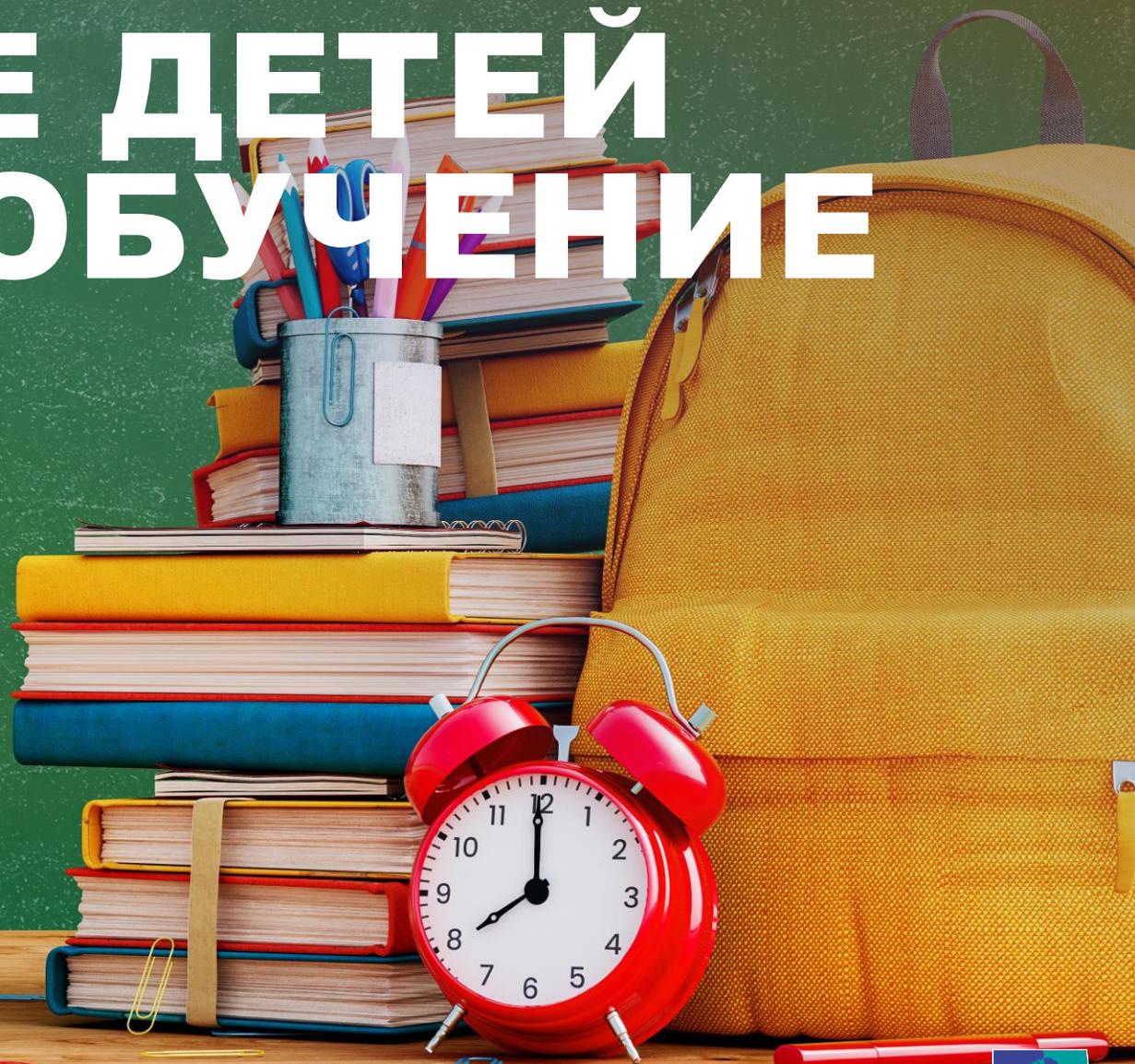


ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ШКОЛЕ И ОБУЧЕНИЮ ОНЛАЙН 2022



ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ШКОЛЕ

Лишь каждый третий ребёнок ходит в школу с удовольствием. Ученики начальных классов не только ходят в школу намного охотнее, чем учащиеся средней школы, но и чаще стараются учиться лучше. Однако оба показателя у младшекласников значительно уменьшились по сравнению с прошлым годом, а у учащихся средних классов значительно не изменились. Доля девочек, стремящихся хорошо учиться, значительно выше (76%), чем мальчиков (63%).

Доля тех, кто ходит в школу ради общения с друзьями, составляет 66% без значимых отличий между мальчиками, девочками и учащимися младших и средних классов. Однако за год доля детей, которые ходят в школу ради друзей, значительно увеличилась на 4 пп.

Я с удовольствием хожу в школу

(% + изменение показателя по сравнению с 2021/Q1)



Я стараюсь хорошо учиться в школе

(% + изменение показателя по сравнению с 2021/Q1)



Я стараюсь хорошо учиться в школе

(% + изменение показателя по сравнению с 2021/Q1)



Я хожу в школу, чтобы пообщаться с друзьями

(% + изменение показателя по сравнению с 2021/Q1)



Источник: Ipsos. [New Generation](#), 2022/Q1 и 2021/Q1
Дети 7-15 лет, города-миллионники России
Сбор данных. 2022/Q1: 22 мар – 22 апр 2022
2021/Q1: 29 мар – 23 апр 2021

УЧЕБА ОНЛАЙН

Школьники часто используют интернет для обучения. Так 78% детей из 5-9 классов часто ищут во всемирной паутине информацию для учебы, 29% учились в онлайн-школах или занимались с репетитором онлайн и 25% смотрели обучающие программы или участвовали в онлайн-олимпиадах. Доля младшекласников, использующих интернет для учебы, намного меньше, однако почти каждый второй часто прибегает к его помощи при обучении.

При этом и ученики средней школы, и младшекласники часто используют интернет для общения в мессенджерах и социальных сетях, а также для участия в онлайн-играх.

Учились в онлайн-школах / занимались с репетиторами онлайн, %



Как школьники чаще всего используют интернет, %



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ NEW GENERATION

Исследование потребительского поведения, стиля жизни и медиа предпочтений детей и подростков, а также покупательского поведения их мам.

Блоки исследования:

- Социально-демографические характеристики детей и семьи (отвечают родители);
- Медиа предпочтения;
- Больше 90 психографических характеристик;
- Стилль жизни, проведение досуга;
- Потребление товаров детьми;
- Оценка более 90 лицензионных персонажей.

Методология

Метод сбора данных: Опрос проводится по трем типам анкет:

- анкета для мам детей 4-6 лет (на вопросы о любимых героях отвечает ребенок);
- анкета для мам детей 7-15 лет;
- анкета для детей в возрасте 7-15 лет.

География: города-миллионники России.

Периодичность: дважды в год (весной/осенью).

Годовой объем выборки: 3200 детей 4-15 лет и 3200 мам в каждой волне.

Генеральная совокупность: 3,5 миллиона детей и 3,5 миллиона мам

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

#IpsosBeSure

www.ipsos.ru

trends.ipsos.ru

sustainability.ipsos.ru



Ipsos в России



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia