САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ОХ Евгения Романовна**

**Выпускная Квалификационная Работа**

***ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРИМЕРА***

***В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ВИДОВ ЦИФРОВОЙ ЗАНЯТОСТИ***

Уровень образования: бакалавриат

Направление **39.03.01 «Социология»**

Основная образовательная программа

«Социология»

Научный руководитель: доцент кафедры социологии культуры и коммуникации, доктор социологических наук

Сергеева Ольга Вячеславовна

Рецензент: доцент департамента социологии НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, кандидат социологических наук

Крупец Яна Николаевна

Санкт-Петербург

2024

**СОДЕРЖАНИЕ**

[**Введение 2**](#_3igu9t5buddy)

[**Глава 1. ПОЯВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРАКТИКИ ИГРОВОГО СТРИМИНГА 8**](#_30j0zll)

[1.1 Что такое игровой стриминг 9](#_1fob9te)

[1.2 Экономико-трудовые аспекты практики игрового стриминга 19](#_3znysh7)

[**Глава 2. ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ СТРИМИНГА В ПЕРСПЕКТИВЕ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ 27**](#_2et92p0)

[2.1 Деятельность стримера как прекарный труд 27](#_tyjcwt)

[2.2 Концепция персоналиата и понимание деятельности стримера 37](#_3dy6vkm)

[**ГЛАВА 3. ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ СТРИМЕРОВ: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 50**](#_1t3h5sf)

[3.1 Процедура эмпирического исследования профессионализации стримеров 50](#_4d34og8)

[3.2 Стриминг как профессия: специфика трудового процесса 58](#_2s8eyo1)

[3.3 Теневые стороны стриминга: проблемы и риски 73](#_17dp8vu)

[**Заключение 84**](#_7mt7knyfwo8d)

[**Список использованной литературы 86**](#_3rdcrjn)

[**Приложение 1 92**](#_26in1rg)

[**Приложение 2 96**](#_lnxbz9)

# **Введение**

Быстрый темп технологического прогресса, создание новых сетей обмена медиа-контентом и платформ значительно изменили способы производства, обмена и потребления информации. Стриминг в современном его понимании это не только технический термин, означающий потоковую трансляцию видео, но и значимое социально-культурное явление, имеющее политические, экономические, этические и другие важные аспекты.

В современных условиях эволюция цифровой занятости открыла уникальные возможности для многих творческих профессий, в том числе – для стриминга. Стримеры, транслируя свою деятельность в режиме реального времени, привлекают огромную аудиторию, создавая зрелищный материал и цифровые сообщества вокруг него. Распространение их деятельности привело к профессионализации развлекательного, просветительского и другого потокового вещания, что вызывает интерес в сообществах пользователей.

Актуальность данной работы связана с взрывным ростом цифровой занятости, с существенными сдвигами на рынке труда. Стриминговая деятельность пришла к тому, что от звания простого хобби получила статус индустрии, став профессиональной сферой. Стримеры смогли получить ключевую роль в индустрии цифрового досуга. Благодаря появлению новых технологий стримеры способны предлагать все больше интерактивных взаимодействий и возможностей для коммуникации, а новейшие платформы позволяют монетизировать творчество, общаться с аудиторией и строить собственный бренд вокруг своей личности, что является неотъемлемой частью стримерской деятельности, если не ключевой. Twitch – это одна из самых популярных в мире стриминговых платформ, которая привлекает миллионы зрителей и стримеров. Официальное определение – это “платформа, куда миллионы людей ежедневно приходят общаться, взаимодействовать друг с другом и совместно создавать развлекательный контент в прямом эфире”[[1]](#footnote-0). Twitch предоставляет пользователям технические возможности для трансляции широкого спектра мероприятий, но наиболее она известна он как место для просмотра видеоигр[[2]](#footnote-1). Twitch популяризировал стриминг видеоигр и создал зрительскую аудиторию, введя этот вид деятельности в сферу популярной культуры. По мере роста популярности стримерской деятельности, прямые трансляции бросили вызов традиционным различиям между реальным и виртуальным пространством, “стирая границы между игровым пространством, социальными сетями и личным общением”[[3]](#footnote-2).

Монетизация – различные потоки доходов, партнерство, реклама - стали полноценным источником средств к существованию для большинства стримеров. В том, как стримеры заключают выгодные контракты, договариваются, строят партнерские отношения, как продвигают личный бренд, отражается уровень профессионализма, который обычно ассоциируется работой по профессии. Сфера деятельности стримеров мало изучена и представляется как важный объект социологических исследований. Важность темы обусловлена постоянным ростом аудитории стримов и распространением практики стриминга среди людей разных социальных статусов. Изменения в медиапространстве, к которым привело развитие стриминга, создают потребность изучения явления стримов и социальных эффектов развития этой практики.

Несмотря на обширное поле для потенциальной работы, социологических исследований на тему профессионализации стриминга достаточно мало, ведь этот феномен появился сравнительно недавно. Данная работа направлена на изучение процессов, лежащих в основании профессиональной идентичности стримеров, в определении того, каким образом они организуют свой труд, как работают с аудиторией и партнерами/конкурентами.

Это исследование необходимо для понимания социальных последствий развития стриминга, вызвавшего переоценивание понятия режима труда и отдыха, создание нового вида распространения культурных тенденций в лице персоны стримера. Цифровая занятость влияет на формирование идентичности самих стримеров, возникают дискуссии о пересечении современных технологий, труда и самоидентификации, что особенно интересно для изучения.

*Цель работы* - исследовать профессионализацию практики стриминга, которая институционализируется по мере становления новых форм цифровой занятости. Особое внимание уделяется выявлению предпосылок, стратегий и тактик, определяющих эволюцию социально-профессионального статуса стримеров.

Для достижения поставленной цели решались следующие *задачи:*

1. Рассмотреть развитие игрового стриминга и определить эту практику.
2. Проанализировать экономико-трудовые аспекты стриминга.
3. Охарактеризовать прекарные тенденции в деятельности стримера.
4. Представить деятельность стримера с позиций теории «персоналиата».
5. Сформировать представление о профессиональном занятии игровым стримингом на основе эмпирического социологического исследования.

*Объект работы* - практика игрового стриминга.

*Предмет работы* – игровой стриминг как профессиональная деятельность, дающая заработок и формирующая идентичность.

*Степень разработанности темы.* Изучению явления стриминга посвящены труды многих специалистов: Дж. Бринкерхофф (юрист), Е. Вартанова (социолог), Дж. Вудкок (социолог), М. Р. Джонсон (социолог), Л. Н. Евич и К. К. Минюк (исследователи медиа), А. Гарматин (исследователь медиа), Н. С. Семенов и С. Р. Семенов (юристы), М. Обрист (профессор HCI), П. С. Врайт (профессор HCI), А. Маасо (профессор-исследователь медиа), Р. С. Гейгер (исследователь медиа), П. Рама (профессор CSaI), А. Фабиани (экономист), Т. Смит (исследователь медиа и игровой индустрии). Несмотря на относительную новизну темы, она уже привлекает внимание исследователей из разных областей, что подтверждает ее актуальность и научную значимость. Стриминг был изучен с точки зрения права и экономики, мотивации зрителей, их типологизации и как вид труда, однако в большинстве случаев опыт самих исполнителей труда не был рассмотрен.

*Теоретико-методологические основания исследования***.** Концепция прекариата (Г. Стэндинг) выявляет особенности труда стримера как нестабильного с рисками отсутствия социальных гарантий. Теория прекариата помогает определить нестабильность и уязвимость положения стримеров.

Концепция персоналиата (Д. А. Давыдов), предлагающая новый взгляд на современное общество. Концепция персоналиата утверждает, что в пост капиталистическом обществе ключевым ресурсом влияния становится не материальный капитал, а популярность и личность. Персоналиат, обладающий властью над вниманием масс (имперсоналиата), формирует новую элиту, где успех измеряется не богатством, а количеством подписчиков и лайков. Эта новая элита создаёт универсальную идеологию самореализации через творчество, которая, однако, доступна не всем, увеличивая разрыв между персоналиатом и имперсоналиатом. Теория персоналиата раскрывает мотивацию и стратегии стримеров, стремящихся к популярности, влиянию и построению личного бренда. Она показывает, как стримеры используют внимание аудитории как ресурс для достижения успеха в новой цифровой экономике.

Совместно эти теории позволяют увидеть двойственность положения стримеров, которые, с одной стороны, являются прекаризованными работниками, а с другой — представителями новой элиты, использующей свою личность как капитал.

*Эмпирическая база работы* - данные глубинных полуструктурированных интервью с русскоязычными стримерами, практикующими игровой стриминг на платформе Twitch. В апреле 2023 года было проведено три интервью с девушками стримерами; в апреле 2024 года было проведено четыре интервью, длительность каждого из которых 1-1.5 часа. Критериями отбора служило количество подписчиков (от 1 тысячи фолловеров на платформе Twitch), регулярность стримов (от 3 раз в неделю) и продолжительность стриминга (не менее 1 года). Применение данных критерием позволяет получить выборку респондентов, которые представляют собой разные этапы профессионализации в сфере стриминга.

*Структура работы*

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Первая глава включает в себя два параграфа. Первый параграф рассматривает понятие стриминга как социально-культурного феномена. Второй параграф описывает специфику труда стримера.

Вторая глава состоит из двух параграфов. Первый параграф анализирует деятельность стримеров с позиции концепции прекариата, второй параграф описывает деятельность стримера сквозь призму концепции персоналиата.

Третья глава посвящена эмпирическому исследованию и состоит из трех параграфов. Первый параграф описывает ход эмпирического исследования, второй – результаты исследования, касающиеся специфики трудового процесса стримера. Третий параграф анализирует основные проблемы, с которыми сталкиваются стримеры.

Заключение включает в себя вывод по Выпускной Квалификационной работе.

Приложения включают в себя гайд полуструктурированного интервью, список информантов и транскрипт наиболее информативного интервью.

