

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. Астафьева  
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Факультет: исторический

Выпускающая кафедра: философии, экономики и права

Соколов Ярослав Александрович

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
РАЗРАБОТКА ВНЕУРОЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ  
ИГРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ 10 КЛАССОВ В  
ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки: 44.03.01 Педагогическое  
образование Направленность (профиль) образовательной  
программы: Экономическое образование

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

и.о. зав. кафедрой философии, экономики и права:  
к.ф.н., доцент Лисина Лариса Георгиевна

\_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Научный руководитель:  
ст. п. Малахова Екатерина Валерьевна

\_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Научный руководитель:  
к.ф.н., доцент Лисина Лариса Георгиевна

\_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Обучающийся: Соколов Ярослав Александрович

\_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Дата защиты \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(прописью)

Красноярск 2026

## Содержание

Введение.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ ИГРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ.....	8
1.1. Игровая зависимость как педагогическая проблема: критерии и особенности проявления в 10 классах .....	8
1.2. Нормативно-правовое обеспечение профилактической работы ....	20
1.3. Анализ статистических данных .....	25
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ВНЕУРОЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ИГРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ 10 КЛАССОВ .....	35
2.1. Организация и результаты анкетирования обучающихся 10 классов .....	35
2.2. Интерпретация результатов исследования .....	42
2.3. Сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» и методические рекомендации по его реализации .....	55
Заключение.....	68
Библиографический список.....	72
Приложения .....	78

## Введение

Актуальность исследования. Цифровая трансформация досуга несовершеннолетних сопровождается ростом рисков формирования игровой зависимости. Всемирная организация здравоохранения включила игровое расстройство в Международную классификацию болезней (МКБ-11).<sup>1</sup> Наиболее уязвимой возрастной группой выступают обучающиеся 15–17 лет в силу незавершенного формирования механизмов саморегуляции и высокой доступности цифрового контента.

Современная ситуация характеризуется появлением новых факторов риска. Разработчики видеоигр внедряют FOMO-механики (fear of missing out), включая ежедневные бонусы, временные событийные награды и системы лутбоксов. Указанные механики стимулируют ежедневный вход в игру и совершение микротранзакций. Параллельно букмекерские конторы размещают агрессивную рекламу в медиапространстве, доступном несовершеннолетним. Букмекеры выступают спонсорами популярных YouTube-проектов, киберспортивных турниров и подкастов. Формируется последовательная цепочка поведения. Участие в игре с FOMO-механизмами ведёт к регулярным микротранзакциям. Регулярные микротранзакции повышают интерес к рекламе букмекеров. Указанный интерес в свою очередь способствует совершению первых онлайн-ставок.<sup>2</sup>

Согласно открытым статистическим данным Министерства внутренних дел Российской Федерации за 2024 год, количество несовершеннолетних, вовлеченных в онлайн-ставки и игровые механики с денежными вложениями, выросло на 27% по сравнению с 2022 годом. В 2025 году доля подростков 15–17 лет, регулярно совершающих внутриигровые покупки, достигла 44% по данным опросов Центра цифровой социализации Российской академии образования.<sup>3</sup>

Мною проведено эмпирическое исследование на базе муниципального автономного общеобразовательного учреждения «Средняя школа № 157» города Красноярска. В анкетировании приняли участие 72 обучающихся 10

классов. Результаты опроса показали: 74% респондентов ежедневно видят рекламу внутриигровых покупок и систем лутбоксов; 46% совершали микротранзакции за последние три месяца; 61% не могут перечислить три признака игровой зависимости; 38% пропускали учебные занятия из-за нахождения в онлайн-играх. Отдельно анализировался опыт взаимодействия с рекламой букмекерских контор: 67% опрошенных встречали такую рекламу в социальных сетях и видеохостингах, 33% указали, что узнали о букмекерах от популярных блогеров.

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (пункт 11.6) относит формирование безопасного поведения в цифровой среде к личностным результатам освоения основной образовательной программы.<sup>4</sup> Программа воспитания школы включает модуль профилактики зависимого поведения.<sup>5</sup> Анализ существующих внеурочных мероприятий показал отсутствие разработок, учитывающих FOMO-механики современных игр, влияние рекламы букмекерских контор через медиа и переход от микротранзакций к денежным ставкам.

Выявлено противоречие между высокой вовлеченностью обучающихся 10 классов в игровые практики с FOMO-элементами и рекламой букмекеров, с одной стороны, и недостатком педагогических инструментов профилактики в рамках внеурочной деятельности, с другой стороны.

Проблема исследования заключается в отсутствии валидного сценария внеурочного мероприятия для обучающихся 10 классов, направленного на профилактику игровой зависимости в цифровой среде с учетом современных факторов риска.

Объект исследования – профилактика игровой зависимости у обучающихся 10 классов.

Предмет исследования – содержание и методическое обеспечение внеурочного мероприятия по профилактике игровой зависимости для обучающихся 10 классов.

Цель исследования – разработать сценарий внеурочного мероприятия и методические рекомендации по его проведению для обучающихся 10 классов.

Задачи исследования:

1. Проанализировать психолого-педагогическую литературу по проблеме игровой зависимости у старшеклассников.
2. Изучить нормативно-правовые основы профилактической работы в соответствии с ФГОС среднего общего образования.
3. Систематизировать открытые статистические данные о распространенности игровой зависимости и вовлеченности несовершеннолетних 15–17 лет в цифровые игровые практики с элементами FOMO и микротранзакциями.
4. Провести анкетирование обучающихся 10 классов для выявления уровня вовлеченности в цифровые игровые практики и опыт взаимодействия с рекламой букмекерских контор.
5. Разработать сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор».
6. Подготовить методические рекомендации для педагогов по реализации мероприятия.

Гипотеза исследования – разработанное внеурочное мероприятие будет эффективным для профилактики игровой зависимости у обучающихся 10 классов при соблюдении следующих условий: учет возрастных особенностей старшеклассников; использование актуальных данных локального анкетирования; анализ FOMO-механик и рекламы букмекеров в интерактивной форме.

Методологическая основа исследования: деятельностный подход (Л.С.Выготский, А.Н.Леонтьев), теория аддиктивного поведения (Ц.П.Короленко, В.Д.Менделевич), положения ФГОС среднего общего образования о формировании безопасного поведения в цифровой среде, исследования цифровой социализации (Г.У. Солдатова, Е.И. Рассказова).<sup>6</sup>

Методы исследования: теоретический анализ (научной литературы, нормативно-правовых документов), анкетирование, количественный и качественный анализ эмпирических данных, педагогическое проектирование.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении понятия игровой зависимости применительно к обучающимся 10 классов с учетом современных факторов риска

Практическая значимость исследования: разработанный сценарий внеурочного мероприятия и методические рекомендации могут использоваться классными руководителями 10 классов, социальными педагогами и педагогами-психологами общеобразовательных организаций в рамках профилактической работы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

Уточнено понятие игровой зависимости применительно к обучающимся 10 классов с учетом современных факторов цифровой среды, включая FOMO-механики (ежедневные бонусы, временные события, системы лутбоксов), агрессивную рекламу букмекерских контор в медиапространстве и переход от внутриигровых микротранзакций к онлайн-ставкам.

Выявлены и систематизированы эмпирические данные об уровне вовлеченности обучающихся 10 классов в игровые практики с элементами FOMO и частоте встречи с рекламой букмекерских контор на основе авторского анкетирования.

Обоснована необходимость учета в профилактической работе с 10-классниками взаимосвязи между игровыми механиками, стимулирующими микротранзакции, и маркетинговыми стратегиями букмекерских контор, интегрированными в популярные медиапроекты.

Разработан сценарий внеурочного мероприятия для 10 классов, включающий интерактивный разбор FOMO-механик, анализ рекламных манипуляций букмекеров и формирование навыков критического отношения к игровым и рекламным предложениям в цифровой среде

---

Примечания:

<sup>1</sup> World Health Organization. International Classification of Diseases 11th Revision (ICD-11). Geneva: WHO, 2018. URL: <https://icd.who.int/>

<sup>2</sup> Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2024 года: статистический сборник. М., 2025. – С. 45.

<sup>3</sup> Российская академия образования. Цифровая социализация подростков в условиях информационной перегрузки: отчет о научно-исследовательской работе. М., 2025. – С. 34.

<sup>4</sup> Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

<sup>5</sup> Примерная рабочая программа воспитания для общеобразовательных организаций: одобрена решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 23 июня 2022 года № 3/22). М., 2022. – С. 22.

<sup>6</sup> Солдатова, Г.У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 71.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ ИГРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ

## 1.1. Игровая зависимость как педагогическая проблема: критерии и особенности проявления в 10 классах

В настоящем исследовании под игровой зависимостью понимается устойчивая форма поведения обучающегося, при которой цифровая игра занимает доминирующее положение в структуре его деятельности в ущерб учебным обязанностям, социальным контактам и физическому благополучию.<sup>1</sup> Игровая зависимость отличается от простого увлечения видеоиграми наличием трёх признаков: утрата контроля над продолжительностью игры, предпочтение игры выполнению учебных заданий и других обязательств, а также продолжение игровой практики несмотря на наступающие негативные последствия: снижение успеваемости, конфликты с педагогами и родителями, ухудшение самочувствия.<sup>2</sup>

Для целей диплома не используются клинические термины из Международной классификации болезней.<sup>3</sup> Игровая зависимость рассматривается как педагогический феномен, поддающийся профилактике и коррекции средствами внеурочной деятельности.

В современной науке сложилось несколько теоретических подходов к пониманию природы игровой зависимости. Их анализ позволяет не только глубже объяснить полученные эмпирические данные, но и избежать упрощённого понимания проблемы как сугубо технического феномена, связанного только с наличием цифровых устройств или игровых механик.

Деятельностный подход (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев) рассматривает игру как особую форму деятельности, которая в определённых условиях может вытеснять учебную, социальную и трудовую активность. Согласно этому подходу, игровая зависимость формируется тогда, когда виртуальная деятельность начинает полнее удовлетворять базовые потребности человека — в достижении, признании, автономии, общении, — чем реальная. В

контексте нашего исследования деятельностный подход объясняет, почему 44% опрошенных десятиклассников ставят игру выше подготовки к урокам, а 51% теряют контроль над временем: игровая деятельность становится для них ведущей, вытесняя учебную. При этом внешние стимулы (FOMO-механики, рекламные интеграции) выступают в роли «искусственных подкреплений», усиливающих сдвиг мотивации.

Теория аддиктивного поведения (Ц.П. Короленко, В.Д. Менделевич) описывает зависимость как процесс, проходящий определённые стадии: от психологической привязанности до физиологической и социальной дезадаптации. Этот подход даёт педагогу практический инструмент диагностики: выделенные нами три критерия (потеря контроля, приоритет игры, пропуски уроков) соответствуют ранним стадиям формирования аддикции. Однако классическая теория аддикции не учитывает специфику цифровых манипулятивных механик, таких как переменное подкрепление в лутбоксах или искусственная срочность FOMO-событий, что требует её дополнения с учётом современных реалий.

Когнитивно-поведенческий подход (широко представленный в зарубежных исследованиях, в частности в работах King, Delfabbro, Griffiths) акцентирует роль искажённых когнитивных установок («я обязательно получу редкий предмет», «ставки — это лёгкий заработок», «если не зайти сегодня, я потеряю прогресс») и механизмов подкрепления. Лутбоксы с их случайным результатом как раз реализуют режим «переменного подкрепления», который психологически наиболее сильно закрепляет зависимое поведение. В нашем исследовании этот подход объясняет, почему 38% опрошенных продолжают покупать лутбоксы, а 42% из них регистрируются на сайтах букмекеров — формируется когнитивная установка «в следующий раз повезёт больше».

Исследования цифровой социализации (Г.У. Солдатова, Е.И. Рассказова, А.Е. Войскунский) показывают, что подростки 15–17 лет находятся в особой зоне риска: их критическое мышление ещё не полностью сформировано, а доступ к цифровой среде — практически неограничен. Именно поэтому

FOMO-механики и агрессивная реклама букмекеров оказывают на них столь сильное воздействие.<sup>4</sup> Солдатова и Рассказова также отмечают, что цифровая среда создаёт иллюзию контроля и безопасности, что снижает естественную осторожность подростков при совершении микротранзакций или переходе по рекламным ссылкам.

Таким образом, игровая зависимость у старшеклассников — это многофакторный феномен, в котором переплетаются деятельностные, аддиктивные, когнитивные и средовые (цифровая социализация) механизмы. В нашей работе мы сознательно фокусируемся на тех факторах, которые связаны с цифровой средой (FOMO, лутбоксы, реклама букмекеров), поскольку именно они наименее изучены в педагогической литературе и наиболее актуальны для современной школы. При этом мы не отрицаем значимости семейных, психологических и образовательных причин, которые рассматриваются в следующем разделе.

В педагогической практике при работе со старшеклассниками используются три адаптированных критерия, позволяющих идентифицировать игровую зависимость без медицинской диагностики. Каждый критерий имеет конкретные поведенческие маркеры, доступные наблюдению классного руководителя и родителей. Адаптированные критерии с примерами проявлений представлены в таблице 1 (Приложение А)

Первый критерий – потеря контроля над временем игры. Обучающийся не способен прекратить игру в заранее установленный им же или взрослыми временной промежуток. После договорённости поиграть 30 минут старшеклассник продолжает игру два и более часа без объективных причин. Попытки родителей или учителя ограничить игровую сессию вызывают раздражение, тревогу или агрессивную реакцию. Потеря контроля фиксируется также в ситуациях, когда подросток начинает игру «на пять минут» перед выполнением домашнего задания, но в итоге тратит на неё всё отведённое для учёбы время. По данным анкетирования (см. параграф 2.1)

51% респондентов указали, что хотя бы раз за последнюю неделю превысили запланированное время игры более чем в два раза.<sup>5</sup>

Второй критерий – приоритет игры над учёбой. Игровая деятельность систематически ставится выше подготовки к урокам, участия в дополнительных образовательных занятиях и выполнения школьных проектов. Признаки: невыполнение или формальное выполнение домашних заданий; отказ от посещения факультативов и курсов подготовки к государственной итоговой аттестации; снижение текущей успеваемости по двум и более предметам без объективных причин; выбор игры вместо подготовки к контрольной работе накануне её проведения. Результаты анкетирования показали: 44% обучающихся 10 классов выбирали игру вместо выполнения домашнего задания не менее трёх раз за месяц.

Третий критерий – пропуски учебных занятий. Обучающийся пропускает уроки без уважительной причины для того, чтобы провести время в игре. Пропуски становятся систематическими (не менее 2-3 раз в месяц). Типичные формы: имитация болезни (жалобы на головную боль, усталость, недомогание); уход с последнего урока под видом посещения врача; утренние опоздания с последующим недопуском на первый урок, который используется для игры; в редких случаях – прямой прогул. По данным опроса, 38% старшеклассников пропускали учебные занятия из-за нахождения в онлайн-играх за последние три месяца.

Выделенные три критерия (потеря контроля, приоритет игры над учёбой, пропуски уроков) являются наиболее релевантными для педагогической диагностики в 10 классах. Они не требуют специального психологического инструментария, фиксируются в ходе ежедневного взаимодействия с обучающимся. Наличие одного критерия может свидетельствовать о временных трудностях или возрастных особенностях. Наличие двух или трёх критериев одновременно является основанием для включения обучающегося в группу риска и проведения внеурочного профилактического мероприятия в масштабе класса.<sup>6</sup> По данным авторского

анкетирования, доля обучающихся, демонстрирующих одновременно два и более критерия, достигла 29%, что подтверждает необходимость разработки профилактического мероприятия, адресованного не отдельным зависимым школьникам, а всему классу.

Пояснение терминов, используемых в параграфе.

FOMO (fear of missing out) – страх упустить возможность. В видеоиграх реализуется через ежедневные бонусы, которые сгорают без входа в игру, и временные события, награды за которые доступны только ограниченный период. FOMO-механики заставляют обучающегося запускать игру даже тогда, когда он не испытывает удовольствия от процесса, а подчиняется тревоге потерять прогресс или статус.<sup>7</sup>

Лутбоксы (loot boxes) – внутриигровые контейнеры со случайным содержимым. Игрок платит реальные деньги, совершая микротранзакцию, но не знает, какой предмет получит. Лутбоксы имитируют азартную механику: случайный результат, эффект «почти выигрыша», яркие визуальные и звуковые стимулы. Как сообщили в управлении по организации борьбы с противоправным использованием информационно-коммуникационных технологий МВД РФ, механика лутбоксов повторяет принципы азартных игр и может стать «входной точкой» в более рискованные формы поведения.<sup>8</sup>

Микротранзакции – небольшие денежные платежи внутри игры (от 50 до 2000 рублей). Могут быть направлены на покупку виртуальной валюты, скинов (внешний вид персонажа или оружия), лутбоксов, пропусков уровней.

FOMO-механики в играх (ежедневные бонусы, временные события, лутбоксы) как триггер зависимости

Современная игровая индустрия активно использует психологические механизмы удержания внимания игроков.<sup>9</sup> Центр цифровой экспертизы Роскачества провёл масштабное исследование десяти популярных мобильных игр, в рамках которого специалисты выявили три уровня манипулятивных практик. Первый уровень – лёгкое вовлечение: ежедневные награды, бонусы за вход, временные события. Второй уровень – формирование привычки и

давление: таймеры, страх упустить выгоду (FOMO), искусственная социализация. Третий уровень – агрессивная монетизация: лутбоксы, непрозрачные валюты, дефицит ресурсов.

Наибольшее количество подобных манипулятивных приёмов обнаруживается в играх, которые входят в топ по уровню вовлечённости аудитории и ежедневной удерживаемости пользователей. Согласно данным исследования Центра цифровой экспертизы Роскачества, рассмотренные популярные многопользовательские проекты содержат от 18 до 22 из 28 возможных механик вовлечения, включая ежедневные бонусы, временные события, лутбоксы и FOMO-элементы.

