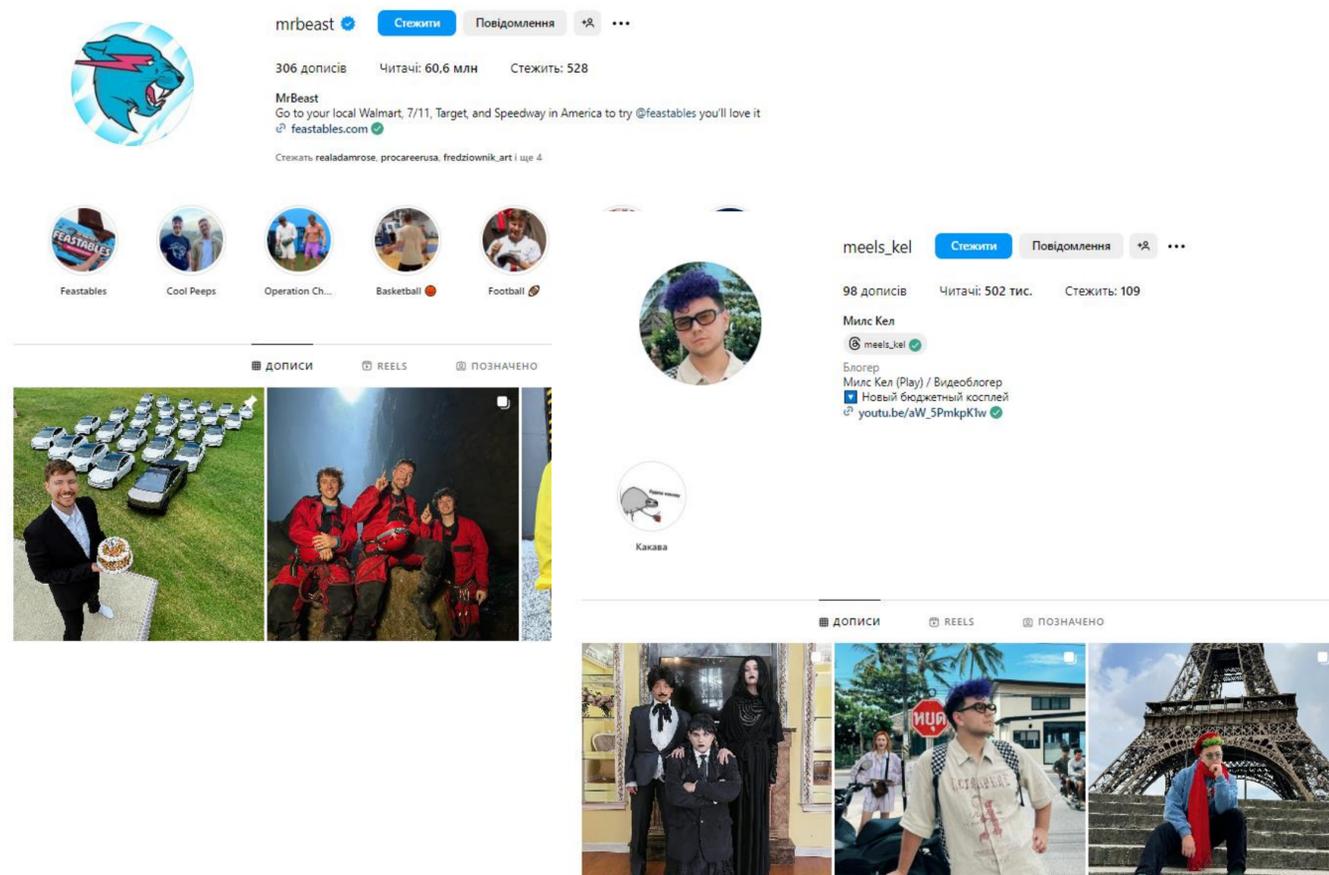
Діти у віці 14–16 років користуються



ДІТИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕНДЖЕРИ



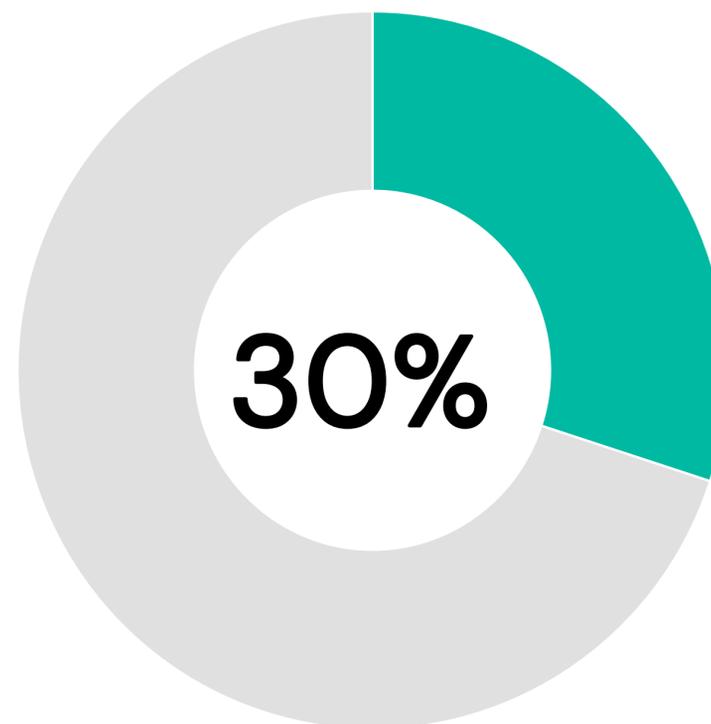