Список использованной литературы включает 47 источников и литературы.

# **Глава 1. ПОЯВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРАКТИКИ ИГРОВОГО СТРИМИНГА**

## 1.1 Что такое игровой стриминг

Обращаясь к самому понятию “стриминг”, мы сразу обнаруживаем его суть – в переводе с английского оно означает “прямой эфир”, “поток” (streaming). К стримингу относится не только пользовательские потоковые трансляции, но и трансляции музыки, фильмов, о чем будет сказано ниже.

С появлением в мире Интернета, социальных сетей и “новых медиа” и превращения их в настоящие индикаторы жизни современного человека, особую роль приобретает интерактивность индивида с онлайн-медиа. Прямая трансляция стала новой тенденцией, которая получила большую популярность благодаря своей высокой интерактивности и стремлением удовлетворить потребности отдельных потребителей.

П. С. Киреев в своей статье “Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве”**[[4]](#footnote-3)** описывает ситуацию 2010 года, когда активно развивалась блогосфера и мир познавал “бесконечный” поток информации и возможность его оценить, прокомментировать, оставить свое мнение. К успеху потоковых трансляций привело желание зрителей участвовать в событии, которое описывает конкретный СМИ. С 2010 года произошло множество изменений и событий, которые к ним привели. Во-первых, за последнее десятилетие сильно возросла потребность аудитории в интерактивности, что можно увидеть из создания форм выражения мнения в социальных сетях. К примеру, “сторисы” (Instagram\*[[5]](#footnote-4)), “shorts” (Youtube), появление новой социальной сети “TikTok”; увеличение количества эмоджи, которыми можно отразить реакцию на информацию; разнообразные формы взаимодействия с блогерами за донаты и т. д. Во-вторых, COVID-19 “запер” многих людей дома на долгое время, из-за чего коммуникация производилась посредством социальных сетей[[6]](#footnote-5). В таких условиях современный стриминг получил возможность развиться до огромных масштабов. Потоковое вещание становится не только процессом доставки медиа материалов зрителю, но и средой новых взаимодействий, в качестве социально-культурного феномена.

Для дальнейшего рассмотрения и изучения явления стриминга, как социально-культурного явления, необходимо конкретизировать понятие, дать исчерпывающее определение, обозначить предпосылки возникновения и отграничить стримы на Twitch от остальных.

Потоковая трансляция – это интерактивное цифровое взаимодействие в “прямом эфире”. Потоковое вещание в современном виде появилось в начале 21 века[[7]](#footnote-6), когда люди начали использовать интернет не только для упрощенной передачи информации, но и для создания культурной среды. По географическому признаку, стриминг делится на три категории:

1. Транснациональные стриминговые компании
2. Вещание в пределах государства
3. Стриминг диаспоры

Стриминг диаспоры, по определению Дж. Бринкерхоффа, это “электронное сообщество мигрантов, взаимодействие и общение которых осуществляется при помощи (и на платформах) информационно-коммуникационных технологий (“новых технологий”)[[8]](#footnote-7). С точки зрения другого исследователя стриминга диаспоры Е. Л. Вартановой, особенность диаспор в том, что они созданы участниками сообществ, связанных не географическим местоположением, а цифровым присутствием[[9]](#footnote-8). В 1991 году Ян Ван Дейк вводит в употребление термин “Сетевое общество”[[10]](#footnote-9) и определяет его, как общество, в котором комбинация социальных сетей и медиа посредством стриминга формирует основной способ организации на всех уровнях. На данный момент развития общества эта теория кажется наиболее востребованной: все виды коммуникации становятся одним целым в Интернете, общество способно образовывать крепкие социальные связи и имеют постоянный доступ к информации. Стриминг позволяет увидеть мир глазами самого создателя контента и принять участие в его жизни и деятельности.

Несмотря на это, потоковые трансляции не такая инновация, как кажется. По мнению Р. Гейгера и А. Лампинена, “новые медиа” не являются полным заменителем старых медиа[[11]](#footnote-10). С точки зрения Б. Петерса, “все СМИ были новыми”[[12]](#footnote-11). Таким образом, новые медиа создаются в первую очередь как часть временной эпохи, определенной культуры. Радиовещание и газетные трансляции предшествовали стримингу. Его прототипом можно считать телевизионное вещание. Однако телевизионное вещание было привязано к местной инфраструктуре и отражало только местное и национальное.

В 2004 году российский исследователь А. Гарматин, исследуя медиа в Интернете, выделил два вида вещания: “Живое вещание” и “Вещание в записи”. Определение «живое вещание» во многом соответствует характеру данного вида медиа: помимо того, что вещание происходит в реальном времени, оно предоставляет возможность непосредственного контакта СМИ с аудиторией, а также позволяет пользователям выступать в роли создателей контента[[13]](#footnote-12).

На данный момент можно выделить следующие направления стриминга:

1. Стриминговые сервисы кино и сериалов (Netflix, HBO, “Амедиатека” и т. д.)
2. Книжные сервисы (“ЛитРес”, Bookmate и т. д.)
3. Музыкальные сервисы (“VK Музыка”, Spotify, SoundCloud и т. д.)
4. Образовательный стриминг (Вебинары, сервис “Classroom” и т. д.)
5. Пользовательский стриминг

*Экономическая составляющая.* Успешным процессом организации денежной отдачи стримерам стал проект Twitch.TV, созданный в 2011 году. Эта платформа была создана преимущественно для трансляции игр, однако в ретроспективе можно наблюдать нарастание новостного стриминга на игровом. К данному моменту игровые стримеры на Twitch занимаются не только трансляцией прохождения игры, но и трансляцией новостей и мнений в массы. Можно сделать вывод, что стриминг на Twitch представляет собой стриминг диаспоры, так как его основное отличие - отсутствие обязательной географической связи участников взаимодействия. Любой человек из любой страны может выбрать такой стрим, который будет соответствовать его потребностям. Социальные сети (или узлы), создающиеся вокруг стримера, становятся более ценными пропорционально количеству его зрителей (слушателей): чем больше аудитория, тем больше его мнение ценно и тем больше он влияет на аудиторию как лидер мнений.

Говоря о монетизации контента, стримеры получают как вознаграждения от самой платформы за рекламу, количество зрителей, так и от самих зрителей в виде пожертвований (донатов). С помощью них аудитория привлекает внимание стримера, проявляет благодарность за контент, ставит музыку на трансляцию, заказывает услугу по улучшении своего игрового аккаунта и т. д.

Модель монетизации на Twitch представляет собой 3 способа[[14]](#footnote-13) получения дохода:

1. Bits и подписки
2. Размещение рекламы
3. Спонсорство

Рассмотрим каждый из пунктов.

*Bits и подписки.* Посредством подписок сообщество стримера может поддерживать его ежемесячно. В обмен на поддержку, подписчики получают эксклюзивные привилегии: особые смайлики, знаки подписчика, возможность просмотра без рекламы и т. д. У подписки есть несколько уровней. У каждого уровня своя стоимость, начиная от 130 рублей за 1 месяц до 663 рублей за 6 месяцев. Также сообщество может дарить подписки другим зрителям, что называется “Подарочная подписка”. Подписка Prime Gaming – это премиальный доступ к Twitch, который входит в сервис Amazon Prime или Prime Video. Она предоставляет возможность эксклюзивных внутриигровых материалов, бесплатную подписку на канал любого партнера или компаньона, а также особый значок.

На платформе существует своя виртуальная валюта – Bits. С ее помощью зрители могут покупать сообщения Cheer в чате, чтобы поддержать, отметить лучшие моменты стрима или выделить свои сообщения особым образом. За каждый Bit стример получает 80% от 0.01 долл. США (в РФ - 80% от 1 рубля).

*Размещение рекламы.* Владелец канала имеет право выбрать, подключать эту функцию или нет, в каком моменте стрима расположить рекламу и сколько раз она появится за всю трансляцию. Чем больше просмотров собирает трансляция, тем выше доход за рекламу.

*Спонсорство.* Владельцы каналов могут долговременно сотрудничать с брендами и компаниями, что называется спонсорством. Суть спонсорства – демонстрация продукта.

У стримеров существуют и сторонние источники дохода: донаты, покупки подписок на других платформах и так далее.

*Ключевая статистика Twitch.* За последний год на Twitch было просмотрено 1,28 триллиона минут, что больше, чем год назад. Это чуть больше 21 миллиарда часов просмотра за последний год. Каждый месяц в прямом эфире транслируются в среднем 5 миллионов активных стримеров по сравнению с 7,7 миллионами каналов Twitch, транслирующихся в 2020 году. На каждого стримера приходится в среднем 30,4 зрителя по сравнению с 28 в 2021 году. В среднем на Twitch одновременно транслируются 95 800 стримеров. По данным Statista, в апреле 2023 года Twitch посетили 1,07 миллиарда человек.

Gaules — самый просматриваемый стример на Twitch: в одном месяце его просмотрели 10 131 732 часа.

17,93% контента Twitch помечено как «для взрослых».

Grand Theft Auto V — самая просматриваемая игра на Twitch.

«Просто общение» — самая просматриваемая категория: в прошлом месяце ее просмотрели 238 480 189 часов[[15]](#footnote-14).