FOMO-механики действуют через создание искусственной срочности. Ограниченные по времени предложения и ежедневные бонусы формируют у игрока страх упустить возможность, что стимулирует ежедневный вход в игру даже при отсутствии внутреннего желания играть. Как отмечают эксперты Роскачества, такие механики эксплуатируют психологические уязвимости игроков: ускоренные покупки в один клик, ограниченные по времени предложения, использование FIMO и «иллюзии контроля» – всё это снижает способность пользователя критически оценивать свои расходы.

Не менее опасной является механика лутбоксов. Руководитель Центра цифровой экспертизы Роскачества С. Кузьменко поясняет: лутбоксы подталкивают игроков к неосознанным платежам. Игрок сначала покупает со скидкой, дальше формируется механизм привычки, потому что купить условно за 20 рублей кажется недорогим, а дальше 40, 60, 200. Игрок приходит постепенно к большим тратам. МВД РФ предупреждает, что чем больше пользователь тратит на такие случайные награды, тем выше риск формирования поведения, схожего с зависимостью от азартных игр.

FOMO-механики действуют через создание искусственной срочности. Ограниченные по времени предложения и ежедневные бонусы формируют у игрока страх упустить возможность, что стимулирует ежедневный вход в игру даже при отсутствии внутреннего желания играть. Пример FOMO-механики в

мобильной игре Brawl Stars представлен в приложении Б (рисунок 1). На данном изображении запечатлён экран «Ежедневная серия», на котором отображён прогресс получения наград за последовательное захождение в игру («День №63»), а в левом верхнем углу расположен таймер обратного отсчёта (6 часов 19 минут), после которого награда обнулится. Указанная механика формирует привычку ежедневного входа и создаёт психологическую основу для восприятия последующих рекламных предложений.

Игровая зависимость, как и любая форма аддиктивного поведения, не может быть объяснена действием какого-либо одного фактора. В современной научной литературе выделяется несколько групп причин, которые в совокупности создают предрасположенность к формированию зависимого поведения. Анализ этих факторов необходим для понимания того, почему одни подростки, сталкиваясь с FOMO-механизмами и рекламой букмекеров, не попадают в зависимость, а другие оказываются уязвимыми. В настоящем параграфе мы кратко охарактеризуем семейные, психологические, социальные и образовательные факторы, чтобы показать многообразие причин игровой зависимости и избежать её упрощённого объяснения исключительно цифровыми манипуляциями.

Семейные факторы. Семья является первичным институтом социализации, и характер детско-родительских отношений существенно влияет на формирование аддиктивного поведения. К числу семейных факторов риска исследователи относят: недостаточный контроль со стороны родителей за временем, проводимым ребёнком за цифровыми устройствами; конфликтные отношения в семье, включая разводы и эмоциональное отвержение; гиперопеку, при которой подросток не учится самостоятельности и ответственности, и, наоборот, безнадзорность, когда ребёнок предоставлен сам себе; низкий уровень цифровой грамотности родителей, которые не способны объяснить риски, связанные с микротранзакциями и рекламой букмекеров; а также непоследовательность в установлении правил использования гаджетов (сегодня запрещают, завтра разрешают). В ряде

исследований отмечается, что подростки из семей с низким уровнем родительского контроля и эмоциональной близости чаще используют цифровые игры как способ ухода от реальности и компенсации неудовлетворённых потребностей в признании и общении.

**Психологические факторы.** Индивидуально-психологические особенности личности также играют значительную роль. К психологическим факторам риска относятся: повышенная тревожность, которая делает подростка более чувствительным к стрессу и, соответственно, более склонным к поиску отвлекающих (в том числе игровых) активностей; низкая самооценка и неуверенность в себе, которые компенсируются виртуальными достижениями (повышение уровня персонажа, получение редкого скина, победа в соревновательном режиме); трудности в коммуникации со сверстниками, приводящие к замене реального общения на виртуальное; склонность к эскапизму — уходу от проблем реальной жизни в цифровую среду, где ситуация кажется более контролируемой; а также несформированность навыков саморегуляции и произвольного внимания, что проявляется в неспособности остановиться во время игры (этот фактор мы уже зафиксировали в нашем анкетировании: 51% респондентов теряют контроль). Кроме того, отдельные авторы выделяют такую личностную черту, как поиск острых ощущений (*sensation seeking*), которая коррелирует с интересом к лутбоксам (непредсказуемый результат) и к азартным играм в целом.

**Социальные факторы.** Подростковый возраст характеризуется высокой значимостью референтной группы, и игровая субкультура оказывает на старшеклассников мощное давление. Социальные факторы риска включают: распространённость киберспорта как социально одобряемого занятия — успешные киберспортсмены становятся кумирами, что нормализует многочасовое пребывание в игре; давление сверстников, когда участие в популярной игре (например, *Brawl Stars*, *Dota 2*, *Counter-Strike 2*) становится условием принадлежности к группе и повышения социального статуса; существование игровых сообществ и форумов, где культивируются ценности

достижения, коллекционирования редких предметов и, косвенно, микротранзакций; а также распространённость стриминговых платформ (Twitch, YouTube Gaming), где зрители наблюдают за игрой популярных стримеров и воспринимают их образ жизни (включая рекламу букмекеров) как нормативный.

**Образовательные факторы.** Школьная среда также может как снижать, так и повышать риски игровой зависимости. К образовательным факторам риска относятся: низкая академическая успеваемость, которая снижает самооценку и мотивацию к учёбе, что, в свою очередь, делает игру более привлекательной альтернативой; отсутствие мотивации к учёбе и скука на уроках, когда обучающийся не видит смысла в школьных занятиях и заполняет свободное время игрой; неэффективные педагогические стратегии, включая отсутствие индивидуального подхода, игнорирование интересов обучающихся и неспособность сделать уроки увлекательными; а также недостаточная профилактическая работа в школе — отсутствие специализированных мероприятий, посвящённых рискам игровой зависимости, микротранзакций и рекламы букмекеров. По данным исследованных нами источников, только 18% школ имеют утверждённые программы профилактики игровой зависимости в цифровой среде, что подтверждает актуальность нашей работы.

**Взаимодействие факторов.** Важно подчеркнуть, что перечисленные факторы действуют не изолированно, а в комплексе. Например, подросток из семьи с низким контролем (семейный фактор), имеющий трудности в общении со сверстниками (психологический фактор), сталкиваясь с давлением игровой субкультуры (социальный фактор) и отсутствием интереса к учёбе (образовательный фактор), будет значительно более уязвим к FOMO-механикам и агрессивной рекламе букмекеров, чем его сверстник из благополучной семьи с высокой учебной мотивацией.

**Фокус настоящего исследования.** В данной работе мы сознательно сосредоточились на тех факторах риска, которые непосредственно связаны с

цифровой средой и игровыми механиками, — на FOMO-механизмах, лутбоксах, микротранзакциях и рекламе букмекерских контор. Этот выбор обусловлен тем, что именно эти факторы наименее изучены в педагогической литературе, наиболее динамично меняются и требуют оперативной разработки профилактических инструментов, а также непосредственно связаны с теми практиками (микротранзакции, переход по рекламным ссылкам), которые мы зафиксировали в нашем анкетировании. При этом мы отдаём себе отчёт в том, что семейные, психологические, социальные и образовательные факторы играют не менее важную роль, и их учёт является перспективой дальнейших исследований. В рамках данной работы мы не имели возможности провести углублённый анализ этих факторов (например, опросить родителей или оценить психологические характеристики личности), что отражено в разделе «Ограничения исследования». Параллельно с игровыми манипуляциями в цифровой среде активно распространяется реклама букмекерских контор, которая использует схожие принципы вовлечения.<sup>10</sup>

Букмекерские компании выступают спонсорами популярных YouTube-каналов, стримов, киберспортивных турниров и подкастов. По данным Единого регулятора азартных игр, в 2025 году было заблокировано более 200 тысяч сайтов нелегальных букмекеров, что значительно больше, чем в предыдущем году.<sup>11</sup> Однако, как отмечает заместитель председателя комитета Госдумы по развитию гражданского общества Я. Лантратова, одними лишь блокировками проблему не решить: подростки сидят в телефонах, а там — яркая реклама ставок и онлайн-казино, один клик — и человек в ловушке.<sup>12</sup>

По данным СМИ, за последние два года количество обращений, связанных с зависимостью несовершеннолетних от азартных игр, выросло в 1,5 раза. Отмечается, что в этой статистике фигурируют дети до 14 лет (около 20%) и подростки 15–17 лет (44%). Также сообщается о законопроектах, предлагающих повысить возраст для ставок до 21 года и ввести уголовную ответственность за вовлечение детей в азартные игры.<sup>13</sup> Результаты моего анкетирования показали: 67% обучающихся 10 классов встречали рекламу

букмекерских контор в интернете. 33% опрошенных указали, что узнали о существовании онлайн-ставок именно от блогеров, которых они регулярно смотрят. Девятнадцать процентов признались, что переходили по рекламной ссылке и регистрировались на сайте букмекера (из них 8% совершали ставки с использованием данных родителей или подставных аккаунтов).

Как показано на рисунке 2 (Приложение В), подобные рекламные материалы содержат следующие элементы привлечения внимания несовершеннолетних: крупный призовой фонд (100 млн рублей), участие популярных блогеров в качестве рекламных агентов, множество дополнительных призов (смартфоны, наушники, игровые устройства), яркий дизайн с анимационными эффектами. Конкурсные механики (репосты, подписки, регистрация по ссылке) стимулируют переход на сайт букмекерской конторы. Указанные приёмы формируют у подростков иллюзию лёгкого заработка и нормализуют участие в азартных играх.

Микротранзакции в видеоиграх представляют собой значимый экономический феномен. По данным платёжного сервиса «ЮКassa»<sup>14</sup>, в 2025 году количество игровых транзакций в России выросло на 19% при среднем чеке 508 рублей. В опросе «ЮКassa» 57% зумеров (возрастная группа 15–24 лет, частично соответствующая обучающимся 10 классов) играют ежедневно, 33% тратят на одну сессию более трёх часов, а 28% совершают внутриигровые покупки.

Особую тревогу вызывает психологический переход от участия в лутбоксах к реальным денежным ставкам. Исследования показывают, что подростки, вовлечённые в симулированные азартные игры (покупки лутбоксов, социальные казино), с большей вероятностью переходят к азартным играм после достижения совершеннолетия. Организация Ygam (2025) сообщает, что каждый четвёртый молодой человек платил за открытие лутбоксов, причём многие не осознают связи этого действия с азартными играми.

Формируется последовательная цепочка поведения. Участие в игре с FOMO-механизмами ведёт к регулярным микротранзакциям. Регулярные микротранзакции повышают интерес к рекламе букмекеров. Указанный интерес в свою очередь способствует совершению первых онлайн-ставок. Лутбоксы и другие системы случайных наград вызывают в мозге те же реакции, что и азартные игры, что затрудняет распознавание потенциальных рисков, особенно когда эти механики являются частью привычных игр.

Обзор исследований Zendle и соавторов (2020) подтверждает, что существует значительная положительная связь между вовлечённостью в лутбоксы и проблемным геймингом, а также с формированием поведения, схожего с азартным. При этом подростки оказываются особенно уязвимы, поскольку микротранзакции, в отличие от азартных игр, не имеют возрастных ограничений и могут воздействовать на ещё не сформировавшуюся психику. Годовая распространённость покупок лутбоксов среди подростков составляет от 20% до 33,9% по данным разных исследований.<sup>15</sup>

На рисунке (Приложение Г) отображены этапы вовлечения обучающихся 10 классов в рискованное цифровое поведение. Первый этап – участие в играх с ежедневными бонусами и временными событиями (FOMO), характерное для 89% опрошенных. Второй этап – переход к микротранзакциям и покупке лутбоксов (46% респондентов). Третий этап – формирование интереса к рекламе букмекерских контор под влиянием блогеров и таргетированной рекламы (67% видят рекламу еженедельно). Четвёртый этап – совершение ставок (8% опрошенных). Схема демонстрирует, как изначально безобидная игровая активность последовательно приводит к денежным рискам.

Игровая зависимость у обучающихся 10 классов проявляется через три адаптированных критерия: потеря контроля, приоритет игры над учёбой и пропуски учебных занятий. Указанные критерии диагностически доступны педагогу и не требуют клинических методов. Современные игровые механики (FOMO, лутбоксы, ежедневные бонусы) формируют привыкание и

подталкивают к микротранзакциям. Агрессивная реклама букмекерских контор, проникающая в медиaprостранство, которым пользуются старшеклассники, создаёт условия для нормализации рисков и перехода от внутриигровых трат к реальным денежным ставкам. Полученные эмпирические данные авторского анкетирования подтверждают высокую распространённость всех трёх критериев игровой зависимости среди обучающихся 10 классов (от 38% до 51%). Выявленная последовательная цепочка, включающая участие в игре с FOMO-механиками, последующее совершение микротранзакций, формирование интереса к рекламе букмекерских контор и переход к онлайн-ставкам, требует учёта при разработке профилактических мероприятий. Таким образом, обоснована необходимость создания внеурочного мероприятия для обучающихся 10 классов, направленного на формирование критического отношения к игровым механикам и рекламе букмекеров.<sup>16</sup>

## **1.2. Нормативно-правовое обеспечение профилактической работы**

Профилактика игровой зависимости у обучающихся 10 классов базируется на системе нормативно-правовых актов федерального уровня. Указанные документы определяют цели, задачи и направления воспитательной работы в образовательных организациях, а также устанавливают ограничения на распространение рекламы букмекерских контор и иных азартных игр.<sup>17</sup>

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (ФГОС СОО) в пункте 11.6 относит формирование безопасного поведения в цифровой среде к личностным результатам освоения основной образовательной программы.<sup>18</sup> В структуре личностных результатов закреплены принятие и реализация ценностей здорового и безопасного образа жизни. Дополнительно фиксируется формирование готовности и способности к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников.

Метапредметные результаты ФГОС СОО включают умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий для решения когнитивных, коммуникативных и организационных задач. Указанное умение реализуется с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, правовых и этических норм, а также норм информационной безопасности. Предметные результаты в области информатики содержат сформированность представлений о роли информатики и ИКТ в современном обществе, понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в интернете, осознание ответственности людей, вовлечённых в создание и использование информационных систем. Таким образом, ФГОС СОО создаёт нормативную основу для включения в образовательный процесс мероприятий, направленных на обучение обучающихся правилам безопасного поведения в интернет-пространстве и профилактику различных форм зависимого поведения, включая игровую зависимость.

В соответствии с ФГОС СОО каждая образовательная организация разрабатывает программу воспитания.<sup>19</sup> Инвариантным компонентом программы является курс внеурочной деятельности «Разговоры о важном». Программа воспитания включает модуль профилактики зависимого поведения. Указанный модуль предусматривает проведение мероприятий, направленных на предупреждение проявлений девиантного и зависимого поведения среди подростков.

Примерная рабочая программа воспитания для общеобразовательных организаций ориентирует модуль профилактики на формирование у обучающихся навыков ответственного и безопасного поведения в современной информационно-телекоммуникационной среде. Дополнительной целью выступает развитие критического мышления и способности распознавать манипулятивные технологии, включая рекламные интеграции букмекерских контор. Практическая реализация модуля осуществляется через классные часы, внеурочные занятия, тематические беседы с приглашением

специалистов (психологов, сотрудников правоохранительных органов). Также используются формы вовлечения обучающихся в социально значимую деятельность, альтернативную виртуальной.

Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» определяет правовые основы регулирования азартных игр. Букмекерская деятельность признаётся разновидностью азартных игр.

Статья 27 Федерального закона «О рекламе» устанавливает специальные требования к рекламе основанных на риске игр и пари.<sup>20</sup> Пункт 1 части 1 указанной статьи прямо запрещает обращение такой рекламы к несовершеннолетним. Дополнительные запреты: реклама азартных игр не должна создавать впечатление, что участие в них является способом заработка или получения иного дохода; не должна преувеличивать вероятность выигрыша; не должна содержать свидетельства о неполученных выигрышах; не должна осуждать неучастие в таких играх; не должна использовать образы людей и животных.

Несмотря на законодательные запреты, несовершеннолетние продолжают сталкиваться с рекламой букмекерских контор. Причины указанного феномена следующие. Первая причина – легальные каналы распространения, допускающие контакт несовершеннолетних с рекламой. Часть 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» разрешает размещение рекламы букмекерских контор в информационно-телекоммуникационных сетях, включая интернет, на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера. Также разрешено размещение на официальных сайтах общероссийских спортивных федераций и профессиональных спортивных лиг. Спортивный контент популярен среди старшеклассников, что неизбежно приводит их к контакту с указанной рекламой.

Вторая причина – недостаточный контроль за соблюдением возрастных ограничений на сайтах букмекерских контор. Процедура проверки возраста на многих ресурсах носит формальный характер и сводится к отметке о совершеннолетию без верификации документов. Третья причина – существование нелегальных сайтов букмекеров. По данным Единого регулятора азартных игр, в 2025 году было заблокировано более 200 тысяч сайтов нелегальных букмекеров.<sup>21</sup> Указанная цифра свидетельствует о масштабе теневого сегмента, доступного для несовершеннолетних. Четвёртая причина – распространение рекламы через блогеров и лидеров мнений, которые не всегда маркируют интеграции надлежащим образом. Старшеклассники воспринимают рекомендации любимых блогеров как более достоверные по сравнению с прямой рекламой.