слідкують за блогерами в соціальних мережах



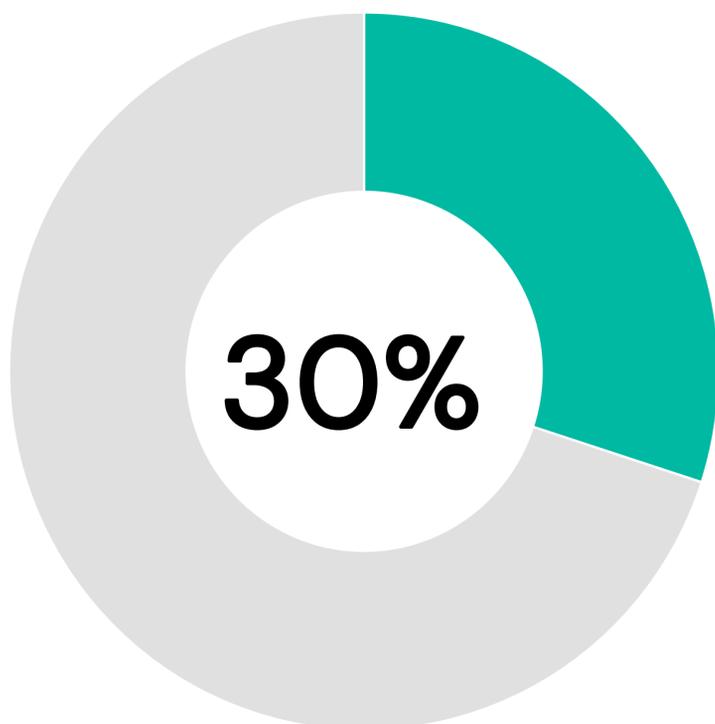
ДІТИ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

20%

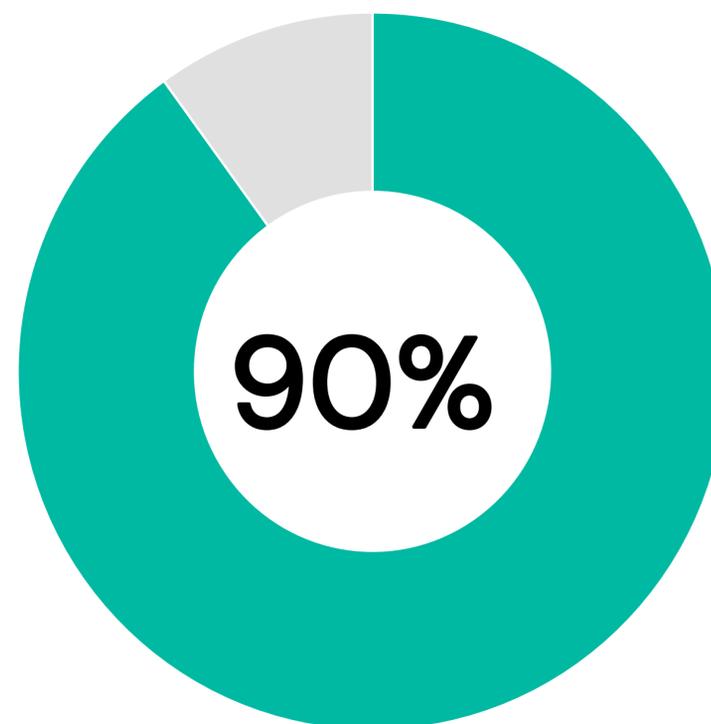
використовують
штучний інтелект,
з них:



