

О ЮНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯХ в Интернете



Диана Александровна Богданова,
кандидат педагогических наук, старший научный
сотрудник Института проблем информатики
Российской академии наук (ИПИ РАН), Москва,
e-mail: d.a.bogdanova@mail.ru

Всё большее число молодых людей начинают активную деятельность в цифровой среде, принося вклад в самых разных формах, от сотрудничества в интерактивных играх до творческого самовыражения в социальных сетях. Целый ряд компетенций: от технических навыков до социокультурной грамотности — описан исследователями как необходимый перечень для успешного участия в быстро меняющейся цифровой экономике. Взаимодействие молодёжи с цифровыми технологиями, рассматриваемое сквозь призму цифровой экономики, позволяет сделать вывод, что эта онлайн-деятельность, эти разновидности культурного и технологического труда позволяют повышать статус. Это — методы и мотивация, навыки и способы создания продукта в процессе взаимодействия с цифровой средой в условиях, когда сложно определить границы между коммерческим и личным, между работой и игрой.

- цифровая экономика • цифровой труд • просьюмер • плейбор
- мотивирующий труд • блогер • влогер • стример • брокеры данных
- цифровые платформы • мультихайфенат

Рассматривая творческий и добровольный характер большинства занятий молодых пользователей в Интернете, следует отметить, что за последнее десятилетие произошло размывание границ между развлечением и работой.

Сферы жизни, которые ранее существовали как независимые, теперь поменяли местоположение, поскольку нынешний онлайн досуг нередко сочетает в себе не только элементы игры и развлечения,

но и работы. В английском языке даже возникли новые термины: playbour —

контаминация слов «игра» (play) и «работа» (labour) и prosumer — от создателя (producer) и потребителя (consumer), для обозначения той деятельности, которой фанаты и игроки занимаются на цифровых платформах. Социологи определяют три **формы капитала**, которые молодёжь может накопить в результате занятий в Интернете — **социальный, культурный и экономический**. В более общем смысле исследователи используют этот подход,

чтобы понять, какие разновидности капитала формируются какими видами онлайн деятельности.

Социальный капитал. При навигации в цифровом пространстве социальный капитал становится ключевым фактором как с точки зрения поддержания существующих связей, так и с точки зрения их расширения. Исследователи выделяют две основные формы социального капитала: мосты и связи. В первом случае социальный капитал состоит из связей между разными группами населения. А во втором — из связей между людьми с общими интересами. Например, сообщество, в котором социальный капитал играет большую роль, — это сообщество игроков на YouTube и Twitch.

Культурный капитал. Культурный капитал относится к культурным знаниям человека, которые позволяют иметь определённый социальный статус. Культурный капитал можно увидеть в том, как молодёжь строит репутацию и создаёт личные «бренды». Культурный капитал играет важную роль в «успехе» молодёжи в Интернете — от создания небольшой аудитории подписчиков до повышения узнаваемости в Интернете. Институциональный культурный капитал включает официальные документы, выданные образовательным учреждением, например школой или университетом. Цифровые значки (бэджи), сертификаты об окончании онлайн-курсов, например, также служат примерами институционального культурного капитала. Лайки, ретвиты, комментарии и репосты становятся культурным достоянием в том смысле, что помогают повысить репутацию. Например, количество «лайков» и просмотров на YouTube говорит о культурном капитале производителя видео.

Экономический капитал. Экономический капитал — самая известная форма капитала. Молодёжь нашла много способов монетизировать деятельность, включая корпоративное партнёрство и доходы от рекламы. Может происходить трансформация социального или культурного капитала в экономический и наоборот. Это называется конверсией. В сфере молодёжной деятельности очевидно, что социальный и культурный капитал можно монетизировать, и что деньги часто помогают развитию социального и культурного капитала.

Социальный и культурный капитал, созданный на одной или нескольких платформах, может быть использован для получения доходов от рекламы, партнёрских отношений или будущих рабочих мест.

Формирующаяся цифровая экономика даёт активному молодому поколению возможность перевернуть сложившуюся динамику распределения сил: хотя молодёжные производители контента имеют ограниченные ресурсы по сравнению с корпоративными продюсерами, у них есть свои преимущества, такие, например, как время, иной творческий подход, иные навыки, а также знание целевой аудитории. В сочетании с прямым доступом на рынок, который предоставляет цифровая экономика, не удивительно, что молодые люди теперь могут считаться серьёзными экономическими субъектами. Для начала рассмотрим разные виды деятельности, которыми молодёжь занимается в цифровой среде, сочетая развлечение и работу¹.