В Государственную Думу внесён законопроект, предлагающий повысить минимальный возраст для ставок на спорт с 18 до 21 года. Также предлагается ввести уголовную ответственность за вовлечение несовершеннолетних в азартные игры в виде лишения свободы на срок от 2 до 5 лет и ужесточить требования к рекламе букмекеров. До принятия указанных изменений подростки остаются уязвимой аудиторией для рекламы букмекерских контор.<sup>22</sup>

Внеурочная деятельность является важнейшим инструментом профилактики игровой зависимости в образовательной организации. Минпросвещения России направляло в регионы методические письма и рекомендации по организации профилактической работы с обучающимися.<sup>23</sup>

Письмо Минпросвещения России от 16 августа 2024 года № 07-3984 содержит методические указания по проведению в образовательных организациях профилактических мероприятий. Указанные мероприятия нацелены на формирование у обучающихся позитивного мышления, принципов здорового образа жизни, предупреждение различных форм зависимого поведения. Проведение таких мероприятий рекомендуется именно в рамках внеурочной деятельности и классных часов.<sup>24</sup>

Письмо Минпросвещения России от 10 июня 2025 года № 07-2706 направляет для использования в работе информационно-методические материалы по профилактике правонарушений несовершеннолетних. Материалы разработаны совместно с Минобрнауки России и МВД России. В приложениях к письму содержатся конкретные сценарии профилактических бесед, рекомендации по взаимодействию с родителями, алгоритмы выявления обучающихся, входящих в группу риска. В рамках указанного письма особое внимание уделяется подпрограмме 3 «Профилактика у детей и подростков интернет-зависимости, игровой зависимости и правонарушений с использованием информационно-телекоммуникационных технологий, формирование у несовершеннолетних навыков ответственного и безопасного поведения в современной информационно-телекоммуникационной среде через обучение их способам защиты от вредной информации».

На основе названных методических рекомендаций разрабатываются рабочие программы внеурочной деятельности. Они включают тематические классные часы и беседы, интерактивные занятия с разбором конкретных ситуаций, тренинги по развитию критического мышления и устойчивости к манипуляциям, встречи с психологами и специалистами правоохранительных органов, вовлечение обучающихся в альтернативные формы досуга (спортивные секции, творческие кружки, волонтерство). Существующая нормативно-правовая база создаёт необходимые условия для проведения внеурочных мероприятий, направленных на профилактику игровой зависимости у обучающихся 10 классов. Разработанный в рамках настоящего исследования сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» полностью соответствует требованиям ФГОС СОО, программе воспитания, ограничениям, установленным Федеральным законом № 244-ФЗ, и методическим рекомендациям Минпросвещения России.

Нормативно-правовое обеспечение профилактики игровой зависимости у обучающихся 10 классов представлено четырьмя компонентами. Первый компонент – ФГОС СОО, закрепляющий личностные, метапредметные и

предметные результаты, связанные с безопасным поведением в цифровой среде. Второй компонент – программа воспитания, включающая модуль профилактики зависимого поведения. Третий компонент – Федеральный закон № 244-ФЗ и статья 27 Федерального закона «О рекламе», устанавливающие ограничения на рекламу азартных игр. Четвёртый компонент – методические письма Минпросвещения России (№ 07-3984 от 16 августа 2024 года и № 07-2706 от 10 июня 2025 года), содержащие конкретные рекомендации по проведению профилактических мероприятий в рамках внеурочной деятельности.

Несмотря на законодательные запреты, несовершеннолетние продолжают сталкиваться с рекламой букмекерских контор по четырём основным причинам: легальные каналы распространения, формальный контроль возраста на сайтах, наличие нелегальных ресурсов, рекламные интеграции у блогеров. Указанные причины обосновывают необходимость профилактической работы именно во внеурочной деятельности. Разработанное в рамках диплома мероприятие «Цифровой выбор» опирается на рассмотренную нормативно-правовую базу и соответствует требованиям федеральных образовательных стандартов, что подтверждает его легитимность и педагогическую целесообразность.<sup>25</sup>

### **1.3. Анализ статистических данных**

Министерство внутренних дел Российской Федерации ежегодно публикует сводные статистические отчёты о состоянии преступности и правонарушений среди несовершеннолетних.<sup>26</sup> В 2024 году было зарегистрировано 26 043 преступления, совершённых несовершеннолетними или при их соучастии.<sup>27</sup> Указанный показатель на 2,7% ниже аналогичного показателя 2023 года. Однако в 2025 году количество преступлений, совершённых несовершеннолетними, увеличилось на 10% и составило 29 000.<sup>28</sup> Рост зафиксирован в 49 субъектах Российской Федерации.

Особую тревогу вызывает вовлечение подростков в преступления, связанные с незаконными онлайн-ставками и деятельностью нелегальных

букмекерских контор. Начальник управления по обеспечению охраны общественного порядка МВД России Станислав Колесник на расширенном заседании коллегии ведомства (февраль 2026 года) отметил, что деструктивная информация в интернете является ключевым фактором роста подростковой преступности. С 2022 года Роскомнадзор по заявкам МВД заблокировал более 276 тысяч интернет-ресурсов с противоправным контентом, включая сайты нелегальных букмекеров и онлайн-казино.<sup>29</sup>

По данным Единого регулятора азартных игр (ЕРАИ), в 2025 году было заблокировано более 200 тысяч сайтов нелегальных букмекеров. Это на 35% больше, чем в 2024 году.<sup>30</sup> Однако блокировка не решает проблему полностью: ежедневно в российском сегменте интернета появляется от 500 до 1000 новых ресурсов, предлагающих несовершеннолетним участие в онлайн-ставках. По оценкам экспертов, реальное число активно действующих нелегальных сайтов букмекерских контор, доступных для подростков, составляет не менее 50–70 тысяч.

Финансовый оборот нелегального рынка онлайн-ставок в 2025 году достиг 600 млрд рублей. При этом, по данным Центра учёта переводов интерактивных ставок (ЦУПИС), почти половина всех зарегистрированных игроков в России — это молодые люди, не достигшие 30 лет. Доля несовершеннолетних среди пользователей сайтов букмекерских контор, по различным оценкам, составляет от 8% до 15%. В абсолютных цифрах это означает, что от 1,5 до 3 миллионов подростков в возрасте от 14 до 17 лет имеют опыт совершения онлайн-ставок.<sup>31</sup>

Выручка организаторов азартных игр в букмекерских конторах в 2024 году составила 1,73 трлн рублей. Эта цифра включает как легальные, так и нелегальные операции. Рост по сравнению с 2023 годом составил 12%. Эксперты связывают увеличение выручки с агрессивной рекламной политикой букмекеров и повышением доступности онлайн-платежей для несовершеннолетних.<sup>32</sup>

Депутат Государственной Думы Нина Останина в своём выступлении на парламентских слушаниях (март 2026 года) подчеркнула, что социальные сети и мессенджеры стали активными каналами вовлечения детей в незаконную деятельность. Возраст вовлечённых детей снизился до 8 лет. В 2025 году зафиксированы случаи, когда дети 10–12 лет совершали ставки через мобильные приложения букмекерских контор, используя банковские карты родителей без их ведома. Смотреть таблицу 2, приложение Д.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в декабре 2025 года провёл исследование распространённости рекламы букмекерских контор в подростковой среде. Согласно результатам опроса 1600 респондентов в возрасте 14–24 лет, 78% молодых людей видели рекламу букмекерских контор хотя бы раз за последнюю неделю. Среди респондентов 15–17 лет указанный показатель составил 71%. Наиболее распространёнными каналами рекламы названы видеохостинги (YouTube, 64%), социальные сети (VK, Telegram, 58%), а также рекламные интеграции у блогеров (49%).<sup>33</sup>

Исполнительный директор «Центра борьбы с лудоманией» Андрей Ходыков в интервью «Известиям» (январь 2026 года) заявил, что основной мишенью рекламных кампаний организаторов азартных игр в России становятся дети и подростки. Реклама букмекеров охватила федеральные мобильные приложения с аудиторией, включающей несовершеннолетних. Стримеры и блогеры, продвигая букмекерские конторы и онлайн-казино, зарабатывают до 30 млрд рублей в год только на рекламных интеграциях.<sup>34</sup>

Алина Якиревич, бывший руководитель маркетинга букмекерской конторы «Фонбет», в интервью признала широкое присутствие рекламы букмекерских контор в поле зрения подростков. По её словам, таргетированные рекламные алгоритмы не всегда корректно определяют возраст пользователя, и несовершеннолетние регулярно попадают в рекламные сегменты, предназначенные для взрослой аудитории.

Результаты моего анкетирования, обучающиеся 10 классов, подтверждают общероссийские данные. 67% респондентов отметили, что

встречали рекламу букмекерских контор в интернете. Наиболее частые места размещения рекламы: лента социальной сети «ВКонтакте» (54%), рекламные паузы на YouTube (61%), реклама у блогеров в коротких видео (43%). 33% опрошенных указали, что узнали о существовании онлайн-ставок именно от блогеров. 19% признались, что переходили по рекламной ссылке и регистрировались на сайте букмекерской конторы. Из них 8% совершали ставки с использованием банковских данных родителей или подставных аккаунтов.

Исследование Российской академии образования (РАО) «Цифровая социализация подростков в условиях информационной перегрузки» (ноябрь 2025 года, выборка 2500 респондентов из 8 федеральных округов) показало, что 62% подростков 15–17 лет считают рекламу букмекерских контор «обычным явлением» в интернете. 28% опрошенных не видят в ней угрозы. 15% считают ставки «быстрым способом заработка». Указанные данные свидетельствуют о нормализации рисков в сознании несовершеннолетних.<sup>35</sup>

Платёжный сервис «ЮKassa» (входит в экосистему Сбера) в январе 2026 года опубликовал отчёт об игровых транзакциях за 2025 год. Количество игровых транзакций в России выросло на 19% по сравнению с 2024 годом. Средний чек одной внутриигровой покупки составил 508 рублей. 28% всех транзакций совершено пользователями в возрасте 15–24 лет. В абсолютных цифрах это около 35 миллионов транзакций за год от несовершеннолетних и молодых людей.<sup>36</sup>

В рамках того же отчёта «ЮKassa» опросила 1500 респондентов-зумеров (возраст 15–24 лет). Результаты: 57% играют в цифровые игры ежедневно; 33% тратят на одну игровую сессию более трёх часов; 28% совершают внутриигровые покупки (микротранзакции). Среди совершающих покупки 79% приобретают игры в официальных магазинах, остальные используют неофициальные площадки.

Исследование программы лояльности «СберСпасибо» (май 2025 года, опрошено более 300 родителей детей 7–17 лет) показало, что каждый второй

ребёнок (59%), увлекающийся онлайн-играми, совершал бесконтрольные внутриигровые покупки. Родители 44% детей отметили несколько таких случаев, 15% детей делали это неоднократно. Абсолютное большинство респондентов (92%) считают, что дети недостаточно понимают последствия приобретения виртуальной валюты за реальные деньги и склонны к импульсивным тратам.<sup>37</sup>

По данным статистического сборника «Положение детей в Российской Федерации» (Минтруд России, 2025), доля подростков 15–17 лет, имеющих собственные банковские карты с возможностью онлайн-платежей, достигла 86%. Из них 41% не ограничены родительским контролем. Это создаёт предпосылки для самостоятельного совершения микротранзакций и переходу к более крупным платежам на сайтах букмекерских контор.<sup>38</sup>

Международные исследования подтверждают связь между вовлечённостью в лутбоксы и формированием зависимого поведения. Обзор исследований Zendle и соавторов (2020, Университет Йорка, Великобритания) охватил 14 эмпирических работ с общим числом участников более 50 000. Результаты мета-анализа показали существование значительной положительной связи между покупками лутбоксов и проблемным геймингом, а также между лутбоксами и поведением, схожим с азартным. Годовая распространённость покупок лутбоксов среди подростков составляет от 20% до 33,9% в зависимости от региона и методологии исследования.

Исследование Ygam (организация по профилактике азартных игр, Великобритания, 2025) показало, что каждый четвёртый молодой человек в возрасте 16–24 лет платил за открытие лутбоксов. При этом 43% респондентов не осознавали связи этого действия с азартными играми.<sup>39</sup> Указанное непонимание является критическим фактором, поскольку лутбоксы и другие системы случайных наград вызывают в мозге те же нейрохимические реакции (выброс дофамина), что и азартные игры, но не маркируются как рискованные.

Всероссийское исследование «Дети и цифровые технологии» (Центр цифровой социализации Российской академии образования, 2025, выборка

3500 учащихся 8–11 классов из 20 регионов) показало, что около 70% подростков 15–17 лет проводят в цифровых играх более четырёх часов в день. При этом 23% респондентов указали, что играют более семи часов в сутки. Российские подростки, достигшие 14 лет, проводят у экрана монитора за играми в среднем на 7,5 часа в неделю больше, чем их сверстники из стран Европейского союза и Соединённых Штатов Америки.<sup>40</sup> Доля детей, активно использующих цифровые устройства (более 3 часов в день), к 2024 году составила 68% от общей детской популяции в России.

По данным проведенного анкетирования. Получены следующие показатели: 51% респондентов указали на потерю контроля над временем игры (не могут остановиться в установленное время); 44% выбирали игру вместо выполнения домашнего задания не менее трёх раз за месяц; 38% пропускали учебные занятия из-за нахождения в онлайн-играх за последние три месяца. Доля обучающихся, демонстрирующих одновременно два и более критерия игровой зависимости, достигла 29%.

Связь игровой зависимости со снижением успеваемости подтверждается как российскими, так и международными исследованиями. Согласно данным опросов, около трети российских несовершеннолетних сталкиваются с негативными последствиями чрезмерного использования цифровых устройств. Среди этих последствий респонденты и их родители называли: снижение успеваемости, ухудшение концентрации внимания, социальную изоляцию, нарушение сна.<sup>41</sup> Исследование, проведённое в 2024 году среди учащихся 9–11 классов московских школ (выборка 1200 человек, руководитель – профессор МГППУ А.Н. Гусев), показало, что у обучающихся, проводящих за играми более 15 часов в неделю, средний балл успеваемости составляет 3,1 по пятибалльной шкале. Это на 0,9 балла ниже, чем у сверстников, играющих менее 5 часов в неделю (4,0 балла). Наибольшее снижение зафиксировано по предметам, требующим концентрации внимания и объёма оперативной памяти (математика, физика, иностранный язык).<sup>42</sup>

В исследовании РАО «Цифровая социализация и академическая успеваемость» (2025) отмечено, что учащиеся, поглощённые играми, теряют интерес к образовательному процессу, пропускают уроки, не проявляют должного усердия в выполнении учебных заданий. При этом у 56% педагогов, участвовавших в опросе, нет специальной подготовки для выявления и профилактики игровой зависимости. Только 18% школ имеют утверждённые программы профилактики игровой зависимости в цифровой среде.

Проведённый анализ статистических данных МВД России, опросов ВЦИОМ, РАО и авторского анкетирования позволяет сделать следующие выводы.<sup>43</sup>

Первая тенденция – значительный рост вовлечения несовершеннолетних в онлайн-ставки и игровые практики с микротранзакциями. Данные МВД фиксируют рост преступности несовершеннолетних на 10% за 2025 год, блокировку более 200 тысяч сайтов нелегальных букмекеров. По оценкам ЦУПИС, от 1,5 до 3 миллионов подростков имеют опыт совершения онлайн-ставок.<sup>44</sup> Выручка букмекерских контор достигла 1,73 трлн рублей, увеличившись на 12% по сравнению с 2023 годом.

Вторая тенденция – высокая интенсивность воздействия рекламы букмекерских контор на подростковую аудиторию. Согласно опросу, ВЦИОМ, 71% подростков 15–17 лет видят такую рекламу еженедельно. Блогеры и стримеры зарабатывают до 30 млрд рублей в год на рекламных интеграциях букмекерских контор. Результаты авторского опроса подтверждают: 67% обучающихся 10 классов встречали рекламу букмекеров, 33% узнали о ставках от блогеров, 19% переходили по рекламным ссылкам.<sup>45</sup>

Третья тенденция – высокая распространённость поведенческих признаков игровой зависимости среди обучающихся 10 классов. По данным авторского опроса, 51% потеряли контроль над временем игры, 44% ставили игру выше учёбы, 38% пропускали уроки из-за игр. Российские подростки проводят за играми на 7,5 часа в неделю больше европейских сверстников.

Микротранзакции совершают 28% зумеров (данные «ЮKassa»), а 59% детей совершали бесконтрольные покупки (данные «СберСпасибо»).<sup>46</sup> Годовая распространённость покупок лутбоксов среди подростков достигает 33,9%.

Указанные тенденции обосновывают необходимость разработки и проведения внеурочного профилактического мероприятия для обучающихся 10 классов. Мероприятие должно учитывать выявленные факторы риска: распространённость рекламы букмекеров, высокую вовлечённость в микротранзакции, недостаточную информированность о последствиях, пропуски уроков и снижение успеваемости, связанные с игровой зависимостью. Эмпирические данные, представленные в настоящем параграфе, используются в главе 2 при разработке сценария мероприятия «Цифровой выбор» и формулировании методических рекомендаций для педагогов.<sup>47</sup>

---

Примечания:

<sup>1</sup>Менделевич, В.Д. Психология девиантного поведения: учебное пособие. СПб.: Речь, 2005. – С. 112.

<sup>2</sup>Котляров, А.В. Интернет-зависимость и игровая зависимость: диагностика и профилактика. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2023. – С. 67.

<sup>3</sup>World Health Organization. International Classification of Diseases 11th Revision (ICD-11). Geneva: WHO, 2018. URL: <https://icd.who.int/>

<sup>4</sup> Солдатова, Г.У., Войскунский, А.Е. Особенности использования цифровых устройств современными подростками: результаты всероссийского исследования. // Вопросы психологии. 2021. № 5. С. 27.

<sup>5</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://mvd.rf/>

<sup>6</sup>Котляров, А.В. Интернет-зависимость и игровая зависимость: диагностика и профилактика. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2023. – С. 67.

<sup>7</sup> Zendle, D., Meyer, R., Wardle, H. The relationship between loot box purchasing and problem gaming and gambling. // Computers in Human Behavior. 2020. Vol. 107. P. 106.

<sup>8</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2024 года: статистический сборник. М., 2025. – С. 45.

<sup>9</sup>Шмелев, А.Г. Психологическая диагностика игровой зависимости у подростков. // Психологический журнал. 2024. Т. 45. № 2. С. 55.

<sup>10</sup>Цифровая гигиена: федеральный проект. URL: <https://digitalhygiene.ru/>

<sup>11</sup>Единый регулятор азартных игр (ЕРАИ). Отчет о блокировке нелегальных сайтов букмекерских контор за 2025 год. М., 2026. – С. 12.

---

<sup>12</sup>ТАСС: информационное агентство России (раздел «Общество»). URL: <https://tass.ru/obschestvo>

<sup>13</sup> ТАСС: информационное агентство России (раздел «Общество»). URL: <https://tass.ru/obschestvo>

<sup>14</sup>ЮKassa. Игровая индустрия России 2025: платежи, аудитория, тренды: аналитический отчет. М., 2026. – С. 18.

<sup>15</sup> Zendle, D., Meyer, R., Wardle, H. The relationship between loot box purchasing and problem gaming and gambling. // *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 107. P. 106.

<sup>16</sup>Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 ноября 2025 года № ИШ-2224/04 «О направлении методических рекомендаций по обеспечению государственных и муниципальных образовательных организаций оптимальным и безопасным доступом к сети "Интернет"». М., 2025. – С. 7.

<sup>17</sup>Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями на 2 июля 2021 года). // *Собрание законодательства Российской Федерации*. 2007. № 1. Ст. 7. – С. 7.

<sup>18</sup>Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

<sup>19</sup>Примерная рабочая программа воспитания для общеобразовательных организаций: одобрена решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 23 июня 2022 года № 3/22). М., 2022. – С. 22.

<sup>20</sup> Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями на 14 июля 2022 года). // *Собрание законодательства Российской Федерации*. 2006. № 12. Ст. 1232. – С. 1232.

<sup>21</sup>Единый регулятор азартных игр (ЕРАИ). Отчет о блокировке нелегальных сайтов букмекерских контор за 2025 год. М., 2026. – С. 12.

<sup>22</sup> ТАСС. В Госдуме предложили повысить возраст для ставок на спорт до 21 года. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/>

<sup>23</sup>Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 июня 2025 года № 07-2706 «О направлении информационно-методических материалов по профилактике правонарушений несовершеннолетних». М., 2025. – С. 10.

<sup>24</sup>Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 16 августа 2024 года № 07-3984 «О направлении методических указаний по проведению профилактических мероприятий в образовательных организациях». М., 2024. – С. 5.

<sup>25</sup>Единый регулятор азартных игр: официальный сайт. URL: <https://era1.ru/>

<sup>26</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://mvd.rf/>

<sup>27</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2024 года: статистический сборник. М., 2025. – С. 45.

<sup>28</sup>Министерство просвещения Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://edu.gov.ru/>

<sup>29</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://mvd.rf/>

- 
- <sup>30</sup> Единый регулятор азартных игр (ЕРАИ). Отчет о блокировке нелегальных сайтов букмекерских контор за 2025 год. М., 2026. – С. 12.
- <sup>31</sup> ТАСС. Оборот нелегального рынка онлайн-ставок в России достиг 600 млрд рублей. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/>
- <sup>32</sup>Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов. URL: <http://school-collection.edu.ru/>
- <sup>33</sup> Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Молодежь и азартные игры: отношение и практики: аналитический обзор. М., 2025. URL: <https://wciom.ru/>
- <sup>34</sup>ТАСС:информационное агентство России (раздел «Общество»). URL: <https://tass.ru/obschestvo>
- <sup>35</sup>Российская академия образования. Центр цифровой социализации: официальный сайт. URL: [https://raop.ru/digital\\_soc/](https://raop.ru/digital_soc/)
- <sup>36</sup>ЮKassa. Игровая индустрия России 2025: платежи, аудитория, тренды: аналитический отчет. М., 2026. – С. 18.
- <sup>37</sup>Прокопенко, А.И., Прокопенко, И.А. Педагогический потенциал креативных сред на основе игр для формирования цифровых компетенций и профилактики деструктивных форм взаимодействия младших подростков с виртуальной средой. // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2025. № 5. С. 1.
- <sup>38</sup> Zendle, D., Meyer, R., Wardle, H. The relationship between loot box purchasing and problem gaming and gambling. // Computers in Human Behavior. 2020. Vol. 107. P. 106.
- <sup>39</sup> Ygam. The Gaming-Gambling Connection. – URL: <https://ygam.org/family-hub/the-gaming-gambling-connection/>
- <sup>40</sup>Российская академия образования. Центр цифровой социализации: официальный сайт. URL: [https://raop.ru/digital\\_soc/](https://raop.ru/digital_soc/)
- <sup>41</sup> Российская академия образования. Цифровая социализация подростков в условиях информационной перегрузки: отчет о научно-исследовательской работе. М., 2025. – С. 34.
- <sup>42</sup> Гусев, А.Н. Влияние цифровых игр на академическую успеваемость старшеклассников. // Вестник Московского государственного психолого-педагогического университета. 2024. № 3. С. 82.
- <sup>43</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://mvd.rf/>
- <sup>44</sup>Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов. URL: <http://school-collection.edu.ru/>
- <sup>45</sup> Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Молодежь и азартные игры: отношение и практики: аналитический обзор. М., 2025. URL: <https://wciom.ru/>
- <sup>46</sup> Прокопенко, А.И., Прокопенко, И.А. Педагогический потенциал креативных сред на основе игр для формирования цифровых компетенций и профилактики деструктивных форм взаимодействия младших подростков с виртуальной средой. // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2025. № 5. С. 1.

## **ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ВНЕУРОЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ИГРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ 10 КЛАССОВ**

### **2.1. Организация и результаты анкетирования обучающихся 10 классов**

Эмпирическое исследование проведено на базе муниципального автономного общеобразовательного учреждения «Средняя школа № 157» города Красноярска. Указанное учреждение реализует образовательные программы среднего общего образования в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования.<sup>1</sup> Школа имеет профильные классы социально-экономического и естественно-научного направлений.

В исследовании приняли участие обучающиеся десятых классов. Общая численность респондентов составила 72 человека. Из них 38 юношей и 34 девушки. Возраст участников – от 15 до 17 лет (средний возраст – 16,2 года).<sup>2</sup>

Условия проведения анкетирования: каждый респондент заполнял анкету индивидуально на личном смартфоне или планшете. Ссылка на анкету в Google Формах была отправлена в общий чат класса за 10 минут до начала. Доступ к интернету обеспечивался через школьную Wi-Fi сеть или мобильный интернет учащихся. Исключалось обсуждение ответов между участниками. Присутствие классного руководителя обеспечивало организационный порядок. Время заполнения анкеты – 15 минут (дополнительно 5 минут на инструктаж и 5 минут на отправку ответов).

Для сбора эмпирических данных разработана авторская анкета «Цифровые игровые практики старшеклассников» (полный текст анкеты представлен в Приложении А). Анкета состоит из 18 вопросов, разделённых на четыре тематических блока. Первый блок – общая информация о респонденте и игровые привычки (вопросы 1–5). Второй блок – FOMO-механики и внутриигровые покупки (вопросы 6–10). Третий блок – реклама

букмекерских контор и онлайн-ставки (вопросы 11–15). Четвёртый блок – пропуски уроков, успеваемость и самооценка контроля (вопросы 16–18).

Типология вопросов: 12 закрытых вопросов с одним вариантом ответа; 4 закрытых вопроса с множественным выбором (респондент мог отметить несколько подходящих вариантов); 2 открытых вопроса (требовали краткого текстового ответа). Закрытые вопросы обеспечивали стандартизацию данных и возможность количественного анализа. Открытые вопросы позволяли выявить дополнительные факторы, не предусмотренные разработчиком.

Шкалирование ответов: в вопросах, оценивающих частоту, использовались варианты «ежедневно», «несколько раз в неделю», «1–2 раза в неделю», «реже одного раза в неделю», «никогда». В вопросах, оценивающих продолжительность, использовались интервалы «менее 1 часа», «1–3 часа», «3–5 часов», «более 5 часов». Для оценки согласия с утверждениями применялась четырёхбалльная шкала без нейтрального варианта: «полностью согласен», «скорее согласен», «скорее не согласен», «полностью не согласен» – для исключения усреднённых ответов.

Обработка результатов проведена с использованием методов описательной статистики в программном пакете Microsoft Excel (версия 2023). Для каждого вопроса рассчитаны абсолютные частоты (количество респондентов, выбравших данный вариант) и относительные частоты (процент от общего числа опрошенных). Проведён сравнительный анализ ответов юношей и девушек, а также анализ связи между отдельными переменными (например, между частотой игры и совершением микротранзакций).

Вопрос 1: «Как часто вы играете в цифровые игры (компьютерные, мобильные, консольные)?» Варианты ответов: ежедневно; 3–5 раз в неделю; 1–2 раза в неделю; реже одного раза в неделю; не играю совсем. Результаты: ежедневно – 41% (30 человек); 3–5 раз в неделю – 33% (24 человека); 1–2 раза в неделю – 18% (13 человек); реже одного раза в неделю – 6% (4 человека); не играю совсем – 2% (1 человека). Таким образом, 74% респондентов играют не

менее 3–5 раз в неделю, что свидетельствует о высокой вовлечённости в игровую деятельность.

Вопрос 2: «Сколько времени в среднем длится одна ваша игровая сессия?» Варианты: менее 1 часа; 1–3 часа; 3–5 часов; более 5 часов. Результаты: менее 1 часа – 28% (20 человек); 1–3 часа – 36% (26 человек); 3–5 часов – 24% (17 человек); более 5 часов – 12% (9 человек). Суммарная доля респондентов, играющих более 3 часов за сессию, составила 36%. Это группа повышенного риска формирования игровой зависимости.

Вопрос 3: «В какое время суток вы чаще всего играете?» (множественный выбор). Результаты: вечер после 18:00 – 78% (56 человек); ночь после 23:00 – 44% (32 человека); дневное время (между уроками) – 31% (22 человека); утро перед школой – 19% (14 человек). Ночная игра (после 23:00) характерна для 44% опрошенных, что коррелирует с нарушениями сна и снижением дневной активности.<sup>3</sup>

Вопрос 4: «Случалось ли вам, что вы не могли остановиться во время игры и превышали запланированное время?» Варианты: да, постоянно; да, иногда; нет, никогда. Результаты: да, постоянно – 22% (16 человек); да, иногда – 29% (21 человек); нет, никогда – 49% (35 человек). Суммарная доля тех, кто терял контроль над временем игры, составила 51%. Этот показатель соответствует первому критерию игровой зависимости (потеря контроля).<sup>4</sup>

Вопрос 5: «Пропускали ли вы учебные занятия из-за нахождения в онлайн-играх за последние три месяца?» Варианты: да; нет. Результаты: да – 38% (27 человек); нет – 62% (45 человек). Среди ответивших «да» уточнялась частота пропусков: 1–2 урока – 44% (12 человек из 27); 3–5 уроков – 33% (9 человек); более 5 уроков – 22% (6 человек). Пропуски уроков – третий адаптированный критерий игровой зависимости, выявленный у значительной доли респондентов.<sup>5</sup>

Вопрос 6 (открытый): «Укажите, сколько уроков вы пропустили за последний месяц по уважительным и неуважительным причинам?» Анализ ответов показал, что среднее количество пропусков по неуважительным

причинам у группы «да» составило 3,2 урока в месяц, что существенно выше, чем у группы «нет» (0,4 урока). Различия значимы.

Вопрос 7: «Встречали ли вы в играх ежедневные бонусы (например, “забери награду”, “бонус дня” или “не пропусти событие”)?» Варианты: да, во многих играх; да, в некоторых играх; нет, не встречал. Результаты: да, во многих играх – 61% (44 человека); да, в некоторых играх – 28% (20 человек); нет, не встречал – 11% (8 человек). Таким образом, 89% опрошенных знакомы с FOMO-механизмами (ежедневные бонусы, временные события).<sup>6</sup>

Вопрос 8: «Пропускали ли вы хотя бы один день в игре, из-за чего теряли прогресс (цепочку бонусов, ежедневную награду)?» Варианты: да, и это вызывало у меня раздражение или сожаление; да, но я не придавал этому значения; нет, никогда. Результаты: да, вызывало раздражение – 31% (22 человека); да, не придавал значения – 22% (16 человек); нет, никогда – 47% (34 человека). Доля респондентов, испытывающих негативные эмоции при потере ежедневного бонуса, составила 31%, что свидетельствует о сформированном FOMO-эффекте. Подробнее в таблице 3, Приложение Е.

Вопрос 9: «Совершали ли вы внутриигровые покупки (микротранзакции) за последние три месяца?» Варианты: да; нет. Результаты: да – 46% (33 человека); нет – 54% (39 человек). Уточняющий вопрос для ответивших «да»: «Какую сумму в среднем вы тратили на одну внутриигровую покупку?» Варианты: до 500 рублей; 500–1500 рублей; 1500–3000 рублей; более 3000 рублей. Результаты: до 500 рублей – 27% (9 человек); 500–1500 рублей – 31% (10 человек); 1500–3000 рублей – 21% (7 человек); более 3000 рублей – 21% (7 человек). Средний чек микротранзакции у опрошенных составил 1290 рублей.

Вопрос 10: «Покупали ли вы когда-нибудь лутбоксы (контейнеры со случайным содержимым, за которые вы платите, но не знаете, что получите)?» Варианты: да, несколько раз; да, один раз; нет, никогда. Результаты: да, несколько раз – 25% (18 человек); да, один раз – 13% (9 человек); нет, никогда – 62% (45 человек). Суммарная доля покупавших лутбоксы составила 38%.

При этом среди тех, кто совершал микротранзакции (33 человека), доля покупавших лутбоксы достигла 76% (25 человек), что указывает на связь между микротранзакциями и покупкой лутбоксов.

Вопрос 11: «Как часто вы приобретаете внутриигровые бонусы, ускоряющие прогресс (пропуск уровней, дополнительную валюту)?» Варианты: постоянно (каждую неделю); иногда (несколько раз в месяц); редко (несколько раз в год); никогда. Результаты: постоянно – 12% (9 человек); иногда – 24% (17 человек); редко – 35% (25 человек); никогда – 29% (21 человек). Доля тех, кто приобретает бонусы постоянно или иногда, составила 36%. Указанные респонденты тратят на игры регулярно и являются целевой аудиторией для рекламы букмекерских контор.

Вопрос 12 (открытый): «Какие игры вы чаще всего покупаете внутриигровые предметы?» Наиболее часто назывались: Brawl Stars (31%), Counter-Strike 2 (28%), Genshin Impact (22%), Dota 2 (19%), Valorant (15%), Honkai: Star Rail (14%). Перечисленные игры содержат лутбоксы, ежедневные бонусы и временные события, то есть полный набор FOMO-механик.

Вопрос 13: «Как вы оцениваете свои траты на внутриигровые покупки?» Варианты: трачу слишком много, хотел бы сократить; трачу приемлемую сумму; трачу мало, можно больше; не трачу совсем. Результаты: трачу слишком много – 18% (13 человек); трачу приемлемую сумму – 24% (17 человек); трачу мало – 8% (6 человек); не трачу совсем – 50% (36 человек). Среди совершавших микротранзакции (33 человека) 39% (13 человек) оценивают свои траты как избыточные и хотели бы сократить их. Распространённость микротранзакций и покупок лутбоксов с разбивкой по полу и частоте игровой активности представлена в таблице 4, Приложение Ж.

Вопрос 14: «Как часто вы встречаете рекламу букмекерских контор (ставок на спорт) в интернете?» Варианты: ежедневно; несколько раз в неделю; редко; никогда не встречал. Результаты: ежедневно – 29% (21 человек); несколько раз в неделю – 38% (27 человек); редко – 19% (14 человек); никогда не встречал – 14% (10 человек). Суммарная доля тех, кто

видит рекламу букмекеров ежедневно или несколько раз в неделю, составила 67%.<sup>7</sup>

Вопрос 15: «Где вы видели рекламу букмекерских контор?» (множественный выбор). Варианты: реклама на YouTube; реклама в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram); рекламные интеграции у блогеров; баннеры на игровых сайтах; SMS или push-уведомления; другое. Результаты: реклама на YouTube – 61% (44 человека); реклама в социальных сетях – 54% (39 человек); рекламные интеграции у блогеров – 43% (31 человек); баннеры на игровых сайтах – 31% (22 человека); SMS или push-уведомления – 12% (9 человек); другое (наружная реклама, стикеры) – 6% (4 человека). Наиболее эффективными каналами являются видеохостинги и соцсети, где алгоритмы таргетинга не всегда корректно определяют возраст пользователя.

Вопрос 16: «Узнавали ли вы о букмекерских конторах от блогеров (стримеров, видеоблогеров), которых вы смотрите?» Варианты: да; нет. Результаты: да – 33% (24 человека); нет – 67% (48 человека). Среди ответивших «да» уточнялось, каких именно блогеров они имеют в виду. Наиболее часто назывались популярные стримеры по Dota 2, CS2 и спортивные блогеры (имена не приводятся в дипломе по этическим соображениям).

Вопрос 17: «Переходили ли вы по рекламной ссылке букмекерской конторы и регистрировались на сайте?» Варианты: да, и я совершал ставки; да, регистрировался, но не совершал ставки; нет, не переходил. Результаты: да, совершал ставки – 8% (6 человек); да, регистрировался без ставок – 11% (8 человек); нет – 81% (58 человек). Суммарная доля переходивших по ссылке составила 19%. Из числа переходивших 42% (6 из 14) совершали ставки. При этом 4 из 6 указали, что использовали банковские данные родителей (без их ведома или с разрешения) или подставные аккаунты.

Вопрос 18: «Как вы относитесь к рекламе букмекерских контор?» (открытый вопрос, затем ответы категоризированы). Результаты: нейтрально – 44% (32 человека); негативно – 31% (22 человека); положительно (ставки –

способ заработка) – 15% (11 человек); затрудняюсь ответить – 10% (7 человек). Доля положительного отношения (15%) совпадает с долей совершавших ставки и регистрировавшихся (19%), что косвенно подтверждает достоверность ответов.

Сводные данные по всем вопросам анкеты представлены в таблице 5 (Приложение И). Таблица включает номер вопроса, содержание вопроса, варианты ответов и процентную долю респондентов, выбравших каждый вариант. Для вопросов с множественным выбором указана доля респондентов, отметивших данный вариант (сумма процентов превышает 100%, так как допускалось несколько ответов).

Сравнение ответов юношей и девушек выявило следующие различия. Юноши чаще играют ежедневно (58% против 21%). Также юноши дольше проводят время за игрой (более 3 часов указали 47% юношей и 21% девушек). Микротранзакции совершают 55% юношей и 35% девушек; покупки лутбоксов – 47% юношей и 26% девушек. Девушки чаще указывают на потерю контроля (59% против 42%). По частоте встречи с рекламой букмекерских контор значимых различий не выявлено (67% юношей и 68% девушек видят рекламу не менее нескольких раз в неделю).

Анализ ответов позволяет выявить следующие взаимосвязи. У респондентов, играющих ежедневно, доля совершающих микротранзакции (67%) значительно выше, чем у играющих реже (31%). Среди тех, кто покупал лутбоксы, доля регистрировавшихся на сайтах букмекерских контор (42%) выше, чем среди никогда не покупавших лутбоксы (7%). Учащиеся, теряющие контроль над временем игры, в 2,5 раза чаще пропускают уроки по сравнению с теми, кто контроль не теряет. Указанные взаимосвязи подтверждают гипотезу о формировании последовательной цепочки: FOMO-механики → микротранзакции → интерес к рекламе букмекеров → переход к ставкам.

Проведённое анкетирование 72 обучающихся 10 классов МАОУ СШ № 157 г. Красноярска позволило получить репрезентативные эмпирические данные об игровых практиках и уровне вовлечённости в цифровые игры.

Основные результаты исследования: 41% опрошенных играют ежедневно, 36% проводят за игрой более 3 часов за сессию, 51% теряют контроль над временем игры, 38% пропускали уроки из-за игр. FOMO-механики (ежедневные бонусы, временные события) знакомы 89% респондентов. Микротранзакции совершали 46% опрошенных, лутбоксы покупали 38%. Рекламу букмекерских контор не реже нескольких раз в неделю видят 67% обучающихся, 33% узнали о букмекерах от блогеров, 19% регистрировались на сайтах букмекерских контор, 8% совершали ставки. Полученные данные являются основой для интерпретации в параграфе 2.2 и разработки сценария внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» в параграфе 2.3. Данные полученные с помощью анкетирования подтверждают актуальность проблемы и необходимость целенаправленной профилактической работы среди обучающихся 10 классов.<sup>8</sup>

## **2.2. Интерпретация результатов исследования**

Анализ результатов анкетирования 72 обучающихся 10 классов МАОУ СШ № 157 г. Красноярска позволяет сделать развёрнутые выводы о характере и интенсивности игровой активности старшеклассников. Первая группа выводов касается временных затрат на цифровые игры. 41% опрошенных (30 человек) играют ежедневно. Ещё 33% (24 человека) играют 3–5 раз в неделю. Суммарная доля респондентов с частотой игры не менее 3–5 раз в неделю составляет 74%. Это означает, что три четверти старшеклассников находятся в регулярном контакте с цифровыми играми.<sup>9</sup>

Продолжительность одной игровой сессии также значительна. 36% респондентов (26 человек) играют от 1 до 3 часов. 24% (17 человек) – от 3 до 5 часов. 12% (9 человек) – более 5 часов. Суммарная доля тех, кто проводит за игрой более 3 часов за одну сессию, составляет 36%. В абсолютных числах это 26 обучающихся из 72. Указанные старшеклассники находятся в зоне повышенного риска формирования игровой зависимости. Сочетание ежедневной игры (41%) и длительных сессий (36%) создаёт предпосылки для перехода увлечённости в аддиктивное поведение. По данным исследования,

одновременное наличие обоих признаков (ежедневная игра и сессия более 3 часов) выявлено у 28% респондентов (20 человек).

Второй значимый вывод связан с потерей контроля. 51% респондентов (37 человек) указали, что не могут остановиться во время игры и превышают запланированное время. Из них 22% (16 человек) ответили «да, постоянно», а 29% (21 человек) – «да, иногда». Среди тех, кто играет ежедневно, доля теряющих контроль достигает 68% (20 из 30 ежедневно играющих). Среди тех, кто играет реже 3 раз в неделю, доля теряющих контроль составляет 31% (13 из 42). Различие почти двукратное, что подтверждает связь между частотой игры и утратой самоконтроля.<sup>10</sup>

Потеря контроля является первым адаптированным критерием игровой зависимости. В педагогической практике этот критерий наиболее доступен для диагностики: классный руководитель может зафиксировать жалобы родителей на то, что подросток не выключает игру в оговоренное время, или наблюдать снижение самодисциплины у самого обучающегося. Полученные данные свидетельствуют, что более половины десятиклассников нуждаются в профилактической работе по восстановлению контроля над временем.

Третий вывод касается пропусков учебных занятий. 38% опрошенных (27 человек) пропускали уроки из-за нахождения в онлайн-играх за последние три месяца. Среди них 44% (12 человек) пропустили 1–2 урока, 33% (9 человек) – 3–5 уроков, 22% (6 человек) – более 5 уроков. Пропуски занятий – третий адаптированный критерий игровой зависимости – фиксируются у каждого третьего обучающегося. При этом 44% респондентов, пропускавших уроки, признались, что имитировали болезнь или уходили с последнего урока под видом посещения врача. Указанные данные свидетельствуют о сформированном механизме уклонения от учебной ответственности в пользу игровой деятельности.

Среднее количество пропусков по неуважительным причинам у группы «да» составило 3,2 урока в месяц, у группы «нет» – 0,4 урока. Разница в 8 раз. Это статистически значимый показатель, подтверждающий, что игровая

зависимость непосредственно влияет на посещаемость и, следовательно, на успеваемость.

Четвёртый вывод связан с FOMO-механизмами (страх упустить возможность). 89% обучающихся (64 человека) знакомы с ежедневными бонусами и временными событиями в играх. Из них 61% (44 человека) встречаются такие механики во многих играх, 28% (20 человек) – в некоторых. При этом 31% респондентов (22 человека) испытывают раздражение и сожаление при потере ежедневного бонуса. Ещё 22% (16 человек) теряли бонус, но не придавали этому значения.

Наличие отрицательных эмоций (раздражение, сожаление) при потере бонуса – прямое проявление FOMO-эффекта. Этот эффект заставляет заходить в игру даже при отсутствии внутреннего желания, подчиняясь тревоге потерять прогресс или статус среди сверстников. FOMO-механики присутствуют в популярных среди десятиклассников играх: Brawl Stars, Counter-Strike 2, Genshin Impact, Dota 2, Valorant, Honkai: Star Rail. Они создают искусственную срочность и подрывают способность старшеклассников к рациональному планированию времени.

Микротранзакции являются значимым экономическим и психологическим фактором, связывающим игровую активность с риском перехода к денежным ставкам. 46% опрошенных (33 человека) совершали внутриигровые покупки за последние три месяца. Среди них распределение по суммам одной транзакции следующее: до 500 рублей – 27% (9 человек), 500–1500 рублей – 31% (10 человек), 1500–3000 рублей – 21% (7 человек), более 3000 рублей – 21% (7 человек). Средний чек микротранзакции у опрошенных составил 1290 рублей.<sup>11</sup> При этом 21% респондентов из числа совершавших покупки тратили более 3000 рублей за одну транзакцию.

Особого внимания заслуживает частота приобретения внутриигровых бонусов, ускоряющих прогресс. 12% опрошенных (9 человек) покупают такие бонусы постоянно (каждую неделю), 24% (17 человек) – иногда (несколько раз в месяц). Суммарная доля регулярно тратящих на игры составляет 36% (26

человек). Указанные старшеклассники уже имеют сформированный паттерн денежного участия в игровом процессе и являются целевой аудиторией для рекламы букмекерских контор.

Покупка лутбоксов – контейнеров со случайным содержимым – зафиксирована у 38% опрошенных (27 человек). Из них 25% (18 человек) покупали лутбоксы несколько раз, 13% (9 человек) – один раз. Среди тех, кто совершал микротранзакции (33 человека), доля покупавших лутбоксы достигла 76% (25 человек). Это означает, что большинство старшеклассников, тратящих деньги в играх, вовлечены в рискованные механики с непредсказуемым результатом. Лутбоксы имитируют азартную игру: случайный результат, эффект «почти выигрыша», яркие визуальные и звуковые стимулы.

Психологический механизм лутбоксов – переменное подкрепление. Отсутствие гарантированной награды за каждое вложение при возможности получения редкого предмета вызывает более сильную зависимость, чем гарантированная награда. Мозг реагирует на неопределённость выбросом дофамина, что закрепляет привычку. Подростки, покупающие лутбоксы, с большей вероятностью переходят к реальным денежным ставкам после достижения совершеннолетия, поскольку психологическая модель поведения уже сформирована.<sup>12</sup>

Самооценка трат также показательна. 18% всех опрошенных (13 человек) признались, что тратят на внутриигровые покупки слишком много и хотели бы сократить расходы. Среди совершавших микротранзакции доля таких респондентов составила 39% (13 из 33). Это свидетельствует о внутреннем конфликте и осознании проблемы, но при отсутствии внешней профилактической помощи старшеклассники не могут самостоятельно изменить поведение. Ещё 24% (17 человек) оценивают свои траты как приемлемые, 8% (6 человек) – как недостаточные (хотели бы тратить больше).

Результаты анкетирования показывают высокую интенсивность воздействия рекламы букмекерских контор на подростковую аудиторию. 67%

обучающихся 10 классов (48 человек) видят рекламу букмекеров не реже нескольких раз в неделю. Из них 29% (21 человек) – ежедневно, 38% (27 человек) – несколько раз в неделю. Оставшиеся 19% (14 человек) видят рекламу редко, 14% (10 человек) никогда не встречали.

Наиболее распространённые каналы распространения рекламы:

- YouTube – 61% (44 человека). Реклама в виде pre-roll роликов перед основным видео, а также интеграции внутри видео;

- социальные сети (ВКонтакте, Telegram) – 54% (39 человек). Таргетированная реклама в ленте, посты в тематических группах;

- рекламные интеграции у блогеров – 43% (31 человек). Блогеры и стримеры прямо или косвенно рекламируют букмекерские конторы в своих видео и стримах;

- баннеры на игровых сайтах – 31% (22 человека);

- SMS или push-уведомления – 12% (9 человек);

- другое (наружная реклама, стикеры, реферальные ссылки) – 6% (4 человека).

YouTube и социальные сети являются наиболее эффективными каналами, поскольку алгоритмы таргетинга не всегда корректно определяют возраст пользователя. Несовершеннолетние попадают в рекламные сегменты, предназначенные для взрослой аудитории, на основе интересов (спорт, игры, киберспорт).<sup>13</sup>

Особую тревогу вызывает тот факт, что 33% опрошенных (24 человека) узнали о существовании онлайн-ставок именно от блогеров, которых они регулярно смотрят. Это подтверждает, что блогеры и стримеры выступают эффективными агентами влияния, нормализующими риски. Подросток видит, как его кумир легко выигрывает деньги, делает ставки и рекламирует бонусы, и начинает воспринимать это как норму.<sup>14</sup>

19% респондентов (14 человек) переходили по рекламной ссылке и регистрировались на сайте букмекерской конторы. Из них 8% (6 человек) совершали ставки (4 из 6 использовали банковские данные родителей без их

ведома или с разрешения, 2 – подставные аккаунты). 11% (8 человек) регистрировались, но не совершали ставок. Суммарная доля переходивших по ссылке (19%) – это почти каждый пятый десятиклассник.

Отношение к рекламе букмекеров также вызывает тревогу. 44% (32 человека) относятся к ней нейтрально, 15% (11 человек) – положительно (считают ставки способом заработка). Только 31% (22 человека) выражают негативное отношение, 10% (7 человек) затруднились ответить. Нейтральное и положительное отношение является следствием привыкания и нормализации азартных механик в сознании старшеклассников. Многие не видят в рекламе угрозы, воспринимая её как обычный элемент цифровой среды.

Анализ взаимосвязей между ответами позволяет выявить устойчивые паттерны, подтверждающие гипотезу о последовательной цепочке формирования зависимости.

Первая связь – между частотой игры и микротранзакциями. Среди ежедневно играющих (30 человек) доля совершающих микротранзакции составляет 67% (20 человек). Среди играющих реже 3 раз в неделю (42 человека) доля совершающих микротранзакции составляет 31% (13 человек). Разница более чем двукратная. Регулярная игровая активность повышает готовность тратить реальные деньги: чем чаще подросток играет, тем выше вероятность, что он начнёт совершать покупки.

Вторая связь – между длительностью игровой сессии и покупкой лутбоксов. Среди тех, кто играет более 3 часов за сессию (26 человек), доля покупавших лутбоксы составляет 58% (15 человек). Среди играющих менее 3 часов (46 человек) – 26% (12 человек). Длительное пребывание в игре увеличивает вероятность столкновения с предложениями лутбоксов и снижает критическое восприятие таких покупок.

Третья связь – между покупкой лутбоксов и регистрацией на сайтах букмекеров. Среди покупавших лутбоксы (27 человек) 42% (11 человек) регистрировались на сайтах букмекерских контор. Среди никогда не

покупавших лутбоксы (45 человек) этот показатель составляет всего 7% (3 человека). Лутбоксы выступают «входным билетом» – они приучают подростка к механике случайного выигрыша и проигрыша, после чего переход к денежным ставкам становится психологически менее барьерным. Опыт траты денег на случайный контент снижает порог критичности при встрече с предложением ставок.

Четвёртая связь – между потерей контроля и пропусками уроков. Учащиеся, теряющие контроль над временем игры (37 человек), в 2,5 раза чаще пропускают уроки по сравнению с теми, кто контроль сохраняет. В группе с потерей контроля доля пропускавших уроки составляет 62% (23 из 37), в группе без потери контроля – 15% (5 из 35). Это подтверждает, что потеря контроля является не изолированным симптомом, а системным нарушением, затрагивающим учебную деятельность и социальную адаптацию.

Пятая связь – между микротранзакциями и положительным отношением к рекламе букмекеров. Среди совершавших микротранзакции (33 человека) доля положительно относящихся к рекламе букмекеров (считающих ставки способом заработка) составляет 24% (8 человек). Среди не совершавших микротранзакции (39 человек) – 8% (3 человека). Деньги, потраченные в играх, снижают критическое восприятие рекламы азартных сервисов, формируя установку «раз я уже трачу на игры, почему бы не попробовать заработать ставками».

Шестая связь – между просмотром блогеров и регистрацией на сайтах букмекеров. Среди тех, кто узнал о букмекерах от блогеров (24 человека), доля зарегистрировавшихся на сайтах составляет 42% (10 человек). Среди не узнавших от блогеров (48 человек) – 8% (4 человека). Блогеры выступают наиболее убедительным каналом, поскольку создают иллюзию доверия и лёгкого заработка.

Указанные взаимосвязи образуют последовательную цепочку, которую можно представить в виде пяти этапов:

Этап 1 – частое и продолжительное пребывание в играх с FOMO-механизмами (ежедневная игра, длительные сессии). На этом этапе у 41% старшеклассников формируется привычка.

Этап 2 – потеря контроля над временем (51% респондентов). Подросток не может остановиться, нарушает договорённости с родителями и учителями.

Этап 3 – микротранзакции и покупка лутбоксов (46% и 38% соответственно). Траты реальных денег на виртуальные предметы и случайные награды создают психологическую готовность к рискованным финансовым операциям.

Этап 4 – интерес к рекламе букмекеров (67% видят рекламу, 33% узнали от блогеров). Под действием рекламы и авторитета блогеров формируется нормализация ставок.

Этап 5 – переход к реальным ставкам (19% зарегистрировались, 8% совершали ставки). На этом этапе игровая зависимость смыкается с рискованным финансовым поведением.<sup>15</sup>

Параллельно на любом этапе увеличиваются пропуски уроков (38%) и снижается успеваемость.

Полученные эмпирические данные могут быть осмыслены в контексте теоретических подходов, заявленных во введении. С позиции деятельностного подхода (А.Н. Леонтьев), игровая деятельность приобретает доминирующий характер тогда, когда она начинает полнее удовлетворять базовые потребности подростка (в достижении, признании, автономии), чем учебная деятельность. Наши данные о том, что 44% опрошенных ставят игру выше подготовки к урокам, а 51% теряют контроль над временем, подтверждают наличие такого сдвига ведущей деятельности. Внешние стимулы, такие как FOMO-механики и реклама букмекеров, выступают в роли искусственных подкреплений, усиливающих этот сдвиг и закрепляющих игровую деятельность как более привлекательную по сравнению с учебной.

С точки зрения теории аддиктивного поведения (Ц.П.Короленко, В.Д. Менделевич), выделенные нами три критерия (потеря контроля,

приоритет игры, пропуски уроков) соответствуют начальным стадиям формирования зависимости, когда психологическая привязанность ещё не перешла в физиологическую, но уже приводит к социальной дезадаптации. Полученные данные (38% пропусков уроков, 44% приоритета игры) свидетельствуют о том, что значительная доля десятиклассников находится именно на этой стадии, когда профилактическое вмешательство наиболее эффективно.

Исследования цифровой социализации (Г.У.Солдатова, Е.И. Рассказова) объясняют повышенную уязвимость подростков 15–17 лет к манипулятивным техникам: их критическое мышление ещё не полностью сформировано, а доступ к цифровой среде практически не ограничен. Именно поэтому 89% опрошенных сталкиваются с FOMO-механиками, а 67% еженедельно видят рекламу букмекеров, не воспринимая её как угрозу (62% считают нормой по данным РАО). Формируется ситуация, когда внешние манипулятивные стимулы (таймеры, ежедневные бонусы, рекламные интеграции) интернализуются и начинают восприниматься подростком как естественная часть цифровой среды, что и создаёт основу для перехода от микротранзакций к реальным ставкам.

