

Санкт-Петербургский государственный университет

*Крюков Игорь*

Выпускная квалификационная работа

*Диджитализация социальных практик в сфере развлечений на примере распространения стриминговых сервисов*

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5589.2020 «Социология»

Научный руководитель:

Профессор кафедры социологии культуры и коммуникации

Доктор социологических наук

Ильин Владимир Иванович

Санкт-Петербург

2022

Содержание

[Введение 2](#_Toc103369455)

[Глава 1 Цивилизация досуга и цифровизация досуга 11](#_Toc103369456)

[1.1 Цивилизация досуга как теоретический концепт 11](#_Toc103369457)

[1.2 Социотехническая специфика жизни современного общества 21](#_Toc103369458)

[1.3 Актанты как существенные участники социальной жизни 38](#_Toc103369459)

[Глава 2 Стриминговый сервис как фактор социальных дифференциаций 48](#_Toc103369460)

[2.1 Общая характеристика и обзор стриминговых сервисов в качестве социальных пространств 48](#_Toc103369461)

[2.2 Анализ результатов эмпирического исследования стриминговых сервисов на примере Netflix 64](#_Toc103369462)

[Заключение 75](#_Toc103369463)

[Список использованной литературы 77](#_Toc103369464)

[Приложение 86](#_Toc103369465)

# **Введение**

Данная тема была выбрана из-за ряда причин: неотъемлемость развлечений в социальной сфере, развитие развлекательных практик, их цифровизация и многомерное изменение форм, в частности, реставрация уже существующих инструментов и дополнение новыми формами.

Ресурсы, которыми пользуются акторы, фактически представляют собой полноценные пространства, постоянно подстраивающиеся и анализирующие самих себя, что, если обращаться к теории Никласа Лумана, делает их полноценными аутопоэтическими системами.

Если обращаться к основаниям данного исследования, то проблематикой свободного времени занимается отраслевая ветвь социологической теории – социология досуга и социология рекриации. Данные отрасли занимаются рассмотрением поведения индивидов в свободное время, формы и способы удовлетворения потребности в разрядке – рекриации, включая при этом как анализ взаимодействие индивидов с индустрией досуга, так и сами индустрии досуга, которым мы в большей степени будем уделять внимание.

Данное направление в социологии появилось относительно недавно, учитывая основательность других направлений социологической мысли. Проблема заключалась в том, что досуг, развлечения, не рассматривались в качестве социального института, будучи до XX века чем-то в большей степени частным, учитывая социальную специфику предшествующих веков. Развлечения фактически являлись привилегией, если, разумеется, рассматривать развлечение, подчеркивая элемент многообразия, витиеватости, многоликости. Социология досуга, как и остальные ветви социологической науки, довольно тесно переплетается с такими направлениями как социология труда, социология образования, социология семьи; при этом формирование досуговой индустрии помещает социологию досуга в крайне тесную взаимосвязь с экономической социологией, пристально наблюдающей и разбирающей социально-экономический эффект, включающий в себя потребление, предложение, спрос, формирование спроса, осуществляя анализ посредством социально-экономической призмы, учитывая человеческий фактор. Если обращаться к внушительности досуговой индустрии в экономическом секторе, то стоит, во-первых, обратить внимание на долю сектора услуг в мировом ВВП (65%)[[1]](#footnote-1). Во многом выбор конкретного досугового инструмента изучается как раз с перспективы экономической социологии через разложение наиболее предпочтительного варианта времяпровождения для конкретного индивида, исходя из его личностных и социально-экономических характеристик, что в очередной раз демонстрирует взаимосвязь, некую многопоточность, в исследованиях досуга и в оформлении социологии досуга в отдельную, самодостаточную отрасль социологии.

В текущий момент досуг оформился в научной сфере в качестве социального института, эффективно функционирующего и уже очевидно неотъемлемого для социальной составляющей. Во многом, научность досуга, как и любого приходящего элемента, в первую очередь сталкивается с необходимостью научного оформления, теоретического закрепления, фреймирования, можно сказать. Следовательно, обратимся к теоретикам, занявшимся оформлением, внедрение теоретизированием интересующего нас феномена.

Изучение досуга начинается с концепций теоретиков, занимавшихся проблематикой свободного времени, среди которых выделим П. Йонне,[[2]](#footnote-2) Б. Грушина,[[3]](#footnote-3)[[4]](#footnote-4) В. Пича,[[5]](#footnote-5) Л. Мискевич,[[6]](#footnote-6) М. Каплана,[[7]](#footnote-7) С. Паркера,[[8]](#footnote-8) Д. Кларка[[9]](#footnote-9) и других.

Жан Фурастье сформировал концепцию цивилизации услуг, которая на момент научной деятельности последнего формировалась. В исследовании досуга стоит выделить французского социолога Жоффра Дюмазидье. Он отстаивал точку зрения, в которой цивилизация услуг, цивилизация досуга уже сформировалась.

Крайне важно отметить, что Дюмазидье делает досуг, существовавший в науке исключительно в качестве второстепенного поля, центральной темой, наиболее характерной современному обществу. Для него тема досуга в первую очередь связана с классовой спецификой, социальной структурой, образованием. Но, можно сказать, подобная прозорливость зачастую влечет за собой внушительные амбиции. Важно не переоценивать потенциал находки, стараясь придать её всеобъемлющее значение, чем грешат многие деятели, та же социометрия Якоба Морено, которую он ставил в основу всего. В своей работе Дюмазидье следующим образом подчеркивает роль досуга: «Недостаточно искать объяснение человеческих проблем только через кино, спорт, театр или телевидение, для этого необходимо раскрыть общую проблему досуга в современной культуре. Будучи связанным со всеми аспектами нашей механистичной и демократической цивилизации, досуг больше не второстепенная, не имеющая значения проблема … Он проявляется как элемент, занимающий центральное место в культуре … имеет тонкие и глубокие отношения со всеми основными проблемами труда, семьи, политики, которые под его влиянием должны быть заново переосмыслены. Мы хотели бы доказать, что в середине ХХ века больше не было возможности развивать теоретические представления об этих фундаментальных проблемах, не задумываясь о влиянии досуга на них».[[10]](#footnote-10)

В социологии проблематикой досуга занимались представители франкфуртской школы, уделявшие внушительное внимание массовой культуре, ставившие потребление в основании своих теоретических изысканий. Потребление тесно взаимосвязано с индустрией, следовательно, касается обеих сторон потребительского процесса: потребление ради производства, потребление ради удовлетворения потребностей, что на самом деле есть одно и то же, вопрос заключается в ролях сторон, участвующих в таких взаимодействиях. Рост благосостояния государств влечет за собой разрастание всех сфер жизнедеятельности индивидов, так и благосостояние стимулирует потребление, тесно связанное с досугом, если или уже не являющееся самим досугом. Дюмазидье же в свою очередь сделал акцент именно на досуге, а не потреблении и массовой культуре как таковой, при этом не исключая элементов последних.

Вопрос о становлении или же о существовании цивилизации досуга у современных деятелей все еще находится под рассмотрением, так как перспектива смещается в пользу, скорее, возможностей становления, чем фактического существования.

В работах современных авторов, что является довольно характерной чертой последних, акцент направлен с макроуровня, на котором используются термины цивилизации досуга и досуга, на микроуровень, разбирающий частные сценарии-вариации досуга, так как это в большей степени позволяет давать ответы на «ежедневные» вопросы, что не может позволить себе громоздкая теоретическая концепция, как и множество теорий макроуровня, созданных в XX веке, показавших свои недостатки при кажущейся стройности и логичности. В том числе популярно изучение досуговых практик с перспективы социальных образований, рассматриваются особенности досуга конкретных социальных групп, что позволяет формировать более точное понимание таких групп.

Фактически, подобные исследования проще окупить, так как они занимаются изучением феноменов, происходящих в обществе ежедневно: конкретизация на точечных вариациях досуга, миграционные процессы и вытекающие из них социо-культурные метаморфозы – все это легче спонсировать, так как это приносит пользу в более кратком промежутке времени, позволяю получить ответы на интересующие вопросы не в глобальном формате, а частном. Глобальность или масштабность теорий макро-уровня по мимо их кажущейся удобности, выраженной именно в описательной составляющей, имеет очевидные недостатки именно из-за попытки деятелей объяснить все и сразу, тем самым не объяснив ничего, так как максимально общие ответы никто не сможет использовать, внедрять где-либо за исключением, разумеется, построения и корректировки таких же громоздких моделей.

Проблема изучения досуга заключается в том, что наблюдается практически полный отказ от использования более масштабной перспективы, например, изучение досуга как социального института. Данное направление является не самым популярным среди исследователей досуга по причинам, описанным ранее. Исследование досуга с данной перспективы позволяют сформировать картину происходящего, один из наиболее значимых представителей данного направления К. Ройек таким образом подчеркивает, что данная перспектива исследований позволяет: «…понять более глубоко формы и практику досуга, особенно в контексте понятий свободы выбора и самодетерминации, для того чтобы разъяснить некоторые особенности социальной и культурной теории, которые не вполне очевидны. В этом отношении изучение досуговых форм и практик особенно актуально».[[11]](#footnote-11)

Исследователи досуга, среди которых находятся К. Робертс, Р Стеббинс, К. Ройек, Т. Блэкшоу, в своих работах затрагивают крайне важную особенность высвобождающегося свободного времени: наличие и увеличение свободного времени не позволяют сами по себе свободно или, можно сказать, полноценно распоряжаться свободным временем, так как свобода сама по себе не делает человека свободным, если он не способен осознать её природу, адекватно воспринимать ресурс, которым может распоряжаться. Зачастую свободное время помещается, как отмечают социологи, в стандартизированные формы, которые в полной мере не могут удовлетворить потребность в свободном времени из-за собственной ограниченности. Но может ли существовать сфера досуга без стандартизации, где будет находиться данная черта? Учитывая тот факт, что современная индустрия досуга выходит далеко за рамки «стандартов». В том числе стандартизация досуга, его градация на одобряемые и неодобряемые, легальные и нелегальные формы разительно отличается в социокультурном контексте. Во многом индустрия досуга формирует далеко не только досуговые площадки, но и досуговые инструменты, между которыми можно провести границу или вычленить посредством интеллектуальной вивисекции одни из других.

Даже внутри тематического направления площадки могут иметь разный статус юридической легальности, социальной лояльности. Социокультурные системы, если более буквально говорить, страны имеют собственное видение тех или иных площадок и инструментов проведения досуга, с которыми могут бороться на уровнях закона, государственной пропаганды, что буквально заочно формирует восприятия конкретных досуговых практик в обществе. Государство самым прямым образом берет в свои руки контроль досуговой деятельности, так как это фактически является одной из важнейших обязанностей данного социального института, если не большей части социальных институтов в целом. Потребности в досуге необходимо удовлетворять, но при этом необходимо контролировать сами досуговые практики.

Так государственной пропагандой может культивироваться отвращение к одним способам и средствам, посредством противопоставления образов – результатов разделения определенных досуговых практик. Крайне ярким примером являются советские плакаты, на которых противопоставляются, к примеру, алкоголь и спорт, которые наглядным образом выставлены в качестве антиподов друг друга. К лояльности прибегают после зачастую в том случае, если досуговый инструмент легализован, как алкоголь, то бороться с неумением индивидов распоряжаться собственным свободным временем и средствами, возможно только через социальное образование. В данном примере затрагивается момент, выделенный коллегами ранее – наличие и возрастание свободного времени не гарантирует полноценной самореализации или же демонстрирует деструктивную составляющую полноценной самореализации, скорее, самодеструктуризации.

Свободное время, что уже было частично затронуто, стимулирует формирование целой индустрии, нацеленной на заполнение столь сладких лакун; стоит вскользь отметить, что свободное время имеет крайне привлекательную специфику для акторов и актантов, заполняющих его, так как при формировании положительного впечатления данный опыт отлично сочетается с формированием привычки к проведению свободного времени определенным образом, в конкретном – цифровом или физическом – месте. Общество потребления подразумевает доминирующую роль досуговой сферы, индустрии досуга, что возвращает нас к дискуссии о существовании или формировании цивилизации досуга. Индустрия досуга от крайне скромных размеров разрослась до необъятных миров, в которых одновременно царят и культивируются развлечения. Среди таких гигантов в первую очередь стоит выделить The Walt Disney Company – крупнейший медиаконгломерат индустрии развлечений. Данный пример сочетает в себе захват обоих миров – иллюзорно-цифрового и физического мира действительности – Disneyland, Disney Store и собственные каналы на телевидении и собственные стриминговые площадки интернете. В последнее время внимание в мире стриминговых сервисов все больше акцентируется на представителях данной индустрии, таких как Netflix, Amazon Prime, Apple TV+ и так далее.

Цифровизация, представляемая в качестве постулата «стрела времени», предложенного И. Пригожиным, заключающегося в том, что наблюдается тенденция ускоряющегося и усложняющегося саморазвития всей материи, в том числи и социальных реалий.[[12]](#footnote-12) Данная идея во многом будет пересекаться и раскрываться при более пристальном рассмотрении концепций, предложенных деятелями в рамках данного поля. Цифровой прогресс в индустрии культуры и творчества уже давно находится в центре внимания дискуссий, основанных на теориях прорывных технологий и инноваций, а также на вопросах рыночных преобразований и изменений. Это была область, характеризующаяся различными взглядами на то, как интерпретировать изменения. И хотя многие ранние отчеты в начале тысячелетия предлагали несколько оптимистическую интерпретацию этих событий, большая часть этого опровергается современными данными и свидетельствами.[[13]](#footnote-13)

Тема стриминговых сервисов в настоящий момент изучается с различных точек зрения, но при этом преимущественно на западе, что во многом связано с возникновением данного феномена.

Основной проблемой исследования является необходимость формирования представления о природе самих стриминговых сервисов и фигурировании данного феномена с перспективы социологической науки, экономической социологии и социологии досуга в частности.

Объект исследования – развлекательные практики и сценарии

Предмет исследования – цифровизация развлекательных практик на примере стриминговых сервисов

Целью исследования является описание процессов и изменений в социальной жизни индивидов, привнесенных стриминговыми сервисами.

Задачи исследования:

1) Разобрать концепт «цивилизация досуга»

2) Определить видоизменяющее влияние технологий на социум

3) Рассмотреть актантов как существенных участников социальной жизни

4) Рассмотреть специфику стриминговых сервисов с перспективы социологической теории и провести их общий анализ

5) Исследовать влияние стриминговых сервисов на социальные практики в сфере развлечений на примере Netflix и Spotify.

Для изучения выбранного феномена был выбран количественный дизайн исследования. Для сбора данных был использован анкетный опрос. Выборка в размере 303 респондентов была сформирована методом снежного кома. Данные были собраны с помощью google forms, проанализированы в python с помощью библиотек pandas и scipy. Более подробно программа исследования будет представлена во второй главе.

# **Глава 1 Цивилизация досуга и цифровизация досуга**

Целью данной главы является рассмотрение цифровизации досуга с перспективы теоретического концепта – цивилизации досуга.

## 1.1 Цивилизация досуга как теоретический концепт

Целью данного параграфа является рассмотрение цивилизации досуга в качестве теоретической модели современного общества.

Рассмотрение досуга и цивилизации досуга начнем с досугового базиса – феномена свободного времени. Именно Жоффр Дюмазидье обратил внимание на внушительность свободного времени человека при сопоставлении с рабочим временем, разумеется, рабочее время превосходит свободное, досуговое время, но при этом свободное время имеет тенденцию возрастать, данный момент можно наглядно подтвердить, если обратить внимание на тенденцию к сокращению рабочего времени, к тестированию четырехдневной рабочей недели. Подобная инициатива, ставшая повседневной практикой в пока что не столь значительном количестве организаций, в перспективе способна существенно укрепить позиции свободного времени в жизни индивида, тем самым сформировав новое пространство, которое социальный институт развлечений будет разделять с социальным институтом семьи и рядом других, деятельность которых находится за пределами рабочего поля. В современном мире крайне популярным направлением в рабочей деятельности является фриланс, в рамках которого прекариат[[14]](#footnote-14) собственноручно разграничивает рабочий день и свободное время, что в очередной раз демонстрирует значимость каждого из жизненных пространств. На примере фриланса и частичной занятости демонстрируется значимость, виляние досуговой составляющей на остальные элементы жизни индивида, как отмечает Ярошенко, данное явление вносит корректировки в привычную дихотомию труда и отдыха. Люди сознательно сокращают свои материальные притязания, являющиеся в большинстве совем результатами рабочего времени, в угоду свободному времени и досугу. Происходит та самая автономизация досуга.[[15]](#footnote-15)

Вторым аспектом, который был подчеркнут Жоффром, это привлекательность свободного времени при его сопоставлении с рабочим временем: в большинстве своем акторы предпочтут иметь больше свободного времени даже в угоду внушительным цифрам. Свободное время перестает быть чем-то второстепенным, приращенным к рабочему времени, оно становится – в академическом ключе – самодостаточным полем для исследований, становится субстантивным, как говорит Дюмазидье свободное время становится «независимой переменной».[[16]](#footnote-16)

Вернемся к цивилизации досуга и отметим крайне важную особенность, которая подчеркивается исследователями – наличие различных форм проведения досуга не формирует само по себе ту самую цивилизацию досуга, которая в большей степени является идеальным типом, а далеко не реальным воплощением.[[17]](#footnote-17) При этом не стоит отрицать значимость положений, сформированных Дюмазидье, которые возможно использовать как основные теоретические концепты, с помощью которых осуществляется фактический анализ и последующее формирование «цивилизации досуга» со всеми её достоинствами и недостатками, что позволяет более честно и трезво оценить созидательную и деструктивную составляющие столь внушительного элемента жизни социума. Эвристичность «цивилизации досуга» никуда не исчезла с момента открытия данного явления или концепта, напротив, в современном мире данное направление исследовательской деятельности является крайне актуальным, если брать во внимание постоянное развитие сферы, индустрии развлечений.

Термин «цивилизация досуга» введен в социологию Ж. Дюмазидье. Обращение пристального внимание к проблематике досуга и свободного времени, подчеркивает качественные изменения, которые претерпел досуг. Учитывая господствующее положение труда и рабочего времени в теоретических массивах, роль досуга и досуговой деятельности на момент становления социологии досуга была компенсаторной в дихотомии труд-досуг, что примечательно в работах взаимоотношение труда и досуга подчеркивалось термином, который использовался для классификации связи между элементами – дихотомия. Дихотомия буквально означает последовательное деление целого на две взаимоисключающие части.[[18]](#footnote-18) Если брать во внимание интерес научного сообщества к каждому из элементов диады до Дюмазидье, то мысленно сформировать гармоничную монаду не удастся, учитывая фактический перевес объема рабочего времени среднестатистического индивида и фигуральный перевес в теоретических изыскания, которые посвящались теме труда в различных науках. Тем самым несколько иронично характеризовать связь между рабочим временем и свободным временем дихотомией, так как две части целого не рассматривались как полноценные противоположности.

Так и Дюмазидье исходил из положения зависимости свободного времени от рабочего: досуг, как отмечалось, занимал компенсаторную позицию, он служил восстановлению организма, индивида после раздражения, вызванного рабочим процессом, он служил средством снятия интеллектуального, физического, психологического напряжения, вызванного профессиональной деятельностью. Основной целью досуга было именно восстановление, которое вкупе с профессиональной деятельность и деятельность как таковой служит инструментом становления, развития личности: косвенным образом, формируя благоприятные условия; или прямым, стимулируя, демонстрируя, обучая и т.д. Дюмазидье подчеркивал значимость образования – одной из господствующих в науке тем наряду с трудом – в качестве основного компонента для «разумной организации и планировании семейной жизни и досуга».[[19]](#footnote-19)

Вопрос зависимости рабочего времени и свободного времени является принципиальным недостатком для К. Ройека, так как эта взаимосвязь не так проста. Сокращается рабочее время – увеличивается свободное, сокращается занятость – увеличивается свобода – все звучит довольно просто и закономерно, но, разумеется, в реальности все далеко не так просто. Как отмечает Ройек, сокращение рабочего времени оказывает прямое влияние на сокращение доходов, которые можно было бы использовать при реализации досуговых сценариев. Досуговая индустрия сама по себе нацелена на прибыль, а далеко не на благотворительность в чистом виде, что выражено в механизмах привыкания и контроля потребителей. Из сокращения доходов следует сокращение досуговых перспектив и аналогов, сокращается свобода выбора, можно сказать: становясь свободным от работы индивид ограничивает собственную свободу выбора. Следовательно, процесс «обретения свободы», прямо скажем, сложнее изначальной формалировки.