як пошукову систему

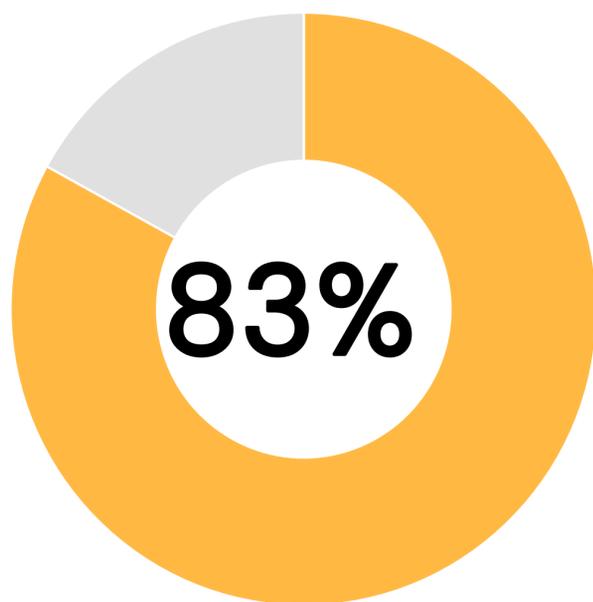


з метою розваг



у процесі навчання

БАТЬКИ І ДІТИ



переглядають контент
самостійно

89%

частіше мають
індивідуальний
перегляд

проте

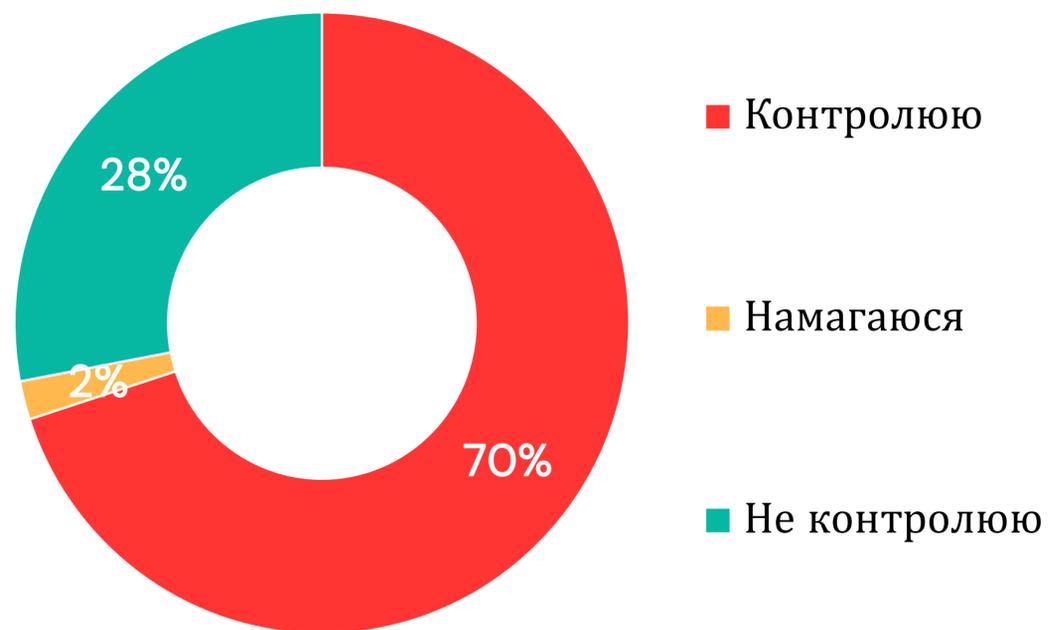
69%

ще досі мають час
«сімейного перегляду»