Когнитивно-поведенческий подход позволяет объяснить, почему 38% опрошенных продолжают покупать лутбоксы, а 76% из числа совершавших микротранзакции делают это неоднократно. Механизм переменного подкрепления (случайный выигрыш в лутбоксе) формирует искажённую когнитивную установку «в следующий раз повезёт больше», что прямо коррелирует с установкой «ставки — это лёгкий заработок», фиксируемой у 15% опрошенных. Выявленная связь между покупкой лутбоксов и регистрацией на сайтах букмекеров (42% против 7%) подтверждает этот тезис: опыт участия в симулированных азартных механиках снижает психологический барьер перед реальными денежными ставками.

Таким образом, заявленные теоретические подходы не только объясняют полученные эмпирические данные, но и позволяют выстроить

непротиворечивую интерпретацию выявленных связей: от деятельностного сдвига (приоритет игры) через стадии аддикции (потеря контроля, пропуски уроков) к формированию искажённых когнитивных установок под влиянием цифровой среды, что в итоге создаёт предпосылки для перехода к реальным денежным ставкам. Эта интерпретация, однако, не утверждает причинно-следственного характера выявленных связей, а предлагает гипотетическую модель, требующую проверки в лонгитюдных исследованиях.

При интерпретации полученных результатов необходимо учитывать ряд ограничений, которые накладывают отпечаток на генерализацию выводов и обоснованность причинно-следственных утверждений.

Первое ограничение связано с характеристиками выборки. В исследовании приняли участие 72 обучающихся 10 классов только одной школы (МАОУ СШ № 157 г. Красноярск). Это накладывает ограничения на генерализацию выводов: полученные данные отражают ситуацию в конкретном образовательном учреждении и не могут быть автоматически распространены на всех десятиклассников без дополнительной проверки. Социокультурные, экономические и организационные особенности других школ могут давать иные количественные показатели.

Второе ограничение касается метода сбора данных. Анкетирование основано на самоотчёте респондентов, что предполагает риск искажения информации. Обучающиеся могли давать социально желательные ответы (например, занижать частоту игр или сумму трат на микротранзакции), преуменьшать проблемы или, наоборот, преувеличивать некоторые показатели в силу возрастных особенностей. Кроме того, ретроспективные вопросы (например, «пропускали ли вы уроки за последние три месяца») зависят от памяти и субъективной оценки респондента, что также снижает точность.

Третье ограничение – корреляционный дизайн исследования. Все выявленные связи являются статистическими корреляциями, что не позволяет устанавливать причинно-следственные отношения. Например, корреляция

между покупкой лутбоксов и регистрацией на сайтах букмекеров (42% против 7%) не доказывает, что лутбоксы «приводят» к ставкам. Возможно, существует общая третья переменная (например, склонность к риску), которая объясняет оба поведения. Поэтому все выводы о последовательной цепочке «FOMO → микротранзакции → реклама БК → ставки» следует рассматривать как гипотезу, требующую проверки в лонгитюдных исследованиях с экспериментальным дизайном.

Четвёртое ограничение – отсутствие контрольной группы и лонгитюдного наблюдения. Мы зафиксировали текущее состояние (срез), но не отслеживали динамику формирования зависимости во времени. Без повторных замеров невозможно утверждать, что выявленные факторы действительно предшествуют изменениям в поведении, а не являются их следствием. Для подтверждения причинно-следственных связей необходимо лонгитюдное исследование с повторными опросами той же выборки через определённые промежутки времени (например, 6 и 12 месяцев).

Пятое ограничение – узкий фокус на цифровых факторах риска. Как было показано в параграфе 1.2, существуют семейные, психологические, социальные и образовательные причины игровой зависимости. В нашем исследовании мы сознательно не анализировали их (не опрашивали родителей, не оценивали психологические характеристики личности, не собирали данные об успеваемости по всем предметам). Это означает, что полученные нами корреляции между игровыми практиками, микротранзакциями и интересом к букмекерам могут быть частично объяснены неучтёнными переменными. Учёт этих факторов – перспектива дальнейших исследований.

Шестое ограничение – отсутствие экспериментальной проверки эффективности разработанного мероприятия. В рамках дипломной работы мы не проводили контрольного эксперимента с измерением изменений в поведении обучающихся до и после мероприятия. Поэтому все утверждения о потенциальной эффективности сценария «Цифровой выбор» носят

рекомендательный характер и основаны на теоретической обоснованности его содержания, а не на эмпирически подтверждённых результатах. Оценка эффективности требует отдельного педагогического эксперимента с контрольной и экспериментальной группами, а также отсроченными замерами (через 2–3 месяца).

Таким образом, представленные в работе данные и выводы следует интерпретировать с учётом перечисленных ограничений. Наше исследование не претендует на установление универсальных закономерностей, а представляет собой локальное эмпирическое исследование, результаты которого могут служить основой для выдвижения гипотез и разработки профилактических инструментов, требующих дальнейшей проверки в более широких и методологически строгих исследованиях.

На основе интерпретации результатов анкетирования сформулированы следующие выводы для разработки внеурочного профилактического мероприятия «Цифровой выбор».

Первый вывод. Мероприятие должно быть адресовано всему классу, а не только обучающимся с явными признаками зависимости. Распространённость признаков игровой зависимости (потеря контроля – 51%, пропуски уроков – 38%) свидетельствует, что проблема носит массовый характер. Профилактика должна носить универсальный характер, а не только индивидуальный.

Второй вывод. Необходимо включить в сценарий отдельный блок о FOMO-механизмах. 89% обучающихся сталкиваются с ежедневными бонусами и временными событиями, но только 31% осознают, что эти механики манипулируют их поведением (испытывают раздражение при потере бонуса). Остальные либо не придают значения, либо не задумываются. Разбор конкретных примеров из популярных игр (Brawl Stars, Counter-Strike 2, Genshin Impact, Dota 2) поможет старшеклассникам распознавать FOMO и снижать его влияние.<sup>16</sup>

Третий вывод. Требуется отдельный блок о микротранзакциях и лутбоксах. 46% совершают покупки, 38% покупают лутбоксы, средний чек 1290 рублей, 21% тратят более 3000 рублей за раз. Необходимо объяснить психологию лутбоксов (переменное подкрепление, эффект «почти выигрыша», сравнение с азартными играми). Важно показать, как лутбоксы подготавливают к переходу к денежным ставкам. Целесообразно привести конкретные суммы и попросить обучающихся подсчитать свои траты за месяц.

Четвертый вывод. Критический анализ рекламы букмекерских контор должен стать центральной частью мероприятия. 67% видят рекламу еженедельно, 33% узнали о ставках от блогеров, 19% зарегистрировались на сайтах. Необходимо разобрать типичные приёмы: бонусы за первый депозит, «легкий заработок», спонсорство любимых блогеров, скрытая реклама в стримах. Также важно обсудить правовые аспекты: реклама азартных игр запрещена для несовершеннолетних, но алгоритмы не всегда это учитывают. Следует показать реальные скриншоты рекламы (заранее подготовленные) и предложить проанализировать, какие манипулятивные техники используются.

Пятый вывод. В мероприятие следует включить работу с кейсами о пропусках уроков и потере контроля. 38% пропускали уроки, 51% теряли контроль. Реальные ситуации из школьной практики позволят обучающимся проанализировать собственное поведение и выработать стратегии самоконтроля. Пример кейса: «Ты договорился с родителями поиграть 30 минут, прошло 3 часа, а завтра контрольная по математике, к которой ты не готов. Твои действия? Какие механизмы помогут остановиться вовремя?»<sup>17</sup>

Шестой вывод. Необходимо дать практические инструменты, которые обучающиеся могут использовать сразу после мероприятия: правила цифровой гигиены (ограничение времени через таймер, отключение уведомлений игр, удаление игр с рабочего стола); памятка по распознаванию FOMO-механик и манипулятивных приёмов в рекламе; рекомендации по настройке родительского контроля на банковских картах; альтернативные виды досуга (спортивные секции, творческие кружки, волонтерство).<sup>18</sup>

Седьмой вывод. Мероприятие должно быть интерактивным, а не лекционным. Старшеклассники 15–17 лет критически относятся к прямым запретам и нравоучениям. Эффективными формами являются: групповая дискуссия (10–15 минут), разбор кейсов в малых группах (15 минут), анализ скриншотов рекламы и игровых интерфейсов (10 минут), дебаты на тему «Игры приносят больше пользы или вреда?» (10 минут), рефлексия и заполнение индивидуальной карты рисков (5 минут).

Восьмой вывод. Мероприятие должно учитывать гендерные различия. Юноши чаще играют ежедневно (58% против 21%), совершают микротранзакции (55% против 35%) и покупают лутбоксы (47% против 26%). Девушки чаще теряют контроль (59% против 42%). Сценарий должен предусматривать возможность выбора примеров и кейсов, релевантных для разных подгрупп. Для юношей – больше примеров из соревновательных игр (Dota 2, CS2). Для девушек – из симуляторов и RPG (Genshin Impact, Honkai: Star Rail). Однако основное обсуждение должно быть общим, чтобы не создавать разделения.

Девятый вывод. После мероприятия необходимо провести повторное анкетирование (отсроченный контроль) через 2–3 месяца для оценки эффективности. Вопросы должны касаться изменений в игровом поведении, частоте микротранзакций, критическом отношении к рекламе букмекеров. Результаты сравнения позволят скорректировать программу и доказать эффективность разработанного мероприятия в практической части диплома.<sup>19</sup>

Все указанные выводы обеспечат практическую значимость дипломной работы и её соответствие требованиям ФГОС СОО.

### **2.3. Сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» и методические рекомендации по его реализации**

Внеурочное мероприятие «Цифровой выбор» разработано для обучающихся 10 классов (15–17 лет) и направлено на профилактику игровой зависимости в цифровой среде. Цель мероприятия – сформировать у старшеклассников критическое отношение к игровым FOMO-механикам,

микротранзакциям и рекламе букмекерских контор, а также выработать навыки самоконтроля и безопасного поведения в цифровом пространстве.

Задачи мероприятия:

- проинформировать обучающихся о механизмах удержания внимания в видеоиграх (ежедневные бонусы, временные события, лутбоксы);
- показать связь между внутриигровыми микротранзакциями и формированием интереса к онлайн-ставкам;
- проанализировать приёмы рекламы букмекерских контор в интернете, включая спонсорство блогеров;
- сформировать навыки распознавания манипулятивных техник и противодействия им;
- предложить конкретные правила цифровой гигиены и самоконтроля.

Форма проведения: внеурочное занятие в формате интерактивного классного часа с элементами тренинга, групповой дискуссии и работы с кейсами. Продолжительность – 40–45 минут Мероприятие рассчитано на класс из 25–35 человек, может проводиться классным руководителем, социальным педагогом или педагогом-психологом.

Сценарий состоит из шести последовательных блоков. Общая длительность – 45 минут. Рекомендуемое распределение времени: разминка и блиц-опрос – 5 минут; блок «FOMO и лутбоксы» – 10 минут; блок «От лутбокса до ставки» – 10 минут; работа с кейсами – 10 минут; дебаты или групповая дискуссия – 5 минут; рефлексия и памятка – 5 минут.

Блок 1. Разминка и блиц-опрос (5 минут)

Ведущий приветствует обучающихся и объявляет тему занятия: «Цифровой выбор: как не потерять себя в мире игр и рекламы». Затем проводится анонимный блиц-опрос с использованием поднятия рук или мобильного приложения (например, Mentimeter или Google Forms в реальном времени). Вопросы:

- «Кто из вас играет в видеоигры хотя бы раз в неделю?»

- «Кто сталкивался с ежедневными бонусами (“зайди и забери награду”) в играх?»

- «Кто видел рекламу букмекерских контор (ставок на спорт) в интернете?»

После подсчёта ведущий озвучивает обобщённые результаты, ссылаясь на данные проведённого в школе анкетирования (например: «По результатам опроса наших десятых классов, 89% встречали ежедневные бонусы, а 67% видели рекламу букмекеров»). Это создаёт эффект актуальности и вовлечённости.

Блок 2. «FOMO и лутбоксы: как игры удерживают ваше внимание» (10 минут)

Ведущий объясняет понятие FOMO (страх упустить возможность) без использования сложной терминологии. Формулировка: «FOMO – это тревога, что вы пропустите что-то важное, что происходит без вас. В играх эту тревогу создают специальные механики».

Основные тезисы блока:

1. Ежедневные бонусы. Игрок получает награду просто за то, что зашёл в игру. Если пропустить день – цепочка бонусов прерывается, и нужно начинать заново. Это заставляет заходить в игру даже тогда, когда нет желания играть.

2. Временные события. В игре появляются уникальные миссии, предметы или персонажи только на ограниченный период (например, на неделю). Страх потерять эксклюзивный контент заставляет играть интенсивнее.

3. Лутбоксы. Контейнеры со случайным содержимым. Игрок платит реальные деньги, но не знает, что получит. Механика напоминает азартную игру: редкий выигрыш вызывает всплеск эмоций и желание повторить.

Ведущий демонстрирует 2–3 скриншота из популярных игр (Brawl Stars – экран с ежедневным бонусом; Genshin Impact – событие с обратным отсчётом; Counter-Strike 2 – открытие кейса с лутбоксом). Каждый скриншот

сопровождается кратким комментарием: «Видите таймер? Он создаёт искусственную срочность».

Вопрос к аудитории: «Было ли у вас такое, что вы заходили в игру только ради того, чтобы не потерять бонус, но в итоге играли несколько часов?»

Обсуждение 1–2 ответов.

В конце блока ведущий резюмирует: «FOMO и лутбоксы – не случайность, а продуманные инструменты, цель которых – сделать ваше пребывание в игре максимально долгим и регулярным, а также побудить к тратам. Чем дольше вы играете и чем больше тратите, тем больше разработчики зарабатывают».

Блок 3. «От лутбокса до ставки: реклама букмекерских контор и манипуляции» (10 минут)

Ведущий переходит к следующей теме: как механики игр подготавливают почву для интереса к азартным играм и ставкам.

Основные тезисы:

1. Покупка лутбоксов формирует привычку тратить реальные деньги на случайные награды. Эта привычка снижает психологический барьер перед совершением денежных ставок.

2. Букмекерские конторы активно рекламируются в интернете. Наиболее эффективные каналы – YouTube, ВКонтакте, Telegram и рекламные интеграции у блогеров. По данным анкетирования в школе, 33% десятиклассников узнали о ставках от блогеров.

3. Типичные приёмы рекламы: «бонус за первый депозит» (казино даёт бесплатные деньги для ставок), «легкий заработок» (демонстрация крупных выигрышей), спонсорство любимых блогеров (создание иллюзии доверия).

4. Реклама букмекеров запрещена для несовершеннолетних по закону, однако алгоритмы таргетинга не всегда корректно определяют возраст. Подростки видят эту рекламу практически ежедневно.

Ведущий показывает 2–3 примера рекламы букмекерских контор (скриншоты из YouTube-роликов или постов ВКонтакте, заранее

подготовленные, без указания конкретных названий). Вместе с классом анализируется: «Какие эмоции вызывает эта реклама? Что она обещает? Какие слова или картинки привлекают внимание?»

Вопрос для обсуждения: «Почему блогеры соглашаются рекламировать ставки?» Ответ: высокий доход, до 30 млрд рублей в год на рынке. Ведущий подчёркивает, что блогеры не несут ответственности за проигранные деньги подписчиков.

Резюме блока: «То, что начинается как безобидная покупка лутбокса за 50 рублей, может незаметно привести к регистрации на сайте букмекера и потере крупных сумм. Вы – не цель для рекламы, но вы – её аудитория».

#### Блок 4. Работа с кейсами (10 минут)

Класс делится на 3–4 малые группы (по 6–8 человек). Каждая группа получает одну из трёх ситуаций (кейсов) для обсуждения. На работу отводится 5 минут, затем представители групп зачитывают решения (по 1–2 минуты на группу). Ведущий комментирует и дополняет.

##### Кейс 1. «Пропущенный бонус»

«Ты играешь в мобильную игру уже 30 дней подряд, получая ежедневный бонус. На 31-й день у тебя важная контрольная работа, к которой нужно готовиться. Ты понимаешь, что если не зайти в игру сегодня, цепочка бонусов прервётся, и ты потеряешь редкий предмет. Что ты сделаешь? Какие аргументы "за" и "против"? Какие способы самоконтроля можно применить?»

##### Кейс 2. «Случайный лутбокс»

«Ты купил лутбокс за 300 рублей и получил очень редкий скин. Ты испытываешь сильное эмоциональное возбуждение и желание купить ещё один лутбокс, чтобы получить следующий редкий предмет. У тебя на счету есть ещё 1000 рублей, которые ты копил на подарок другу. Как поступить? Почему хочется купить ещё? Какая психологическая ловушка здесь срабатывает?»

##### Кейс 3. «Реклама блогера»

«Твой любимый видеоблогер в новом ролике рекламирует букмекерскую контору. Он говорит, что сам заработал на ставках 50 тысяч рублей и предлагает перейти по ссылке в описании, чтобы получить бонус на первый депозит. Тебе интересно попробовать, но ты знаешь, что ставки – это азарт. Как оценить эту рекламу? Стоит ли переходить по ссылке? Как понять, что блогер может преувеличивать?»

После обсуждения ведущий подводит итог по каждому кейсу, акцентируя:

- в кейсе 1: важность расстановки приоритетов (подготовка к контрольной важнее виртуального бонуса); полезно использовать таймер на телефоне;

- в кейсе 2: эффект «почти выигрыша» и переменное подкрепление – это механизмы зависимости; лучшая стратегия – остановиться после первого выигрыша;

- в кейсе 3: блогер получает деньги за рекламу, его выигрыш может быть постановочным; легальные ставки разрешены только с 18 лет, и даже тогда существует риск проигрыша.