Блогерство. Ярким примером участия молодого поколения в цифровой экономике можно назвать «звёзд» YouTube, TikTok и других платформ. Это — технически, а иногда ещё и бизнес-подкованные молодые люди (или их родители), продвигающие личные бренды, создающие видеоролики о развлечениях и образе жизни, подчёркивая культурную и возрастную специфику. В Сети гуляет много историй о сетевых знаменитостях и их успехах, формируя иллюзию, что добиться известности в качестве блогера-влогера очень легко. Однако это всего лишь маркетинговый ход с целью расширения пользовательской аудитории: недавний рандомизированный выборочный анализ 19 025 каналов YouTube показал, что 3% каналов

¹ M. Tanti. The Labor of Creativity in Images of Networking Children / Television & New Media. 1-14. 2014. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.987.5244&rep=rep1&type=pdf>

собрали в 2017 году более 90% от общего числа просмотров. Это означает, что, несмотря на бытующее мнение, подавляющее большинство видео, размещённых в YouTube, пребывает в неизвестности². Имея тысячи, а иногда и миллионы зрителей и подписчиков, некоторые успешные блогеры-влогеры становятся влиятельными лицами, зарабатывающими немалые деньги, размещая в контенте стороннюю рекламу или сотрудничая с компаниями по созданию видеороликов о конкретных продуктах и услугах. Рассмотрим несколько примеров успешных влогов и блогов.

Влоги. Эван Моана начал с семьёй видеоблог, посвящённый игрушкам, ещё в 2011 году — он всё ещё в нём в возрасте 14 лет. Имея 6,54 миллиона подписчиков, он вряд ли бросит или поменяет занятия в ближайшее время. Детям, которые его смотрят, нравятся игрушки, которыми он играет и которые демонстрирует, а взрослые могут наслаждаться милыми отношениями между ним, его родителями и младшей сестрой Джиллиан. У других членов семьи есть индивидуальные каналы, и у Эвана тоже есть отдельный игровой канал³. Канал Like Nastya Vlog стал самым быстрорастущим русским каналом на YouTube в 2018 году (13,8 млн новых подписчиков за год, всего 31 млн фолловеров) — на нём семья рассказывает о жизни маленькой девочки за рамками профессиональных роликов: игры со звёздными друзьями, путешествия, разговоры с папой, во время которых она выпрашивает у него новые наряды, украшения и косметику⁴.

² D. Hesmondhalgh. User-generated content, free labour and the cultural industries / *Ephemera Journal*. Volume 20. Number x. 2020. May. <http://www.ephemerajournal.org/contribution/user-generated-content-free-labour-and-cultural-industries>

³ S.R. Weiss. Teen Youtubers your kids will love / *She Knows*. 2020. March, 31. <https://www.sheknows.com/parenting/articles/2181461/teenage-youtubers/>

⁴ Карпова Ю. Юные, популярные: сколько дети-блогеры зарабатывают на YouTube / *Стиль*. 2019. 27 августа. <https://style.rbc.ru/life/5d5fd1289a794718cced2bfb>

Стример Брюс Савьер — звезда Live.ly — платформы прямых трансляций (Live Stream), основная аудитория которой — подростки. Live.ly пользователи назвали глотком свежего воздуха по сравнению с материалами, публикуемыми на других социальных платформах. Прямая трансляция вызвала бурный интерес к живому необработанному видео, которое нельзя редактировать, фильтровать или удалять, прежде, чем оно будет отправлено в «мир». Однако эстетика потокового вещания Live.ly превращает человеческое взаимодействие в товар и оказывает существенное влияние на формирование видения жизни подростками. Брюс — подающий надежды мультитайфенат (человек, владеющий несколькими профессиями) — он идентифицирует себя как певец, актёр, модель и скрипач, а недавно заявил о себе и как о личности на Live.ly, проводя почти каждый день в окружении виртуальной толпы анонимных фанатов.