Согласно статистическим данным, можно составить следующую таблицу самых популярных стримеров по некоторым странам:

| Россия, подписчиков | США, подписчиков | Китай, Япония, подписчиков | Швеция, Финляндия, подписчиков |
| --- | --- | --- | --- |
| * Buster (3,8 млн) * s1mple (3,6 млн) * Bratishkin (3,5 млн.) * n3koglai (2,6 млн.) * Evelone192 (2,3 млн.) * paradeev1ch (1,7 млн.) * JesusAVGN (1,7 млн.)[[16]](#footnote-15) | * Ninja (19 млн) * Tfue (11,4 млн) * Kai Cenat (9,1 млн) * sodapoppin (8,89 млн) * Myth (7,45 млн) * Heelmike (7,43 млн) * Clix (7,23 млн)[[17]](#footnote-16) | * FPS\_SHAKA (1,37 млн) * StylishNoob4 (1,04 млн.) * SIVHD (1,02 млн.) * 亞洲統神 (209 млн.) * 老皮 (138 млн.) * Relaxing234 (55,3 млн.)[[18]](#footnote-17) | * OfficialAndyRo (282 тыс.) * Swebliss (234 тыс.) * EmiliaHult (205 тыс.) * SampeV2 (195 тыс.) * Yacine (191 тыс.) * Laeppa (189 тыс.) * Zaitr0s (172 тыс.)[[19]](#footnote-18) |

Ninja, любимый стример США, специализирующийся на VALORANT, Fortnite и Dead by Daylight, в настоящее время имеет наибольшее количество подписчиков на Twitch — 16 139 732 человека. Средняя медиаценность одного видео Ninja также оценивается в 79 815 долларов США, то есть 59 821 фунт стерлингов[[20]](#footnote-19).

Далее приведен топ самых зафоловленных каналов на Twitch по всему миру с более подробными данными (информация о заработке представлена доходом с Subscriptions, так как только их можно точно подсчитать) :

* Ninja (19 млн. фолловеров). Оценка доходов от подписок: $6 895 – $12 360. Наиболее частая категория: Fortnite.

о увидеть по данным Statista, по состоянию на июль 2023 года 80,08% пользователей Twitch — мужчины, а 19,98% — женщины. Пол зрителей Twitch сильно менялся за последние несколько лет, но постепенно снова имеет тенденцию к увеличению числа пользователей-мужчин, чем женщин.

Насколько же актуальна гендерная специфика в контексте стриминга? В 2017 году Twitch опубликовал статистику, согласно которой 83,5% пользовательской базы составляли мужчины. На изменение пользовательской базы, возможно, повлияло появление раздела «Креатив» в 2018 году, который открыл множество других категорий для новых стримеров и зрителей. По состоянию на декабрь 2023 года более семи из десяти онлайн-посетителей потоковой платформы Twitch.tv были мужчинами. Женщины составляют лишь 26,9 процента посетителей Twitch.tv со всего мира[[21]](#footnote-20). Только 15,6% стримеров Twitch — женщины по сравнению с 50,4% населения в целом[[22]](#footnote-21). 46,1% женщин стали свидетелями каких-либо издевательств со стороны зрителей по половому или расовому признаку по сравнению с 22,1% мужчин.

Несмотря на то, что на Twitch есть стримеры всех жанров, платформа имеет тенденцию склоняться к контенту, к которому, как стереотипно, больше склоняются мужчины. Это также может быть связано с токсичностью по отношению к женщинам, часто встречающейся во многих активных каналах платформы[[23]](#footnote-22).

*Свойства стриминга как социально-культурного явления.* Свойства стриминга совпадают с функциями интернет-медиа, а именно:

1. Мультимедийность
2. Интерактивность
3. Гипертекстуальность
4. Неограниченный объем транслируемой информации
5. Возможность архивов (VOD’ы на Twitch)
6. Доступность
7. Неограниченный географический охват. Как уже было сказано, именно у стриминга диаспоры нет географической связи зрителей друг с другом

Особое свойство стриминга как явления – это создание стримера вокруг себя полноценного сообщества и культуры в нем (правила, шутки, мемы, поведение).

В современном мире, где доступ к мобильным телефонам и интернету стал повсеместным, стриминг превратился в неотъемлемую часть жизни. Это не просто способ потребления контента, но и новое социокультурное явление, которое меняет наш взгляд на развлечения, общение и самовыражение.

Стриминг – это шоу для каждого. В отличие от традиционных медиа, где доступ к эфиру ограничен, стриминг даёт возможность каждому стать создателем контента. Любой человек с телефоном и интернет-соединением может транслировать свою жизнь, играть в игры, делиться своими знаниями или просто болтать с друзьями.

Стриминг провоцирует создавать из всего свое шоу. Будь то приготовление ужина, прогулка по парку или игра в видеоигры, стримеры превращают обыденные моменты в увлекательные представления. Это открывает новые возможности для самовыражения и позволяет людям делиться своими увлечениями с широкой аудиторией.

Стриминг, как уже было упомянуто, несет в себе различные виды понятий, групп и моделей, что можно *классифицировать* в виде:

* концепции (на примере Хендрика Сторстейна Спиклера и Терье Колбьёрнсена[[24]](#footnote-23));
* социально-культурного феномена, формирующего медиа пространство (на примере М.Д. Болычевой);
* правовой составляющей (что отражается в договорных отношениях, локальных актах, а в дальнейшем даст толчок и развитию национальных и международных законодательств);
* экономической составляющей (средний годовой доход стримера, работающего в игровой индустрии, составляет 4,40 тысяч долларов США);
* информационной инфраструктуры (выражается в виде построения информационного рынка с возможностью производить информационный обмен данными) {последняя ссылка}

Прежде чем исследовать конкретные формы труда, требуемые от стримеров на Twitch.TV, важно учесть уникальные навыки и поведение, необходимые от работников в сфере цифровой занятости. Терранова (2000)[[25]](#footnote-24) отмечает, что для работы в онлайн-среде в рамках постфордистской экономики требуются специальные технологические знания. Лаццарато (1996)[[26]](#footnote-25) вводит понятие "нематериального труда", объединяющего традиционные производственные навыки с новыми, такими как знание веб-дизайна, редактирования видео и аудио, публикации контента и взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Эти навыки были невостребованы в фордистской индустриальной экономике, но стали жизненно важны для интернет-работников. Цифровые постиндустриальные общества производят принципиально новые продукты, требующие нового типа труда. Нематериальный труд особенно важен для построения сообществ.

## 1.2 Экономико-трудовые аспекты практики игрового стриминга

Существует достаточно много исследований стримерской деятельности, касающихся проблем, возникающих в процессе, таких как выгорание, кибербуллинг, экономическая нестабильность; изучена гендерная диспропорция в сообществе и случаи сексизма; широко доступна статистика демографии стримеров, продолжительности трансляций, типах контента. Однако эти исследования не фокусируются на конкретной специфике работы стримеров. Мало кто изучил уникальный труд, требуемый от стримеров Twitch. Вудкок и Джонсон посвятили значительное количество времени и энергии проблеме труда прямых трансляций[[27]](#footnote-26). На основе сотен интервью с профессиональными стримерами исследователи обнаружили, что стримеры способствуют созданию “communities of practice” (далее - сообщества практики), которые узаконивают просмотр игр как культурной деятельности, организующей аудиторию на основе ее собственных интересов и увлечений. Эти сообщества создаются в первую очередь посредством потоков и взаимодействия со своей аудиторией в реальном времени. Их труд уникален, так как требует постоянных изменений и корректировки. В работе исследователей их работа была описана, как “непрерывное актерское выступление, предназначенное для комфортного, органичного и расслабляющего времяпрепровождения с друзьями”. [[28]](#footnote-27) В обзоре Woodcock & Johnson (2019a) аффективный труд, присущий прямым трансляциям, включает эффективный саморебрендинг, адаптацию своего поведения и действий во время трансляции к прихотям аудитории, постоянную доступность для всех своих подписчиков и одновременное осуществление стратегических коммуникаций со спонсорами[[29]](#footnote-28). Таким образом, часть уникального труда стримеров Twitch включает в себя одновременное манипулирование коммерческими и фанатскими интересами во время потоковых трансляций. Хотя Вудкок и Джонсон внесли значительный вклад в понимание стримеров Twitch, их зависимость от интервью требовала от стримеров четкого анализа и выражения своих собственных действий. а также означало, что вся информация исходила из ретроспективных размышлений стримеров о своих действиях. Это означает, что респонденты могли забыть или не выразить небольшие действия, которые они считали само собой разумеющимися или считали неважными. Таким образом, существующая литература может быть существенно расширена за счет анализа прямых трансляций, где исследователь оценивает методы управления сообществом стримера во время его прямой трансляции.

Уникальность труда стримеров также состоит в его глубокой эмоциональности. Стриминг, на первый взгляд, кажется простой и веселой деятельностью. Однако за чарующей улыбкой и увлекательным контентом скрывается кропотливый труд, неразрывно связанный с эмоциональным напряжением. Стример – это не просто игрок, певец или танцор. Это перформер, который в режиме реального времени создает шоу для своей аудитории. Он одновременно актер, ведущий, психолог и техник, жонглирующий множеством задач. Стримеры должны сознательно удовлетворять определенные эмоциональные потребности широкого круга зрителей и при этом постоянно соблюдать размытые правила платформ потоковых трансляций.[[30]](#footnote-29) Поэтому стримерам приходится тщательно создавать новые эмоции, соответствующие ценностям зрителей и правилам платформы, даже если эти эмоции противоречат их реальным чувствам. Попытки скрыть свои истинные эмоции и заменить их на ожидаемые эмоции, в том числе и общее поведение, предполагает образец усилий по выполнению работы, труда, которое называется “эмоциональным трудом”.[[31]](#footnote-30) Эмоциональный труд может быть дифференцирован: “surface acting” и “deep acting”[[32]](#footnote-31). На поверхностном уровне перформеры, осуществляющие прямую трансляцию, прилагают все усилия, чтобы притвориться, вызвать или имитировать ожидаемые эмоции, хотя они этого не ощущают. Обычно они изменяют свои эмоции с помощью внешнего вида, тона голоса, жестов тела, движений. На глубоком уровне стримеры также сознательно пытаются изменить свои эмоции, но в результате они искренне испытывают ожидаемые эмоции. Это происходит, потому что они считают, что они должны так себя чувствовать, что это их работа[[33]](#footnote-32).