Теоретический концепт Дюмазидье зиждется на восприятии досуга не только как совокупность культурных практик, а, скорее, рассмотрении его в качестве компонента знаний об обществе и культуре в целом. Действительно, как ранее было подчеркивалось, что на проведение досуга, на сам досуг влияет множество факторов, следовательно, мы можем произвести обратную операцию, тем самым придя к истокам определенного сценария, сценариев, разделяемых различными социальными образованиями, социальными институтами и т.д.[[20]](#footnote-20) Досуг может использоваться деятелями в исследованиях, что позволяет изучить те аспекты жизни индивидов и обществ, которые до этого находились в тени, за пределами тематических полей, осваиваемых адептами тех или иных наук, так как, безусловно, столь обширный феномен имеет множество особенностей, каждая из которых требует специфического инструментария для формирования четкого представления о природе феномена или же о природе аспекта, составляющей феномена.

Прикоснемся же к термину – цивилизация досуга. Разумеется, рассмотрение и использование данного определения в качестве описания фактического положения дел в мире будет довольно наивным, учитывая определенную утопичность, глобальность принципов и основ, заключенных в определение цивилизации досуга. Цивилизация досуга как модель подтверждается современными тенденциями, некими социальными экспериментами с пересмотром соотношения рабочего и свободного времени: свободное время неуклонно увеличивается, сокращая тем самым позиции рабочего времени, что и характерно для цивилизации досуга, фактически данная составляющая и является одной из важнейших основ цивилизации досуга – главенство досуга в жизни человека не только номинально, если брать во внимание больший интерес и самоотдачу к досугу, при сопоставлении с обязательными рабочими обязанностями, но и реальную, так как свободное время и досуг занимает все большее место в жизни индивидов.

Сам создатель концепции цивилизации досуга закладывал, как и любой трезвомыслящий ученый, определенные сомнения в целесообразность введения данного термина в академическое поле. Сомнения выражены в неоднозначности его позиции, что подчеркивает в своей статье Н. Ярошенко, так как в некоторых местах в работах Дюмазидье происходит замена термина, его сближение с феноменом культурного планирования и его производным. Слишком сильна взаимосвязь между досугом и образованием, направленным на формирование позиции в выборе и отношении к проведению досуга. Это стремление Дюмазидье можно объяснить следующим образом: так как концепция нужна не только для фактического существования и описания, но и для понимания, предсказания, то следует необходимость создания инструмента внутри концепции, который бы и представлял концентрировал в себе средство преодоления исключительно теоретико-описательного характера всей концепции. Ответ на вопрос «что?» далеко не ответ на вопрос «почему?».

Говоря о досуге, Дюмазидье обращает внимание на его взаимосвязи с трудом, производительными силами, процессом образования и т.д. Он говорит о том, что досуг является результатом, неотъемлемым атрибутом индустриальных и постиндустриальных обществ.[[21]](#footnote-21) При этом досуг имеет Дюмазидье подчеркивает транснациональную особенность досуга: проведение досуга имеет схожие тенденции, несмотря на культурные различия обществ социалистических и капиталистических государств, как утверждает Дюмазидье, досуг обладает транснациональным динамизмом, игнорирующем экономико-идеологические ограничения.

В концепции Дюмазидье досуг выражен через время, направленное на наиболее полный сценарий самореализации личностного потенциала. В его концепции досуг представляет собой социальное явление, так как он удовлетворяет социальную потребность, которую испытывает каждый актор в процессе утверждения собственной индивидуальности, субъективности.[[22]](#footnote-22)

Подробнее рассмотрим досуг как термин. Так что же понимается под досугом? За отправную точку возьмем следующее определение досуга: досуг – часть нерабочего времени, которая остается у человека после исполнения непреложных производственных обязанностей.[[23]](#footnote-23) Что примечательно, в данном определении подчеркивается непреложный – обязательный, не подлежащий изменению, несомненный нерушимый – характер рабочего времени. Что же мы видим в современной характеристике рабочего времени, которое подвергается всяческим преобразованиям – четырехдневная рабочая неделя, частичная занятость, фриланс. Последний буквально разрушает непреложность, являющуюся основой характеристики рабочего времени – его неотвратимость и обязательность. Обязательность подразумевает определенное сковывание, напряжение, которое испытывает индивид во время исполнения обязанности, так как обязанность необходимо выполнять в любом случае – настроение и внешние факторы, которыми столько богат социальный мир, не учитываются, что, разумеется, способно в ряде случаев вызвать фрустрацию. Так вот, именно данная динамика, метаморфоза в специфике рабочего времени является крайне плодородной почвой для исследований и различных изысканий в науке и индустрии.

Досуг можно разделить на три ветви: отдых, развитие личности, развлечение. Рассмотрим каждую из них подробнее.

Отдых – состояние покоя, либо времяпровождение, целью которого является восстановление сил, достижение работоспособного состояния организма; рекреация. Отдых делится на активный и пассивный. Активный включает в себя следующие элементы: физическая деятельность, туризм, посещение культурных центров и т.д. В пассивный отдых входят следующие элементы: настольные игры, чтение газет, беседа и т.д. Главной особенностью градации на активные и пассивные в данном случае является именно движение организма, скорее, его интенсивность.

Вторая вариация досуга – развлечение – наиболее близкая к принятому восприятию термина досуг в массовом сознании. Развлечение – это деятельность, направленная на получение удовольствия; занятие, времяпровождение, доставляющее удовольствие, развлекающее.[[24]](#footnote-24) Главной особенностью, отличием развлечения от остальных сценариев проведения досуга является направленность на удовольствие. Это не значит, что в теоретическом плане два других сценария проведения досуга не приносят или не могут приносить удовольствия, лишь говорит о целенаправленности именно на удовольствие, а не другие аспекты.

Третий вариант проведения досуга – развитие личности. Развитие личности – процесс, в ходе которого меняются системные качества личности; это процесс и результат количественных и качественных изменений в организме; наращивание физиологических, психологических и социальных новообразований за счет освоения человеком внутреннего и внешнего потенциала возможностей и т.д. Определений развития личности существует целое множество, которое определяется множеством целей и ситуаций, в которых данный термин используется. Важнейшей характеристикой в нашем случае является именно развитие, развитие самого себя. Разумеется, можно выделять и разграничивать разнообразные аспекты развития – физический. Психологический, интеллектуальный, социальный и т.д. Но они не играют важной роли в данной работе, так как в подробности и нюансы развития личности и организма нет смысла спускаться, поэтому остановимся на том, что данный сценарий проведения досуга нацелен на развитие в той или иной форме.

Таким образом, рассмотрев вариации проведения досуга, мы видим основные цели, вариации его проведения – отдых, удовольствие, развитие. Стоит акцентировать внимание на том, что варианты сознательным образом выбираются индивидами, последние, распоряжаясь свободой выбора составляют идеальные для себя пропорции данных составляющих. Свобода проведения досуга позволят смешивать уникальные формы проведения досуга, которые определяются бекграундом, тем же образованием и социокультурной спецификой.

После рассмотрения возможностей вернемся к теме стандартизации, которая вскользь была упомянута во введении. Сочетание способов проведения досуга может быть губительно для различных социальных институтов. Предпочтения людей далеко не всегда созидают, преобразовывают в лучшую сторону их и мир вокруг них, во многом именно проведение досуга определяет функциональное состояние индивидов и социума в целом. Именно для этого и проводится стандартизация или даже цензурирование досуга. Досуг, как неоднократно было отмечено, является гораздо более внушительной и значимой частью жизни людей, чем просто компенсация после профессиональной деятельности – проведение досуга буквально создает людей. Если провести довольно банальную и навязчивую аналогию, которая ни в коем случае не является доказательством объективности, корректности и истинности позиции, а лишь эвристической демонстрацией, пищей для размышления, между изречением Гиппократа «мы то, что мы едим» и предположением «мы то, как мы проводим досуг».

Дюмазидье в том числе подчеркивал описанную выше особенность досуга, он утверждал, что вариации, динамика досуга во многом определяется возможностями научно-технического прогресса и социальным контролем, являющимся повсеместным инструментом классификации поведения в социуме и его составляющих. Чем выше социальный контроль, тем скуднее досуговые практики и именного регрессия института социального контроля в том числе играет значимую роль в проведении демаркационной линии допустимого, что стимулирует расширение досуговых практик, тем самым уже переходя вопрос в поле этики и юриспруденции. Нарушается баланс, что подразумевает формирование новой морали, как говорит Н. Ярошенко: «Динамика досуга становится вектором формирования новой морали, нового ценностного поля культуры».[[25]](#footnote-25)

В своих работах Т. Блэшоу выделяет амбивалентность досуга и его социальной миссии, которая не будет или не может быть решена. Блюшоу подчеркивает: «что в изменчивом современном мире, в котором мы живём и который основан прежде всего на свободе, досуг неуклонно занимает своё место в качестве главной движущей силы в стремлении к удовлетворению нашей жажды в поиске смысла жизни и цели нашего существования.»[[26]](#footnote-26)

Дюмазидье развивает свои идеи, вводя термин «культурного планирования», являющегося прямым следствием основополагающего места досуга в социальной структуре, предвосхищая тем самым идею социально-культурного проктирования, направленную на рационализацию развития в соответствии с потребностями.[[27]](#footnote-27) Фактически в данной идее сконцентрирован прогностический потенциал концепции, в рамках которой создается технология, позволяющая контролировать, отслеживать потенциальные направления развития культуры, тем самым корректируя спорные, нежелательные явления и отбирая, направляю по нужным ветвям. Если рассматривать культуру в виде ризомы, то данный подход позволяет выстраивать, выбирать нужный путь или пути среди всего множества вариантов.

Рассмотрев общие положения, следует подвести итоги. Можно сказать, что высвобождение свободного времени не является единственной детерминантой в уравнении самореализации человека и само собой не приводит индивидов к свободе выбора, так как возникает финансовая недостаточность, а, с другой стороны, наблюдается корреляция стандартизации и научно-технологического потенциала со свободой в выборе досуговых практик, что в совокупности свидетельствует о некорректности, нежизнеспособности модели цивилизации досуга, если рассматривать её не в рамках идеального типа. При этом воззрения Дюмазидье не оказываются полностью ошибочными и имеют место быть, оставлять вопрос о перспективах становления цивилизации досуга.

Очевидным становиться более тонкая и неоднозначная природа взаимосвязи свободного и рабочего времени. Проведение досуга оказывается более сложным процессом, выражающим способности субъектов обладать стремлениями и намерениями, а также осуществлять и отказывать от них.[[28]](#footnote-28)

Досуг выражается в более масштабном ключе, содержа в себе экзистенциальную значимость, проявляющуюся через призму привлекательности для индивидов и социальных общностей, особое отношение индивидов к досугу подчеркивает ценностную доминацию свободного времени, если сопоставлять его с рабочим временем.

Ярошенко подчеркивает, что: «Изменения жизненных и культурно-смысловых ориентаций современного человека в сфере свободного времени ведут к автономизации досуга как самостоятельной, самодостаточной формы культуры.»[[29]](#footnote-29)

Досуг выходит за пределы приложения к труду, за пределы рекреационного сателлита.

Выделенные особенности обозначили всепроникающий характер досуга, тем самым позволили сделать рассмотрение досуга в качестве социального института только актуальнее.

## 1.2 Социотехническая специфика жизни современного общества

Целью данного параграфа является рассмотрение социотехнической специфики современного общества.

Информационные технологи и цифровые решения прочно вплелись в социальное пространство, став его неотъемлемыми элемента, без которых представить жизнь современного общества уже довольно проблематично. Удобства проникли буквально во все элементы жизни индивидов, вытесняя, дополняя, преобразовывая аналоговые инструменты или же предлагая совершенно новые решения, которые представляют привычную реальность с её другой стороны – стороны цифр, стороны гиперреальности.[[30]](#footnote-30)

Цифровизацию в европейской традиции вплетают в концепцию четвертой промышленной революции (Industry 4.0), главенствующими особенностями которой являются, по словам Д. Добринской, беспрецедентные темпы внедрения и развития технологий, системный характер проникновения, внедрения цифровых решений в жизненный мир.[[31]](#footnote-31) Суть данной концепции заключается в изучении перспектив данного феномена, прогнозировании изменений, способных потрясти, преобразовать социальное пространство. Внедряющиеся инструменты, такие как artificial intelligence (AI – искусственный интеллект), блокчейн, дополненная и виртуальная реальности, интернет вещей, цифровые площадки, являющиеся аналогами ранее существующих решений и т.д.

Коллеги из Японии предложили собственную концепцию «Society 5.0» или Super Smart Society. Общество 5.0 представляет собой близящуюся стадию развития человечества, являющуюся следствием информационного общества, особенностью которой является проникновение big data практически во все элементы социального мира. Появляющиеся технологии формируют условия интеграции физической реальности и цифровой, что позволяет максимальным образом оптимизировать распределение и использование ресурсов через перспективу индивида на перспективу общества.[[32]](#footnote-32)

Среди основных направлений цифровизации общества выделяются следующие элементы:

1. Реализация передовых производственных технологий.
2. Цифровизация с точки зрения потребительских продуктов.
3. Платформизация.

Подробнее рассмотрим данные направления. Реализация передовых производственных технологий подразумевает буквальное использование наиболее актуальных инструментов и технологий с целью производства, поддержания цифрового пространства. Технологии требуют технологии, что может звучать забавно, зачастую периферия не менее сложна с технологической точки зрения, чем поддерживающиеся устройства. Высокий уровень технологизации позволяет оптимизировать ресурсы, наиболее эффективно поддерживая систему.

Для понимания цифровизации с точки зрения потребительских продуктов нам потребуется провести границу между вариациями цифровизации продуктов. Существуют две вариации – digitization и digitalization. Digitization – оцифровка уже существующих элементов физической реальности без добавления каких-либо особенностей, без изменений в структуре информации, например, оцифровка, перевод книги в цифровое пространство. Digitalization – цифровизация, создание продукта в цифровом формате. Важной особенностью цифровизации является либо невозможность переноса цельного продукта в физическую реальность, либо возможность переноса с существенным понижением качества продукта, сопряженным с потерей значительных элементов, например, визуализацией и т.д. Ключевое различие между digitization (оцифровкой) и digitalization (цифровизацией) заключается в том, что цифровизация создает новый продукт со специфическим функционалом, скорее, для развития индустрии, что позволяет осуществить прорыв и приобрести исключительные преимущества, в то время как оцифровка, скорее, поддерживает индустрию и протекающие процессы.

Платформизация крайне близка к цифровизации и проблематике исследования, ведь в рамках платформизации происходит стык цифровизации и оцифровки: в цифровом пространстве формируется площадка-платформа, на которой специфическим образом дополняются и видоизменяются имеющиеся решения, что означает оцифровку, так и предлагаются новые, собственные решения, являющиеся отличительной особенностью платформы. Стриминговые сервисы – один из наиболее простых примеров платформизации.

Результаты воздействия перечисленных элементов цифровизации, по мнению Д. Добринской, уже начинают проявляться во всем своем многообразии: в политике, экономике, культуре, в социуме на уроне социальных процессов и институтов. Все это гиперболически отражается на облике современных сообществ, идентичности индивидов, формах социального неравенства и конфликтов.[[33]](#footnote-33)

Если несколько подробнее рассмотреть метаморфозы, которые современное общество претерпело, то можно невооруженным взглядом обнаружить диссонанс между былью и явью, можно сказать, что существующая реальность обладает рядом отличительных характеристик. Среди таких характеристик ученые выделяют: комплексность, мобильность, сетевизацию, глобальную супер-связанность и цифровизацию.[[34]](#footnote-34) Г. Осипов крайне точно описывает текущее положение дел, говоря о цифровизации социального пространства: «Социальная реальность является результатом человеческой деятельности. Научно-технические достижения не только создают новые технологии, но и преобразуют современный социальный мир, вступивший в эру “электронно-цифровой цивилизации”.[[35]](#footnote-35)

Разумеется, вопрос о становлении и изучении цифровизации социального пространства крайне остро стоит в социологическом дискурсе, как отмечает в своей работе Н. Полякова.[[36]](#footnote-36) Многообразие подходов является прямым следствием множества отправных точек, с которых начинаются научные изыскания. Данная особенность является характерной особенностью отраслевых исследований и междисциплинарных. Формируется феномен, получивший название global complexity – междисциплинарная парадигма комплексности – введенный Джоном Урри в одноименной работе.[[37]](#footnote-37) Существующую реальность видят результатом воздействующих сил рассмотренной Б. Уэллманом и Л. Рейни «Triple revolution» - Тройной революции, силами которой являются социальные сети, технологии мобильной коммуникации и, разумеется, интернет. [[38]](#footnote-38) Современное общество является сплавом разъединенности индивидов и социальной наполненности в структурном плане, что демонстрируется на примере децентрализации коммуникации, большей индивидуализации индивидов и возникающей разреженности между ними, что прямым образом видоизменяет характер коммуникации и свойства социальной организации участников.

Уэллман и Рейни при анализе цифровизации социального пространства особое внимание уделяют изобретению интернета и широчайшему распространению мобильных устройств. Создание интернета осуществило колоссальный прорыв, одновременно сделав человека более автономным в индивидуальном плане, позволив ему собирать информацию без посредников, но при этом сформировал собственные границы, связывая пользователей. Феномен социальных сетей буквальным образом демонстрирует элемент связанности индивидов.

Наполнение социального пространства мобильными устройствами, как подчеркивает Д. Добринская, демонстрирует их ближайшее положение в индивидуальной реальности.[[39]](#footnote-39) Метаморфозы, которое мобильное средство связи претерпело до настоящего момента и претерпевает в настоящем, отражают многопоточную суть устройства, ставшего ответом на великое множество вопросов. Непрерывно появляющиеся и обновляющиеся приложения переполняют цифровое пространство, одновременно оптимизируя и упрощая одни процессы и концентрируя внимание пользователей на других аспектах. Освобождение времени предполагает не буквальное освобождение: если рассматривать отдых как смену деятельности, то подобная специфика является характерной и для приложений. Освобождая время, одни приложения создают время для других приложений, которые нацелены на, можно сказать, выкачивание временного и других ресурсов.

Эскалация и метаморфизация приложений является закономерным результатом цифрового пространства, участники которого стремятся его заполнить чуть ли не до краев, если такие могут существовать, одновременно заранее находя ответы на одни вопросы, параллельно удовлетворяя потребности и умышленно формирую, конструирую новые запросы и желания, которые, разумеется, можно будет утолить в специализированных «районах», сегментах цифрового пространства.

Крайне занимательная точка зрения отражена в работах Э. Макафи и Э. Бриньолфсона, отражающих три направления глобальных тенденций в современном, цифровом обществе.[[40]](#footnote-40) Первое направление – машины. Роль машин трудно недооценивать, если брать в расчет темпы развития искусственного интеллекта, потенциала компьютеров к самообучению, в процессе формирования и тренировки моделей: ML/machine learning – машинное обучение, Deep learning – глубинное обучение. Тем самым машины расширяют спектр собственных возможностей, являясь решением все большего числа задач, в которых их потенциал ранее не был реализован, что можно продемонстрировать на примере развития deep learning’а, в рамках которого компьютерам требовались более внушительные вычислительные мощности и теоретико-практические решения.