За год, прошедший с присоединения к Live.ly, он накопил более 33 миллионов битов «эмоджи-любви» — трафика — главного показателя успеха на платформе. Он перестал посещать школу и перешёл на домашнее обучение, чтобы приспособиться к требованиям работы в социальных сетях. На Live.ly пользователи платят реальные деньги, покупая монеты Live.ly, которые можно обменять на виртуальные «подарки», которые доставляются любимчикам в момент трансляции в надежде получить от них какое-то признание. Денежные пожертвования очень важны для сообщества Live.ly, и в приложении ранжируются те, кто больше всего тратит, что превращает расходы в соревнование. Те же, кто не может позволить себе покупать монеты, могут смотреть 30-секундную рекламу, чтобы заработать эквивалент 1 цента в валюте Live.ly — обмен, который делает явной экономику внимания, лежащую в основе Интернета. Брюс говорит, что зарабатывает от 100

до 1200 USD за стрим в зависимости от его продолжительности⁵.

Блоги. Письменные блоги по-прежнему посещаемые места производства и потребления для молодёжи как на личных веб-сайтах, так и на платформах социальных сетей, таких, например, как Tumblr. Учитывая эволюцию экосистем социальных сетей, блоги обычно работают в координации с каналами YouTube и Instagram, а также страницами Facebook. Распространённые примеры молодёжных блогов — блоги о моде и стиле, о еде, о путешествиях, где молодые авторы собирают аудитории на основе стилей. Помимо поддержания и расширения связей с читателями они иногда получают доход за счёт сотрудничества с известными модными брендами, которые спонсируют публикации о конкретных продуктах. Молодёжь, увлечённая кулинарией, природой, модой, искусством и (или) дизайном стала активным участником социальных сетей, публикуя изображения и фотографии увлечений в Интернете, собирая аудиторию подписчиков. Мирей, молодая веганка из Чикаго, в 16 лет открыла для себя веганство в Интернете, когда училась в старших классах школы. Она начала публиковать рецепты и фотографии приготовленных ею блюд в созданном для этой цели аккаунте в Instagram, используя камеру нового смартфона (iPhone), который ей купили родители. Сегодня она иногда делает рецепты из продуктов пищевых компаний, которые спонсировали её посты в Instagram. В других случаях она делится кодами скидок — если её подписчики используют код для покупки веганских товаров, она получает комиссию⁶.

Фотография/Искусство/Дизайн/Торговля.

Тринадцатилетняя Алина Морс из США начала свой путь в фуд-индустрии в 10 лет, когда стала вместе с отцом делать леденцы без сахара и продавать их онлайн. Сегодня Zolli pops продаются в тысячах магазинов

⁵ A. Hess. The Teenage Life, Streamed Live and for Profito The New York Times. 2017. June, 6. <https://www.nytimes.com/2017/06/06/arts/lively-the-teenage-life-streamed.html?mcubz=1>

⁶ U. Gasser, S. Cortesy. Digitally Connected: Global Perspectives on Youth and Digital Media / Digital Access to Scholarship at Harvard. 2015. June, 04. <https://dash.harvard.edu/handle/1/16145970>

страны и за рубежом, а объём продаж исчисляется миллионами долларов⁷. Дмитрий Растопчин из Подольска заработал первые деньги, учась в седьмом классе, в возрасте 14 лет: ему было скучно учиться в школе, хотелось заняться «настоящим делом». Он покупал в рознице игрушки российских производителей и продавал за границу на eBay. Покупатели переводили деньги на счёт отчима. Сейчас 16-летний Растопчин покупает товары напрямую у 50 российских производителей, а в штате его компании трудятся четыре подростка. За четыре года предприниматель продал более 100 000 товаров в 10 международных онлайн-магазинах. Выручка — от 500 000 руб. до 1 млн в месяц. Но скоро ему предстоит призыв в армию, и он очень переживает, что созданный им бизнес придётся бросить.

По информации представителя Федеральной налоговой службы (ФНС), на начало 2019 года в России было зарегистрировано 387 несовершеннолетних индивидуальных предпринимателей (ИП), 145 из них — моложе 17 лет. Однако существует мнение, что на самом деле подростков-предпринимателей гораздо больше, просто они в основном обходятся без официальной регистрации. Они очень энергичны, ничего не боятся, решительны, быстро разбираются в новых технологиях и успешно их применяют. И с каждым годом всё больше подростков стремятся в бизнес: они хотят помогать родителям и мечтают стать самостоятельными⁸.