Виды труда стримера, которые включаются в его деятельность, хорошо отображены в работе “Live-Streamer as Digital Labor: A Systematic Review” (Jiaru Tang)[[34]](#footnote-33):

1. Реляционный труд: это относится к работе, которую стримеры вкладывают в построение отношений со зрителями, часто обсуждаемую в контексте женщин-стримеров, которые могут использовать дружеские отношения или близость для привлечения зрителей и подарков.
2. Эмоциональный труд/Аффективный труд: Речь идет об управлении эмоциями и создании определенного настроения у аудитории. Часто ожидается, что женщины-стримеры будут особенно дружелюбными и заботливыми. Некоторые утверждают, что это может даже включать в себя сексуальный элемент («эротический труд»), чтобы заинтересовать зрителей.
3. Перформативный труд: описывает, как стримеры должны работать так, чтобы соответствовать ожиданиям и тенденциям платформы. Это может включать подражание популярным стримерам или следование определенным стилям.
4. Творческий труд. Стримеры должны проявлять творческий подход к брендингу себя и своего контента, чтобы привлечь аудиторию, спонсоров и потенциальных клиентов. Это может включать использование нескольких платформ, саморекламу и взаимодействие со зрителями для совместного создания контента.
5. Скрытый труд: это работа, которая выполняется вне часов стриминга, например управление электронной почтой, анализ статистики, общение с другими стримерами, поддержание присутствия в социальных сетях и даже забота о внешнем виде (особенно для стримеров-женщин).

Как видно из информации, работа стримера многогранна и требует разных навыков, таких как выстраивание отношений с аудиторией, управление своими эмоциями и создание нужной атмосферы, соответствие требованиям платформы и трендам, брендинг себя и своего контента и т.д. Женщины стримеры сталкивают с дополнительными трудностями: ожидание “милого” и заботливого поведения, необходимость использовать сексуальную привлекательность для удержания аудитории.

Работа стримера может быть нестабильной и требует большой отдачи. Это не просто развлечение, а серьезная работа, требующая разных навыков и усилий. Необходимо критически оценивать контент стримеров и понимать объем работы, стоящий за ним, защищать их права и обеспечивать достойные условия труда. Индустрия стриминга продолжает активно развиваться, и особенно важно проводить исследования его влияния на современное общество.

Обращаясь к другим работам, в своем исследовании, посвященном выявления проблем развития стриминга в современной России[[35]](#footnote-34), Евич Л. Н. и Минюк К. К. проанализировали игровую индустрию в роли средств массовой коммуникации, ее структуру; рассмотрели возможности трансляций и выбор сайтов и программного обеспечения для их проведения. Результатом исследования стало подтверждение сильного влияния стримов на аудиторию и самих производителей видеоигр (игровую индустрию). Главные выводы, которые сделали исследователи:

* прямые трансляции являются своеобразной рекламой видеоигр, помогающей их продавать
* чтобы преуспеть в сфере стриминга, стримеру необходимо иметь множество знаний в компьютерном направлении
* с помощью прямых трансляций разработчики видеоигр могут общаться с аудиторией и узнавать их предпочтения беспрепятственно
* стриминг вышел из развлекательной сферы и стал полноценным средством массовой коммуникации со своими уникальными свойствами

Научная статья Семенова Н. С. и Семенова С. Р. предоставляет информацию о том, какие условия пользования существуют на платформе Twitch[[36]](#footnote-35). Когда задается вопрос о влиянии стримеров на мнения людей как СМИ, но без государственного регулирования и цензуры, появляется проблема свободного продвижения политических партий и их поддержка. “Twitch по ч. 8 п. f УП дает возможность стримеру вести политическую деятельность (продвигать и публиковать информацию о политической партии, кандидатах и политических программ), но никак не вести сбор донатов и не монетизировать сами политические процессы за счет своей учетной записи. Это может привести к блокировке учетной записи со стороны Twitch. Поэтому стримеры должны понимать всю полноту ответственности за свои действия в интернет-пространстве. В то же время, если стример предоставит ссылку на расчетный счет политической партии и пользователь переведет донат самой партии, то такое действие возможно, так как входит в УП”. Как можно наблюдать, большинство стримеров действительно придерживаются политического нейтралитета с целью защитить свой аккаунт и не провоцировать конфликты аудитории друг с другом, что может привести к блокировке аккаунта.

Далее в работе рассматриваются исследования, направленные на понимание мотивов зрителей в контексте игровых потоковых эфиров. Работа Wohn et al. — пример, цель которого — понять, почему зрители жертвуют деньги стримеру. Они нашли для этого разные мотивы, например, цель улучшить контент или заплатить за развлекательную ценность[[37]](#footnote-36). Sjöblom и Hamari хотели понять, почему люди становятся зрителями игровых стримов и можно ли предсказать, сколько людей будут смотреть, на скольких стримеров они будут подписываться и отписываться. Они обнаружили положительную связь между мотивацией с точки зрения использования и удовлетворения и вышеупомянутыми переменными[[38]](#footnote-37)

В обсуждаемой работе представлен не только обзор сторонних исследований, но и эмпирическое количественное исследование, направленное на нахождение закономерных сходств между определенными типами зрителей и, соответственно, на их типологизацию. В результате авторы выявили пять разных типов зрителей: *Изменитель системы*, который предпочитает оказывать влияние на стрим и транслируемую игру; Финансовый *спонсор*, который готов сделать пожертвование и оказать финансовую поддержку стримеру; Content *Observer*, который хочет потреблять поток без помех (т. е. без взаимодействия); Наблюдатель*, ориентированный на стримеров*, проявляющий большой интерес к самим стримерам; и *Социальный игрок* , который имеет игровую направленность и любит взаимодействовать со стримером и потоком в игровой форме (например, с помощью методов геймификации).

В ходе другого исследования, проведенного учеными из США, было обнаружено, что сообщество стримеров видеоигр унифицированы по технологии. Не все стримеры транслируют одни и те же игры по одинаковым причинам. Существуют разные формы видеоигр. В то время как киберспортивные организации проводят стримы матчей и соревнований, другие неофициально играют в игры, третьи ставят цель пройти игру как можно быстрее. Хотя, возможно, существует гораздо больше вариантов использования видеоигр.[[39]](#footnote-38)

# **Глава 2. ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ СТРИМИНГА В ПЕРСПЕКТИВЕ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ**

## 2.1 [Деятельность стримера](#_tyjcwt) как прекарный труд

Перед тем, как рассмотреть актуальные концепции, нужно взглянуть на то, как кристаллизуется новая профессия стримера. Это сложный и эволюционирующий процесс, который охватывает несколько важных аспектов формирования профессии:

1. Эмпирическое формирование: увлечение стримингов начинается как явление, которое часто связано с хобби или какими-то индивидуальными увлечениями. Люди, умеющие создавать “интересное”, завоевывают внимание зрителей, создавая общество вокруг своей деятельности.
2. Рост популярности: с течением времени и постоянным созданием нового контента, растет популярность стримера. Он начинает привлекать широкую аудиторию.
3. Профессиональное признание: постепенно стример признается профессионалом своей деятельности через различные каналы – награды, партнерства, участие в мероприятиях и сотрудничество с брендами.
4. Институционализация профессиональных компетенций: с ростом признания начинают создаваться стандарты и нормы в сообществе стримеров: разработка профессиональных практик в отношении взаимодействия с аудиторией, создания контента, сотрудничества и т.д.
5. Правовое и институциональное признание: стримеры получают правовое признание, что включает в себя уточнение законодательства в отношении авторских прав, налогообложения, защиты прав потребителей и т.д. Появляются институты, поддерживающие развитие и защиту интересов стримеров.
6. Появление образования и профессионального развития: это могут быть образовательные программ, вебинары, специализированные курсы, обмен опытом и др.
7. Коммерческое признание: стримеры начинают сотрудничать с большими брендами и компаниями, что способствует развитию рынка рекламы и спонсорства в стримерской области.

«Немного понятнее станет, если охарактеризовать их положение как ненадежное, неустойчивое (англ. precarious). В аналогичном положении друг к другу находятся друзья, родственники и коллеги, потому что заранее неизвестно, останутся ли они таковыми по прошествии нескольких лет или даже месяцев либо недель». («Прекариат: новый опасный класс» Гая Стэндинга[[40]](#footnote-39)). Деятельность стримера в условиях прекарного труда представляет собой уникальное явление, которое охватывает собой разнообразные аспекты трудовых отношений в цифровой среде. Стримеры, создавая и распространяя контент в реальном времени, сталкиваются с рядом вызовов, характерных для прекарного труда, что влияет на их трудовую неопределенность и социальную защищенность.

Концепция прекариата представляет обществу новую группу людей, появившихся на мировой арене, новый класс, находящийся на пути своей институционализации. Основным исследователем данной группы индивидов стал Гай Стэндинг, написавший в 2011 году свою книгу “Прекариат: новый опасный класс”. В своей книге Стэндинг говорит, что современное западное общество делится на 5 основных групп[[41]](#footnote-40) по принципу своей трудовой принадлежности:

1. Элита – малочисленная группа невероятно богатых людей с миллиардами долларов на счету, заправляющих миром; они способны повлиять на любое правительство и любят быть филантропами.

2. Салариат – следующая за “элитой” группа со стабильной заработной платой (salary - зарплата); некоторые его представители могут “дорасти” до элиты. У салариата есть социальные гарантии и он сосредоточен в крупных корпорациях и правительственных учреждениях.

3. Квалифицированные кадры – группа людей, обладающих навыками и выставляющих их на рынок. Они работают в качестве консультантов или независимых специалистов, т. е. это самозанятые люди.

4. “Ядро” работников физического труда, старого рабочего класса – прежний пролетариат.

5. Прекариат – группа людей, не имеющих полной трудовой занятости и социальных гарантий. “Он состоит из людей, минимальными доверительными связями с капиталом или государством, так что он совсем не похож на салариат. И в отличие от пролетариата он не имеет никаких отношений общественного договора, обеспечивающего гарантии труда в обмен на субординацию и определенную лояльность – неписаное правило, лежащее в основе социального государства. Без договора о доверии или гарантиях в обмен на субординацию прекариат как класс стоит особняком.” Так же Г. Стэндинг пишет: “Но у всех у них есть нечто общее – ощущение, что их работа вынужденная, случайная и ненадежная”.