Второе направление-тенденция – платформы. Под платформами в работе Макафи и Бриньолфсона понимаются компании-платформы, не обладающие долгосрочными активами. Подобные компании предоставляют возможность для других участников, формируют платформу, или если более буквальным образом использовать термин поля в концепции габитуса, рассматривая платформу в качестве площадки для осуществления определенной деятельности, в которой участники заинтересованы, так как обладают средствами, ресурсами, необходимыми для эффективного участия, или же соответствуют заданной планке, соответствие которой является гарантом, пропускным билетом на платформе. Таким образом, с одной стороны, платформы запускают формирование отдельной ниши, рынка – буквально являясь площадкой для совершения сделок – концентрируются производители и потребители, а с другой – функционирование подобной ниши оплачивается самими участниками, что отличает платформу от безликого рынка в широком смысле. В качестве примера платформы вновь обратимся к стриминговым сервисам, многие из которых не обладают собственным контентом, а распространяя контент различных производителей. Но для ряда стриминговых сервисов данная характеристика становится более условной, так как стриминговые сервисы могут иметь собственные ресурсы для производства продукта, который в дальнейшем будет представлен на платформе.

Третьим направлением является толпа. Ученые используют термин «проявление толпы» для описания собирательной характеристики активности социального ресурса. В данном случае активность понимается в широком смысле – как определенное стремление, энтузиазм, интерес, проявляющийся в цифровом пространстве, направленный на него.

Исследователи охарактеризовали эпоху «второй эрой машин». Становление эры машин началось примерно в середине 90-х гг., когда автоматизация и оптимизация различных процессов была реализована во множестве рутинных операций, что колоссальным образом способствовало увеличению производительности труда. Второй этап связан с превосходящей ролью технологий, в рамках которых компьютеры оказываются способны достигать результатов, которых от них не ждали, которые, как казалось ранее, невозможно запрограммировать.[[41]](#footnote-41)

Можно сказать, что произошли два скачка в первом из которых произошло закрепление роли компьютеров в повседневной жизни, а второй скачок продемонстрировал потенциал компьютерных технологий, программирования, в рамках которого компьютеры «приобрели» смогли выйти за рамки инструкций, учась решать задачи самостоятельно.[[42]](#footnote-42)

Разумеется, потенциал компьютеров, заключающийся во многом в их вычислительной мощности, подкрепляется совершенствованием периферийных технологий, а сами возможности компьютеров внедряются во все большем объеме в повседневную реальность, создавая новые решения и поддерживая существующие.

Рассмотренные работы и концепции крайне закономерным образом сближаются, представляя довольно близкие в своей целевой направленности работы. Работы Макафи и Бриньолфсона в большей степени отражают описательную составляющую сил, на которых основана концепция Тройной революции.

Специфика цифрового общества заключает в себе исключительные особенности, которые не были характерны обществу на предыдущих стадиях, что довольно очевидно, так как фактически возникает гиперреальность, в рамках которой социум представляет собой многоликое хитросплетение. Среди общих характеристик текущей стадии выделяются высочайшая скорость процессов, информационное изобилие, даже переизбыток в определенных ситуациях, препятствующий формирования четкого представления о происходящем.[[43]](#footnote-43)

Социальная действительность существует в реалиях комплексности, системной сложности с характерным увеличением числа взаимосвязей и взаимозависимостей. Джон Урри характеризует данную специфику через «поворот к сложности» ввиду постоянного усложнения, развития технологий, инструментов и методов во всех сферах жизни.[[44]](#footnote-44) Комплексность является следствием социальной оптимизации, целью которой является решение все большего числа задач, препятствие достижения которой является постоянное возникновение новых задач, из-за которых система непрерывно расширяется, совершенствуется, тем самым бесповоротно усложняясь. Взаимосвязь и взаимозависимость элементов друг от друга являются специфическими катализаторами усложнения реальности, её комплексности.

Одной из особенность комплексного общества, выделяемой Джоном Урри, является генезис взаимозависимого состояния науки, в котором границы между техническими, гуманитарными и естественными должны стираться в пользу взаимодействия, выраженного через взаимодополнение, что в том числе описывается в работах И. Валлерстайна.[[45]](#footnote-45) Современные проблемы в большинстве своем затруднительно, да и не совсем корректно, рассматривать сугубо в узком смысле, так как в подобном подходе отделить зерна от плевел едва ли будет возможно. Данная особенность современного общества и процессов, протекающих в нем, в очередной раз подкрепляет концепцию комплексности.[[46]](#footnote-46) Концепция комплексного общества довольно близка аутопоэтической системе, в рамках которой происходит непрерывное формирование новых функционалов, сопряженное с переосмыслением существующих. Связь выражена в постоянном усложнении, что составляет ядро обоих подходов. Можно сказать, что на современном этапе развития проблемы, возникающие в жизненном пространстве, не могут быть решены с помощью классических, «твердых» подходов, что в итоге сформировало мультипарадигмальный подход, усложняющий и взаимодополняющий существующий функционал.

Джон Урри в своей концепции демонстрирует, что социальные системы характеризуются: «…динамичностью, процессуальностью и непредсказуемостью, потому что они представляют собой открытые структуры, через которые циркулируют потоки энергии и материи.»[[47]](#footnote-47)

Урри считает, что в настоящий момент происходит формирование новой комплексной интеллектуальной карты.[[48]](#footnote-48) Подтверждение своим словам он видит в следующих особенностях и процессах, характерных действительности:

1. Высокая скорость и непредсказуемость перемещения масс: человеческих, денежных, информационных.
2. Постоянное и нарастающее развитие информационных, коммуникационных технологий, формирующих возможности для становления и развития сетевых образований, всепроникающих и склонных к аутопойезису.
3. Формирование в различных сферах «глобальных микроструктур»: социальные движения, рынки, сети.
4. Технологизация, выраженная в комплексности: технологические продукты представляют собой комплекс различных устройств-компонентов, в основе функционирования которых лежит принцип системной архитектуры, гибридизации.
5. Формирование и все большее распространение гибридных социальных систем и физических объектов, подразумевающих социальные системы, формирующиеся на пересечении различных тематических, нишевых социальных структур.
6. Непредсказуемость событий и последствий в пространстве и времени, влияние и взаимное пересечение их последствий.
7. Нелинейные изменения на различных уровнях социальной системы, причинно-следственную связь которых выделить крайне проблематично.
8. Характерность точек бифуркации для современной системы, что вкупе с аэтопойетичностью позволяет различным образом преломляться, разветвляться.
9. Рассмотрение совокупности живых организмов в качестве единой, глобальной и самоорганизующейся системы.
10. Самоорганизация науки в глобальном масштабе.[[49]](#footnote-49)

Перечисленные особенности, характерные черты демонстрируют хаотичность и непредсказуемость мира, с одной стороны, а с другой – взаимосвязанность элементов. Макафи и Бриньолфсон видят в подобной специфике определенную гармонию, подчеркивают, что хаос ведет к порядку, а сложность оборачивается простотой.[[50]](#footnote-50)

Цифровизация всех элементов социального мира коренным образом преобразовала один из важнейших процессов социального мира, а именно – мобильность. Урри в своей работе следующим образом характеризует современность: «Современность характеризуется постоянной мобильностью всего: это не только телесные перемещения людей, но и воображаемые, виртуальные путешествия, которые дают новые возможности или, наоборот, принуждают индивидов жить более мобильной жизнью.»[[51]](#footnote-51) Новый взгляд на мобильность, предложенный Джоном Урри в одноименной работе, включает в мобильность все множество предметов, людей, информации, капитала, технологий и т.д. Изобилие переменных и потоков предполагает понимание их через мобилизацию социальных феноменов.[[52]](#footnote-52) Пересечение элементов, как утверждает М. Шеллер, генерирует пересечение классических тем, проблем социологической науки с географо-исторической плоскостью, антропологическими особенностями, коммуникационной проблематикой, сопрягая при этом каждую из парадигм с реляционной онтологией со-учреждения объектов, пространств и смыслов.[[53]](#footnote-53) Данный подход во многом демонстрирует, подкрепляет идею комплексности, предложенную Д. Урри.

Многообразие систем мобильности предполагает необходимость формирования в социологической науке «мобильного поворота». Актуальные системы мобильности отличаются высочайшей сложностью функционирования, отличающиеся высоким уровнем риска, неопределенности, компьютеризации. В основе подхода Урри лежит идея гетерогенности социальной жизни и пространства, включение в него различных элементов, среди которых находятся природа и технологии.

Включающиеся элементы подразумевают переход от «бытия-рядом-с-другими» к «бытию-на-расстоянии». Социальные отношения уже не подлежат фиксации, так как они представляют различные по природе своей соединений, разобщенные, протекающие с различной скоростью. Как утверждает Д. Добринская: «Присутствие становится прерывистым и фрагментарным, оно зависит от технологического соединения и различных способов коммуникаций».[[54]](#footnote-54)

Джон Урри выделяет пять жизнеобразующих мобильностей, осуществляющих проведение демаркационной линии социальной жизни:

1. перемещения людей
2. перемещения объектов между сторонами производственно-потребительских отношений
3. перемещения через печатные и визуальные носители
4. виртуальные перемещения
5. коммуникации посредством технологий

Современная реальность отходит от канонов, существовавших в социальных отношениях, которые базируются на принципах единства, в угоду новой парадигмы социальных отношений, в основе которых находятся принципы детерриторизации и информационной цифровизации.

Возвращаясь к цифровизации, обратимся к работе Н. Негропонте «Жизнь в цифровом мире», с которой во многом и началось рассмотрение цифровизации общественной жизни. В своей работе он выделил одну из крайне важных особенностей общества, которая на данный момент действительно проявилась и лежит в основе цифрового общества, - способность компьютеров запоминать особенности людей лучше, чем другие люди.[[55]](#footnote-55) Вспомним ряд примеров:

1. cookie - небольшой фрагмент данных, отправленный веб-сервером и хранимый на компьютере пользователя;[[56]](#footnote-56) файлы использующиеся для запоминания особенностей каждого пользователя, чтобы каждое следующее посещение было более удобным и полезным.
2. Программы лояльности – комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения.[[57]](#footnote-57) В основе программ лояльности лежат различные технологии, подсчитывающие и анализирующие покупательское поведение, интересы, активность и т.д., что в итоге позволяет конструировать потребление и подкреплять уже существующие потребительские практики, основываясь исключительно на запоминании и анализе особенностей людей.

Сам термин цифровизации используется в узком смысле, который был рассмотрен ранее, при выделении оцифровки и цифровизации, и широком – в качестве глобального процесса преобразования или перехода сфер жизненного мира в новое качественное состояние. Цифровизация представляется в виде некого тренда, направленного на улучшение, оптимизацию, повышение эффективности, достигающихся через внедрение достижений цифровых технологий.[[58]](#footnote-58)

Примеры запоминания человеческих особенностей в глобальном смысле являются примерами больших данных, big data – «обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых горизонтально масштабируемыми программными инструментами».[[59]](#footnote-59) Особое значение имеют не только огромные объемы данных, которые во многом и считаются отличительной особенностью, но фактически не менее важное значение имеет именно многообразие данных: важно не только количество объектов, но и многообразие собираемых признаков. Ведь на деле именно признаки позволяют формировать целостную картину происходящего, количество объектов, скорее обеспечивает корректную для формирования выводов выборку, если, разумеется, рассматривать с точки зрения параметрических методов. В качестве признаков может служить практически все, отличия лишь заключаются в платформе, которая собирает подобные элементы.

На данном моменте плавно перейдем к рассмотрению нишевых особенностях цифровизации, отразившихся на индустрии и сфере услуг, в частности. В своей статье Н. Романова акцентирует внимание на возрастающей мобильности, восприимчивости к изменениям в отраслях социальной сферы, что впоследствии отражается на качестве предлагаемых услуг и спектра предлагаемых. Цифровизация одновременно формирует два полюса, предлагая на первом различные удобства и новшества, а на другом внося определенный дисбаланс и социальные риски.[[60]](#footnote-60) Во многом цифровизация на данный момент представляется повсеместным и необходимым решением, но на деле существует ряд проблем с проведением, реализацией цифровых предложений на практике. Фактически существуют определенные условия, которые должны быть выполнены, так как на них базируется возможность претворения цифровизации. Как отмечает Н. Романова, «сама социальная сфера и бизнес должны быть готовы к цифровой трансформации, необходимы соответствующие стратегии развития, предполагающие принципиальное изменение способов оказания услуг в социальной сфере за счет массового внедрения цифровых технологий».[[61]](#footnote-61) Действительно, зачастую наблюдаются инициативы, которые, фактически, не могут быть реализованы в масштабном формате, так как в социальной среде не имеется достаточного уровня восприятия и готовности, что отражается в непонимании и своеобразном бойкотировании новшеств, так как, опираясь на историю человечества, можно сформулировать следующую особенность: всегда имеющиеся, «проверенные опытом», традиционные средства будут выглядеть более привлекательными для большей части индивидов, нежели различные новшества, преимущества которых еще не очевидны широким слоям. Учитываю данную специфику, становится менее неожиданным отказ от технологических и цифровых новинок, которые так затруднительно прививать, внедрять в существующие устои, являющиеся «чужеродными» решения. Неизвестность пугает, но это не значит, что внедрение средства, решения не имеет смысла, лишь демонстрирует ту самую неготовность социальной среды и технологической периферии. В итоге можно выделить три условия, которые должны быть выполнены для успешного проведения цифровизации:

1. Ранее выделенная подготовленность, компетентность социальной сферы.
2. Состоятельность сферы технологического предложения, способная удовлетворить потребность через производство или быстротечное заимствование и внедрение технологических решений.
3. Спрос у социальных масс на цифровые решения. Общество должно понимать и уметь внедрять в свою жизнь и свой быт предложения, что буквальным образом поддерживает цифровизацию, являясь своеобразным фидбеком, ответом на претворяющиеся в жизнь инициативы.[[62]](#footnote-62)

Если перечисленные условия были выполнены, то это еще далеко не конец всех неприятностей и проблем, которые возникают в процессе цифровизации социальной сферы. Во многом встает вопрос на этико-моральной и правовой сторонах вопроса. Вернемся к рассмотренному феномену – big data – благодаря которому в рамках постоянного мониторинга осуществляется повсеместный сбор данных, зачастую являющихся частными. Так, на примере России и Китая существует активное использование систем идентификации, распознавания лиц, что с одной стороны, позволяет активно фиксировать нарушения, тем самым сокращая количество желающих нарушить правила, а с другой – на примере Китая, существует проникновение в частную жизнь, проявляющееся через систему социального рейтинга, учитывающего активность в сети и в реальности, что не может не вызывать вопросов с правовой и этической сторон.

Второй проблемой, являющейся следствием информационного изобилия, в том числе обеспеченного внушительными базами данных, является полная или частичная подмена института знаний институтом информации.[[63]](#footnote-63) Пользователи зачастую предпочитают использовать, а не запоминать. Информационное удобство несет в себе нежелание, являющееся следствие отсутствия необходимости в запоминании, учить и запоминать информацию для его последующего использования. Современность предлагает социальным массам информацию в любой удобный момент. Все это может выглядеть чудовищным недостатком и упущением, но на деле «постоянное» наличие информации предполагает формирование отличной от знаний компетенции, выраженной в умении корректно искать информацию, формировать запросы. Пользователи могут быть экспертами во всем на свете в том случае, если они умеют искать и фильтровать информацию, отделяя полезную от бесполезной. Кажущаяся утечка мозгов на деле является перетеканием из одной особенности использования информации в другую. До цифровизации не существовало необъятных баз данных, существовали библиотеки, навигация внутри которых была доступна хранителям знаний. Цифровизация же позволяет широким массам доступ к информации, получение которой зависит от навыков и гибкости ума ищущего.

Массовый характер цифровых проявлений зачастую демонстрирует не упадок человеческого потенциала, а его наличие, что является проблемой всех эпох. Если ранее можно было ссылаться на условия получения знаний, привилегии их получения, то в информационном веке такие оправдания уже не сработаю, так же демонстрирует не кризис, а смену полярности. Кризис существовал и никуда не исчезал. Смена института знаний институтом информации во многом опирается на всю ту же быстроту процессов, быстроту получения знаний, несколько обесценивающих их с одной перспективы, а с другой лишь делая их более удобными. Можно сказать, что современный человек в изучении реальности, активно использует технологический потенциал времени, сама деятельность в цифровом пространстве концентрируется на обработке информационных потоков, а не в полной их фиксации, запоминании.[[64]](#footnote-64) Но вопрос, разумеется, остается открытым, так как «чем глубже внедрение технологий, которые можно использовать для выполнения сложных вычислительных процессов, тем выше риск того, что в какой-то момент люди не смогут понять суть машинных решений, логический путь, на котором эти решения были основаны».[[65]](#footnote-65)

Неоднозначность цифровизации демонстрирует У. Бек, классифицируя цифровые изменения на цифровую революцию и цифровые метаморфозы. Различие заключается в целенаправленности и контролируемости, свойственным революции в данной диаде. Фактически же природа цифровизации в социальном пространстве гораздо ближе к метаморфозе, что делает прохождение точек бифуркации более неоднозначным ввиду неконтролируемости последствий метаморфозы.[[66]](#footnote-66)

Перечисленные особенности существующей реальности наглядным образом демонстрируют стороны или, скорее, особенности цифровизации. «Цифровое общество – это общество, инфраструктура которого функционирует посредством цифровых информационно-коммуникационных технологий, а базовой формой организации и социального взаимодействия являются сети.»[[67]](#footnote-67) Жизнь индивидов закономерным образом опосредуется цифровыми аспектами, привносящими новые стороны социальной реальности, стирающими одни границы и возводящими другие. Цифровое пространство становится отдельной и одновременно неотъемлемой средой существования для индивидов, использующих новые средства и вариации коммуникации. Масштабность и значимость проявлений и последствий цифровизации трудно недооценивать, если брать во внимание скорость и масштабность активности и преобразований, что в очередной раз подкрепляет значимость цифровизации в науке, проявляющуюся через мультипарадигмальность и цифровую специфику, и за её пределами – в существующей действительности.

## 1.3 Актанты как существенные участники социальной жизни

Целью данного параграфа является рассмотрение акторно-сетевой теории и роли актантов в социальном взаимодействии.

Actor-network theory (ANT) – Акторно-сетевая теория – теория, сформированная на стыке наук, в рамках изучения техники с перспективы социального. Как отмечает А. Сивоконь: «В условиях изменяющегося мира наиболее остро чувствуется потребность в универсальной философско-методологической системе, которая сумела бы адекватно описать процессы, происходящие в современном обществе и принципы развития самого общества.»[[68]](#footnote-68) Данный подход был сформирован в процессе изысканий, осуществленных Мишелем Каллона, Бруно Латуром и Джоном Ло. Формулируя краткое описание, можно сказать, что данный подход основан на представлении объектов (артефактов), которые ранее не включались в социальное действие, в качестве действующих единиц, полноценных участников социальных взаимоотношений. Исследования деятелями функционирования лабораторий продемонстрировали необходимость учитывать составляющие, постоянно вращающиеся близ социальных акторов – изначально разнообразные данные, представленные в множестве форм: числа, графики, диаграммы, даты и т.д.

Научное сообщество критически оценило направленность данной концепции, выделяя основной проблемой следующий момент: «Как именно—с помощью каких теоретических операций—не-человеческие сущности наделяются агентностью, остается не вполне проясненным».[[69]](#footnote-69)

Следовательно, в их подходе пришлось несколько пересмотреть роль естественных участников социального действия, так как баланс между сторонами – актором и актантом – возможен лишь при отвлечении от интенционально действующего субъекта.[[70]](#footnote-70) Происходит переосмысление роли актанта, рассмотрение его в качестве «не причины действия, но подвижной цели множественных усилий существ, которые к ней стремятся».[[71]](#footnote-71) То есть идет не приравнивание актантов к акторам, а напротив – приравнивание акторов к актантам, рассматривается степень их участия, позиция и конкретные действия в рамках процесса. Вопрос бессодержательности не-людей решается рассмотрением актанта внутри цепочки взаимодействий, вкладов, как части неотъемлемой коллектива. Внутри сети ни один из участников не рассматривается в качестве промежуточного или вспомогательного. Интенциональность и непреднамеренность не разграничиваются принципиальным образом. Диспропорция заменяется симметрией.

Ключевой особенностью концепции является некий отказ от рассмотрения «действия» в качестве единичного события, в пользу представления «действия» как подвижной сети, состоящей из действий, участий. Роль актантов подразумевает определенный элемент делегирования активности человеческой сущности.[[72]](#footnote-72) Одни участники передают полномочия, отражают себя в актанте, занимающем место в сети. Во многом это взято из «писательской», семиотической модели, в рамках которой писатель наделяет героя «голосом», репрезентацией самого себя.[[73]](#footnote-73) Как отмечает в своей работе И. Напреенко: «Усваивая делегированную компетенцию, не-человеки избавляют людей от необходимости физического присутствия.»[[74]](#footnote-74)

Общество представляется в формате укрепленного, модифицированного и ускоренного научно-техническими решениями, что важнее всего – оно не существует без участия актантов. Рассмотрение взаимодополнения основывается на четырех вариация медиации, представленных Латуром.

 Медиация, во-первых, проявляется в комплексном агенте, состоящем из актанта и актора, проявляя взаимодополнение. Напреенко в качестве примера приводит синтез человека и пистолета, который в руках человека теряет свою нейтральность, так как в его конструкции, в нем самом заложена идея, предназначение, можно сказать, программа действия, а актор теряет присущее качество «безоружности», наделяется дополнительным, модернизированным функционалом. Во-вторых, медиация может восприниматься в качестве композиции, выраженной в совершении совместного, комплексного действия. Опять же обратимся к крайне меткому и удачному примеру Напреенко: «Так, фраза «Леонов вышел в открытый космос» не может быть понята адекватно, если не учитывать весь технологический комплекс, позволивший человеку осуществить революционное действие.»[[75]](#footnote-75) В-третьих, погружение в «черный ящик», в рамках которого образуется практически неотделимое, бессознательное единство, в котором участники – актор и актант – не отделяются друг от друга, в доскональном понимании природы друг друга нет необходимости для выполнения миссии. В-четвертых, медиация предполагает возможность сохранения, ретранслирования месседжа, задумки в будущее за счет неотчуждаемости символической базы. Актанты способны осуществлять свою функцию, будь то пистолет или лежачий полицейский, без постоянного, полного участия актора. Четыре вариации медиации служат исключительной демонстрацией взаимодополнением или вложенностью людей и не-людей друг в друга, позволяющей подкрепить примерами концепцию социотехнического коллектива, корпоративного тела.

В конечном итоге технологические артефакты необходимо рассматривать не в качестве чего-то незавершенного, самостоятельного в полной мере, равно как и полностью самостоятельного, готового – их необходимо рассматривать в качестве совокупности действий, суммы действий, пересекающихся локальностей внутри объекта. Что самое главное – данный принцип следует распространять не только на не-людей, но и на людей – на весь коллектив. В своей работе Б. Латур следующим образом иллюстрирует данный момент: ««В зависимости от того, где мы находимся на … цепочке делегирования, мы получаем либо классических морально ответственных существ, наделенных чувством собственного достоинства, способных говорить и подчиняться законам, либо исполнительные и эффективные устройства и механизмы; а где-то посередине между двумя этими крайностями мы получаем обычную власть знаков и символов. Именно вся цепь целиком составляет недостающую массу, а не какое-либо из ее крайних звеньев»[[76]](#footnote-76)

Важным моментом является отсутствие антропоморфизации актантов. Критика АСТ подразумевает приравнивание объектов к людям, что делает их якобы антропоморфными, что само по себе демонстрирует их неприятие, некую недостаточность. В действительности же авторы рассматривают объекты в совершенно иных категориях, вне которых они не существуют, так как актанты не способны, например, к проецированию чувств, являющихся одной из важнейших категорий в мире людей. Акторы со своей стороны способны якобы присваивать актантам какие-либо характеристики и особенности, которые к которым на самом деле актанты не имеют с ними ничего общего, они не созданы для разделения, оправдания подобного. Таким образом, мы не можем перенести объекты в поле индивидов, продемонстрировав идентичность, симметричность участников. В том же направлении работает представление акторов с перспективы актантов, на что обращает внимание Латур: «Не существует никакой проекции на реальное поведение, способности распределяются из открытого и потенциально бесконечного списка [свойств], и лучше говорить об (Х)—морфизме, вместо того чтобы недостойно обращаться с людьми как с вещами и наоборот. Человеческая форма неизвестна в той же степени, как и нечеловеческая».[[77]](#footnote-77)

Взаимоотношения между составными элементами комплекса выстраиваются через «отношения долженствования».[[78]](#footnote-78) Под данным термином подразумевается вынужденная необходимость одних участников в других – акторов в актантах и наоборот. С одной стороны, люди создают, оформляют, можно сказать, подчиняют артефакты, но, с другой, очевидна обратная составляющая зависимости, в которой уже люди не могут существовать без артефактов, так как на них основано работоспособность системы. В своей статье И. Напреенко следующим образом комментирует «отношения долженствования», выводя обоюдоострое следствие: «Модальность долженствования, взаимного принуждения к действию как самая наглядная, не требующая обращения к ненаблюдаемой сущности, оказывается наиболее пригодной для описания этих отношений. Итогом этой наибольшей пригодности оказывается не только антропоморфизация техники, но и кибернетизация людей.»[[79]](#footnote-79)

По словам М. Каллона, одним из основополагающих моментов является нацеленность представления «того, что называют «обществом» в качестве непрерывного исполнения (ongoing achievement)».[[80]](#footnote-80) В данной теории общество представляется в качестве процесса, непрекращающегося процесса, что важно понимать, так как именно в этом и заключается заслуга ранее находившихся за пределами перспективы социального действия участников – актантов. Общество представляется конструкцией, сетью, в которой люди и не-люди буквально вложены друг в друга. Таким образом концепция предлагает собственное толкование, подход к вивисекции самого процесса, в рамках которой решающая роль отдается технологической составляющей.

Реальность в акторно-сетевой теории состоит из двух элементов: циркуляция и сеть. Сеть предполагает наличие контактов, между которыми или по которым осуществляется циркуляция. Циркуляция же понимается довольно буквально: достижения одного становятся ресурсом всех. Циркуляция демонстрируется на примере карты, нарисованной геологом, которая в дальнейшем переходит от участника к участнику, зачастую видоизменяя форму, но сохраняя суть, она в том числе может быть оцифрована и т.д. Таким образом формируется непрерывный поток социального.

Сеть представляется не только в качестве некой суммы социальных контактов, она имеет гибридный, социотехнический вид.[[81]](#footnote-81) «Участники», зачастую объединяются тематически внутри сферы интересов, в рамках которой они организуют свою деятельность или просто соприкасаются. Актор и сеть представляются в качестве единого целого. Сеть может быть рассмотрена с перспективы сетеорганизующего элемента, которым может выступать как актор, так и актант. Актор может быть темообразующей личностью, вокруг которой циркулируют потоки и участники. Так, актанты – нечеловеческие участники сети, обладающие активной «природой», могут быть ключевыми элементами, вокруг которых формируются индустрии, затрагивающие различные аспекты, стороны объекта, в совокупности своей формируя комплексный топик. Сеть по своей природе оказывается активна.

Все участники, среди которых находятся люди и не-люди, принимают участие в осуществлении коллективного действия, которое пользователь мобилизует всякий раз, используя артефакт.[[82]](#footnote-82) Под коллективным действием понимается некая сумма усилий и действий, благодаря которым осуществляется функционирование чего-либо внутри сети. Авторы в качестве примера рассматривают автомобиль, разбирая его отдельные аспекты на результат действия множества других участников: так, одни кластеры, состоящие из людей и не-людей, перерабатывают нефть, чтобы сделать бензин, другие в рамках комплексного процесса создают запчасти, при этом взаимодействия с множеством других участников, что на практике, можно сказать, связывает все со всем.[[83]](#footnote-83) Каждый элемент сети вносит свой вклад, чтобы объект в итоге исполнил свою функцию, которая является частью чего-то большего, не является самоцелью всего процесса, а лишь его составной частью. Как отмечает И. Напреенко: «Вещи действуют, потому что действуют не только они. Когда делегирование и перевод налажены, действие течет по цепи акторов, словно ток по проводам, дислоцируясь и приобретая распределенный характер.»[[84]](#footnote-84)

Акторно-сетевая теория предполагает наличие конструкции и процесса конструирования, сборки, при этом выделяя особую роль актантов, которые ранее не рассматривались с социальной перспективы. Б. Латуром подчеркивается специфика общества: «Общество сконструировано из деятельности людей и не-людей, которые остаются в равной степени активными, и которые были переведены, ассоциированы и связаны друг с другом во временные и изменяющиеся конфигурации. Таким образом, понятие общества, составленного из людей, заменяется понятием коллектива, составленного из людей и не-людей.»[[85]](#footnote-85)

Взаимодействию в рамках акторно-сетевой теории характерна локальность, создающая, фреймирующая пространство, тем самым объединяя участников внутри ситуации, в которой актанты помогают акторам при выражении позиции и аргументировании, они дополняют, подчеркивают особенности локального события. Процесс фреймирования позволяет приходить к решения, с одной стороны, ограничивая ситуацию условиями и участниками, а с другой – при необходимости способствует сопряжению, добавляющему участников в локальное событие для получения конкретных результатов.[[86]](#footnote-86)

Локальность в данной концепции говорит об отдаленности между элементами, а не о нахождении присоединяющихся на разных уровнях. На самом деле асимметрия власти между локальностями проявляется через так называемые центры перевода, способные в процессе сопоставления информационных потоков и явлений, получаемых из других локальностей, формировать решения, являющиеся близкими к итогам деятельности конструкции.[[87]](#footnote-87) Можно сказать, что весь процесс выглядит в качестве некого делегирования технологическим артефактам полномочий в проведении испытаний, на основе которых формируются решения другими участниками. Центры перевода собирают целостную картину из сущностей, которые способны разглядеть и проанализировать только подобные образования. Дальнейшие операции осуществляются такими же комплексами людей и не-людей, выполняющими, буквально, исполнительные функции по отношению к центрам перевода. Центры перевода обобщают, мобилизуют целые социотехнические сети, воздействуя на них и имея доступ к результатам активностей других мест, фрагментов сети.

 Постараемся приблизиться к логическому итогу. В рамках акторно-сетевой теории делегация полномочий, взаимное сближение сторон характеризуется их сплетающейся взаимозависимостью, как ранее отмечалось, вложением участников друг в друга буквальным и фигуральным образом. Как отмечает Напреенко: «Признание этой распределенности, фреймированности человеческих взаимодействий материальными объектами ведет к пересмотру категории социального.»[[88]](#footnote-88)

Общество представлено в качестве постоянно совершающегося процесса или «непрерывного исполнения», как его охарактеризовал М. Каллон. Общество – потоки и участники одновременно, сеть и циркуляция. Следовательно, необходимо изучать совместное сосуществование и совмещенное действование, вложенную активность.

Формирование целостного агента подразумевает определенное отчуждение одних свойств и заимствование других, что с определенной перспективы повышает актантов, повторюсь, ранее исключенных из модели действования, до акторов, «сложность» которых «понижается». При этом нельзя буквальным образом утверждать как об антропоморфизации артефактов, так и об кибернетизации людей. Наблюдение определенных тенденции не говорит об целенаправленности некой замены или подмены, скорее о взаимодополнении, которое до АСТ даже не бралось во внимание. Однобокость социальной интерпретации, высокомерие социальных наук в попытках объяснения, категоризации материального пространства критикуется авторами, отмечающими, что исключительно социальная интерпретация не позволяет получить необходимых знаний о предмете, а «подразумевает способность заместить некоторый объект, относящийся к природе, другим, принадлежащим обществу, и показать, что именно он является истинной сущностью первого».[[89]](#footnote-89)

В рамках АСТ представлен возможный аналог, ответ исконно социальным теориям и концептам, с позиции «силы» трактующим правила существования материального мира. Роль объектов в материальном мире оказывается намного значительнее, что и демонстрируется в рамках данной акторно-сетевой теории, что в реалиях диджитализирующейся реальности не может игнорироваться.

# **Глава 2 Стриминговый сервис как фактор социальных дифференциаций**

Целью данной главы является формирование цельного представления о стриминговых сервисах в качестве фактора социальных дифференциаций и анализ исследования впечатлений пользователей данных сервисов.

## 2.1Общая характеристика и обзор стриминговых сервисов в качестве социальных пространств

Целью данного параграфа является формирование общей характеристики стриминговых сервисов и представление их в качестве социальных пространств.

Погружение в мир стриминговых платформ следует начать с определения стриминговых платформ. Стриминговые платформы – это онлайн провайдеры в индустрии развлечений, предлагающие пользователям контент через интернет-соединение на различных устройствах – компьютер, мобильное устройство, телевизор и т.д., – в которых, зачастую, бизнес-модель основана на плате за потребление конкретного товара/услуги, но в большинстве случаев на системе подписок.[[90]](#footnote-90)[[91]](#footnote-91) На данный момент времени стриминговые сервисы выступают в качестве аналога существующих решений в сфере развлечений, среди которых находится наиболее яркий пример – кабельное и спутниковое телевидение. Самые известные стриминговые сервисы: Netflix, Amazon Prime Video, Hulu, iQiyi, Spotify и Apple Music.

Технологически «потоковая передача» означает медиаданные, которые одновременно принимаются пользователем и доставляются провайдером. По запросу провайдер отправляет файлы в виде пакетов данных на устройство пользователя, которые затем распаковываются и удаляются после использования.[[92]](#footnote-92) Эта передача, которая происходит через Интернет, основана на стандартизированных протоколах сжатия и передачи файлов. Пользователи получают доступ к потоковой передаче с помощью множества мультимедийных устройств и программного обеспечения, что подчеркивает необходимость совместимости и удобных точек доступа. Тот факт, что потоковые медиафайлы не доступны постоянно, а удаляются после потребления, отличает потоковую передачу от модели электронной продажи, когда потребители вносят единовременную плату за загрузку медиафайла для постоянного хранения на жестком диске. Хотя файлы потокового мультимедиа обычно не загружаются, провайдеры потоковой передачи могут предлагать дополнительные возможности, обеспечивающие псевдопостоянный доступ. Примером могут служить автономные плейлисты в музыкальных сервисах. Аналогичный тип псевдопостоянного доступа предоставляется службами потоковой передачи электронных книг и аудиокниг, где, как правило, файлы электронных книг не извлекаются одновременно, а загружаются и хранятся на «цифровой книжной полке», подключенной к учетной записи пользователя.[[93]](#footnote-93)

В качестве связующего звена с теоретическим материалом первой главы, раскрывающим социотехническую специфику современного мира, в котором технические артефакты являются полноценными участниками активностей в широком смысле, используем описание стриминговых/потоковых сервисов/платформ, сформированное В. Яанг Ванг и Р. Лобато, которые характеризуют стриминговые платформы как многосторонние торговые площадки, которые объединяют зрителей, подписчиков, рекламодателей, сторонних разработчиков и других поставщиков услуг, обеспечивающие широкий спектр взаимодействий между пользователями, рекламодателями и третьей стороной.[[94]](#footnote-94)

Научные исследования платформ имеют свои корни в нескольких дисциплинах, что демонстрирует комплексность данной проблематики. Исследования проводятся с перспективы экономики, права, социологии и т.д. В англоязычных медиаисследованиях видеоплатформ тематически выделяются два основных направления. Во-первых, исследования платформ с пользовательским контентом – YouTube – а также исследования платформ с поддержкой видеоконтента – Twitter, Facebook.[[95]](#footnote-95)[[96]](#footnote-96)[[97]](#footnote-97) Такие исследования имеют в своем основании исследованиях интернета и новых медиа, которые, как правило, сосредотачиваются на вопросах пользовательского контента, сообщества, виральности и мемов. Данные исследования несколько отдалены от интересующей нас почвы, но они являются предшественниками исследований именно стриминговых платформ/сервисов в их текущем виде. Более поздние исследования затрагивают вопросы монетизации контента, механизму функционирования платформ и, разумеется, труда.[[98]](#footnote-98)[[99]](#footnote-99) В целом эта литература основана на критическом анализе онлайн-коммуникации, дискурса, идентичности и власти ввиду технической специфики подобных платформ и социальных ожиданий, воплощающих платформы в качестве олицетворения идеи свободы слова, взаимодействия и участия.[[100]](#footnote-100)

Второй кластер изысканий, оказавших влияние на исследования платформ, простирается от исследований фильмов, телевидения и СМИ. В отличии от исследований первой группы краеугольным камнем данных работ являются последствия цифровой дистрибуции для существующих экранных индустрий – кино – и их аудитории. Исследования разграничивают платформы на два лагеря, признавая множество структурных и эмпирических различий между контентом, «поставляемым» каждой из групп: платформы-порталы, которыми называют «магазины цифровой доставки», такие как Netflix и Hulu; платформы открытого доступа, пользовательские платформы, такие как YouTube. Исследования этой группы зачастую затрагивают вопросы нового опыта просмотра контента, в первую очередь связанного с потоковой спецификой платформ, механизм фильтрации и рекомендации контента, влияние стриминговых сервисов на национальные рынки видеоконтента.[[101]](#footnote-101)[[102]](#footnote-102)

 Параллельно с западными исследованиями стриминговых сервисов восточные коллеги публикуют работы, в которых изучают локальные платформы, изначально копировавшие западные аналоги, но с постепенным накоплением опыта и непосредственным государственным регулированием, отошедшие от подражания, сформировав собственную отличительную логику корпоративной интеграции. Изначально рынок видеоконтента в Китае характеризовался в большей степени любительским контентом, массовым творчеством и насмешками над правительством, постепенно переходя под крыло государства, использующего такие платформы в качестве ретрансляторов, продвигающих их собственные социальные проекты. История онлайн-видео в Китае длинна и сложна — более ранний период экспериментов и открытости предшествовал подъему IT-гигантов, таких как Alibaba, Baidu, Sina и Tencent Holding, — фундаментальным отличием этой истории является тесная интеграция государства и рынка. Очевидно, что цифровая индустрия Китая развивалась иначе, чем в Силиконовой долине, и исследователи китайского онлайн-видео разработали различные методы анализа и историографии, чтобы объяснить существующее положение дел.

В итоге основные различия западной и восточной теорий платформ преимущественно находятся в вопросах взаимоотношения платформы, рынка и государства, так как налицо противоположная история развития, становления платформ, в результате которой по-разному практикуется регулирование контента и платформы в целом. При этом все же имеются вопросы, на которые теории имеют близкие позиции. Например, вопрос преобразования онлайн-видео из разнородной, преимущественно любительской экосистемы производства контента во все более институционализированную экосистему производства профессионального контента, своеобразной профессионализации или индустриализации. В том числе западные и восточные сервисы разительно отличаются с перспективы монетизации и общей структуры: так, китайская платформа iQiyi является одновременно и порталом, поскольку она выдвигает на первый план профессиональный контент и известных знаменитостей, предлагая тщательно подобранный и запрограммированный телевизионный опыт, и платформой, предоставляющей интерактивные функции, такие как онлайн-покупки, онлайн-платежи, электронные платежи и т. Д. В результате крайне сложно сопоставить китайские платформы с таксономией сервисов Силиконовой долины.