Музыка/Подкастинг. В музыкальном секторе некоторым молодым авторам для оригинальной музыки удалось со-

⁷ N.G. Merida. Alina Morse: the teenager who made a million / Money Week. 2020. January, 20. <https://zolli pops.com/money-week-20-01-2020>

⁸ Свёртина П. Как подростки добиваются успеха в бизнесе / Ведомости. 2019. 31 января. <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/01/31/792965-podrostki-dobivayutsya-uspeha-biznese>

брать на SoundCloud, крупнейшей в мире музыкальной и аудиоплатформе, глобальную аудиторию слушателей, иногда исчисляемую тысячами. Эти молодые люди часто находят возможности для распространения своей музыки, выступлений в общественных местах и краудфандинга для производства альбомов. Музыкальные жанры, такие как SoundCloud hip-hop в США, baile funk в Бразилии и другие, в последние годы получили известность благодаря творческому обмену и общественным отношениям, которые развивает молодёжь в Интернете⁹. Некоторые авторы пишут музыку к компьютерным играм и хотели бы заниматься этим и в будущем. Ник Смог увлекается созданием музыки для видеоигр и работает над созданием онлайн портфолио. Исследователи называют такой вид деятельности «мотивирующим» трудом. Спустя три года, прошедшие с момента его появления на SoundCloud, Ник собрал портфолио из 10 саундтреков к видеоиграм и трёх плейлистов, собрал почти 300 подписчиков, и некоторые из его треков были прослушаны тысячи раз¹⁰.

Программирование и «модификация».

Американская школьница Самайра Мехта научилась программировать в 6 лет, а чтобы увлечь новым хобби друзей, она придумала настольную игру — самоучитель по программированию CoderBunnyz. Сегодня школьница продаёт игру на маркетплейсе Amazon (продано уже более 25 000 наборов игры), она запустила собственный сайт, который учит детей программированию, и даёт мастер-классы в родном городе. Следует, однако, отметить, что отец этой талантливой девочки работает в компании

⁹ M. Zhang, D. Wang, X. Zhang. YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated Live Streaming System / The Ohio State University. http://web.cse.ohiostate.edu/~parthasarathy.2/CSE5245/YouTube%20Live%20and%20Twitch_MengxueZhang_DingkangWang_XianxingZhang.pdf.

¹⁰ E.D. Brooke. (Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work / International Journal of Communication. 2017. Volume 11. <http://ijoc.org>.

Intel¹¹. В 16 лет Дмитрий Шушарин придумал сервис онлайн-оценки недвижимости. Он уговорил маму перевести его на домашнее обучение и стал ходить на конкурсы для стартаперов. Он даже продал велосипед, чтобы съездить на конкурс Фонда развития Интернет инициатив (ФРИИ) в Уфе. Конкурс он выиграл и получил приглашение пройти акселератор ФРИИ в Москве бесплатно. Там он изучал рынок, конкурентов и учился привлекать клиентов. Выручка сервиса была мизерной: риэлторы не хотели пользоваться сервисом и платить комиссию. В 2018 году он выгодно продал свой бизнес и сейчас работает менеджером по развитию бизнеса в одной из компаний¹². Другая молодёжная категория — в большинстве своём, подростки — участвует в цифровой экономике благодаря развитой игровой культуре. Массовые многопользовательские ролевые онлайн-игры (MMORPG) предоставляют не только виртуальный мир, в котором игроки участвуют в различных приключениях, но также виртуальные студии и рынки, где можно создавать новые программные продукты, тестировать и продавать свои собственные игры. Более того, квалифицированные подростки занимаются «моддингом», то есть практикой преобразования существующих коммерческих видеоигр и разработкой дополнительного контента для общественного потребления. Таким образом, «моддеры-модификаторы» могут заработать себе репутацию опытных дизайнеров и в перспективе они, возможно, получают работу в профессиональной игровой индустрии¹³.