Если рассматривать стриминг в контексте прекарного труда, можно обнаружить множество аспектов, присущих прекариату. Неопределенность доходов, их нестабильность и вытекающие из этого финансовые риски соотносятся с непостоянным заработком стримера. На данный момент в последствие введения санкций на главной платформе для потоковых трансляций, стримеры не способны получать какой-либо постоянный доход с рекламы внутри сервиса, с “подписок” и “Bits”, что являлось не маловажной частью их заработка. Сейчас же способы дохода сильно сокращены: зарубежные рекламодатели редко работают с русскоязычными стримерами, система донатов не дает никаких гарантий и уверенности в собственном финансовом состоянии. Чтобы держаться на плаву, стримерам приходится находить способы управления рисками и новые стратегии для обеспечения устойчивого заработка. Тема донатов стримерам носит очень комплексный характер, ведь их сумма, содержание и мотивация совершенно разные. Сумма получаемых донатов зависит от следующих факторов:

* Тема и контент стрима (категория)
* Популярность канала
* Интерактивность
* Экономическая стабильность аудитории
* Доступные методы оплаты
* Качество взаимодействия с сообществом

Некоторые из перечисленных пунктов зависят исключительно от стримера. Несмотря на это, доступные методы оплаты претерпевают изменения в зависимости от политической ситуации в мире. Рассматривая нашу выборку, украинский зритель не может задонатить напрямую в какой-либо русский сервис монетизации стримов, к примеру, Donation Alerts или Boosty, которые активно используются повсеместно. Проблемы возникают не только с украинскими зрителями, но и нередко с зарубежными.

Упомянутая экономическая стабильность аудитории сама зависит от других факторов. Контент и поведение стримера привлекает людей разного социального статуса, финансового состояния. Однако эта проблема решается с возрастающей популярностью канала.

К сожалению, в любом сценарии система донатов непостоянна и не гарантирована. Стримеры, грамотно управляющие финансовыми рисками, инвестируют в недвижимость и имеют сбережения, необходимые на случай кризиса.

Другой аспект, найденный в деятельности стримера и присущий прекарному труду[[42]](#footnote-41), это отсутствие социальных гарантий. В России не существует “профессии” стримера, не имеется каких-либо социальных льгот, таких как пенсионные планы или медицинская страховка на основе полной занятости. Также стримеры могут испытывать социальную изоляцию из-за нестабильности своего трудового положения, отсутствия социальной защиты и непризнания деятельности со стороны общества или общественных структур.

Прекарный труд часто не ограничивается четкой границей рабочего времени. Как и рабочие прекарного труда, стримеры могут столкнуться с постоянной доступностью и взаимодействием с аудиторией в любое время суток. По сути, стример работает круглосуточно.

Из-за всех перечисленных факторов прекариат может испытывать тяжелую эмоциональную нагрузку от неуверенности в собственной жизни и нестабильности своего будущего. Так и стримеры: помимо эмоциональной карусели во время потоковой трансляции, в реальной жизни их ожидает неизвестность.

Повторяя слова Гая Стэндинга про то, кто же попадает в прекариат:

*“От этого никто не застрахован, и оказаться в прекариате может едва ли не каждый – из-за несчастного случая или если кризис “уничтожит все подушки безопасности”, на которые мы привыкли полагаться. При этом не следует забывать, что прекариат – это не только жертвы обстоятельств: одни попадают в прекариат, потому что отказываются от доступных альтернатив, другие – потому что это их в данный момент устраивает. Короче говоря, прекариат многолик”[[43]](#footnote-42)*.

Проецируя данную цитату на то, как становятся стримерами, можно вспомнить взрывной “бум” стримерства в кризисном 2020 году. Это произошло из-за повсеместной изоляции, то есть карантина во время COVID-19. Второй бум произошел в 2021 году из-за ограничения доступа к сервисам самовыражения и творчества, таким как TikTok, Patreon, OnlyFans и т.д. Множество креэйторов перешли в стриминг, а конкретно на платформу Twitch. Однако уже в 2020 году был толстый пласт стримеров, занимающихся этой деятельностью долгие годы. Решение влиться в стримерство далеко не спонтанное и зависит как и от окружающих факторов, так и от внутренних. Отдельного внимания заслуживает феномен перехода женщин в сферу стриминга, но особого характера. Мотивацией служат “легкие” деньги и популярность. Особенность их стримов – категория “бассейны”, в которой можно стримить в любом уровне откровенности купальнике, но на фоне бассейна. Это также составляет отдельный исследовательский интерес. Здесь можно добавить, что подавляющее большинство стримеров – молодежь, которая является “самым привычным образом прекариата”.

Деятельность стримера достаточно хорошо подстраивается под концепцию прекариата. Но стримеры, в своей сущности, представляют собой уникальную категорию трудовой активности, которая не всегда соответствует традиционному представлению о прекариате. Стримеры, в своей сущности, представляют собой уникальную категорию трудовой активности, которая не всегда соответствует традиционным представлениям о прекариате. Во-первых, они демонстрируют высокий уровень предпринимательской активности, разрабатывая собственные стратегии маркетинга, управляя своим контентом и создавая собственные бренды. Это выходит за рамки традиционной концепции прекариата, который часто ассоциируется с работниками, лишенными степени контроля над своим трудом. В-третьих, стримеры активно стремятся к автономии и творческой свободе. Их работа часто основана на личных интересах и стилях, что делает их ближе к предпринимателям или творческим профессионалам, а не к прекариату, в традиционном смысле этого термина. Помимо вышеупомянутых аспектов, важным является также влияние стримерства на самоопределение личности и формирование онлайн-культуры. Стримеры, выходя за пределы стандартных трудовых практик, активно участвуют в создании цифрового пространства, влияя на культурные тенденции и образ жизни. Их воздействие распространяется далеко за рамки традиционных представлений о труде и затрагивает формирование цифровой культуры в целом. Важным аспектом, который выделяет стримеров из прекариата, является активное формирование собственного бренда. Стримеры, воздействуя на аудиторию через уникальный контент и стиль вещания, создают себе не только рабочий образ, но и уникальный персональный бренд. Это отличает их от прекариатской модели труда, где, как правило, отсутствует ярко выраженная персональность и самостоятельное продвижение. Формирование бренда становится неотъемлемой частью стримерской деятельности, так как успешный бренд способствует привлечению зрителей, спонсоров и рекламодателей. В этом контексте стримеры выступают в роли саморекламы, создавая уникальный образ, который может быть ключевым элементом в их профессиональном успехе. Кроме того, следует рассмотреть влияние стримерства на социальные взаимодействия в онлайн-пространстве. Феномен стриминга создает уникальные формы коммуникации и социального взаимодействия, которые могут оказывать влияние на общественные отношения и восприятие социальных ролей. Важным отличием стримерства от прекариата является возможность стримеров активно взаимодействовать с аудиторией и формировать свое сообщество. Прекариат, как правило, испытывает ограничения в общении с работодателями и коллегами, часто оставаясь в относительной изоляции.

Обобщая вышеописанное, концепция прекариата предполагает некоторую “маргинальность” деятелей, совершающих работу. На самом же деле стримеры в большинстве сами выбирают эту деятельность, стремятся к достижению больших высот и не рассматривают её как “временное” решение проблем.

Переходя к основным концепциями, мы можем утверждать, что концепция прекариата далеко не единственная, сквозь призму которой можно рассмотреть деятельность стримера. Одной из подходящих для нее концепций является “персоналиат” Дмитрия Давыдова. Как пишет Давыдов: “.. сегодня наблюдается настоящий переворот в самом ценностном “ядре” современного общества. Погоня за материальными благами уступает место погоне за личностью и за личностным… такова наступающая посткапиталистическая эпоха восходящего персоналиата – нового господствующего класса, ключевым ресурсом влияния которого является популярность как “обладание личностью”.” Персоналиат – это “социальная прослойка тех, кто обладает властью над вниманием”. Вместо революционных угнетаемых масс автор отмечает, что закат капитализма связан с появлением как раз этих новых форм деятельности и благ, выходящих далеко за пределы привычных материального производства и наемного труда. Теперь творчество и производство личности способствуют появлению принципиально новых благ, таких как знания и т.д. “

С приходом посткапитализма происходит медиатизация политики и политизация медиа. Знаменитости активно участвуют в политике и выдвигают различные тезисы, влияющие на политическую ситуацию в городе, штате или стране. Проводя аналогию с популярными стримерами, они также являются распространителями информации и мнений, при этом имея сотни тысяч любящих фолловеров. Стримеры, в качестве влиятельных личностей, оказывают значительное влияние на политические ситуации, формирование общественного мнения и поведение традиционных СМИ. Они являются “мобилизаторами” сообщества, призывая к участию в политических участиях или, наоборот, к их игнорированию. Они обсуждают важные социальные и политические вопросы, тем самым влияя на активность зрителей в политике. В отличие от традиционных СМИ, стримеры обеспечивают прямое взаимодействие с аудиторией через чаты и аудитории. Это позволяет им не только транслировать свои мнения, но и давать возможность высказаться зрителю, что приводит к более доверительным отношениям, чем с односторонними источниками информации. То, как стример предоставляет информацию, может повлиять на способы восприятия и обсуждения новостей обществом. Из-за очевидных преимуществ, политические и социальные организации нередко сотрудничают с популярными личностями. Однако в сфере стриминга таких случаев почти нет.

*“Стримы, общение с подписчиками в комментариях или напрямую в социальных сетях и т.п. – все это позволяет яркой личности стать по-настоящему универсальной и влиятельной”*

Характер взаимодействия популярной личности и её аудитории очень сильно меняется. Если раньше знаменитые люди старались держаться от аудитории на определенном расстоянии и не раскрывать подробностей своей жизни, то такие персоны, как стримеры, стремятся к непрерывному общению со зрителями. Об этом нам говорят конфликты между личностями на стримах в реальном времени, большое количество информации о личной жизни, собственные телеграм-каналы с “кружочками” и т.п. В работе Терезы Сенфт появляется термин “микрознаменитость”, который можно соотнести с краями стримерской деятельности: главная особенность данного термина в том, что микрознаменитость создает имитацию присутствия зрителя в её жизни с помощью частых постов о личной жизни[[44]](#footnote-43). У большинства стримеров существуют дополнительные соц. сети, в которых они публикуют дневные занятия или то, какую встречу они провели. Именно поэтому было сказано, что они работают почти круглосуточно: в их задачах поддерживание постоянной связи с аудиторией. Благодаря этому они удерживают своих зрителей, создавая с ними “дружеские” отношения.

Для вхождения в медийную деятельность часто требуются начальные инвестиции в первое оборудование. У стримеров – это средства на веб-камеру, микрофон, наушники, а в первую очередь устройство, с которого ведутся стримы. Поэтому совсем неудивительно, что многие популярные люди имеют богатых родителей. Однако в случае со стримингом, даже с хорошим микрофоном и камерой успеха можно добиваться очень долго.

Популярность предоставляет особые преимущества в сфере рекламы, что приводит к созданию ренты или избыточного дохода для тех, кто может использовать эту популярность в рекламных кампаниях. Популярные стримеры, знаменитости и бренды обладают своей уникальной популярностью, которая является своего рода активом. Их имя или образ могут привлекать внимание и создавать положительные ассоциации у аудитории. В данном контексте реклама становится рентой, так как она приносит дополнительные доходы, благодаря популярности личности или бренда. Реклама, связанная с популярными личностями, может оказаться более эффективной, поскольку они уже имеют устойчивую базу поклонников или аудитории. Их поддержка может сделать рекламное сообщение более заметным и убедительным. Популярные личности и бренды могут наследовать доверие своей аудитории. Рекламные сообщения, связанные с этими фигурами, часто воспринимаются более благосклонно, так как аудитория склонна доверять тем, кого они уважают или чье мнение для них важно.

## 2.2 [Концепция персоналиата и понимание деятельности стримера](#_35nkun2)

Посткапитализм в контексте знаменитостей Дмитрия Давыдова отличается тем, что доход – это не основная цель деятельности и борьбы за популярность, как у капитализма, а одна из них[[45]](#footnote-44). Отсюда следует, что, несмотря на тесную связь с коммерческим миром, сфера воспроизводства личности действует по собственным правилам. Это не крепость, которая управляется гвардией, а целый особняк с собственной резолюцией. Как мы можем слышать, многие стримеры говорят, что “рекламируют только что им нравится”. Это один из способов поддерживать свой бренд и доверие аудитории, а также быть “управляющим”, а не “под управлением”. Можно сказать, что личность стримера изначально была наиболее “эмансипированной”, судя по роду и характеру деятельности.

“Личности, подобно гигантским материальным объектам, обладают силой гравитации, и чем влиятельней личность, тем ее сила притяжения только больше”.

В книге Давыдова появляется термин “Общества всеобщей самореализации”. *“Теперь ключевой “показатель влияния” - это во многих случаях счетчик подписчиков в социальных медиа, а не банковский счет. Быть популярным в социальных медиа - это значит обладать славой и влиянием, а богатство “приложится” само собой… Начинается настоящая погоня за самореализацией, соревнование, в котором подписчики, лайки и комментарии становятся “валютой внимания”. Теперь сама личность - это главный источник наслаждений, самоценность”[[46]](#footnote-45)*. Тезис погони за самореализацией подходит под все виды творческой деятельности, включая стриминг. Чтобы чего-то добиться, нужно завоевать как можно больше внимания, что уже сложно, но еще сложнее его удерживать. Стремление стать стримером происходит от желания находиться в центре внимания. Слава, авторитет и престиж являются основополагающей мотивацией для занятия деятельностью стримера.

Однако означает ли, что инфляция популярности и повсеместное распространение идеи самореализации личности, доступность этой популярности наталкивают всех на переквалификацию в другую сферу деятельности? Давыдов вводит понятие “имперсоналиата” – без него нет “персоналиата”, “выдающейся личности”[[47]](#footnote-46). По сути, это пассивное большинство, внимание которого завоевывает персоналиат. В рамках концепции персоналиата подчеркивается, что популярные личности, такие как стримеры, активно используют внимание и пассивность имперсоналиата для удовлетворения своих потребностей. Это взаимодействие и эксплуатация имперсоналиата происходит не только на уровне внимания, но и через коллективный вклад в воспитание и развитие личности, причем эти вложения в будущем приписываются именно популярной личности.

Основной идеей господствующего класса персоналиата является создание универсальной идеологии, которая обращается к разным слоям общества, включая социальные низы, и убеждает их принимать существующий порядок. Заметен сдвиг акцентов: креативная трата и выражение индивидуальности становятся более значимыми, чем просто накопление материальных ресурсов[[48]](#footnote-47).

В тексте подчеркивается появление мифа о том, что творчество – это доступный каждому путь к популярности, который зависит исключительно от таланта. В контексте стримерства это выражается в убеждении, что каждый может стать стримером, начав с базового оборудования, веб-камеры и микрофона. Однако, несмотря на эту идею доступности, текст подчеркивает, что реальная конкурентная среда делает не всем доступным привлечение аудитории, подчеркивая разрыв между идеей возможности успеха и сложностью достижения его в конкурентной среде. Рассмотрев основные идеи концепции персоналиата, можно сказать, что деятельность стримера оказывается весьма соответствующей ей. Вот несколько аспектов, которые подчеркивают соответствие этой концепции стримерству:

*Погоня за личностью и вниманием:*

* Как указывает Давыдов, в посткапиталистическую эпоху ценности общества смещаются от материальных благ к стремлению к личности и личностному развитию. Стримеры, создавая уникальные персональные образы и устанавливая тесный контакт со своей аудиторией, активно участвуют в этой погоне за личностью и вниманием. Их контент часто ориентирован на выражение индивидуальности и подчеркивание уникальных черт личности[[49]](#footnote-48).

*Создание универсальной идеологии:*

* Согласно концепции персоналиата, господствующий класс стремится создать универсальную идеологию, которая объединяет разные слои общества. Стримеры, как влиятельные личности, также формируют свою уникальную идеологию через свой контент. Они могут влиять на взгляды своей аудитории по различным вопросам, что делает их агентами формирования общественного мнения.

*Имперсоналиат и взаимодействие со зрителями:*

* Понятие имперсоналиата, предложенное Давыдовым, описывает безликое большинство, внимание которого привлекается персоналиатом. Стримеры взаимодействуют с этим "безликим" через свои стримы, чаты и социальные сети. Они используют внимание и пассивность своей аудитории для формирования своей популярности и влияния.

*Миф о творчестве и самореализации:*

* Творчество и самореализация, согласно Давыдову, становятся ключевыми элементами посткапиталистической эпохи. Стримеры часто подчеркивают идею, что каждый может стать успешным, начав с базового оборудования и проявив талант. Этот миф о творчестве создает иллюзию доступности успеха и акцентирует важность индивидуальности.

*Постоянное взаимодействие и обратная связь:*

* Одним из ключевых элементов концепции персоналиата является взаимодействие с аудиторией. Стримеры поддерживают постоянное взаимодействие с зрителями через чаты, комментарии и социальные сети. Это обеспечивает непрерывную обратную связь и создает ощущение близости между стримером и зрителями.

*Формирование собственного бренда:*

* В посткапиталистической эпохе личность становится своего рода брендом. Стримеры активно работают над формированием своего уникального образа, стиля и ценностей, что делает их личность важным активом в сфере стримерства.

*Коллективный вклад в развитие общества:*

* Подобно тому, как персоналиат использует внимание и пассивность имперсоналиата, стримеры часто взаимодействуют с аудиторией не только на уровне развлечения, но и через коллективный вклад в воспитание и развитие личности. Стримеры формируют сообщества вокруг своей деятельности, внедряясь в культурные и социальные аспекты общества.

Концепция персоналиата дает знание о том, что мотивацией стримерской деятельности может выступать желание внимания, власти. С помощью “вхождения” в категорию правящих и влиятельных, они могут изменять существующий общественный порядок и то, как в нем работают социальные институты. Однако это лишь одна сторона медали, что приводит нас к следующей применимой концепции.

Третья, не менее широкая и всеохватывающая концепция, это концепция профессиональной идентичности. Широкое распространение самого понятия “идентичность”, его появление в науке связано с Эриком Эриксоном. В его работах идентичность рассмотрена как сложное личностное образование, имеющее многоуровневую структуру, которая связана с тремя основными уровнями человеческой природы: индивидуальным, личностным и социальным. Ключевые научные работы, посвященные исследованию профессиональной самоидентификации, были проведены Л. Б. Шнейдер. В её интерпретации профессиональная идентичность – “Это не только осознание своей тождественности с профессиональной общностью, но и её оценка, психологическая значимость членства в ней, разделяемые профессиональные чувства, своеобразная ментальность, ощущение своей профессиональной компетентности, самостоятельности и самоэффективности, т. е. переживание своей профессиональной целостности и определенности”. Существует еще несколько интерпретаций, характеризующих процесс идентичности с других углов.[[50]](#footnote-49)

Следующие аспекты в совокупности могут предоставить глубокий анализ того, как стримеры воспринимают свою профессиональную роль, как формируют свою идентичность в этой роли и как социокультурные факторы влияют на этот процесс:

* Профессиональные роли и обязанности:
  + Применимость: Исследование того, какие роли и обязанности считаются важными для стримеров, позволяет выявить, как эти элементы формируют основу профессиональной идентичности стримеров в условиях цифровой занятости.
* Профессиональные ценности:
  + Применимость: Анализ профессиональных ценностей стримеров поможет понять, какие ценности они придают важность в своей деятельности, и как эти ценности влияют на формирование и поддержание профессиональной идентичности.
* Социальные взаимодействия и влияние сообщества:
  + Применимость: Изучение того, как стримеры взаимодействуют в цифровом сообществе, а также какие ожидания сообщества по отношению к ним, поможет выявить социальные факторы, влияющие на формирование профессиональной идентичности.
* Процессы самоидентификации:
  + Применимость: Анализ стратегий самоидентификации позволит выявить, как стримеры определяют себя в профессиональном контексте, какие аспекты они подчеркивают и какие структуры они используют для формирования своей идентичности.
* Отношения к институциональным нормам:
  + Применимость: Исследование того, как стримеры взаимодействуют с институциональными нормами, такими как правила платформы и контракты, может выявить, какие аспекты этих норм они воспринимают как важные для своей профессиональной идентичности.