 Следовательно, теория платформ имеет крайне важную особенность – локальность продукта-платформы, что коренным образом реструктурирует конструкты потребления и практики участия в целом. Данная специфика предполагает акцентирование при анализе не ключевых особенностях, контексте формирования и текущего существования в которых произрастала платформа, так как одна ролевая модель сервиса со специфической ценностной ориентацией может соответствовать только близким по духу сервисам, созданным и функционирующем в схожих условиях, что не позволит апроприировать опыт и генерализовать единый образ стриминговой платформы.[[103]](#footnote-103)

Фактически стриминговые платформы развиваются с учетом потребностей и особенностей социальной, экономической, политической характеристик общества. Так, на примерах исследований В. Яанг Ванга – Р. Лобато[[104]](#footnote-104) и Ж. Ли – М. Стейнберга[[105]](#footnote-105) демонстрируется факт необходимости формирования различных аналитических баз в процессе анализа локальных стриминговых платформ. Западная теория платформ основана на особой онтологии, в которой платформы, рынок, государство, пользователи, сообщества и другие участники предполагают некоторую степень относительной автономии. С этой точки зрения, регулирование — это то, что происходит с платформами постфактум.[[106]](#footnote-106)[[107]](#footnote-107) В свою очередь восточная или китайская теория платформ зиждется на онтологическом базисе, в котором государство и рынок являются разными гранями единого целого, что проявляется в партнерско-инструментальном контексте.

 Для сглаживания контекстуальных углов В Яанг Ванг и Р. Лобато предлагают в своей статье «предпочтительную альтернативу» в виде пространственной теории платформ, чувствительной к историческому происхождению конкретных сервисов и платформ, учитывающей специфику формирования функционала и дизайна интерфейса, позволяющей анализировать платформы с учетом противоречивых систем и различных идейных траекторий.

В работе И. Виджиланда «Control and Innovation on Digital Platforms : the case of Netflix and streaming of video content» стриминговые сервисы рассматриваются с перспективы инноваций, платформы в целом представляются инновационным решением и одновременно инструментом для понимания инноваций. Потенциал стриминговых сервисов с перспективы инновационных платформ проявляется в максимизации разнообразия вкладов, вытекающих из дифференцированной базы знаний, но в то же время сохраняющих комплексную, системную согласованность.[[108]](#footnote-108) Со статической точки зрения платформы соединяют и интегрируют возможности соответствующих агентов в отрасли. С динамической точки зрения платформы могут стимулировать структурные изменения и механические изменения для управления технологическими знаниями.[[109]](#footnote-109) Данная перспектива подчеркивает особый характер творений, произросших из условий близким к стартапам, реализующим оригинальную идею, формирующую целую отрасль в конкретной индустрии. Пример Netflix, сменившей первоначальное поле деятельности в пользу – как позже оказалось – одного главенствующих направлений в индустрии развлечений, демонстрирует силу, потенциал подобных платформ, их структурообразующую роль. Относительно простая услуга, привлекательная для широкой клиентской базы, в перспективе проявляет свой одновременно деструктивно-конструктивный характер, являющийся отличительной чертой инновационных платформы в целом, делающую их угрозой, заменой для существующих игроков в индустрии, что во многом отражает структурные перемены, характеризующие динамику в комплексе социальных институтов.

Природа цифровизации как феномена во многом сама по себе имеет «подрывной» характер, что отмечает в одноименной статье Ф. Моро «Подрывная природа цифровизации: случай индустрии звукозаписи». Моро ссылается на теории прорывных инноваций/технологий, развивая заложенные ожидания изменений рынка в результате технологического и инновационного прогресса. Ключевой особенностью этих теорий является то, что технологические прорывы будут предоставлять продукты и услуги, которые не соответствуют определенным ценностям, в то же время предоставляя новые функции, которые могут найти отклик у новых клиентов и в конечном итоге могут превзойти старые продукты и услуги. Из этого следует, что в то время, как существующие фирмы могут быть более неохотными к тестированию и внедрению продуктов, которые могут подорвать текущий бизнес основных продуктов, новые участники на рынке могут быть более открыты для подобных инициатив. Успех таких предприятий коренным образом влияет на лидерские позиции производителей, зачастую заменяя существующих лидеров новыми.[[110]](#footnote-110)

Стриминговые платформы в большинстве своём можно охарактеризовать как отраслевую, состоящую из не только из «технологии-сердечника», но и из целой дополняющей экосистемы. Во многом платформа представляет собой именно «пустую оболочку», которая заполняется заинтересованными участниками.[[111]](#footnote-111) С такой перспективы стриминговые платформы отлично вписываются в рамки акторно-сетевой теории. Как отмечает И. Виджилант: «Такие платформы предназначены для объединения опыта и компетенций ряда участников, сформированных в процессе взаимодействия различных агентов, участвующих как в производстве, так и в поставке продуктов и услуг. Таким образом, платформы позволяют наращивать потенциал отдельных лиц, групп и организаций внутри различных дисциплин и областей деятельности.»[[112]](#footnote-112)

Подробнее рассмотрим концептуализацию технической стороны стриминговых сервисов. В современном мире, как отмечает А. Тивана, платформенные программные экосистемы становятся доминирующей моделью для разработки программного обеспечения и программных услуг.[[113]](#footnote-113) Платформа с перспективы технологической концептуализации определяется как «аппаратная конфигурация операционной системы, программная среда или любой другой общий компонент, над котором работает ряд связанных компонентов или служб».[[114]](#footnote-114) В частности, стриминговые сервисы можно определить как «цифровые инфраструктуры, сконфигурированные как отраслевые платформы и предоставляющие доступ к цифровым компонентам, выступающим в качестве центральной части с перспективы функционала и идеи, которую разработчики развивают с помощью дополнительных услуг».[[115]](#footnote-115)

Рассмотрение платформ с точки зрения инноваций опирается на четыре основных направления, формирующих инновационное решение, будучи вплетёнными в потребительские нужды и чаяния:

1. Маркетинговые инновации (Marketing innovation) — это внедрение нового маркетингового метода, подхода, который проявляется через существенные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении, размещении продукта (форме предложения), ценообразовании. Маркетинговые инновации направлены на повышение степени удовлетворенности клиентов, открытие новых рынков или новое позиционирование продукта на рынке с целью увеличения продаж фирмы.
2. Организационные инновации (Organizational innovation) — это внедрение нового организационного метода в деловую практику фирмы, посредством организации рабочего пространства или оптимизацию внешних связей. Организационные инновации могут быть направлены на повышение эффективности фирмы за счет снижения административных или операционных издержек, повышения удовлетворенности и результативности вследствие изменений в рабочем пространстве, «получения доступа» к внутренним активам или снижения стоимости поставок.
3. Продуктовые инновации (Product innovation) – это создание товара (услуги), являющегося эксклюзивным или значительно улучшенными в отношении предшествующих версий, ощутимо превосходящим ожидания в процессе использования, потребления. Данное направление включает в себя значительные улучшения технических характеристик, нахождение или изобретение лучших компонентов и ​​материалов, улучшении встроенного программного обеспечения, повышения удобства в использовании и развитие другие качественно-функциональных составляющих. Инновационные продукты зачастую реализуются на основе последних достижений науки и техники, в том числе могут быть созданы за счет новых способов использования или сочетания существующих знаний или технологий.
4. Процессные инновации (Process innovation) — это внедрение нового или значительно улучшенного метода производства или доставки. Данное направление включает в себя значительные изменения в применяемых методах, оборудовании и/или программном обеспечении. Процессные инновации могут быть направлены на снижение удельных затрат в процессе производства или доставки, повышение качества, производство/поставку новых или значительно улучшенных продуктов.[[116]](#footnote-116)

Для нас крайне важным является определение инноваций, вытекающее из основных составляющих инновации, представленное в работе Ю. Ю, О. Хенфридсона, К. Литинена, рассматривающим инновации как «выполнение новых комбинаций цифровых и физических компонентов для производства нового продукта».[[117]](#footnote-117) Исследователи утверждают, что повсеместная оцифровка изначально физических продуктов порождает новый тип архитектуры продукта и что этот аспект должен спровоцировать изменения в способах, которыми фирмы организуют инновации. Этот новый тип архитектуры продукта расширяет модульную архитектуру физических продуктов за счет включения четырех слабо связанных слоев, созданных с помощью новой цифровой технологии. Эти четыре слоя представляют собой устройства, сети, услуги и контент. Слои представляют собой различные иерархии проекта, и в один слой можно вносить изменения с минимальным учетом других слоев. Следовательно, новаторы могут проводить комбинаторные инновации, склеивая компоненты из разных слоев для создания альтернативных цифровых продуктов.[[118]](#footnote-118) Рассмотрение стриминговых платформ с данной перспективы подчеркивает их роль в процессе диджитализации социального пространства, что совмещает рассмотренные нами ранее направления – оцифровку и цифровизацию (в узком смысле).

Подробнее рассмотрим генеративную составляющую, проявляющуюся во взаимодействии в локальностях платформ. В качестве определения будет использовать дефиницию, представленную в работе Д. Тилсона, К. Лютинена, К. Соренсена: «Генеративность означает способность любой автономной системы создавать, генерировать или производить новый результат, структуру или поведение без какого-либо ввода со стороны автора системы».[[119]](#footnote-119) Второе определение сформулировано Д. Лейн: «Генеративность можно рассматривать как плод стремления использовать возможности, предоставляемые гибкостью оцифровки».[[120]](#footnote-120) Можно сказать, что платформообразующие компании, получающие прибыль от продажи цифрового контента, не изобретают физические товары с традиционной точки зрения, а предлагают своим подписчикам и пользователям онлайн новые возможности обслуживания. Такие фирмы являются поставщиками услуг, успех которых зависит от нескольких типов инноваций, а также от взаимодействия с внешними агентами. Это свидетельствует о том, что инновационная цифровая услуга также является генеративной, говоря иными словами, инновации происходят в контексте определенного типа отношений между агентами, а именно генеративных отношений.[[121]](#footnote-121)

Представленные отношения, или сети, если рассматривать глобальнее, отличаются от тех, которые встречаются в социальной среде, где обычно группы формируются по тем или иным признакам, зачастую единомышленниками. Вместо этого новаторы-генераторы должны искать и строить прочные отношения с другими людьми, которые существенно отличаются от них самих, например, с точки зрения навыков и компетенций. При этом они должны отслеживать и интерпретировать изменения, происходящие с артефактами и другими агентами. Поскольку любой агент имеет лишь частичное и ограниченное понимание того, что делают или думают другие акторы, он должен приобретать это понимание посредством дискурса. Из такого дискурса возникают генеративные отношения и сети, часто связанные через одни и те же фирмы, организации или какую-то рыночную структуру.[[122]](#footnote-122) Важнейшим элементом генеративных отношений является то, что агенты имеют «выровненную направленность», как отмечает Д. Лейн: «…их взаимодействия сосредоточены вокруг достижения сходных преобразований в одной и той же зоне агентно-артефактного пространства — и для них характерна значительная неоднородность».[[123]](#footnote-123)

Данная сторона вопроса во многом изучается с перспективы управления, так как генеративная составляющая подразумевает размывание границ, что в определенных ситуациях способно негативным образом влиять на общий результат системных усилий. С точки зрения генеративности, центры инноваций, наблюдаемые в стриминговых сервисах, должны балансировать между обеспечением стабильности и контроля, с одной стороны, чтобы позволить «зачисление» новых артефактов, процессов и акторов, а также обеспечением гибкости и индивидуальной автономии, с другой.[[124]](#footnote-124)

Если ближе приблизиться к действующим лицам и структуру взаимоотношений в целом, то становится очевидным отсутствие модели для понимания логики потоковой передачи как формы распространения контента. В своей статье Т. Колбёрнсен предлагает концепцию потоковой сети, частью которой являются стриминговые сервисы, в которой автор, развивая тему, поэтапно анализирует и представляет как человеческие и нечеловеческие субъекты в потоковой сети связаны потоками контента, данных и денег, а также отношениями контроля, доступа и воздействия.[[125]](#footnote-125)

Предложенная Колбёрнсеном модель может охватывать различные типы отношений и трансферов, которые имеют место в контексте цифровых медиа. Важно отметить, что анализ потоковой сети показывает некоторые способы, которыми конфигурация сети влияет на властные отношения между участниками, отвечая на вопросы: кому что разрешено делать, кто решает и кто получает выгоду. Концептуализация модели потоковой сети позволяет понять, как переход от владения к доступу[[126]](#footnote-126)[[127]](#footnote-127)[[128]](#footnote-128) также включает реконфигурацию. Властных отношений, будь то власть сети[[129]](#footnote-129), власть платформы[[130]](#footnote-130) или алгоритмическая власть[[131]](#footnote-131).

Вдобавок к неуловимости концепции потоковой передачи существует несколько используемых понятий, которые пересекаются с потоковой передачей, например, «цифровые подписки». Данный феномен интересен нам в большей степени, так как именно в нем заключается отражение метаморфозы взаимоотношений производителя и потребителя, что позволяет рассмотреть контакт с индустрией развлечений с перспективы пользователей. Рассмотрение «цифровой подписки» представлено А. Лотц в её концепции «a subscriber model of cultural production» (подписочная модель культурного производства): «В своей основе подписочная модель характеризуется тем, что пользователь платит за доступ к коллекции культурных ценностей. Подписчик, зачастую представленный физическим лицом или домохозяйством, получает неограниченный доступ к коллекции товаров, хранящихся в библиотеке, в течение срока действия подписки. СМИ, работающие в рамках этой модели, курируют коллекцию культурных ценностей в соответствии со стратегией, основанной на предоставлении подписчикам определенного ценностного предложения.»[[132]](#footnote-132)

Бизнес-модель потокового вещания основана на предоставлении обширного набора контента, объединенного в единое предложение для пользователя. Этот пакет предлагается по фиксированной абонентской плате, или пользователь может размещать рекламу в сервисе. Некоммерческие поставщики, такие как государственные учреждения, также используют потоковую модель в рамках различных моделей финансирования.

Возможно, понятие потоковой передачи может наиболее точно обозначать именно пользовательский опыт, как утверждают Д. Герберт и А. Лотц.[[133]](#footnote-133) Несмотря на технические различия в обеспечении потоковой передачи, пользователь получает временный доступ к онлайн-медиафайлам, будь то аудио, видео или текстовые файлы. Это означает, что потоковые сервисы, можно сказать, предлагают согласованное ценностное предложение для разных отраслей, несмотря на то, что некоторые даже не называют свои методы «потоковой передачей». На данной особенности Д. Герберт и А. Лотц акцентируют внимание в своей работе: «Что наиболее важно, потоковое вещание предлагает услугу по запросу, которая освобождает пользователей медиа от прежних форм дефицита (расписание вещания или розничный инвентарь). Все основные сервисы предлагают пользователям персонализированные рекомендации, которые помогают им ориентироваться в обширных каталогах, хотя некоторые музыкальные сервисы также предлагают более подробные формы экспертного курирования. Эти новые сервисы предлагают значительно больший выбор и удобство для пользователей, а также «постоянный» доступ к мультимедиа, облегчаемый на различных устройствах. Такие услуги, как правило, оплачиваются посредством ежемесячной подписки (…), при этом в момент использования оплата не требуется, поэтому потребление определенных медиа воспринимается потребителем как «бесплатное».»[[134]](#footnote-134)

Другими общими особенностями стриминговых сервисов являются поисковые ограничения, элемент совместного потребления и распространения. Важной общей чертой является то, что пользователи мало контролируют контент в том смысле, что они не могут делать с ним все, что им заблагорассудится. Т. Колбёрнсен предполагает, что потребительский опыт — это всего лишь одна нить, которая связывает воедино его концепцию потоковой передачи, а другая — то, что пользователи потоковой передачи являются потребителями услуги, а не стороной, буквальным образом участвующей в транзакции.

С перспективы акторно-сетевой теории, в рамках которой нечеловеческие сущности – артефакты – действуют, хотя во многом и не с предоставленной свободой действий, как отмечает Б. Латур.[[135]](#footnote-135) Как отмечалось ранее, в АСТ заложена проектирующая сила автора, которая создает актантов, по замыслу регулирующих действия других агентов: стимулируя или заставляя делать одни вещи и избегать других. Артефакт, с точки зрения АСТ, разрешает одни действия и ограничивает другие: «делай это, делай то, действуй так, не иди туда, ты можешь делать так, тебе будет позволено идти туда».[[136]](#footnote-136)

Развивая тему, отметим, что цифровые мультимедийные службы все больше полагаются на автоматизацию процессов поиска и обнаружения. Алгоритмы, которые управляют этими закодированными компьютером инструкциями, также оказываются актуальными для изучения власти в коммуникативных контекстах. Так, Т. Бучер утверждает, что сила алгоритмических систем проистекает из того, как они формируют встречи людей и их ориентацию в мире. Понятие мощности алгоритмов позволяет нам увидеть, как алгоритмы фильтруют медиаконтент, основываясь на принципах-протоколах, к которым у обычных пользователей нет доступа.[[137]](#footnote-137) Как заметил Д. Бир: «часто именно эта способность принимать решения без (или с небольшим) вмешательством человека лежит в основе дискуссий о потенциальной силе алгоритмов».[[138]](#footnote-138) В потоковой сети сила алгоритмов наиболее явно проявляется, когда алгоритмы разрешают и ограничивают возможность пользователей делать с контентом то, что они хотят, и перемещаться по сервисам по своему усмотрению.[[139]](#footnote-139) Что в очередной раз подчеркивает роль и положение и цепочке системообразующих взаимодействий как самих стриминговых сервисов, так и их внутренних элементов.

Для наглядности стоит проиллюстрировать влияние стриминговых платформ. Поток контента связывает базу данных с устройством и программным обеспечением, с помощью которых пользователь получает доступ к желаемому фрагменту контента. Сам по себе пользователь имеет доступ только к самому потоку контента, но не к базе данных напрямую. База данных, в свою очередь, контролируется потоковым провайдером. Провайдер потоковой передачи может, в соответствии с обычным лицензионным соглашением с конечным пользователем (EULA), удалить любой элемент из списка по истечении срока действия лицензии звукозаписывающей компании, издательства или кинокомпании. Часть содержимого будет удалена даже в том случае, если пользователь ранее добавил элемент в список или сделал его доступным в автономном режиме. Из этого следует, что офлайн-доступ по-прежнему является временным и зависит от условий, установленных стриминговым сервисом. Данный пример демонстрирует существенное различие между моделью распределения на основе доступа и моделями, основанными на продажах отдельных единиц, транзакциях и владении.[[140]](#footnote-140)

Подводя итоги, следует отметить, что потоковое вещание — это не фиксированное явление, оно постоянно меняется, как отмечают Спилкер и Колбёрнсен.[[141]](#footnote-141) Далеко не факт, что сеть стабилизируется таким образом, чтобы через 10 лет мы сможем легко распознать всех участников и все протекающие отношения. Кроме того, данная сторона вопроса в том числе стимулируется за счет существования и появления сервисов, которые работают в других условиях, на иных основаниях, отличных от Spotify, Apple Music, Netflix и т.д. Но при этом представленная перспектива во многом имеет запас, способный выступать опорой в дальнейшем изучении данного поля.

## 2.2 Анализ результатов эмпирического исследования стриминговых сервисов на примере Netflix

В данном параграфе будет сформулирована программа исследования и представлен анализ его результатов.

Для изучения выбранного феномена был выбран количественный дизайн исследования. Для сбора данных был использован анкетный опрос. Выборка в размере 303 респондентов была сформирована методом снежного кома. Данные были собраны с помощью google forms, проанализированы в python с помощью библиотек pandas и scipy. Для выявления зависимостей был применен коэффициент корреляции Спирмена, так как большая часть вопросов имеет ранговую шкалу, а непараметрический метод позволяет делать корректные выводы вне зависимости от размера выборки, при этом не теряя в статистической мощности.