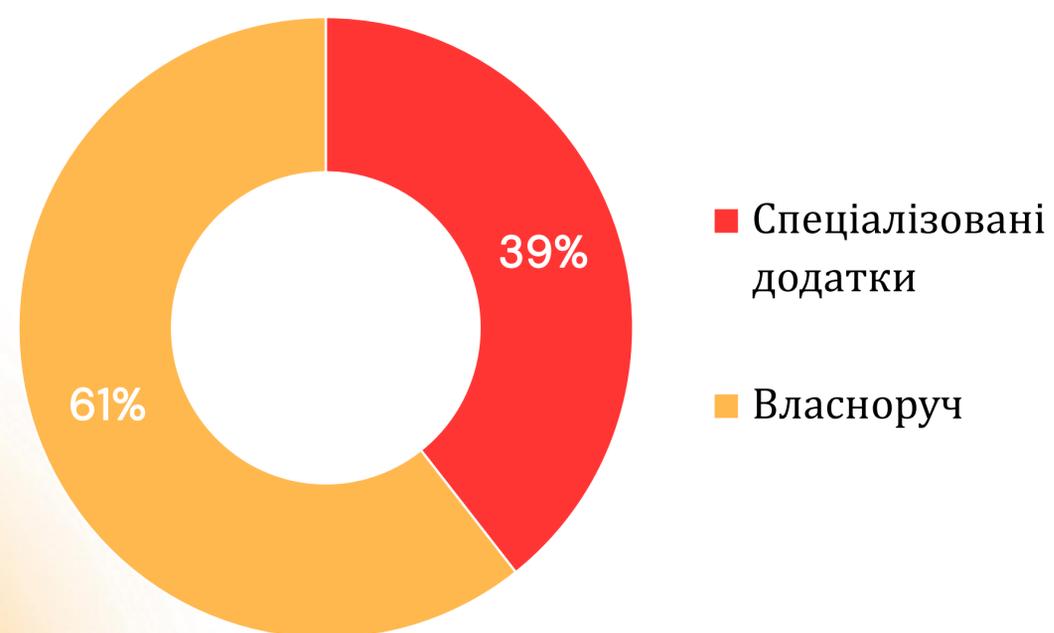


БАТЬКИ І ДІТИ

Контроль цифрового часу



Інструменти контролю



ВИСНОВКИ

1. Еволюція медіа споживання у дітей різних вікових груп

Як і в попередніх поколіннях, медіа потреби дітей змінюються з віком. Діти до 10 років здебільшого користуються інтернетом для перегляду контенту, не використовуючи при цьому соціальні мережі. У віці 11–13 років вони надають перевагу відео іграм, а підлітки (14–16 років) все більше схиляються до використання месенджерів та соціальних мереж для спілкування та самовираження

2. YouTube залишається домінуючою відео платформою

Сучасні діти щодня переглядають відео (84%), а YouTube залишається головною відео платформою (98%), де діти споживають контент. Netflix та Megogo також популярні, але поступаються за частотою використання



ВИСНОВКИ

3. Відео ігри як ключова частина медіа активності

69% дітей грають у відео ігри, причому 85% з них грають щоденно, і більшість з них проводить за цим заняттям до 3 годин на день. Це підтверджує важливість інтерактивних ігор у формуванні їхнього дозвілля, причому значна кількість дітей не лише грає в ігри, а й споживає контент, пов'язаний з ними, через ігрові стріми

4. Соціальні мережі як основний інструмент для спілкування

72% дітей користуються соціальними мережами та месенджерами, переважно для спілкування. Вибір платформи залежить від вікової групи: для дітей 5–10 років популярними є Viber, у віці 11–13 років – Telegram, а підлітки 14–16 років більше схильються до TikTok

5. Зростання інтересу до штучного інтелекту

ШІ впевнено інтегрується у наше повсякденне життя і діти не виключення в цьому. Вже 20% дітей мають досвід взаємодії зі ШІ. З них 90% використовували його у навчанні, а 30% для розваг. Це підкреслює важливість ШІ у сучасному дитячому медіа середовищі