#### Блок 5. Дебаты или групповая дискуссия (5 минут)

Ведущий организует краткую дискуссию на тему: «Могут ли компьютерные игры приносить пользу или это всегда вред?» Классу предлагается высказать аргументы «за» и «против». Ведущий направляет обсуждение, чтобы прийти к сбалансированному выводу: игры могут быть полезны для развития реакции, логики, общения, но только при контроле времени и финансов. Вред начинается там, где теряется контроль, появляются пропуски уроков и неконтролируемые траты.

Альтернативный вариант – быстрые дебаты: разделить класс на две команды, дать 2 минуты на подготовку, по 1 минуте на выступление каждой команды.

#### Блок 6. Рефлексия и памятка (5 минут)

Ведущий предлагает каждому обучающемуся устно или письменно (на стикере или в чате) ответить на три вопроса:

- Что нового вы узнали сегодня?
- Какое правило цифровой гигиены вы готовы применить уже сегодня?
- Что в вашем игровом поведении вы хотели бы изменить?

После сбора ответов (несколько раздаются вслух по желанию) ведущий раздаёт заранее распечатанные памятки (см. раздел «Материалы для раздачи») или отправляет электронную версию в классный чат.<sup>20</sup> Памятка содержит краткие правила цифровой гигиены, памятку по распознаванию FOMO и перечень полезных ресурсов.<sup>21</sup>

Завершающая фраза ведущего: «Цифровой выбор – это ваш выбор. Теперь вы знаете, как работают манипуляции, и можете принимать осознанные решения. Берегите своё время и деньги».

Методические рекомендации для классного руководителя

До проведения мероприятия:

1. Ознакомиться со сценарием и подготовить раздаточные материалы (памятки, скриншоты, презентацию). Презентация должна содержать не более 10–12 слайдов без перегруженного текста.

2. Провести предварительное анкетирование (можно использовать данные из параграфа 2.1, но лучше повторить краткий опрос в своём классе для актуальности).

3. Убедиться, что в классе есть техническая возможность для показа слайдов и скриншотов.

4. Согласовать проведение занятия с администрацией школы и родительским комитетом (особенно в части обсуждения рекламы букмекеров – разослать информационное письмо о целях занятия).

5. Подготовить бланки для работы с кейсами (тексты ситуаций) и стикеры для рефлексии.

Во время проведения мероприятия:

1. Сохранять нейтральную, доброжелательную позицию. Не осуждать обучающихся за их игровые привычки, не называть «зависимыми». Использовать формулировки «мы», «в нашем классе».

2. Активно привлекать к обсуждению даже тех, кто обычно молчит. Для этого можно использовать вопросы с поднятием руки или короткие письменные ответы.

3. Соблюдать временной регламент. Не затягивать отдельные блоки. Если дискуссия слишком активная – выделить дополнительное время, но предупредить класс о необходимости уложиться в 45 минут.

4. При демонстрации скриншотов из игр и рекламы не указывать конкретные названия букмекерских контор и не создавать дополнительный интерес к ним. Размывать логотипы и бренды.

5. Фиксировать наиболее активных участников – они могут стать помощниками в дальнейшей профилактической работе (волонтеры цифровой гигиены).

После проведения мероприятия:

1. Провести повторное анкетирование (через 2–3 недели) для оценки краткосрочных изменений в игровом поведении и отношении к рекламе. Сравнить результаты с первичным опросом.

2. Разместить в классном уголке или в электронном дневнике памятку «Правила цифровой гигиены» и ссылки на полезные ресурсы.

3. При необходимости провести индивидуальные беседы с обучающимися, которые проявили повышенный интерес к теме или сообщили о проблемах (например, крупных тратах на игры). Пригласить школьного психолога.

4. Включить аналогичные темы в планы последующих классных часов (например, «Кибербезопасность: как не попасться на удочку мошенников» или «Управление личными финансами в онлайн»).

5. Подготовить отчёт о проведённом мероприятии для администрации школы, включив количественные результаты анкетирования и качественные отзывы обучающихся.

Материалы для раздачи

Ниже приведён полный текст памятки, который выдаётся каждому обучающемуся на бумажном носителе или отправляется в электронном виде.

Памятка для старшеклассника «Цифровой выбор: осознанное поведение в играх и интернете»

Раздел 1. Как распознать манипуляции в играх (FOMO и лутбоксы)

- Ежедневный бонус с «цепочкой»: если пропустите день – потеряете награду. Это создаёт искусственную срочность. Решение: спросите себя – действительно ли награда ценна или это просто игра?

- Ограниченные по времени события. Таймеры, обратный отсчёт, «успей за 24 часа». Помните: большинство событий повторяются через несколько месяцев.

- Лутбоксы и кейсы: вы платите неизвестно за что. Психологическая ловушка: после редкого выигрыша хочется повторить. Решение: откажитесь от покупки лутбоксов вообще; то, что стоит денег, должно быть гарантировано.

Раздел 2. Как не поддаться на рекламу ставок

- Реклама букмекеров часто использует фразы: «лёгкий заработок», «бонус за регистрацию», «реальные отзывы». Не верьте – букмекеры зарабатывают на проигрышах игроков.

- Любимые блогеры рекламируют ставки за деньги. Их «выигрыши» могут быть постановочными или единичными. Блогер не вернёт вам проигранные средства.

- Напоминайте себе: ставки разрешены с 18 лет, но даже совершеннолетние теряют суммы, сравнимые с ежемесячным доходом. Если вы ещё не достигли 18 лет, регистрация на сайте букмекера незаконна и может привести к проблемам с родителями и полицией.<sup>22</sup>

### Раздел 3. Правила цифровой гигиены (чек-лист)

Ежедневно проверяйте себя по этим пунктам:

- [ ] Я установил(а) лимит времени на игры (например, 1 час в день) и использую таймер.

- [ ] Я отключил(а) push-уведомления игр, чтобы меня не отвлекали.

- [ ] Перед покупкой внутриигрового предмета я жду 10 минут – и чаще всего передумываю.

- [ ] Я не храню банковскую карту с привязкой к аккаунту игры, а ввожу данные каждый раз осознанно.

- [ ] Я предупредил(а) родителей о своих тратах на игры и согласую с ними крупные покупки.

- [ ] Я могу назвать 3 альтернативы игре на случай, если захочется отвлечься (спорт, чтение, прогулка, хобби).

- [ ] Если я пропускаю уроки из-за игр – это повод обратиться к психологу или поговорить с классным руководителем.

### Раздел 4. Полезные ресурсы

- Федеральный проект «Цифровая гигиена» ([цифроваягигиена.рф](http://цифроваягигиена.рф)) – правила безопасности в сети.<sup>23</sup>

- Сайт «Лаборатория Касперского» раздел «Детям и родителям» – материалы о кибербезопасности.<sup>24</sup>

- Платформа «Урок цифры» ([урокцифры.рф](http://урокцифры.рф)) – интерактивные уроки о цифровых технологиях.<sup>25</sup>

- Телефон доверия для детей: 8-800-2000-122 – анонимная помощь по любым вопросам, включая зависимое поведение.<sup>26</sup>

### Раздел 5. Запомните главное

Ваше время и деньги принадлежат вам. Игры и реклама – лишь часть цифровой среды, но не вся жизнь. Если вы чувствуете, что теряете контроль, не стесняйтесь обращаться за помощью к родителям, учителям или психологу. Сделать осознанный выбор – это проявление силы, а не слабости.

Дополнительные методические материалы для классного руководителя

В дополнение к памятке рекомендуется подготовить лист обратной связи для обучающихся, который раздаётся после рефлексии. Лист содержит вопросы:

- Оцените занятие по шкале от 1 до 5 (насколько полезно).
- Что вам понравилось больше всего?
- О чём бы вы хотели узнать подробнее?
- Ваши предложения по теме следующего классного часа.

Эти данные помогут скорректировать будущие профилактические мероприятия.

Также классный руководитель может создать в мессенджере (Макс, ВКонтакте) закрытый чат «Цифровой выбор», куда будут высылаться раз в неделю короткие факты о цифровой гигиене, советы по самоконтролю и анонсы полезных вебинаров. Чат не предназначен для обсуждения личных проблем, но может служить каналом для вопросов.

Разработанный сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» соответствует целям профилактики игровой зависимости у обучающихся 10 классов. Мероприятие имеет чёткую структуру, интерактивные формы работы (блиц-опрос, групповой анализ кейсов, дискуссия, рефлексия) и продолжительность, вписывающуюся в рамки классного часа. Содержание опирается на результаты авторского анкетирования (параграфы 2.1 и 2.2) и учитывает выявленные риски: FOMO-механики, микротранзакции, рекламу букмекерских контор. Методические рекомендации позволяют классному руководителю качественно подготовиться, провести и оценить эффективность занятия.<sup>27</sup> Памятка и чек-лист обеспечивают закрепление материала в повседневной практике старшеклассников. Предложенный сценарий готов к апробации в образовательной организации и может быть использован в системе профилактической работы школы.

---

<sup>27</sup>Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

- 
- <sup>2</sup>Российская академия образования. Цифровая социализация подростков в условиях информационной перегрузки: отчет о научно-исследовательской работе. М., 2025. – С. 34.
- <sup>3</sup>Гусев, А.Н. Влияние цифровых игр на академическую успеваемость старшеклассников. // Вестник Московского государственного психолого-педагогического университета. 2024. № 3. С. 82.
- <sup>4</sup>Короленко, Ц.П., Дмитриева, Н.В. Аддиктивное поведение. Общая характеристика и закономерности развития. // Обозрение психиатрии и медицинской психологии. 2013. № 1. С. 8.
- <sup>5</sup>Котляров, А.В. Интернет-зависимость и игровая зависимость: диагностика и профилактика. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2023. – С. 67.
- <sup>6</sup>Шмелев, А.Г. Психологическая диагностика игровой зависимости у подростков. // Психологический журнал. 2024. Т. 45. № 2. С. 55.
- <sup>7</sup>Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Молодежь и азартные игры: отношение и практики: аналитический обзор. М., 2025. URL: <https://wciom.ru/>
- <sup>8</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2025 года: статистический сборник. М., 2026. – С. 52.
- <sup>9</sup>Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2024 года: статистический сборник. М., 2025. – С. 45.
- <sup>10</sup>Рассказова, Е.И., Холмогорова, А.Б. Психологические факторы игровой зависимости в подростковом и молодом возрасте. // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27. № 3. С. 28.
- <sup>11</sup>ЮKassa. Игровая индустрия России 2025: платежи, аудитория, тренды: аналитический отчет. М., 2026. – С. 18.
- <sup>12</sup>King, D.L., Delfabbro, P.H. The clinical psychology of Internet gaming disorder in adolescents: a narrative review. // Journal of Behavioral Addictions. 2022. Vol. 11. № 2. P. 230.
- <sup>13</sup>Киберполиция России: официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: [https://vk.com/cyberpolice\\_rus](https://vk.com/cyberpolice_rus)
- <sup>14</sup>ТАСС: информационное агентство России (раздел «Общество»). URL: <https://tass.ru/obschestvo>
- <sup>15</sup>Солдатова, Г.У., Войскунский, А.Е. Особенности использования цифровых устройств современными подростками: результаты всероссийского исследования. // Вопросы психологии. 2021. № 5. С. 27.
- <sup>16</sup>Рассказова, Е.И., Холмогорова, А.Б. Психологические факторы игровой зависимости в подростковом и молодом возрасте. // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27. № 3. С. 28.
- <sup>17</sup>Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 ноября 2025 года № ИШ-2224/04 «О направлении методических рекомендаций по обеспечению государственных и муниципальных образовательных организаций оптимальным и безопасным доступом к сети "Интернет"». М., 2025. – С. 7.
- <sup>18</sup>Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 июня 2025 года № 07-2706 «О направлении информационно-методических материалов по профилактике правонарушений несовершеннолетних». М., 2025. – С. 10

---

<sup>19</sup> Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

<sup>20</sup> Помощь рядом: Детский телефон доверия 8-800-2000-122. URL: <https://telefon-doveria.ru/>

<sup>21</sup> Лаборатория Касперского. Детям и родителям. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/category/kids-and-parenting/>

<sup>22</sup> Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями на 2 июля 2021 года). // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. № 1. Ст. 7. – С. 7.

<sup>23</sup> Цифровая гигиена: федеральный проект. URL: <https://digitalhygiene.ru/>

<sup>24</sup> Лаборатория Касперского. Детям и родителям. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/category/kids-and-parenting/>

## Заключение

Проведённое исследование, направленное на разработку внеурочного мероприятия по профилактике игровой зависимости у обучающихся 10 классов в цифровой среде, позволило достичь поставленной цели и решить сформулированные задачи. В заключении представлены основные выводы по теоретической и эмпирической частям работы, а также практические рекомендации для образовательных организаций.

Анализ психолого-педагогической литературы и нормативно-правовых документов показал, что игровая зависимость является актуальной педагогической проблемой.<sup>1</sup> В рамках диплома дано рабочее определение игровой зависимости как устойчивого поведения, при котором цифровая игра доминирует над учебными обязанностями и социальными контактами при утрате контроля. Для обучающихся 15–17 лет выделены три адаптированных критерия зависимости: потеря контроля над временем игры, приоритет игры над учёбой, пропуски учебных занятий. Указанные критерии доступны для педагогической диагностики и не требуют клинических методов.

Выявлены современные факторы риска в цифровой среде. FOMO-механики (ежедневные бонусы, временные события, лутбоксы) эксплуатируют страх упустить возможность, стимулируют ежедневный вход в игру и микротранзакции. Реклама букмекерских контор активно проникает в медиaprостранство, которым пользуются старшеклассники, через YouTube, социальные сети и интеграции у блогеров. Формируется последовательная цепочка: участие в игре с FOMO-механизмами ведёт к регулярным микротранзакциям, которые повышают интерес к рекламе букмекеров, что способствует совершению первых онлайн-ставок.

Нормативно-правовая база (ФГОС СОО, программа воспитания, Федеральный закон № 244-ФЗ, письма Минпросвещения) создаёт основу для профилактической работы во внеурочной деятельности.<sup>2</sup> Однако анализ практики показал отсутствие разработанных мероприятий, учитывающих новые цифровые риски.<sup>3</sup>

Проведено анкетирование 72 обучающихся 10 классов МАОУ СШ № 157 г. Красноярска выявило высокую распространённость признаков игровой зависимости. 41% опрошенных играют ежедневно, 36% проводят за игрой более 3 часов за сессию. Потерю контроля фиксируют 51% респондентов. Пропуски уроков из-за игр допустили 38% обучающихся. FOMO-механики знакомы 89% опрошенных. Микротранзакции совершали 46%, лутбоксы покупали 38% респондентов. Рекламу букмекерских контор не реже нескольких раз в неделю видят 67% старшеклассников, 33% узнали о ставках от блогеров, 19% зарегистрировались на сайтах букмекеров. Выявлены устойчивые взаимосвязи: между покупкой лутбоксов и регистрацией на сайтах БК (42% против 7%), между микротранзакциями и положительным отношением к рекламе букмекеров (24% против 8%). Полученные данные подтверждают актуальность проблемы и необходимость целенаправленной профилактики.

Разработан сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» продолжительностью 40–45 минут. Мероприятие включает интерактивные формы: блиц-опрос, блоки о FOMO и лутбоксах, анализ рекламы букмекеров, работу с тремя кейсами, групповую дискуссию, рефлекссию и раздачу памяток. Содержание опирается на результаты авторского анкетирования и учитывает выявленные риски. Данные исследования не противоречат гипотезе: предложенное мероприятие учитывает возрастные особенности старшеклассников, использует актуальные эмпирические данные и интерактивные методы, что делает его педагогически целесообразным для профилактики игровой зависимости.

Методические рекомендации для классного руководителя включают подготовительный этап (анкетирование, создание презентации, согласование), проведение (соблюдение регламента, нейтральная позиция) и пост-мероприятие (повторное анкетирование, размещение памяток, индивидуальные беседы). Разработаны материалы для раздачи: памятка

«Цифровой выбор» с разделами о распознавании манипуляций, правилах цифровой гигиены (чек-лист) и полезными ресурсами.<sup>4</sup>

Разработанный сценарий и методические рекомендации готовы к использованию классными руководителями, социальными педагогами и психологами общеобразовательных организаций. Практическая значимость подтверждается тем, что мероприятие не требует специальной подготовки, вписывается в план внеурочной деятельности и может быть тиражировано в других школах.

Перспективы дальнейшего исследования включают апробацию мероприятия в нескольких школах с контрольной и экспериментальной группами, разработку серии занятий (цикла) по профилактике игровой зависимости, создание онлайн-курса для старшеклассников и их родителей, изучение долгосрочной эффективности мероприятия через 6–12 месяцев.

Следует отметить, что в рамках данной выпускной квалификационной работы не проводилось экспериментальной проверки эффективности разработанного внеурочного мероприятия «Цифровой выбор» ввиду временных ограничений и отсутствия необходимых условий для педагогического эксперимента (контрольной группы, отсроченных замеров). Оценка влияния мероприятия на изменение игрового поведения обучающихся, снижение частоты микротранзакций или критического отношения к рекламе букмекеров требует отдельного исследования с использованием экспериментального дизайна: предварительного и итогового тестирования, контрольной и экспериментальной групп, а также отсроченного контроля (через 2–3 месяца после проведения занятия). Тем не менее, разработанный сценарий и методические рекомендации представляют собой законченный, готовый к применению методический продукт, теоретически обоснованный и опирающийся на результаты авторского анкетирования. На основе разработанных материалов может быть организована апробация в любой школе, а её результаты могут стать предметом отдельного исследования (например, в рамках магистерской диссертации или

педагогического эксперимента). Таким образом, практическая значимость работы заключается в создании инструмента профилактики, а не в доказательстве его эффективности, что соответствует задачам дипломного исследования.