Объект исследования – пользователи стриминговых видеосервисов

Предмет исследования – стриминговые видеосервисы, их влияние на досуговые практики.

Цель исследования – сформировать отношение пользователей к стриминговым сервисам и описать взаимовлияние сторон.

Задачи исследования:

1. Определить преимущества стриминговых сервисов, привлекающие пользователей.
2. Рассмотреть отношение пользователей к стриминговым сервисам.
3. Выявить недостатки стриминговых сервисов с точки зрения пользователей.
4. Изучить влияние стриминговых сервисов на формирование пользовательских предпочтений.

В ходе анализа были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Стриминговые сервисы являются более предпочтительным инструментом потребления видеоконтента, чем телевизионные каналы
2. Большая часть пользователей предпочитает подписываться, а не потреблять контент посредством пиратства
3. Большая часть пользователей положительно оценивает свой опыт потребления контента на стриминговых платформах.
4. Контент стриминговых платформ способствует формированию инфоповодов, активно обсуждаемых пользователями.
5. Стриминговые сервисы занимают существенную часть времени, отведенного досуговым практикам.

Обзор выборки:

Большая часть выборки (93,39%) состоит из респондентов от 18 до 24 (66%) и от 25 до 30 (27,39%). Респонденты распределены по половому признаку следующим образом: женщины составляют 46,53%, мужчины – 53,47%. Примерно ¾ респондентов имеют высшее образование того или иного уровня (бакалавры – 63,36%, магистры – 11,88%, кадры высшей квалификации – 0,66%). Две трети респондентов (66%) холосты/не замужем, треть респондентов состоит в отношениях – 5,94% состоят в браке, 28,05% – проживают с партнером без официальной регистрации. Большая часть респондентов оценивает свой уровень доходов как «средний» (68,64%), примерно равные части респондентов оценивают свои доходы как «выше среднего» (12,21%) и «ниже среднего» (11,88%), высоко оценивают свой уровень доходов 4,95% участников опроса.

Основные результаты анализа количественного исследования:

На вопрос «Где вы предпочитаете проводить досуг?» 11,88% респондентов ответили, что предпочитают проводить досуг вне дома, проведение досуга в домашних условиях выбирают 21,12% участников, совмещают домашний досуг и досуг за пределами дома 66,33% опрашиваемых, затруднились ответить 0,66% респондентов.

На вопрос «Как вы предпочитаете проводить досуг?» наиболее популярными ответами были «смотреть что-либо» (90,09%) и «проводить время с друзьями» (91,74%), третьим по популярности является вариант «играть в компьютерные игры» (52,8%), четверть опрошенных выбрали варианты «уделять время хобби» (26,4%) и «заниматься в тренажерном зале» (24,75%). Наименее распространенными вариантами ответов являются «читать что-либо» (18,81%) и «отдыхать/спать» (16,5%).

Все опрошенные на вопрос «Потребляете ли вы видеоконтент, распространяемый стриминговыми сервисами?» ответили утвердительно. Лишь 10,23% респондентов ответили утвердительно на вопрос «Потребляете ли вы контент, распространяемый телевизионными каналами», 89,77% опрошенных ответили отрицательно на данный вопрос. При выборе между телевизионными каналами и стриминговыми сервисами 97,68% респондентов отдают предпочтение стриминговым сервисам.

Для оценки доли времени, проводимом респондентами в стриминговых сервисах, были заданы вопросы «Как часто вы обращаетесь к стриминговым сервисам?» и «Сколько часов в неделю вы проводите за просмотром стриминговых сервисов?». На выходных стриминговые сервисы смотрят 11,55% респондентов, 44,88% опрошенных обращаются к стриминговым сервисам несколько раз в неделю, ежедневно смотрят стриминговые сервисы 28,38% участников опроса, и, крайне важно, затруднились ответить 14,85% респондентов. При этом большая часть опрошенных проводит в стриминговых сервисах 1-5 часов (44,88%), 5-10 часов в неделю стриминговые сервисы смотрят 17,16% опрошенных, наименьшая часть респондентов проводит в стриминговых сервисах от 10 до 15 часов (9,9%), более 15 часов стриминговым сервисам уделяют 15,51% респондентов, и затруднились ответить 12,54% респондентов.

Большая часть респондентов для проведения досуга из стриминговых сервисов предпочитает зарубежные стриминговые сервисы (55,47%), но при этом с небольшим отставанием следует ответ «и те и другие» (45,54%), затруднились ответить 1,98% респондентов.

Среди наиболее интересных стриминговых сервисов для респондентов являются Netflix (97%), Disney+ (85,14%) и Amazon Prime (72,93%). Примерно треть респондентов посчитала наиболее интересными AppleTV (28,05%), Кинопоиск HD (34,98%) и Амедиатеку (22,11%). Наименьшее количество ответов получили Ivi (6,93%), Megogo (3,3%), Start (4,62%), Megogo (3,3%), Окко (9,24%).

Среди наиболее значимых преимуществ стриминговых сервисов респонденты в первую очередь выделяют: объем библиотеки с контентом и ёё периодическое расширение (45,87%), возможность членам семьи и близким использовать семейный аккаунт (34,65%), возможность подключения с различных устройств (31,35%) и удобство сервиса в использовании (30,03%). При этом в качестве преимущества систему рекомендаций выбирают 24,42% респондентов, вариант «менее навязчивая модель рекламных интеграций» выбирают 11,22% опрошенных, а доступность подписок на стриминговые сервисы – 9,24%. Затруднились выбрать преимущества стриминговых сервисов 10,23% респондентов.

На вопрос «Обсуждаете ли вы контент, распространяемый стриминговыми сервисами?» однозначно утвердительно ответила большая часть респондентов (48,18%), иногда обсуждают контент стриминговых сервисов 38,28% опрошенных, не обсуждают 4,95% респондентов, и затруднились ответить 8,58% опрошенных.

Деталями видеоконтента стриминговых сервисов интересуются и обсуждают 27,39% респондентов, скорее делают это 29,37% опрошенных, скорее не интересуются и не обсуждают 31,68%, не интересуются 0,99% респондентов, и затруднились ответить 10,56% участников опроса.

Большая часть опрошенных рекомендует другим людям контент стриминговых сервисов (56,43%), не рекомендует наименьшее количество респондентов (3,63%), и иногда рекомендуют 39,93% респондентов.

За новинками стриминговых сервисов следят 21,12% респондентов, скорее следят 49,5% опрошенных, скорее не следят за новинками 20,13%, не следят 7,26% участников пороса, и затруднились ответить 1,98%.

На вопрос «Как вы считаете, способствует ли видеоконтент общению с близкими людьми, формированию новых тем для общения в целом?» 27,06% участников ответили утвердительно, скорее утвердительно ответили 51,81% опрошенных, скорее отрицательно ответили 13,53% респондентов, отрицательно – 1,98%, и затруднились ответить 5,61% респондентов.

На вопрос «Как вы считаете, нужно ли оформлять подписку на стриминговые сервисы или вполне можно обойтись бесплатными пиратскими аналогами?» мнения разделились: примерно две трети респондентов ответили «скорее нужно оформлять» (31,68%) и «скорее не нужно оформлять» (29,04%). Мнения оставшихся участников распределились следующим образом: 13,53% опрошенных на данный вопрос ответили утвердительно, 22,44% - отрицательно, и затруднились ответить 3,3% респондентов.

При этом оформляют подписку на стриминговые сервисы 28,05% респондентов, используют пиратские ресурсы 47,52% респондентов, совмещают подписку и использование пиратских ресурсов 24,42% участников опроса. Большая часть опрошенных (87,12%) подписана на 0-3 стриминговых сервиса, 4,7% респондентов подписываются на 4-7 стриминговых сервисов, и 2,97% респондентов подписываются на более 7 стриминговых сервисов.

На вопрос «В целом как вы оцениваете свой опыт взаимодействия со стриминговыми сервисами?» большая часть респондентов ответила скорее положительно (56,43%) и положительно (30,36%), скорее отрицательно и отрицательно ответили 5,94% и 0,33% опрошенных, затруднились ответить 6,93% участников опроса.

Далее рассмотрим подтвердились ли гипотезы исследования.

Гипотеза 1: Стриминговые сервисы являются более предпочтительным инструментом потребления видеоконтента, чем телевизионные каналы.

Данная гипотеза подтвердилась, что очевидно, если обратиться за помощью к вопросам «Предпочитаете ли вы просмотр видеоконтента стриминговых сервисов другим способам проведения досуга?», «Потребляете ли вы видеоконтент, распространяемый телевизионными каналами?» и «Чему вы отдадите предпочтение для проведения досуга: стриминговым сервисам или телевизионным каналам?». Предпочтения отдаются стриминговым сервисам в 97,68% случаев, что демонстрирует предрасположенность респондентов к проведению времени за просмотром стриминговых сервисов, а не телевизионных каналов.

Гипотеза 2: Большая часть пользователей предпочитает подписываться, а не потреблять контент посредством пиратства.

Данная гипотеза скорее не подтвердилась: оформляет подписки примерно треть опрошенных респондентов (28,05%), совмещают подписки и пиратские ресурсы 24,42% опрошенных, при этом почти половина опрошенных (47,52%) использует только пиратские сервисы. При этом нет корреляции между уровнем доходов и оформлением подписки (рис. 1). Данная особенность не является неожиданностью с одной стороны, так как в процессе становления рунета цифровые продукты поступали что называется «из-под полы», большая часть контента распространялась нелегальным образом и не регулировалась законами, правообладатели не участвовали в функционировании цифрового рынка в России, что в итоге отразилось на культуре потребления данный категории товаров и услуг. Но при всем сказанном примерно половина опрошенных 45% видит необходимость приобретения подписки на площадку, что в целом демонстрирует процесс переосмысления отношения к цифровой продукции и платформам, распространяющим данную категорию продуктов. Постепенному изменению отношения в том числе способствует рост числа платформ на локальном рынке и процедуры, направленные на борьбу с пиратством.

Тем не менее следует отметить наличие слабой положительной корреляции (0. 0.17033195679478852) между данными признаками (рис. 2), что все же говорит о процессе переосмысления данного вопроса.

Гипотеза 3: Большая часть пользователей положительно оценивает свой опыт потребления контента на стриминговых платформах.

Гипотеза подтвердилась. Большая часть респондентов (86,79%), как было отмечено ранее, на вопрос «В целом как вы оцениваете свой опыт взаимодействия со стриминговыми сервисами?» отвечает скорее положительно и положительно. Косвенным образом данная гипотеза подтверждается за счет следующих вопросов: «Чему вы отдадите предпочтение для проведения досуга: стриминговым сервисам или телевизионным каналам?» и «Рекомендуете ли вы другим людям контент стриминговых видеосервисов?», – отвечая на которые, респонденты в большинстве своём отдают предпочтение стриминговым сервисам (97,68%) и рекомендуют контент стриминговых сервисов другим людям (рекомендуют 56,43% и иногда рекомендуют 39,93%).

Гипотеза 4: Контент стриминговых платформ способствует формированию инфоповодов, активно обсуждаемых пользователями.

Данная гипотеза подтвердилась. Данную гипотезу подтверждают ответы респондентов на вопросы: «Обсуждаете ли вы контент, распространяемый видеосервисами с близкими людьми?», «Интересуетесь ли вы деталями видеоконтента стриминговых сервисов и/или обсуждаете их на сторонних площадках?», «Рекомендуете ли вы другим людям контент стриминговых видеосервисов?», «Следите ли вы за новинками, выходящими на стриминговых сервисах?», «Как вы считаете, способствует ли видеоконтент общению с близкими людьми, формированию новых тем для общения в целом?». Обсуждают и иногда обсуждают контент стриминговых сервисов 48,18% и 38,28% респондентов. Интересуются деталями видеоконтента стриминговых сервисов (27,39%) и скорее интересуются (29,37%) в сумме более половины участников опроса. При этом больше половины опрошенных (56,43%) в том числе на постоянной основе рекомендуют контент стриминговых сервисов, а в сумме с респондентами, иногда рекомендующими контент стриминговых сервисов (39,93%), образуют аудиторию в 96,36%, так или иначе рекомендующую контент стриминговых сервисов.

На примере данных мы видим, что стриминговые сервисы в достаточной степени притягивают внимание аудитории к продукции не только во время фактического потребления контента, но и на стадиях «подготовки» и «переваривании», тем самым платформы стимулируют и формируют заинтересованность аудитории посредством маркетинговых практик, устанавливающих контакт с аудиторией, в процессе которого сообщаются различные детали и инсайты, способствующие эскалации интереса, что и отражено фактически в представленных данных.

Данная гипотеза подтверждается наличием положительных корреляций между ответами на пары вопросов «Рекомендуете ли вы другим людям контент стриминговых видеосервисов?» и «Следите ли вы за новинками, выходящими на стриминговых сервисах?» (0.352900851103782) (рис. 3), «Рекомендуете ли вы другим людям контент стриминговых видеосервисов?» и «Как вы считаете, способствует ли видеоконтент общению с близкими людьми, формированию новых тем для общения в целом?» (0.15364293963010076) (рис. 4), «Обсуждаете ли вы контент, распространяемый видеосервисами с близкими людьми?» и «Следите ли вы за новинками, выходящими на стриминговых сервисах?» (0.13852686758199628) (рис. 5), «Следите ли вы за новинками, выходящими на стриминговых сервисах?» и «Как вы считаете, способствует ли видеоконтент общению с близкими людьми, формированию новых тем для общения в целом?» (0.13051574706902141) (рис. 6).

Гипотеза 5: Стриминговые сервисы занимают существенную часть времени, отведенного досуговым практикам.

Данная гипотеза скорее не подтвердилась, что демонстрируют ответы респондентов. С одной стороны, ответы на вопросы «Где вы предпочитаете проводить досуг?» и «Как вы предпочитаете проводить досуг?» отражают предрасположенность аудитории к проведению досуга дома и за его пределами примерно в равной степени (вне дома – 11,88%, в домашних условия – 21,12%, совмещаю – 66,33%). В качестве одного из наиболее предпочтительных способов проведения досуга фигурирует вариант «смотреть что-либо» (90,09%). Но вопросы «Как часто вы обращаетесь к стриминговым сервисам в рамках досуга?», «Сколько часов в неделю вы проводите за просмотром контента стриминговых сервисов?», «Предпочитаете ли вы просмотр видеоконтента стриминговых сервисов другим способам проведения досуга?» отражают другую сторону досуговой специфики: так, примерно пятая часть респондентов (20,79%) предпочитает просмотр стриминговых сервисов другим способам проведения досуга, при этом чуть больше трети участников опроса (33%) точно не предпочтет просмотр контента стриминговых сервисов другим способам проведения досуга, а 46,2% респондентов затруднились ответить на вопрос.

Очевидно, что имеет место конфликт интересов, скорее, вариантов проведения досуга, в которых на данный момент не господствуют стриминговые сервисы, все же будучи одним из наиболее популярных вариантов заполнения свободного времени. Отсутствие однозначно господствующей позиции стриминговых сервисов в качестве досугового инструмента подтверждается в ответах на вопросы «Как часто вы обращаетесь к стриминговым сервисам в рамках досуга?», «Сколько часов в неделю вы проводите за просмотром контента стриминговых сервисов?»: почти половина опрошенных обращается к стриминговым сервисам несколько раз в неделю (44,88%), ежедневно смотрят стриминговые сервисы 28,38% респондентов, но фактически при такой частоте просмотра почти половина опрошенных (44,8%) проводит за просмотром контента стриминговых сервисов 1-5 часов в неделю, что, если брать во внимание количество свободных часов в стандартной рабочей неделе, не так уж много.

Данная специфика может быть следствием жизни современного среднестатистического жителя города, тратящего часть свободного времени на периферийные аспекты, сокращающие объем свободного времени, среди которых могут фигурировать: путь от и до работы/учебы, бытовая занятость и т.д. Что примечательно, во многом просмотр стриминговых сервисов может совмещаться с дорогой до работы и учебы, что в целом отражается на среднем времени в дороге и распределением просмотра стриминговых сервисов в неделю: если не брать в расчет респондентов, выделяющих на просмотр стриминговых сервисов 1-5 часов (44,8%), то 55% респондентов делятся на следующие группы: 17,16% – 5-10 часов, 9,9% – 10,15 часов, более 15 часов – 15,51% и затрудняются ответить 12,54% респондентов.

В целом наблюдается значимость стриминговых сервисов в качестве одного из наиболее предпочтительных вариантов проведения досуга, но все же нельзя с точностью и абсолютной уверенностью признавать в данном способе заполнения свободного времени досугового гегемона. Но при этом нет поводов беспокоиться за положение стриминговых сервисов, сомневаться в преимущественно положительном характере опыта взаимодействия, так как нельзя говорить о наличии корреляции между предпочтением стриминговых сервисов другим способам проведения досуга и опытом взаимодействия со стриминговыми сервисами в целом (p-value ощутимо больше 0.05) (рис. 7).

# **Заключение**

Досуг – крайне важная часть жизни каждого человека, постепенно обособляющаяся в научной мысли и на данный момент оформившаяся в независимое пространство для исследований. На данный момент свободное время настолько «окрепло», что способно конкурировать в соотношении с рабочим временем, придатком которого оно ранее считалось, что проявляется в различных инициативах, направленных на перераспределение времени – частичная занятость, фриланс и т.д.

В современном мире вокруг досуга возведена целая индустрия, отвечающая за различные вариации, сценарии досуговых практик в зависимости от целей и необходимой активности. Современное общество во многом сформировало досуговую индустрию, поддерживая одни предложения и отстраняясь от других. Социальный аспект в досуговой специфике проявляется в механизмах контроля, идентичности, процессе социализации и многих других, что буквальным образом формирует специфические досуговые паттерны, соответствующие конкретным группам людей в определенный момент времени.

Цифровизация социального пространства в полной мере отразилась на специфике досуговой индустрии, диджитализировав его. Возникновением стриминговых платформ современное общество обязано именно научно-техническому процессу, сформировавшему необходимые условия для возникновения столь распространенного и обсуждаемого феномена.

Стриминговые платформы, будучи цельным агентом, с перспективы акторно-сетевой теории представляют собой взаимосвязанную и комплексную сеть, состоящую из актантов – например, рекомендательные системы и т.д. – и акторов, привносящих свой вклад в общее оформление и, несомненно, обрамление платформы.

По результатам эмпирического исследования было выявлено:

1. Стриминговые сервисы являются одним из наиболее обсуждаемых элементов досуговой сферы, постоянно формируя инфоповоды.
2. С помощью стриминговых сервисов индивиды занимают существенную часть свободного времени, при этом сочетая его с другими сценариями. Просмотр стриминговых сервисов все еще нельзя назвать господствующим способом проведения досуга, но его значимость нельзя не признавать.
3. Происходит процесс переосмысления отношения к стриминговой индустрии в глазах российских пользователей, что заметно на примере отношения и осуществления платных подписок на стриминговые сервисы.
4. Стриминговые сервисы постепенно вытесняют классическое телевидение, что осуществляется за счет преимуществ стриминговых сервисов для пользователей, нацеленных на оптимизацию опыта потребления продукта.
5. Практически все пользователи положительно оценивают свой опыт взаимодействия со стриминговыми платформами, что достигается за счет комплексного взаимодействия платформы с её пользователями: вкупе с колоссальными вычислительными мощностями и созидательным потенциалом агентов стриминговые платформы формируют комплексную сеть, успех которой зависит от обеих сторон – человеческой и не-человеческой.