¹¹ D. Sharma. Meet Samaira Mehta, the Real Life Powerpuff Girl & Coding Genius / The Quint. 2018. October, 25. <https://www.thequint.com/neon/social-buzz/samaira-mehta-indian-coding-genius-youngest-ceo>

¹² Свёртина П. Как подростки добиваются успеха в бизнесе / Ведомости. 2019. 31 января. <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/01/31/792965-podrostki-dobivayutsya-uspeha-biznese>

¹³ New forms of work in the digital economy / Directorate for Science, Technology and Innovation. 2016. June, 13. [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IIS\(2015\)13/FINAL&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IIS(2015)13/FINAL&docLanguage=En)

Многие правительственные, образовательные структуры, коммерческие и некоммерческие организации в разных странах всё активнее проявляют интерес к предпринимательской и потребительской активности молодёжи онлайн, к их собственным брендам и образу жизни. Со стороны правительств организуются новые мероприятия, имеющие отношение к цифровой экономической жизни и предоставляющие молодёжи возможность обучения в рамках «цифрового гражданства»¹⁴. Например, правительства Австралии и Чили, а также штата Вашингтон (США) разработали ряд образовательных инициатив по «цифровому гражданству», направленных на формирование и развитие у молодых предпринимателей умения грамотно и безопасно создавать и распространять контент с использованием цифровых инструментов и сетей¹⁵. Подобные образовательные инициативы появляются и в цифровом пространстве. Например, платформа LRNG, стремящаяся реорганизовать образование в соответствии с потребностями XXI века, разработала цикл образовательных программ для обучения молодёжи экономическим возможностям. Что касается обучения молодёжи основам бизнеса, следует признать, что в России действует значительное число бизнес-школ, ориентированных на разные возрастные категории¹⁶. В регионах в рамках государственной программы «Ты — предприниматель» организуются обучающие программы для школьников и студентов, например целый комплекс мероприятий подготовлен в Нижегородской области¹⁷. Школа молодого предпринимателя (ШМП) — программа дополнительного довузовского образования экономического факультета МГУ для подготовки слушателей к поступлению на экономический факультет либо другие факультеты

¹⁴ Богданова Д.А. Обучение навыкам для цифровой эры: современный ландшафт // Электронный научно-методический журнал «Педагогика информатики». — 2020. — № 2. — https://pcs.bsu.by/2020_2/1ru.pdf

¹⁵ Enlaces. (2017, September 8). Red de ciudadana digital realiza primera reunión de trabajo / Internet Segura y Ciudadana Digital. 2017. Septiembre, 08. <http://www.internetsegura.cl/red-de-ciudadana-digital-realiza-primera-reunion-de-trabajo/>

¹⁶ Передок М. Бизнес-школы для детей / Rusbase. 2020. 14 июля. <https://rb.ru/young/business-school-for-kids/>

¹⁷ Портал поддержки предпринимательства Новгородской области. <https://businessnov.ru/support/nachinayushchie-predprinimateli/programma-ty-predprinimatel/>

МГУ и других университетов со сходной программой вступительных испытаний¹⁸. В рамках этой школы действует программа KinderMBA. Команда методистов KinderMBA разрабатывает новые программы и улучшает существующие программы для того, чтобы учащиеся осваивали актуальный контент с учётом особенностей возраста. Интересно публикация в журнале Forbes¹⁹ о том, как обучение детей предпринимательской деятельности превратилось в успешный бизнес. Однако обучающие программы не рассматривают особенности цифровой экономической деятельности.

Следует отметить, что большинство используемых платформ и сервисов являются коммерческими площадками, ориентированными на извлечение доходов. Как показывают исследования, категория молодых пользователей, о которых в данном случае идёт речь, как правило, более ответственно относится к защите конфиденциальности по сравнению с другими — сверстниками, родителями или учителями. Тем не менее, перемещаясь по онлайн-средам, они оставляют большое количество цифровых следов — огромные объёмы данных о себе (и во многих случаях о своих друзьях и связях)²⁰. Большинство самых популярных платформ принадлежат одним и тем же материнским компаниям, занимающимся экстенсивным сбором и обменом данных и сотрудничающих с брокерами данных и большими рекламными сетями. В результате молодые люди, если даже они не хотят делиться

¹⁸ Школа молодого предпринимателя МГУ. <https://shmpmgu.ru/about>

¹⁹ Гладышева Е. Воспитать миллиардера: как обучать детей бизнесу / Forbes. 2015. 09 апреля. <https://www.forbes.ru/svoi-biznes-photogallery/istorii-uspekha/281669-vospitat-milliardera-kak-obuchit-detei-biznesu>

²⁰ Богданова Д.А. Социализация личности во всемирной паутине // Народное образование. — 2018. — № 1–2. — С. 185–192.