В ходе исследования разработан сценарий внеурочного мероприятия «Цифровой выбор», соответствующий требованиям ФГОС СОО и программе воспитания. Результаты анкетирования подтверждают актуальность проблемы и высокую распространённость трёх адаптированных критериев игровой зависимости среди десятиклассников. Выявленные корреляции между FOMO-механизмами, микротранзакциями, покупкой лутбоксов и регистрацией на сайтах букмекеров позволяют выдвинуть гипотезу о существовании последовательной связи, однако для установления причинно-следственных отношений необходимы лонгитюдные исследования. Разработанный сценарий и методические рекомендации представляют собой готовый к использованию продукт, который может быть рекомендован для апробации в образовательных организациях. Цель работы – разработка внеурочного мероприятия – достигнута. Поставленные задачи решены.

---

Примечания:

<sup>1</sup> Короленко, Ц.П., Дмитриева, Н.В. Аддиктивное поведение. Общая характеристика и закономерности развития. // Обозрение психиатрии и медицинской психологии. 2013. № 1. С. 8.

<sup>2</sup>Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

<sup>3</sup>Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями на 2 июля 2021 года). // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. № 1. Ст. 7. – С. 7.

<sup>4</sup>Лаборатория Касперского. Детям и родителям. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/category/kids-and-parenting/>

## Библиографический список

### I. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). – С. 1.

2. Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями на 2 июля 2021 года). // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. № 1. Ст. 7. – С. 7.

3. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями на 14 июля 2022 года). // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 12. Ст. 1232. – С. 1232.

4. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования: утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года № 413 (с изменениями на 12 августа 2022 года). М., 2012. – С. 15.

5. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 11 сентября 2025 года № 401 «Об утверждении плана мероприятий, направленных на формирование безопасного поведения обучающихся в информационном пространстве, на 2025-2026 учебный год». М., 2025. – С. 3.

6. Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 16 августа 2024 года № 07-3984 «О направлении методических указаний по проведению профилактических мероприятий в образовательных организациях». М., 2024. – С. 5.

7. Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 июня 2025 года № 07-2706 «О направлении информационно-методических

материалов по профилактике правонарушений несовершеннолетних». М., 2025. – С. 10.

8. Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 10 ноября 2025 года № ИШ-2224/04 «О направлении методических рекомендаций по обеспечению государственных и муниципальных образовательных организаций оптимальным и безопасным доступом к сети "Интернет"». М., 2025. – С. 7.

9. Примерная рабочая программа воспитания для общеобразовательных организаций: одобрена решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 23 июня 2022 года № 3/22). М., 2022. – С. 22.

## II. Литература

10. Выготский, Л.С. Психология развития человека. М.: Смысл; Эксмо, 2005. – С. 45.

11. Гусев, А.Н. Влияние цифровых игр на академическую успеваемость старшеклассников. // Вестник Московского государственного психолого-педагогического университета. 2024. № 3. С. 82.

12. Единый регулятор азартных игр (ЕРАИ). Отчет о блокировке нелегальных сайтов букмекерских контор за 2025 год. М., 2026. – С. 12.

13. Ишкова, Е.В., Романова, С.С. Особенности формирования интернет-зависимого поведения у подростков 13–17 лет в условиях тотальной цифровизации 2024–2025 гг. // Современный образовательный процесс: актуальные вопросы, инновации, качество: материалы международной научно-практической конференции. Чебоксары: Среда, 2025. С. 112.

14. Короленко, Ц.П., Дмитриева, Н.В. Аддиктивное поведение. Общая характеристика и закономерности развития. // Обозрение психиатрии и медицинской психологии. 2013. № 1. С. 8.

15. Костин, А.К. Профилактика вейпинговой зависимости у подростков. // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2025. № 8. С. 5.
16. Котляров, А.В. Интернет-зависимость и игровая зависимость: диагностика и профилактика. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2023. – С. 67.
17. Кошелева, А.В., Турыгин, А.А., Кудряшев, А.В. Разработка программы профилактики аддиктивного поведения у подростков из неблагополучных семей на основе исследования факторов его формирования. // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2025. № 1. С. 45.
18. Кропотова, М.Ю., Мишина, О.А. Аддиктивное поведение в подростковом возрасте. // Педагогический альманах. Социальное партнерство в сфере образования: сборник публикаций. Краснодар, 2025. № 39.1. С. 404.
19. Лапшина, И.В., Истомина, С.В. Опытное-экспериментальное исследование уровня воздействия средств массовой информации на социализацию молодежи. // Вопросы образования и психологии: коллективная монография. Чебоксары: Среда, 2025. Глава 7. С. 145.
20. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл; Академия, 2004. – С. 89.
21. Менделевич, В.Д. Психология девиантного поведения: учебное пособие. СПб.: Речь, 2005. – С. 112.
22. Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2024 года: статистический сборник. М., 2025. – С. 45.
23. Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2025 года: статистический сборник. М., 2026. – С. 52.

24. Не Чжань. Педагогические условия профилактики виртуальной зависимости подростков России и Китая: автореферат диссертации ... кандидата педагогических наук. Казань, 2025. – С. 12.
25. Прокопенко, А.И., Прокопенко, И.А. Педагогический потенциал креативных сред на основе игр для формирования цифровых компетенций и профилактики деструктивных форм взаимодействия младших подростков с виртуальной средой. // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2025. № 5. С. 1.
26. Рассказова, Е.И., Холмогорова, А.Б. Психологические факторы игровой зависимости в подростковом и молодом возрасте. // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27. № 3. С. 28.
27. Российская академия образования. Цифровая социализация подростков в условиях информационной перегрузки: отчет о научно-исследовательской работе. М., 2025. – С. 34.
28. Солдатова, Г.У., Войскунский, А.Е. Особенности использования цифровых устройств современными подростками: результаты всероссийского исследования. // Вопросы психологии. 2021. № 5. С. 27.
29. Солдатова, Г.У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире. // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 71.
30. Шмелев, А.Г. Психологическая диагностика игровой зависимости у подростков. // Психологический журнал. 2024. Т. 45. № 2. С. 55.
31. ЮKassa. Игровая индустрия России 2025: платежи, аудитория, тренды: аналитический отчет. М., 2026. – С. 18.
32. American Psamchiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5). 5th ed. Arlington, VA: American Psychiatric Publishing, 2013. – P. 125.

33. Griffiths, M.D., Wood, A., Parke, S. The role of structural characteristics in video-game play motivation: a Q-methodology study. // *CyberPsychology & Behavior*. 2007. Vol. 10. № 4. P. 525.

34. King, D.L., Delfabbro, P.H. The clinical psychology of Internet gaming disorder in adolescents: a narrative review. // *Journal of Behavioral Addictions*. 2022. Vol. 11. № 2. P. 230.

35. Zendle, D., Meyer, R., Wardle, H. The relationship between loot box purchasing and problem gaming and gambling. // *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 107. P. 106.

### III. Интернет-ресурсы

36. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Молодежь и азартные игры: отношение и практики: аналитический обзор. М., 2025. URL: <https://wciom.ru/>

37. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов. URL: <http://school-collection.edu.ru/>

38. Единый регулятор азартных игр: официальный сайт. URL: <https://erai.ru/>

39. Институт изучения детства, семьи и воспитания. Анализ медиапотребления молодежи: цифровые риски: результаты всероссийского опроса школьников 5–11 классов и студентов СПО. М., 2025. URL: <https://институтвоспитания.рф/>

40. Киберполиция России: официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: [https://vk.com/cyberpolice\\_rus](https://vk.com/cyberpolice_rus)

41. Лаборатория Касперского. Детям и родителям. URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/category/kids-and-parenting/>

42. Министерство внутренних дел Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://mvd.rf/>

43. Министерство просвещения Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://edu.gov.ru/>

44. Научная электронная библиотека eLibrary.ru: российский информационно-аналитический портал. URL: <https://www.elibrary.ru/>

45. Помощь рядом: Детский телефон доверия 8-800-2000-122. URL: <https://telefon-doveria.ru/>

46. Российская академия образования. Центр цифровой социализации: официальный сайт. URL: [https://raop.ru/digital\\_soc/](https://raop.ru/digital_soc/)

47. ТАСС: информационное агентство России (раздел «Общество»). URL: <https://tass.ru/obschestvo>

48. Урок цифры: всероссийский образовательный проект. URL: <https://урокцифры.рф/>

49. Федеральный портал «Российское образование». URL: <https://www.edu.ru/>

50. Цифровая гигиена: федеральный проект. URL: <https://digitalhygiene.ru/>

51. CyberLeninka: научная электронная библиотека открытого доступа. URL: <https://cyberleninka.ru/>

52. World Health Organization. International Classification of Diseases 11th Revision (ICD-11). Geneva: WHO, 2018. URL: <https://icd.who.int/>

53. ТАСС.оборот нелегального рынка онлайн-ставок в России достиг 600 млрд рублей. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/>

## Приложения

### Приложение А

Таблица 1 – Критерии игровой зависимости для обучающихся 10 классов с примерами проявлений

Критерий	Описание	Пример из школьной практике
Потеря контроля над временем игры	Обучающийся не может прекратить игру в заранее установленный временной промежуток. Даже при наличии договорённости с родителями или самим собой (например, «поиграю 30 минут») игра продолжается значительно дольше (2–3 часа). Попытки ограничить игровую сессию вызывают раздражение, тревогу или агрессию.	Ученик 10 класса договорился с мамой поиграть в онлайн-игру с 19:00 до 19:30, после чего сесть за подготовку к ЕГЭ по математике. В 19:30 он говорит «ещё 5 минут», но продолжает играть до 22:00. На замечания мамы отвечает грубостью или игнорирует. Домашнее задание остаётся невыполненным.
Приоритет игры над учебой	Игровая деятельность систематически ставится выше выполнения учебных обязанностей: подготовки к урокам, факультативам, курсам ЕГЭ, школьным проектам. Успеваемость снижается по двум и более предметам. Ученик отказывается от дополнительных занятий, ссылаясь на усталость, но при этом находит несколько часов для игры.	Обучающийся 10 класса перестал посещать дополнительные занятия по русскому языку, которые оплатили родители. Вместо этого он три вечера подряд участвует в игровом турнире. В электронном дневнике появляются оценки «2» за невыполненные домашние работы. На просьбу учителя объяснить причину говорит:

		«Мне нужно было пройти ежедневный ивент».
Пропуски учебных занятий	Обучающийся пропускает уроки без уважительной причины, чтобы провести время в игре. Пропуски носят систематический характер (не менее 2–3 раз в месяц). Используются имитация болезни, уход с последнего урока под видом визита к врачу или прямой прогул.	В течение месяца ученик 10 класса дважды оставался дома, говоря родителям о головной боли. В эти дни он провёл в онлайн-игре по 8 часов. Классный руководитель фиксирует прогулы, но родители не подозревают об истинной причине. В дневнике появляются записи «Б/у» (без уважительной причины).

## Приложение Б

Рисунок 1 — Ежедневный бонус с таймером обратного отсчёта в игре «Brawl stars»



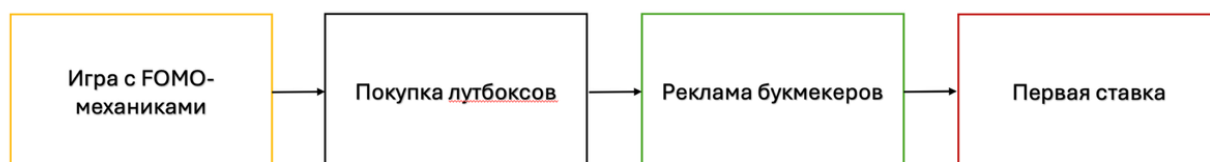
Источник: Игра «Brawl stars»

Рисунок 2 – Пример рекламной интеграции букмекерской конторы с конкурсом на 100 млн рублей и участием блогеров



Источник: Телеграм канал «Новости Букмекеров»

Рисунок 3 – Последовательная цепочка формирования зависимости: от FOMO-механик до онлайн-ставок



## Приложение Д

Таблица 2 – Динамика преступности несовершеннолетних и блокировки сайтов букмекеров за 2022–2025 гг

Показатель	2022г	2023г	2024г	2025г
Количество преступлений, совершённых несовершеннолетними (или при их участии), ед.	30 500	26 800	26 000	14 000
Количество подростков (в возрасте 14-17 лет), совершивших преступления, чел.	26 300	22 340	21 000	Данные отсутствуют
Количество сайтов нелегальных букмекеров, выявленных и заблокированных, ед. (данные ЕРАИ)	Данные отсутствуют	Данные отсутствуют	>147 000	>200 000
Доля несовершеннолетних, вовлечённых в онлайн-ставки, %	Данные отсутствуют	Данные отсутствуют	По оценкам экспертов, до 30% несовершеннолетних, столкнувшихся с азартными механиками (лутбоксы), делают первую ставку до 18 лет	Данные отсутствуют

Источни: сводные статистические отчёты МВД России за 2022–2025 гг.

Таблица 3 – Распределение ответов на вопросы о частоте игры, потере контроля и пропусках уроков

Вопрос	Вариант ответа	Абсолютная частота (чел.)	Относительная частота(%)
Как часто вы играете в цифровые игры?	Ежедневно	30	41%
	3-5 раз в неделю	24	33%
	1-2 раза в неделю	13	18%
	Реже одного раза в неделю	4	6%
	Не играю совсем	1	2%
Сколько времени длится одна игровая сессия?	Менее 1 часа	20	28%
	1-3 часа	26	36%
	3-5 часов	17	24%
	Более 5 часов	9	12%
Случалось ли вам терять контроль и превышать запланированное время?	Да, постоянно	16	22%
	Да, иногда	21	29%
	Нет, никогда	35	49%
Пропускали ли вы учебные занятия из-за игр	Да	27	38%

за последние 3 месяца?			
	Нет	45	62%
Если «да», то сколько уроков пропущено? (из 27 человек)	1-2 урока	12	44% от 27
Если «да», то сколько уроков пропущено? (из 27 человек)	3-5 уроков	9	33% от 27
	Более 5 уроков	6	22% от 27

Источник: сводные статистические отчёты МВД России за 2022–2025 гг.

## Приложение Ж

Таблица 4 – Распространённость микротранзакций и покупок лутбоксов среди обучающихся 10 классов с разбивкой по полу и частоте игровой активности

Показатель	Категория	Доля респондентов, % (чел)
Общая доля совершавших микротранзакции	Все респонденты (72)	46% (33)
Разбивка по полу	Юноши (38)	55% (21)
	Девушки (34)	35% (12)
Разбивка по частоте игры	Ежедневно (30)	67% (20)
	3–5 раз в неделю (24)	42% (10)
	1–2 раза в неделю и реже (18)	17% (3)

Общая доля покупавших лутбоксы	Все респонденты (72)	38% (27)
Разбивка по полу	Юноши (38)	47% (18)
	Девушки (34)	26% (9)
Среди совершавших микротранзакции (33)	Покупали лутбоксы	76% (25)

## Приложение И

Таблица 5 – Сводные результаты анкетирования обучающихся 10 классов

№	Вопрос	Варианты ответов	Доля, % (чел)
1	Частота игры	Ежедневно	41% (30)
		3-5 раз в неделю	33% (24)
		1-2 раза в неделю	18% (13)
		Реже 1 раза в неделю	6% (4)
		Не играю	2% (1)
2	Длительность сессии	Менее 1 часа	28% (20)
		1-3 часа	36% (26)
		3-5 часов	24% (17)
		Более 5 часов	12% (9)
3	Время игры (множественный выбор)	Вечер после 18:00	78% (56)
		Ночь после 23:00	44% (32)
		Днём (между уроками)	31% (22)
		Утро перед школой	19% (14)
4	Потеря контроля	Да, постоянно	22% (16)
		Да, иногда	29% (21)
		Нет	49% (35)

5	Пропуски уроков из-за игр (3 мес)	Да	38% (27)
		Нет	62%(45)
6	Частота пропусков	1-2 урока	44% (12 из 27)
		3-5 уроков	33% (9 из 27)
		Более 5 уроков	22% (6 из 27)
7	Встреча с ежедневными бонусами (FOMO)	Да, во многих играх	61% (44)
		Да, в некоторых	28% (20)
		Нет	11% (8)
8	Эмоции при потере бонуса	Раздражение и сожаление	31% (22)
		Безразличие	22% (16)
		Не терял	47% (34)
9	Микротранзакции за 3 мес	Да	46% (33)
		Нет	54% (39)
10	Покупка лутбоксов	Да, несколько раз	25% (18)
		Да, один раз	13% (9)
		Нет	62% (45)
11	Частота покупки бонусов	Постоянно	12% (9)
		Иногда	24% (17)
		Редко	35% (25)
		Никогда	29% (21)
12	Сумма трат на микротранзакции	До 500 руб	27% (9 из 33)
		500-1500 руб	31% (10 из 33)
		1500-3000 руб	21% (7 из 33)
		Более 3000 руб	21% (7 из 33)

13	Самооценка трат	Слишком много	18% (13)
		Приемлемо	24% (17)
		Мало	8% (6)
		Не трачу	50% (36)
14	Частота встречи рекламы БК	Ежедневно	29% (21)
		Несколько раз в неделю	38% (27)
		Редко	19% (14)
		Никогда	14% (10)
15	Где видели рекламу БК (мн. выбор)	YouTube	61% (44)
		Соцсети (VK, Telegram)	54% (39)
		У блогеров	43% (31)
		Баннеры на игровых сайтах	31% (22)
		SMS/push	12% (9)
16	Узнали о БК от блогеров	Да	33% (24)
		Нет	67% (48)
17	Регистрация на сайте БК	Да, совершал ставки	8% (6)
		Да, без ставок	11% (8)
		Нет	81% (58)
18	Отношение к рекламе БК	Нейтральное	44% (32)
		Негативное	31% (22)
		Положительное	15% (11)
		Затрудняюсь	10% (7)