# **Список использованной литературы**

Литература на русском языке:

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. // Москва: Добросвет, 2000. URL: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/baudrillard-symv-obmen-i-smert.htm
2. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века/Пер. с англ. под ред. В.И. Иноземцева. // Логос, 2004. - 368 с. URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/vallerstayn-konec\_znakomogo\_mira-8l.pdf
3. Гирко Л. В. Пассот Я. Х. Актанты, ассоциации, медиаторы: как акторно-сетевая теория репрезентирует понятие социального. // Социологический ежегодник, 2011. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/passot-ya-h-aktanty-assotsiatsii-mediatory-kak-aktorno-setevaya-teoriya-reinterpretiruet-ponyatie-sotsialnogo
4. Грушин Б. А. Свободное время: Величина. Структура. Проблемы. Перспективы // М.: Правда, 1966, 48 стр. URL: https://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks38360
5. Грушин Б. Свободное время. Актуальные проблемы. // М.: Мысль, 1966, 174 стр. URL: https://www.libex.ru/detail/book681503.html
6. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-obschestvo-v-sotsiologicheskoy-perspektive
7. Иоселиани А. Д. Особенности повседневной жизни человека в цифровом мире // Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 4. C. 115-119. URL: file:///C:/Users/wtf\_o/Downloads/osobennosti-povsednevnoy-zhizni-cheloveka-v-tsifrovom-mire.pdf
8. Каллон М. Акторно-сетевая теория. URL: https://www.hse.ru/data/2014/10/07/1100063024/Каллон%20М.%20Акторно-сетевая%20теория.pdf
9. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери. // Неприкосновенный запас, номер 2, 2004. URL: https://magazines.gorky.media/nz/2004/2/gde-nedostayushhaya-massa.html
10. Латур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии // Пер. с фр. Д. Я. Калугина. Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге. Серия «Прагматический поворот», вып. 1, 2006. URL: https://eupress.ru/books/index/item/id/26
11. Латур Б. Когда вещи дают отпор: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки // Социология вещей. – М.: Территория будущего, 2006. 392 c. URL: https://platona.net/load/knigi\_po\_filosofii/sociologija/sociologija\_veshhej\_vakhshtajn/25-1-0-1489
12. Мискевич Л. Б. Человек и свободное время: мнение социолога. - Минск, 1989.
13. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/delegirovanie-agentnosti-v-kontseptsii-bruno-latura-kak-sobrat-gibridnyy-kollektiv-kiborgov-i-antropomorfov
14. Норицугу У. Общество 5.0: взгляд Mitsubishi Electric // Экономические стратегии. 2017. № 4. URL: http://www.inesnet.by/gallery/%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%205.0.pdf
15. Осипов Г.В. Социологическая наука в условиях становления цифровой цивилизации. // СПб.: СПбГУП, 2016. — 28с., ил.— (Избранные лекции Университета; Вып.176). URL: https://docplayer.com/68262865-G-v-osipov-sociologicheskaya-nauka-v-usloviyah-stanovleniya-cifrovoy-civilizacii.html
16. Пича В. М. Социология свободного времени. - Львов, 1993.
17. Полякова Н.Л. Новые теоретические перспективы в социологии начала XXI в. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2015. URL: https://vestnik.socio.msu.ru/jour/article/view/85?locale=ru\_RU
18. Пригожин И. Р., Стенгерс И. Порядок из хаоса = Order out of chaos : новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс ; пер. с англ. Ю.А. Данилова общ. ред. и послесл. В.И. Аршинова [и др.]. - [Изд. 6-е]. - Москва : URSS : Издательство ЛКИ, 2008. - 294 с. : ил. ; 21 см.. - (Синергетика: от прошлого к будущему). - Библиогр. в примеч.: с. 261-277 и в подстроч. примеч.. - Указатели: с. 288-294. URL: http://yanko.lib.ru/books/betweenall/prigogine-stengers\_ru.htm
19. Сивоконь А. С. Акторно-сетевой подход: истоки и перспективы в социально-философском дискурсе // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки, 2015. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/aktorno-setevoy-podhod-istoki-i-perspektivy-v-sotsialno-filosofskom-diskurse
20. Стендинг Г. Прекариат: новый опасный класс. // пер. Усован Н. Ад Маргинем, 2014, 328 с.
21. Урри Дж. Как выглядит будущее? // Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. URL: http://delo.ranepa.ru/shop/reczenzii/2018/kak-vyglyadit-budushhee/
22. Урри Дж. Мобильности. // Москва, издательство «Праксис», 2012 г. (Серия "Образ общества"). URL: https://book.wciom.ru/knigi/knigi/mobilnosti\_dzhon\_urri/
23. Ушкарев А.А. Цивилизация досуга и смыслы досугового поведения. // Обсерватория культуры. 2016;13(4), стр. 429-435. URL: https://doi.org/10.25281/2072-3156-2016-13-4-429-435
24. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-i-ee-vliyanie-na-rossiyskuyu-ekonomiku-i-obschestvo-preimuschestva-vyzovy-ugrozy-i-riski
25. Шеллер М. Новая парадигма мобильностей в современной социологии // Социологические исследования. 2016. Т. 3–11. № 7.URL: http://socis.isras.ru/article/6263
26. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-tsivilizatsiya-dosuga-v-kontekste-zarubezhnyh-sotsiokulturnyh-issledovaniy

Литература на иностранных языках:

1. Arditi D. Digital subscriptions: The unending consumption of music in the digital era. // Popular Music and Society, Volume 41, 2018 - Issue 3. Pages 302–318. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03007766.2016.1264101
2. Beck U. The Metamorphosis of the World. // Cambridge, UK ; Malden, MA : Polity Press, 2016. URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?book\_slug=the-metamorphosis-of-the-world-how-climate-change-is-transforming-our-concept-of-the-world--9780745690216
3. Beer D. The social power of algorithms. // Information, Communication & Society, 2016, pages 1–13.URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1216147
4. Blackshaw T. Leisure. Abingdon : Routledge, 2010. URL: https://www.routledge.com/Re-Imagining-Leisure-Studies/Blackshaw/p/book/9781138494220
5. Brynjolfsson E., McAfee A. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. // W. W. Norton Company, 2018. URL: https://www.goodreads.com/book/show/38212111-machine-platform-crowd
6. Brynjolfsson E., McAfee A.Te Second Machine Age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. // W. W. Norton Company 2016. URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4312922/mod\_resource/content/2/Erik%20-%20The%20Second%20Machine%20Age.pdf
7. Burgess, J., & Green, J. YouTube: Online video and participatory culture. // Cambridge, UK: Polity Press, 2009, 140 pages. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405700903502312
8. Bucher T. If ... Then: Algorithmic Power and Politics. // Oxford Scholarship Online, 2018. URL: https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/oso/9780190493028.001.0001/oso-9780190493028
9. Castells M. Network theory. A network theory of power. International Journal of Communication. // International Journal of Communication 5(1), 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/267817406\_A\_Network\_Theory\_of\_Power
10. Christian, A. J. Open TV: Innovation beyond Hollywood and the rise of web television. // New York: NYU Press, 2018, 320 pages. URL: https://nyupress.org/9781479815975/open-tv/
11. Clarke, J. Leisure and Inequality / J. Clarke, Ch. Critcher // Sociology of Leisure: A reader/ еd. Ch. Critcher, P. Bramham, A. Tomlinson. – London, 1994. – P. 247–255.
12. Colbjørnsen T. The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Volume 27 Issue 5, October 2021. URL: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856520966911
13. Consoli D., Patrucco P. P., Innovation Platforms And The Governance Of Knowledge: Evidence From Italy And The Uk. // Economics of Innovation and New Technology, Taylor & Francis Journals, vol. 17(7-8), pages 699-716. URL: https://ideas.repec.org/a/taf/ecinnt/v17y2008i7-8p699-716.html
14. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, 3-4. URL: https://www.academia.edu/37380056/Vers\_une\_civilisation\_du\_loisir\_
15. Eaton, B. The Dynamics of Digital Platform Innovation. // A thesis submitted to the Department of Management of the London School of Economics for the degree of Doctor of Philosophy, 2012. URL: https://www.semanticscholar.org/paper/The-dynamics-of-digital-platform-innovation-%3A-the-Eaton/c867665320c9da0088bc91383529e7c45c3529e4
16. Elberse, A. Blockbusters: Hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment. New York: Henry Holt and Company, 2013. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=44790
17. Evens T. Donders K. Platform Power and Policy in Transforming Television Markets. // Palgrave Macmillan Cham, 2018, pages 1-13. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-74246-5#about-book-content
18. Gawer, A. Platform Dynamics and Strategies: From Products to Services. // Platforms, Markets and Innovation, 2009. URL: https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/13257\_3.html
19. Gillespie, T. Governance of and by platforms. // The SAGE Handbook of Social Media, 2017. URL: https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/12/Gillespie-Regulation-ofby-Platforms-PREPRINT.pdf
20. Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. Governing online platforms: from contested to cooperative responsibility. // The Information Society, 34(1), 2018. URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01972243.2017.1391913
21. Herbert D., Lotz A.D., Marshall L. Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. // International Journal of Cultural Studies, Vol 22, Issue 3, 2019. URL: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367877918813245
22. Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2012). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. // New York: NYU Press, 2013, 352 pages. URL: https://nyupress.org/9780814743508/spreadable-media/
23. Jenner, M. Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. // New Media & Society, Vol 18, Issue 2, 2016, pages 257–273. URL: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444814541523
24. Kaplan, M. Leisure in America: A Social Inquiry / M. Kaplan. – New York: John Wiley & Sons, 1960. – 368 p. URL: https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19821888268
25. Kung L. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. // London [United Kingdom] ; Thousand Oaks, California : SAGE, 2017. URL: https://www.worldcat.org/title/strategic-management-in-the-media-theory-to-practice/oclc/965933214
26. Lane, D. A. Complexity and Innovation Dynamics. // Handbook on the Economic Complexity of Technological Change, pages 63–80.
27. Latour B. Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. // Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2007. URL: https://www.suhrkamp.de/buch/bruno-latour-eine-neue-soziologie-fuer-eine-neue-gesellschaft-t-9783518295670
28. Latour B. (1996) ARAMIS, or the Love of Technology // Harvard University Press, 1996. URL: https://dss-edit.com/plu/Latour-B\_Aramis-or-Love-of-Technology\_1996.pdf
29. Latour. B. Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society // Harvard University Press, 1988. URL: https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674792913
30. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. // Oxford University Press, 2005. URL: http://www.bruno-latour.fr/node/70.html
31. Lotz A. D. Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television. // Michigan Publishing, 2017, 99 pages. URL: https://books.google.ru/books/about/Portals.html?id=DA9VMQAACAAJ&redir\_esc=y
32. Madrigal, A. How Netflix reverse engineered Hollywood. // The Atlantic, 2014. URL: http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverseengineered-hollywood/282679/
33. Moreau, F. The disruptive nature of digitazation: The case of the recorded music industry. // International Journal of Arts Management, 15(2), pages 18-31. URL: https://www.researchgate.net/publication/281403788\_The\_Disruptive\_Nature\_of\_Digitization\_The\_Case\_of\_the\_Recorded\_Music\_Industry
34. Negroponte N. Being digital. // Hodder & Stoughton, 1996. URL: http://governance40.com/wp-content/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf
35. Parker, S. The Future of Work and Leisure / S. Parker. – London: Paladin, 1972. – 160 p. URL: https://www.semanticscholar.org/paper/The-Future-of-Work-and-Leisure.-Stauffer-Parker/80c8bd82696865647b725512d3b77639841412ea
36. Perzanowski A., Schultz J. The End of Ownership: Personal Property in the Digital Economy. // The MIT Press, 2016, 264 pages. URL: https://www.amazon.com/End-Ownership-Personal-Property-Information/dp/0262035014
37. Rainie L., Wellman B.Networked: the new social operating system. // The MIT Press, 2012. URL: https://direct.mit.edu/books/book/2187/NetworkedThe-New-Social-Operating-System
38. Rojek C. The Labour of Leisure: The Culture of Free Time // International Sociology, 2011, Volume: 26 issue: 2, page(s): 247-250. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0268580910391011
39. Shifman, L. (2012). An anatomy of a YouTube meme. // New Media & Society, 14(2), 2011. URL: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444811412160
40. Sinclair G. and Tinson J. Psychological ownership and music streaming consumption. // Journal of Business Research 71, 2017, pages 1–9. URL: https://www.researchgate.net/publication/309394769\_Psychological\_ownership\_and\_music\_streaming\_consumption URL: https://www.goodreads.com/book/show/52059014-the-quirks-of-digital-culture
41. Soha, M., & McDowell, Z. J. Monetizing a meme: YouTube, Content ID, and the Harlem Shake. // Social Media + Society, 2016. URL: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115623801
42. Spilker H.S., Colbjørnsen T. The dimensions of streaming: Toward a typology of an evolving concept. // Media, Culture & Society, Vol 42, Issue 7-8, 2020. URL: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443720904587
43. Steinberg M., Li J. Introduction: Regional Platforms. // Asiascape Digital Asia 4(3), 2017, pages 173-183. URL: https://www.academia.edu/34985099/Introduction\_Regional\_Platforms
44. Tilson, D., Lyytinen, K., Sørensen, C. Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda. // Information Systems Research 21(4), 2010, pages 748-759. URL: https://www.researchgate.net/publication/220079905\_Digital\_Infrastructures\_The\_Missing\_IS\_Research\_Agenda
45. Tiwana, A., Konsynsky, B., Bush, A.A. Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics. // Information Systems Research, Vol. 21, No. 4, pages 675-687. URL: https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.1100.0323
46. Urry J. Global Complexity. // Theory, Culture & Society, Volume 22 Issue 5, October 2005. URL: https://journals.sagepub.com/toc/tcsa/22/5
47. Vigeland E. Control and Innovation on Digital Platforms: the case of Netflix and streaming of video content. // University of Oslo, 2012. URL: https://www.duo.uio.no/handle/10852/34373
48. Walravens, N., Ballon, P. The City as a Platform: Exploring the Potential Role(s) of the City in Mobile Service Provision through a Mobile Service Platform Typology. // 10th International Conference on Mobile Business, 2011. URL: https://www.semanticscholar.org/paper/The-City-as-a-Platform%3A-Exploring-the-Potential-of-Walravens-Ballon/3d202d951e4e458fa381224cf5f451923e755507
49. Wilfred Yang Wang & Ramon Lobato Chinese video streaming services in the context of global platform studies. // Chinese Journal of Communication, 2019, pages 356-371. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17544750.2019.1584119
50. Yonnet P. Travail, loisir: Temps libre et lien social // Galimard, 1999, 324 pages. URL: https://www.tourisme-espaces.com/doc/129.travail-loisir-temps-libre-lien-social.html
51. Yoo, Y., Henfridsson, O., Lyytinen, K. The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. // Information Systems Research 21(4), 2010, pages 724-735. URL: https://www.researchgate.net/publication/220079642\_The\_New\_Organizing\_Logic\_of\_Digital\_Innovation\_An\_Agenda\_for\_Information\_Systems\_Research

Электронные ресурсы:

1. Большая Советская Энциклопедия. Досуг. URL: https://rus-bse.slovaronline.com/24929-%D0%94%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B3
2. Толковый словарь Ожегова. URL: https://gufo.me/dict/ozhegov/развлечение.
3. Pcmag. Streaming service. URL: https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/streaming-service
4. The world bank. Services, value added (% of GDP). URL: https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.ZS
5. Whatis. Video streaming service. URL: https://www.techtarget.com/whatis/definition/video-streaming-service#:~:text=A%20video%20streaming%20service%20is,either%20per%20view%20or%20subscription.
6. Wikipedia. Cookie. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Cookie
7. Wikipedia. Программа лояльности URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Программа\_лояльности
8. Wikipedia. Большие данные. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/ Большие\_данные#:~:text=big%20data%2C%20%5Bˈbɪɡ%20ˈdeɪtə%5D),системам%20управления%20базами%20данных%20и

# **Приложение**

Анкета:

Здравствуйте! Студент Санкт-Петербургского государственного университета проводит исследование на тему: “Диджитализация социальных практик в сфере развлечений на примере распространения стриминговых сервисов”. Приглашаем Вас принять участие в анкетном опросе, посвященном данной теме. Анкетный опрос является анонимным. Ваши ответы останутся строго конфиденциальными и будут использованы только в обобщенном виде. Ваше мнение очень важно для нас!

1. Где вы предпочитаете проводить досуг?

1. Вне дома

2. В домашних условиях

3. Совмещаю

4. Затрудняюсь ответить

2. Как вы предпочитаете проводить досуг? (выберите не более 3-х вариантов)

1. Смотреть что-либо

2. Проводить время с друзьями

3. Читать что-либо

4. Играть в компьютерные игры

5. Уделять время хобби

6. Отдыхать/спать

7. Заниматься в тренажерном зале

3. Потребляете ли вы видеоконтент, распространяемый стриминговыми сервисами?

1. Да

2. Нет

4. Предпочитаете ли вы просмотр видеоконтента стриминговых сервисов другим способам проведения досуга?

1. Да

2. Нет

3. Затрудняюсь ответить

5. Потребляете ли вы видеоконтент, распространяемый телевизионными каналами?

1. Да

2. Нет

6. Чему вы отдадите предпочтение для проведения досуга: стриминговым сервисам или телевизионным каналам?

1. Стриминговым сервисам

2. Телевизионным каналам

7. Как часто вы обращаетесь к стриминговым сервисам в рамках досуга?

1. Смотрю только на выходных

2. Несколько раз в неделю

3. Ежедневно

4. Затрудняюсь ответить

8. Сколько часов в неделю вы проводите за просмотром контента стриминговых сервисов?

1. 1-5 часов

2. 5-10 часов

3. 10-15 часов

4. Более 15 часов

5. Затрудняюсь ответить

9. Какие стриминговые сервисы вы посещаете для проведения досуга?

1. Российские

2. Зарубежные

3. И те, и другие

4. Затрудняюсь ответить

10. Контент каких стриминговых видеосервисов вам наиболее интересен? (Выберите не более 5)

1. Netflix

2. Amazon Prime

3. Disney+

4. AppleTV+

5. Кинопоиск HD

6. Ivi

7. Megogo

8. Start

9. Окко

10. Амедиатека

11. Какие особенности стриминговых сервисов являются ключевыми преимуществами для вас? (Выберите несколько вариантов)

1. Возможность подключения с различных устройств

2. Возможность потреблять контент без предварительного скачивания

3. Доступность подписок на стриминговые сервисы

4. Объем библиотеки с контентом и её периодическое расширение

5. Возможность членам семьи и близким использовать семейный аккаунт для просмотра контента

6. Удобство сервиса в использовании

7. Система рекомендаций

8. Менее навязчивая модель рекламных интеграций

9. Затрудняюсь ответить

12. Обсуждаете ли вы контент, распространяемый видеосервисами с близкими людьми?

1. Да

2. Иногда

3. Нет

4. Затрудняюсь ответить

13. Интересуетесь ли вы деталями видеоконтента стриминговых сервисов и/или обсуждаете их на сторонних площадках?

1. Да

2. Скорее да

3. Скорее нет

4. Нет

5. Затрудняюсь ответить

14. Рекомендуете ли вы другим людям контент стриминговых видеосервисов?

1. Да

2. Нет

3. Иногда

15. Следите ли вы за новинками, выходящими на стриминговых сервисах?

1. Да

2. Скорее да

3. Скорее нет

4. Нет

5. Затрудняюсь ответить

16. Как вы считаете, способствует ли видеоконтент общению с близкими людьми, формированию новых тем для общения в целом?

1. Да

2. Скорее да

3. Скорее нет

4. Нет

5. Затрудняюсь ответить

17. Как вы считаете, нужно ли оформлять подписку на стриминговые сервисы или вполне можно обойтись бесплатными пиратскими аналогами?

1. Да, нужно оформлять подписку

2. Скорее нужно оформлять подписку

3. Скорее не нужно оформлять подписку

4. Не нужно оформлять подписку

5. Затрудняюсь ответить

18. Оформляете ли вы подписку на стриминговые сервисы или предпочитаете использовать пиратские ресурсы?