Исследование профессиональной идентичности имеет важное значение для социологии культуры. Эта концепция соответствует социологическому взгляду на конструирование реальности, которые подчеркивает, как люди внутри профессий коллективно создают и укрепляют смыслы, связанные с их работой, способствуя постоянному воспроизводству культурной реальности. Эволюция профессиональной самоидентификации отражает широкие социальные изменения.

Стриминг стал культурным феноменом, меняющим то, как люди потребляют в сфере развлечений. Изучение данной темы позволит исследователям понять, как профессия способствует и отражает современные культурные ценности и предпочтения. Также оно раскрывает существование различных субкультур внутри сообщества потокового вещания, сформированных конкретными игровыми жанрами, типами контента и взаимодействием аудитории и т. д.

Профессиональная идентичность в сфере потокового вещания — это динамическое взаимодействие между самовосприятием и общественным восприятием, которое постоянно формируется под воздействием различных факторов онлайн-среды.

По мере того как стримеры взаимодействуют со своей аудиторией, взаимные отношения между создателями контента и зрителями становятся решающим фактором для формирования профессиональной идентичности. Специализированные онлайн-сообщества, объединяющиеся вокруг стримеров, действуют как инкубаторы, где личность стримера сливается с коллективными ожиданиями и ценностями аудитории. Результатом такого слияния является уникальная профессиональная личность, которая выделяет стримера на обширном цифровом пространстве.

Более того, пластичность профессиональной идентичности проявляется в ее выходе за пределы игровой сферы. Стримеры, когда-то ограниченные нишевыми игровыми сообществами, теперь обнаруживают, что их влияние проникает в более широкие культурные тенденции. Это внешнее расширение подчеркивает преобразующую силу профессиональной идентичности, поскольку стримеры превращаются из энтузиастов игр во влиятельных деятелей культуры.

Взаимная динамика влияния – когда стримеры формируют свои сообщества и, в свою очередь, сами формируются ими – проливает свет на постоянный, повторяющийся характер профессиональной идентичности. Это не статическая сущность, а изменчивая конструкция, на которую влияет развивающаяся природа онлайн-взаимодействий, новые технологии и более широкий культурный дух времени.

По сути, профессиональная идентичность в контексте стриминга — это процесс совместного творчества. Стримеры активно способствуют формированию своей профессиональной личности, курируя контент, взаимодействуя с аудиторией и адаптируясь к меняющимся требованиям цифрового ландшафта. В то же время аудитория посредством обратной связи, взаимодействия и общих культурных отсылок играет ключевую роль в совершенствовании и изменении контуров профессиональной идентичности стримера.

Это взаимное «формирование» и «формирование» воплощает в себе суть профессиональной идентичности в эпоху цифровых технологий. Это не монолог, а динамичный диалог, непрерывный диалог между самовосприятием стримера и меняющимися ожиданиями его аудитории, в конечном итоге превращающий стримера в многогранного и влиятельного профессионала в цифровой экосистеме.

Обращаясь к гендерному вопросу в контексте стриминга, можно считать уместными несколько теорий, а именно:

* *Теория гендерного разделения труда.* В исследованиях Э. Сюллеро, Р. Зидера и других авторов показано, что разделение труда не напрямую зависит от биологических генезисов между полами. В его основе лежит не биологическая неспособность женщин учитывать виды труда, а социальная ценность этих видов[[51]](#footnote-50). На Twitch мы видим разделение труда по генетическому признаку: мужчины доминируют в играх, спорте, электронном спорте. Женщины чаще переводят разговоры, ASMR, творческие занятия. Почему это происходит? Существуют определенные социальные ожидания: мужчины ожидают быть конкурентными, агрессивными. Женщины рассчитывают быть коммуникабельными, заботливыми. Стереотипы о «женском» контенте: менее ценный, менее интересен для окружающей среды
* *Теория перформативности гендера***.** Джудит Батлер утверждает, что гендер не является врожденным, а конструируется через повторяющиеся социальные акты и поведение. Это означает, что мужское и женское поведение не является неизменным, выученным[[52]](#footnote-51). Стримеры “перформируют” гендер в своих трансляциях, тем самым воспроизводя его и соответствуя ожиданиям аудитории.
* *Теория интерсекциональности.* Эта теория, автором которой является Кимберли Креншоу, помогает нам понять, как разные социальные категории, такие как пол, раса, класс, сексуальная ориентация, гендерная идентичность и другие, пересекаются и опираются на опыт стримеров. Темнокожая женщина-стример может испытывать больше дискриминации, чем белый мужчина-стример и т. д.

Конечно, концепции, упомянутые ранее, не являются исчерпывающими, и существуют различные системы знаний и теоретические основы, которые могут способствовать изучению стриминга. Динамическая природа феномена потоковой передачи открывает возможности для исследования с разных точек зрения. Хотя другие концепции и теории могут дать ценную информацию, выбранные концепции — считаются особенно всеобъемлющими и увлекательными благодаря своей способности раскрывать разнообразные аспекты деятельности стримеров. Их применение обеспечивает тонкое понимание сложностей, присущих построению, выражению и согласованию профессиональной идентичности в уникальном контексте потокового вещания.

Для начала, сравнив две концепции - прекариата и персоналиата - можно выделить ряд схожих черт. Обе они отражают изменения в современном обществе, где ценности начинают смещаться от материального достатка к стремлению к самореализации и популярности. Прекариат, в свою очередь, описывает нестабильные, непостоянные формы труда, которые не приносят долгосрочной безопасности. Это может быть интерпретировано как переход от традиционной занятости к тому, что Давыдов называет "обществом всеобщей самореализации".

Оба концепта также подчеркивают влияние технологий на изменение структуры трудовых отношений. Стримерство, как форма медийной деятельности, например, является продуктом цифровой эры, где технологии обеспечивают возможность творческой самореализации и мгновенного взаимодействия с аудиторией.

Важно отметить, что прекариат и персоналиат представляют две стороны одной медали в современном постиндустриальном обществе. Прекариат отражает тех, кто оказывается на периферии, борясь за стабильность, в то время как персоналиат - те, кто обретает стабильность и влияние через самореализацию и личную популярность.

Важным аспектом обеих концепций является взаимодействие с обществом, будь то через эксплуатацию имперсоналиата или создание универсальной идеологии персоналиата. Это показывает, что, несмотря на индивидуализацию, общество влияет на формирование и восприятие как прекариата, так и персоналиата. Однако персоналиат подходит для исследования стриминга больше, чем прекариат:

* Акцент на индивидуальности. Стриминг в большей степени ориентирован на индивидуальные качества стримера. Персоналиат позволяет исследовать, как стримеры конструируют свою индивидуальность и представляют ее аудитории.
* Взаимодействие с аудиторией. Персоналиат помогает понять, как стримеры выстраивают отношения с аудиторией, создают сообщество и управляют им.
* Влияние социальных сетей. Персоналиат помогает исследовать, как стримеры используют социальные сети для создания своего бренда и развития карьеры и т. д.

Таким образом, персоналиат является более подходящим для изучения деятельности стримеров, так как он позволяет учитывать индивидуальное качество стримера, его взаимодействие с аудиторией, роль социальных сетей, географические и интерсекциональные аспекты, а также динамичность и изменчивость сферы стриминга.

Концепция профессиональной идентичности также должна быть использована для рассмотрения феномена стриминга. Стриминг становится все более популярной профессией, но его статус не всегда признается. Теория профессиональной идентичности помогает понять, как стримеры осознают свой труд и место в обществе, исследовать неоднозначность идентичности из-за нестабильных доходов, выявить факторы, влияющие на самосознание стримеров. Стриминг требует разнообразных профессиональных навыков, но пока еще не полностью формализованных. Теория позволяет определить их и найти пути их развития. В общем и целом место стримера в профессиональном поле наиболее актуально рассматривать именно через призму профессиональной идентичности.

Говоря о гендерной специфике, все гендерные теории взаимосвязаны и ни одна не является исчерпывающей. Теория гендерного разделения труда не является абсолютно лучшей среди всех гендерных теорий, но она имеет ряд преимуществ, делающих ее наиболее подходящей для изучения стриминга:

* Фокус на разделении труда: Эта теория фокусируется на том, как гендер влияет на разделение труда в стриминге, что позволяет ей учесть такие аспекты, как разница в контенте, доходах и труде между мужчинами и женщинами-стримерами.
* Историческая перспектива: Теория гендерного разделения труда имеет историческую перспективу, что позволяет ей увидеть, как гендерные роли в стриминге менялись со временем.
* Связь с другими теориями: Эта теория связана с другими гендерными теориями, что позволяет ей использовать их инструменты и методы для более глубокого анализа.
* Практическая применимость: Теория гендерного разделения труда имеет практическую применимость, что позволяет ей разрабатывать рекомендации по улучшению условий труда для стримеров.

Другие гендерные теории также могут быть использованы для изучения стриминга, но они не всегда столь же эффективны.