данными с этими платформами, не имеют альтернативных вариантов. Решение не делиться в большинстве случаев означало бы вообще отказаться от использования цифровых платформ и сервисов, но такой подход нельзя считать жизнеспособным, учитывая ту важную роль, которую они играют в жизни молодых людей. «Работа с данными» — источник рекордных прибылей самых дорогих компаний в мире, а деятельность молодых людей — как источников данных — поддерживает цифровую экономику. Молодые люди растут погруженными в экосистему цифровой платформы, где они участвуют в различных платных и неоплачиваемых экономических транзакциях, потребляя и производя контент, одновременно подвергаясь воздействию интенсивного потока рекламы²¹. Иными словами, онлайн-платформы имеют парадоксальные и противоречивые отношения с молодёжью, которые формируются логикой бизнес-модели, основанной на данных.

Участие молодёжи в Интернете способствовало созданию новой цифровой среды, более разнообразной с точки зрения мнений, взглядов и информации. Разнообразие, в свою очередь, позволяет людям получать доступ к более широкому кругу точек зрения и даёт возможность пользователям разных возрастов общаться на основе многообразия идей и творческих подходов. С культурной точки зрения это также стимулирует участие в общественных обсуждениях и решении вопросов. Разнообразие произведений искусства и литературы, различные образы жизни, а также разные языки, системы ценностей, традиции и верования в определённом смысле делают жизнь более интересной. Ещё одно важное последствие зарождающейся мо-

лодёжной цифровой экономики — это то значительное влияние, которое она уже оказала на молодёжь и её способность быть более предприимчивой и активной. Творческие идеи, соответствующие навыки и некоторый социальный, культурный и финансовый капитал во многих случаях могут заложить основу для более значительных предпринимательских усилий. Онлайн-платформы и сообщества стали тем пространством, где молодёжь, особенно обладающая навыками цифровой грамотности и доступом к технологиям, может участвовать в создании информации, приобретая навыки культуры сотрудничества, устанавливая новые и развивая существующие связи²².

Таким образом, с одной стороны, цифровая экосистема даёт молодёжи больше возможностей, предоставляя инструменты и пространства для реализации деятельности в качестве активных и творческих потребителей и производителей. В то же время корпоративные платформы превращают собранные данные, внимание, культуру, труд и творчество в товар для получения прибыли. Однако, рассматривая молодёжь как «уязвимых и невинных», нуждающихся в защите от рисков Интернета, следует принять во внимание те возможности, которые они создают для себя. Их работа делается и для удовольствия, и способствует развитию профессиональных навыков и навыков общения. Это своего рода их инвестиции в собственное будущее. Кроме того, для многих молодых людей эти занятия являются творческой отдушиной и способом найти новых друзей со схожими интересами. **НО**

²¹ U. Gasser, S. Cortesy. Digitally Connected: Global Perspectives on Youth and Digital Media / Digital Access to Scholarship at Harvard. 2015. June, 04. <https://dash.harvard.edu/handle/1/16145970>

²² S.C. Kingsley, Dr. M.L. Gray. Matrix algebra: how to be human in a digital economy / Mary L. Gray blog. 2014. March, 31. <https://marylgray.org/2014/03/matrix-algebra-how-to-be-human-in-a-digital-economy/>

About Young Entrepreneurs On The Internet

Diana A. Bogdanova, candidate of pedagogical Sciences, PhD, senior researcher, Institute of computer science problems of the Russian Academy of Sciences (IPI RAS), Moscow, e-mail: d.a.bogdanova@mail.ru.

Abstract: *Youth surrounded by digital technologies — their natural habitat. Taking action in the digital environment. Interaction with technology through the prism of the digital economy. Attempts by the government, the pedagogical community, researchers, representatives of business structures in different countries to determine what knowledge and skills young people acquire in an effort to declare themselves in the digital environment, which needs additional training. What knowledge and skills besides commercial knowledge and skills are desirable for competent behavior in the digital world?*

Keywords: *digital economy, digital labour, prosumer, playbour, aspirational labour, blogger, vlogger, streamer, data brokers, digital platforms, multi-hyphenate.*