1. Оформляю подписку

2. Использую пиратские ресурсы

3. Совмещаю

19. На какое количество стриминговых видеосервисов вы подписаны?

1. 0-3

2. 4-7

3. Более 7

20. В целом как вы оцениваете свой опыт взаимодействия со стриминговыми сервисами?

1. Положительно

2. Скорее положительно

3. Скорее отрицательно

4. Отрицательно

5. Затрудняюсь ответить

21. Укажите ваш возраст:

1. До 18 лет

2. 18-24

3. 25-30

4. Старше 31 года

22. Укажите ваш пол:

1. Женский

2. Мужской

23. Какой у вас уровень образования?

1. Основное общее образование

2. Среднее общее образование

3. Среднее профессиональное образование

4. Высшее образование – бакалавриат

5. Высшее образование - специалитет, магистратура

6. Высшее образование - подготовка кадров высшей квалификации

24. Укажите ваше семейное положение:

1. Состою в браке

2. Проживаю с партнером (без официальной регистрации).

3. Холост / не замужем

4. Разведен / разведена

5. Вдовец / вдова

25. Как вы оцениваете свой уровень доходов?

1. Низкий

2. Ниже среднего

3. Средний

4. Выше среднего

5. Высокий

Аналитические заметки:



Рис. 1 «Корреляция Спирмена между результатами 18 и 25 вопросов анкеты»



Рис. 2 «Корреляция Спирмена между результатами 17 и 18 вопросов анкеты»



Рис. 3 «Корреляция Спирмена между результатами 14 и 15 вопросов анкеты»



Рис. 4 «Корреляция Спирмена между результатами 14 и 16 вопросов анкеты»



Рис. 5 «Корреляция Спирмена между результатами 12 и 15 вопросов анкеты»



Рис. 6 «Корреляция Спирмена между результатами 15 и 16 вопросов анкеты»



Рис. 7 «Корреляция Спирмена между результатами 4 и 20 вопросов анкеты»

1. The world bank. Services, value added (% of GDP). [↑](#footnote-ref-1)
2. Yonnet P. Travail, loisir: Temps libre et lien social // Galimard, 1999, pages 104-106. [↑](#footnote-ref-2)
3. Грушин Б. А. Свободное время: Величина. Структура. Проблемы. Перспективы // М.: Правда, 1966, 48 стр. [↑](#footnote-ref-3)
4. Грушин Б. Свободное время. Актуальные проблемы. // М.: Мысль, 1966, 174 стр. [↑](#footnote-ref-4)
5. Пича В. М. Социология свободного времени. - Львов, 1993. [↑](#footnote-ref-5)
6. Мискевич Л. Б. Человек и свободное время: мнение социолога. - Минск, 1989. [↑](#footnote-ref-6)
7. Kaplan, M. Leisure in America: A Social Inquiry / M. Kaplan. – New York: John Wiley & Sons, 1960. – 368 p. [↑](#footnote-ref-7)
8. Parker, S. The Future of Work and Leisure / S. Parker. – London: Paladin, 1972. – 160 p. [↑](#footnote-ref-8)
9. Clarke, J. Leisure and Inequality / J. Clarke, Ch. Critcher // Sociology of Leisure: A reader/ еd. Ch. Critcher, P. Bramham, A. Tomlinson. – London, 1994. – P. 247–255. [↑](#footnote-ref-9)
10. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, с. 53-57. [↑](#footnote-ref-10)
11. Chris Rojek, The Labour of Leisure: The Culture of Free Time // International Sociology, 2011, Volume: 26 issue: 2, page(s): 247-250. [↑](#footnote-ref-11)
12. Пригожин И. Р., Стенгерс И. Порядок из хаоса = Order out of chaos : новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс ; пер. с англ. Ю.А. Данилова общ. ред. и послесл. В.И. Аршинова [и др.]. - [Изд. 6-е]. - Москва : URSS : Издательство ЛКИ, 2008. с. 288-294 [↑](#footnote-ref-12)
13. Elberse, A. Blockbusters: Hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment. New York: Henry Holt and Company, 2013. [↑](#footnote-ref-13)
14. Стендинг Г. Прекариат: новый опасный класс. // пер. Усован Н. Ад Маргинем, 2014, 328 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, с. 25. [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же (с.33) [↑](#footnote-ref-16)
17. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 94. [↑](#footnote-ref-17)
18. Ушкарев А.А. Цивилизация досуга и смыслы досугового поведения. Обсерватория культуры. 2016;13(4), стр. 430. [↑](#footnote-ref-18)
19. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, с. 105. [↑](#footnote-ref-19)
20. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, с. 311. [↑](#footnote-ref-20)
21. Dumazedier J. Versune civilisation du loisir? // Revue française de sociologie, 1962, page 211. [↑](#footnote-ref-21)
22. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 95. [↑](#footnote-ref-22)
23. Большая Советская Энциклопедия. Досуг. [↑](#footnote-ref-23)
24. Толковый словарь Ожегова. [↑](#footnote-ref-24)
25. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 96. [↑](#footnote-ref-25)
26. Blackshaw T. Leisure. Abingdon : Routledge, 2010. 174 p [↑](#footnote-ref-26)
27. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 97. [↑](#footnote-ref-27)
28. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 97. [↑](#footnote-ref-28)
29. Ярошенко Н. Н. Понятие «Цивилизация досуга» в контексте зарубежных социокультурных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2019, с. 97. [↑](#footnote-ref-29)
30. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. — Москва: Добросвет, 2000. — с. 243. [↑](#footnote-ref-30)
31. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 177. [↑](#footnote-ref-31)
32. Норицугу У. Общество 5.0: взгляд Mitsubishi Electric // Экономические стратегии. 2017. № 4. с. 3. [↑](#footnote-ref-32)
33. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 178. [↑](#footnote-ref-33)
34. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 178. [↑](#footnote-ref-34)
35. Осипов Г.В. Социологическая наука в условиях становления цифровой цивилизации. СПб., 2016. С. 8. [↑](#footnote-ref-35)
36. Полякова Н.Л. Новые теоретические перспективы в социологии начала XXI в.// Вестник Московского университета. Серия18.Социология и политология. 2015, с. 30. [↑](#footnote-ref-36)
37. Urry J. Global Complexity. // Theory, Culture & Society, Volume 22 Issue 5, October 2005, с. 36. [↑](#footnote-ref-37)
38. Rainie L., Wellman B.Networked: the new social operating system. // The MIT Press, 2012. [↑](#footnote-ref-38)
39. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 179. [↑](#footnote-ref-39)
40. Brynjolfsson E., McAfee A. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. // W. W. Norton Company, 2018, с. 142-150. [↑](#footnote-ref-40)
41. Brynjolfsson E., McAfee A.Te Second Machine Age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. // W. W. Norton Company 2016, с. 193-200. [↑](#footnote-ref-41)
42. Brynjolfsson E., McAfee A. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. // W. W. Norton Company, 2018, с. 276 - 280. [↑](#footnote-ref-42)
43. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 181. [↑](#footnote-ref-43)
44. Urry J. Global Complexity. // Theory, Culture & Society, Volume 22 Issue 5, October 2005. [↑](#footnote-ref-44)
45. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века/Пер. с англ. под ред. В.И. Иноземцева. // Логос, 2004. [↑](#footnote-ref-45)
46. Urry J. Global Complexity. // Theory, Culture & Society, Volume 22 Issue 5, October 2005. [↑](#footnote-ref-46)
47. Урри Дж. Как выглядит будущее? // Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. с. 92. [↑](#footnote-ref-47)
48. Урри Дж. Мобильности. // Москва, издательство «Праксис», 2012 г. (Серия "Образ общества"). с. 104–106 [↑](#footnote-ref-48)
49. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 182. [↑](#footnote-ref-49)
50. Brynjolfsson E., McAfee A. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. // W. W. Norton Company, 2018, с. 303. [↑](#footnote-ref-50)
51. Урри Дж. Как выглядит будущее? // Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018 с. 112. [↑](#footnote-ref-51)
52. Урри Дж. Мобильности. // Москва, издательство «Праксис», 2012 г. (Серия "Образ общества"). с. 73 [↑](#footnote-ref-52)
53. Шеллер М. Новая парадигма мобильностей в современной социологии // Социологические исследования. 2016. Т. 3–11. № 7. с. 4. [↑](#footnote-ref-53)
54. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 182. [↑](#footnote-ref-54)
55. Negroponte N. Being digital. // Hodder & Stoughton, 1996. [↑](#footnote-ref-55)
56. Wikipedia. Cookie. [↑](#footnote-ref-56)
57. Wikipedia. Программа лояльности [↑](#footnote-ref-57)
58. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. С. 47. [↑](#footnote-ref-58)
59. Wikipedia. Большие данные. [↑](#footnote-ref-59)
60. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019 с. 185. [↑](#footnote-ref-60)
61. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019 с. 186. [↑](#footnote-ref-61)
62. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 187. [↑](#footnote-ref-62)
63. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 188. [↑](#footnote-ref-63)
64. Иоселиани А. Д. Особенности повседневной жизни человека в цифровом мире // Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 4. C. 115-119. [↑](#footnote-ref-64)
65. Там же [↑](#footnote-ref-65)
66. Beck U. The Metamorphosis of the World. // Cambridge, UK ; Malden, MA : Polity Press, 2016. [↑](#footnote-ref-66)
67. Добринская Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе. // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология, 2019, с. 176. [↑](#footnote-ref-67)
68. Сивоконь А. С. Акторно-сетевой подход: истоки и перспективы в социально-философском дискурсе // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки, 2015, с. 1. [↑](#footnote-ref-68)
69. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с.108-109. [↑](#footnote-ref-69)
70. Гирко Л. В. Пассот Я. Х. Актанты, ассоциации, медиаторы: как акторно-сетевая теория репрезентирует понятие социального. // Социологический ежегодник, 2011, с. 394. [↑](#footnote-ref-70)
71. Latour B. Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. // Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2007. с. 81 [↑](#footnote-ref-71)
72. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 110. [↑](#footnote-ref-72)
73. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери. // Неприкосновенный запас, номер 2, 2004, с. 6-8. [↑](#footnote-ref-73)
74. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 111. [↑](#footnote-ref-74)
75. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 113. [↑](#footnote-ref-75)
76. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери. // Неприкосновенный запас, номер 2, 2004, с. 14-15. [↑](#footnote-ref-76)
77. Latour B. ARAMIS, or the Love of Technology // Harvard University Press, 1996, с. 25-26. [↑](#footnote-ref-77)
78. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 114. [↑](#footnote-ref-78)
79. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 115. [↑](#footnote-ref-79)
80. Каллон М. Акторно-сетевая теория, с. 1. [↑](#footnote-ref-80)
81. Latour. B. Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society // Harvard University Press, 1988, с.82-83. [↑](#footnote-ref-81)
82. Каллон М. Акторно-сетевая теория, с. 5. [↑](#footnote-ref-82)
83. Там же (с. 6) [↑](#footnote-ref-83)
84. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 116. [↑](#footnote-ref-84)
85. Латур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии // Пер. с фр. Д. Я. Калугина Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге. Серия «Прагматический поворот», вып. 1, 2006, с. 112. [↑](#footnote-ref-85)
86. Каллон М. Акторно-сетевая теория, с. 7. [↑](#footnote-ref-86)
87. Там же (с. 7) [↑](#footnote-ref-87)
88. Напреенко И. В. Делегирование агентности в концепции Бруно Латура: как собрать гибридный коллектив киборгов и антропоморфов? // Социология власти, 2015, с. 116. [↑](#footnote-ref-88)
89. Латур Б. Когда вещи дают отпор: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки // Социология вещей. – М.: Территория будущего, 2006. С. 342–365. [↑](#footnote-ref-89)
90. Pcmag. Streaming service. [↑](#footnote-ref-90)
91. Whatis. Video streaming service. [↑](#footnote-ref-91)
92. Kung L. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. // London [United Kingdom] ; Thousand Oaks, California : SAGE, 2017. [↑](#footnote-ref-92)
93. Colbjørnsen T. The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Volume 27 Issue 5, October 2021, с.12. [↑](#footnote-ref-93)
94. Wilfred Yang Wang & Ramon Lobato (2019) Chinese video streaming services in the context of global platform studies. // Chinese Journal of Communication, 2019, pages 356-371. [↑](#footnote-ref-94)
95. Burgess, J., & Green, J. YouTube: Online video and participatory culture. // Cambridge, UK: Polity Press, 2009, 140 pages. [↑](#footnote-ref-95)
96. Shifman, L. (2012). An anatomy of a YouTube meme. // New Media & Society, 14(2), 2011, 187–203. [↑](#footnote-ref-96)
97. Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2012). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. // New York: NYU Press, 2013, 352 pages. [↑](#footnote-ref-97)
98. Soha, M., & McDowell, Z. J. Monetizing a meme: YouTube, Content ID, and the Harlem Shake. // Social Media + Society, 2016. [↑](#footnote-ref-98)
99. Christian, A. J. (2018). Open TV: Innovation beyond Hollywood and the rise of web television. New York: NYU Press [↑](#footnote-ref-99)
100. Wilfred Yang Wang & Ramon Lobato Chinese video streaming services in the context of global platform studies. // Chinese Journal of Communication, 2019, с. 358. [↑](#footnote-ref-100)
101. Jenner, M. Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. // New Media & Society, Vol 18, Issue 2, 2016, pages 257–273. [↑](#footnote-ref-101)
102. Madrigal, A. How Netflix reverse engineered Hollywood. // The Atlantic, 2014. [↑](#footnote-ref-102)
103. Wilfred Yang Wang & Ramon Lobato Chinese video streaming services in the context of global platform studies. // Chinese Journal of Communication, 2019, с. 366. [↑](#footnote-ref-103)
104. Wilfred Yang Wang & Ramon Lobato Chinese video streaming services in the context of global platform studies. // Chinese Journal of Communication, 2019, с 368. [↑](#footnote-ref-104)
105. Steinberg M., Li J. Introduction: Regional Platforms. // Asiascape Digital Asia 4(3), 2017, pages 173-183. [↑](#footnote-ref-105)
106. Gillespie, T. Governance of and by platforms. // The SAGE Handbook of Social Media, 2017, с. 5-6. [↑](#footnote-ref-106)
107. Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. Governing online platforms: from contested to cooperative responsibility. // The Information Society, 34(1), 2018. с. 1–3. [↑](#footnote-ref-107)
108. Vigeland E. Control and Innovation on Digital Platforms: the case of Netflix and streaming of video content. // University of Oslo, 2012, с. 9. [↑](#footnote-ref-108)
109. Consoli D. & Patrucco P. P., Innovation Platforms And The Governance Of Knowledge: Evidence From Italy And The Uk. // Economics of Innovation and New Technology, Taylor & Francis Journals, vol. 17(7-8), с. 703. [↑](#footnote-ref-109)
110. Moreau, F. The disruptive nature of digitazation: The case of the recorded music industry. // International Journal of Arts Management, 15(2), с. 21. [↑](#footnote-ref-110)
111. Walravens, N., Ballon, P. The City as a Platform: Exploring the Potential Role(s) of the City in Mobile Service Provision through a Mobile Service Platform Typology. // 10th International Conference on Mobile Business, 2011. [↑](#footnote-ref-111)
112. Vigeland E. Control and Innovation on Digital Platforms: the case of Netflix and streaming of video content. // University of Oslo, 2012, с. 11. [↑](#footnote-ref-112)
113. Tiwana, A., Konsynsky, B., Bush, A.A. Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics. // Information Systems Research, Vol. 21, No. 4, с. 677. [↑](#footnote-ref-113)
114. Gawer, A. Platform Dynamics and Strategies: From Products to Services. // Platforms, Markets and Innovation, 2009. [↑](#footnote-ref-114)
115. Eaton, B. The Dynamics of Digital Platform Innovation. // A thesis submitted to the Department of Management of the London School of Economics for the degree of Doctor of Philosophy, 2012. [↑](#footnote-ref-115)
116. Vigeland E. Control and Innovation on Digital Platforms: the case of Netflix and streaming of video content. // University of Oslo, 2012, с. 14. [↑](#footnote-ref-116)
117. Yoo, Y., Henfridsson, O., Lyytinen, K. The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. // Information Systems Research 21(4), 2010, с. 724. [↑](#footnote-ref-117)
118. Yoo, Y., Henfridsson, O., Lyytinen, K. The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. // Information Systems Research 21(4), 2010, с. 725-729. [↑](#footnote-ref-118)
119. Tilson, D., Lyytinen, K., Sørensen, C. Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda. // Information Systems Research 21(4), 2010, с. 750-753. [↑](#footnote-ref-119)
120. Lane, D. A. Complexity and Innovation Dynamics. // Handbook on the Economic Complexity of Technological Change, 2012, с. 63. [↑](#footnote-ref-120)
121. Там же (с. 65) [↑](#footnote-ref-121)
122. Vigeland E. Control and Innovation on Digital Platforms: the case of Netflix and streaming of video content. // University of Oslo, 2012, с. 15. [↑](#footnote-ref-122)
123. Lane, D. A. Complexity and Innovation Dynamics. // Handbook on the Economic Complexity of Technological Change, 2012, с. 71. [↑](#footnote-ref-123)
124. Там же (с. 73) [↑](#footnote-ref-124)
125. Colbjørnsen T. The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Volume 27 Issue 5, October 2021. [↑](#footnote-ref-125)
126. Sinclair G. and Tinson J. Psychological ownership and music streaming consumption. // Journal of Business Research 71, 2017, с. 1-3. [↑](#footnote-ref-126)
127. Beer D. The Quirks of Digital Culture. // Emerald Publishing, 2019, с. 58. [↑](#footnote-ref-127)
128. Perzanowski A., Schultz J. The End of Ownership: Personal Property in the Digital Economy. // The MIT Press, 2016, с. 111-119. [↑](#footnote-ref-128)
129. Castells M. Network theory. A network theory of power. International Journal of Communication. // International Journal of Communication 5(1), 2011. [↑](#footnote-ref-129)
130. Evens T. Donders K. Platform Power and Policy in Transforming Television Markets. // Palgrave Macmillan Cham, 2018, с. 5. [↑](#footnote-ref-130)
131. Bucher T. If ... Then: Algorithmic Power and Politics. // Oxford Scholarship Online, 2018. [↑](#footnote-ref-131)
132. Lotz A. D. Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television. // Michigan Publishing, 2017, с. 34. [↑](#footnote-ref-132)
133. Herbert D., Lotz A.D., Marshall L. Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. // International Journal of Cultural Studies, Vol 22, Issue 3, 2019. [↑](#footnote-ref-133)
134. Herbert D., Lotz A.D., Marshall L. Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. // International Journal of Cultural Studies, Vol 22, Issue 3, 2019. [↑](#footnote-ref-134)
135. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. // Oxford University Press, 2005. [↑](#footnote-ref-135)
136. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери. // Неприкосновенный запас, номер 2, 2004, с. 15. [↑](#footnote-ref-136)
137. Bucher T. If ... Then: Algorithmic Power and Politics. // Oxford Scholarship Online, 2018. [↑](#footnote-ref-137)
138. Beer D. The social power of algorithms. // Information, Communication & Society, 2016, с. 8. [↑](#footnote-ref-138)
139. Arditi D. Digital subscriptions: The unending consumption of music in the digital era. // Popular Music and Society, Volume 41, 2018 - Issue 3, с. 305-307. [↑](#footnote-ref-139)
140. Colbjørnsen T. The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Volume 27 Issue 5, October 2021. [↑](#footnote-ref-140)
141. Spilker H.S., Colbjørnsen T. The dimensions of streaming: Toward a typology of an evolving concept. // Media, Culture & Society, Vol 42, Issue 7-8, 2020, с. 11. [↑](#footnote-ref-141)