Spisok ispol'zovannykh istochnikov

1. *M. Tanti*. The Labor of Creativity in Images of Networking Children / Television & New Media. 1-14. 2014. <http://cite-seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.987.5244&rep=rep1&type=pdf>
2. *D. Hesmondhalgh*. User-generated content, free labour and the cultural industries / Ephemera Journal. Volume 20. Number x. 2020. May. <http://www.ephemerajournal.org/contribution/user-generated-content-free-labour-and-cultural-industries>
3. *S.R. Weiss*. Teen Youtubers your kids will love / She Knows. 2020. March, 31. <https://www.sheknows.com/parenting/articles/2181461/teenage-youtubers/>
4. *Yu. Karpova*. Yunyye, populyarnyye: skol'ko deti-blogery zarabatyvayut na YouTube / Stil'. 2019. 27 avgusta. <https://style.rbc.ru/life/5d5fd1289a794718cccd2bff>
5. *A. Hess*. The Teenage Life, Streamed Live and for Profito The New York Times. 2017. June, 6. <https://www.nytimes.com/2017/06/06/arts/lively-the-teenage-life-streamed.html?mcubz=1>
6. *U. Gasser, S. Cortesy*. Digitally Connected: Global Perspectives on Youth and Digital Media / Digital Access to Scholarship at Harvard. 2015. June, 04. <https://dash.harvard.edu/handle/1/16145970>
7. *N.G. Merida*. Alina Morse: the teenager who made a million / Money Week. 2020. January, 20. <https://zollipops.com/money-week-20-01-2020>
8. *Svortina P.* Kak podrostki dobivayutsya uspekha v biznese Vedomosti. 2019. 31 yanvarya. <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/01/31/792965-podrostki-dobivayutsya-uspeha-biznese>
9. *M. Zhang, D. Wang, X. Zhang*. YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated Live Streaming System / The Ohio State University. http://web.cse.ohiostate.edu/~parthasarathy.2/CSE5245/YouTube%20Live%20and%20TwitchMengxueZhang_DingkangWang_XianxingZhang.pdf
10. *E.D. Brooke*. (Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work / International Journal of Communication. 2017. Volume 11. <http://ijoc.org>
11. *D. Sharma*. Meet Samaira Mehta, the Real Life Powerpuff Girl & Coding Genius / The Quint. 2018. October, 25. <https://www.thequint.com/neon/social-buzz/samaira-mehta-indian-coding-genius-youngest-ceo>
12. New forms of work in the digital economy / Directorate for Science, Technology and Innovation. 2016. June, 13. [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IIS\(2015\)13/FINAL&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IIS(2015)13/FINAL&docLanguage=En)
13. *Bogdanova D.A.* Obucheniye navykam dlya tsifrovogo ery: sovmennyy landshaft // Elektronnyy nauchno-metodicheskiy zhurnal «Pedagogika informatiki». — 2020. — №2. — https://pcs.bsu.by/2020_2/1ru.pdf
14. Enlaces. (2017, September 8). Red de ciudadana digital realiza primera reuniyon de trabajo / Internet Segura y Ciudadana Digital. 2017. Septiembre, 08. <http://www.internetsegura.cl/red-de-ciudadania-digital-realiza-primera-reunion-de-trabajo/>
15. *Peredok M.* Biznes-shkoly dlya detey Rusbase. 2020. 14 iyulya. <https://rb.ru/young/business-school-for-kids/>
16. Portal podderzhki predprinimatel'stva Novgorodskoy oblasti. <https://businessnov.ru/support/nachinayushchie-predprinimateli/programma-ty-predprinimatel/>
17. Shkola molodogo predprinimatelya MGU. <https://shmpmgu.ru/about>
18. *Gladysheva Ye.* Vospitat' milliardera: kak obuchat' detey biznesu Forbes. 2015. 09 aprelya. <https://www.forbes.ru/svoibiznes-photogallery/istorii-uspekha/281669-vospitat-milliardera-kak-obuchit-detei-biznesu>
19. *Bogdanova D.A.* Sotsializatsiya lichnosti vo vse mirnoy pautine // Narodnoye obrazovaniye. — 2018. — № 1–2. — S. 185–192.
20. *S.C. Kingsley, Dr. M.L. Gray*. Matrix algebra: how to be human in a digital economy / Mary L. Gray blog. 2014. March, 31. <https://marylgray.org/2014/03/matrix-algebra-how-to-be-human-in-a-digital-economy/>