# **ГЛАВА 3. ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ СТРИМЕРОВ: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

## 3.1 Процедура эмпирического исследования профессионализации стримеров

Стремительный рост популярности стриминга и выбор стримеров в пользу профессионального пути вместо любительского, вносит значительный вклад в формирование новой цифровой рабочей силы и отражает трансформацию труда в эпоху цифровых технологий. Это явление стирает границы между работой и личной жизнью, способствует развитию экономики свободного заработка и создает уникальные условия для изучения работы в современном цифровом мире.

Однако, несмотря на свою актуальность, стриминг как новая сфера деятельности остается малоизученной социологией. Отсутствие чётких критериев и нормативных рамок для определения профессионализма стримеров создает пробелы в понимании процессов профессионализации. Недостаточно изучены навыки и знания, необходимые для успешной стримерской деятельности. Изучение профессионализации стримеров открывает захватывающие перспективы для исследования противоречий и ключевых аспектов этого динамичного цифрового пространства.

Для изучения профессионализации стримеров и нахождения ключевых факторов, влияющих на это явление, в 2023-2024 гг. было проведено исследование, основным методом которого является полуструктурированное глубинное интервью с русскоязычными стримерами на платформе Twitch. Выбор данного метода обусловлен стремлением к глубокому пониманию субъективного опыта стримеров, их восприятия профессионализма и специфики деятельности в контексте цифровой занятости.

*Формирование выборки.* Исследование фокусируется на русскоязычных стримерах платформы Twitch. Выборка включает в себя семь информантов, отобранных по следующим критериям:

1. Количество подписчиков.

* Стримеры с количеством подписчиков, близких к исследовательскому порогу (>1 тыс.): данная категория респондентов позволяет изучить начальный этап профессионализации, когда стримеры только начинают формировать свою аудиторию и профессиональную идентичность
* Стримеры со средним количеством подписчиков (>5 тыс.): представляют собой промежуточный этап профессионализации, где стримеры уже имеют определенный опыт и аудиторию, но продолжают развиваться и совершенствоваться
* Стримеры с относительно большим количеством подписчиков (>10 тыс.): категория позволяет исследовать более продвинутый уровень профессионализации, где стримеры достигли значительной популярности и влияния, и их деятельность приобретает черты устойчивого бизнеса.

1. *Регулярность стримов.*В выборку вошли стримеры проводящие трансляции не реже 3 раз в неделю. Это позволяет исключить из исследования тех, кто занимается стримингом эпизодически или рассматривает его как хобби, и сфокусироваться на тех, для кого стриминг является регулярной деятельностью.
2. *Продолжительность стриминга.*В выборку вошли стримеры с опытом стриминга не менее 1 года. Этот критерий позволяет изучить опыт тех, кто уже прошел начальный этап знакомства с платформой и сформировал определенные навыки и стратегии.

Применение данных критериев отбора предоставляет возможность получить выборку респондентов (см. Приложение 2), которые являют собой разные этапы профессионализации в сфере стриминга и рассматривают свою деятельность как серьезное занятие, требующее регулярных усилий и временных затрат.

*Процесс сбора данных.*Сбор данных осуществлялся посредством онлайн-интервью, проведенных с использованием платформы Discord в связи с трудностями личных встреч из-за разницы в часовых поясах, географическом местоположении исследователя и информантов и личных графиков каждого стримера. Полуструктурированный формат интервью позволял исследовать заранее определенные темы, сохраняя при этом гибкость и возможность углубления в интересные аспекты, возникающие в ходе беседы.

*Ход эмпирического исследования.*Исследование проводилось в несколько последовательных этапов:

1. Подготовительный этап: сбор информации о платформе Twitch, поиск потенциальных информантов, соответствующих критериям отбора и установление контактов с ними.
2. Разработка программы исследования: формулирование исследовательских вопросов и гипотез, выбор метода сбора и анализа данных и разработка инструментария (гайд интервью).
3. Сбор данных.
4. Анализ данных и формирование выводов: транскрипция и тематический анализ данных, полученных в ходе интервью. Выявленные темы и закономерности были сопоставлены с теоретическими концепциями, рассмотренными в работе, что позволило сформировать выводы исследования.

Для анализа данных, полученных в ходе исследования, был выбран метод тематического анализа. Это базовый метод анализа качественных данных, происходящий от обоснованной теории, предполагает кодирование и выделение тем в данных[[53]](#footnote-52). Тематический анализ позволяет выявить широкий спектр тем и закономерностей в данных, не ограничиваясь ранее заданными категориями. Это особенно важно в контексте исследования профессионализации стримеров, где могут возникать новые, ранее не изученные аспекты. Такой метод анализа направлен на понимание смысла и интерпретации опыта респондентов, а не только на описание их действий или мнений.

Для упрощения кодирования был использован метод группировки кодов, впоследствии создана таблица (табл. 1). Всего было выделено 5 основных тем:

1. Восприятие стриминга как профессии
2. Рабочие аспекты стриминга
3. Взаимодействие с аудиторией
4. Стримерское сообщество
5. Личностный рост и будущее

*Табл. 1. Таблица кодов*

| Тема | Код | Описание/суть кода |
| --- | --- | --- |
| 1. Восприятие/оценка стриминга как профессии | I.a Восприятие/оценка стриминга как профессии vs. как хобби | Отражает, считает ли стример свою деятельность профессией или хобби, какие аргументы приводит в пользу той или иной позиции |
| I.b Изменения восприятия/оценки стриминга | Описывает, как менялось восприятие стримеров своей деятельности со временем, какие факторы повлияли на эти изменения |
| I.c Ключевые отличия профессионального подхода от хобби | Раскрывает, в чем стримеры видят отличия профессионального стриминга от любительского, какие критерии профессионализма выделяют |
| II. Рабочие аспекты стриминга | II.a Временные затраты | Сколько времени стример тратит на свою деятельность, как организует график, с какими трудностями сталкивается, как относится к временным затратам |
| II.b Отдача | Какие результаты получает стример от вложенного времени и усилий, насколько он удовлетворен отдачей от деятельности (финансовая, социальная, личностная) |
| II.c Культура постоянной связи с аудиторией | Как стримеры относятся к необходимости быть “всегда на связи” с аудиторией, какие стратегии используют для поддержания постоянного взаимодействия, как это влияет на их личную жизнь |
| II.d Занятость, Соц. Гарантии и регулирование | Отражает, задумываются ли стримеры о формализации деятельности, трудовых нормах, социальных гарантиях |
| II.e Финансовые аспекты и монетизация | Раскрывает источники дохода стримера, отношение к донатам, рекламе |
| II.f Построение бренда | Насколько стримеры осознают важность личного бренда, какие стратегии используют для его создания и продвижения |
| III. Взаимодействие с аудиторией | III.a Роль аудитории | Какое значение стримеры придают своей аудитории, насколько она важна для мотивации, творчества и профессионального развития |
| III.b Манипуляции аудитории | Сталкиваются ли стримеры с попытками манипуляции со стороны зрителей, какие формы манипуляции существуют, как стримеры реагируют на них, какие стратегии используют для защиты своих границ |
| III.c Отношения с аудиторией | Как стримеры строят отношения со своей аудиторией, какой стиль общения предпочитают, как изменяется характер отношений с ростом аудитории. |
| III.d Целевая аудитория | Описывает, на какую аудиторию ориентируется стример, какие характеристики зрителей считает важными, как это влияет на выбор контента и стиль вещания |
| IV. Стримерское сообщество | IV.a Рейды | Как стримеры используют рейды для взаимного продвижения, насколько эта практика распространена, какие факторы (размер аудитории, тематика стрима, личные отношения) влияют на решение провести рейд |
| IV.b Дружба и профессиональные связи | Показывает, насколько стримеры взаимодействуют с коллегами, как дружба и профессиональные связи влияют на их деятельность, создают ли они совместные проекты, делятся ли опытом и знаниями |
| V. Личностный рост и будущее | V.a Советы начинающим | Какие рекомендации дают стримеры тем, кто хочет начать стримить, на что советуют обратить внимание, какие ошибки избегать |
| V.b Долгосрочные цели | Какие цели ставят перед собой стримеры в своей деятельности |
| V.c Проблемы сферы | Какие проблемы в стриминге считают наиболее значимыми, какие вызовы стоят перед сферой, как они видят пути решения этих проблем |

## 3.2 Стриминг как профессия: специфика трудового процесса

Исследование профессионализации стримеров на платформе Twitch позволило получить данные, которые проливают свет на специфику трудового процесса в этой новой сфере цифровой занятости. Анализ интервью с русскоязычными стримерами выявил ряд ключевых аспектов, характеризующих стриминг как профессию, включая организацию рабочего времени и пространства, необходимые навыки и компетенции, сложности взаимодействия с аудиторией, роль стримерского сообщества и перспективы развития. Далее будут подробно рассмотрены результаты исследования, иллюстрирующие специфику трудового процесса стримера и его профессионального становления.

*От хобби к профессии: как стримеры осознают свою деятельность*

Восприятие стриминга является ключевой для процесса профессионализации стримера, поскольку именно от восприятия своей деятельности зависит отношение стримера к рабочим аспектам, взаимодействия с аудиторией, построению бренда и перспективам, в чем и заключается специфика трудового процесса. Как показывают результаты исследования, восприятие стриминга как профессии неоднозначно и зависит от множества факторов. Анализ интервью выявил существенные различия в восприятии стриминга в зависимости от “стажа” стримера и размера его аудитории. Стримеры, находящиеся на ранних этапах своей карьеры и не имеющие большой аудитории, чаще рассматривают стриминг как хобби или дополнительный источник дохода. Они не называют стриминг “работой” или “профессией”. Они еще не уверены в своем успехе и не готовы полностью посвятить себя этой деятельности:

*“Я просто чувствую себя стримером, нету какого-то либо… таких эпитетов.. я не чувствую себя каким-то завсегдатаем этих игр, которые я стримлю. Да, я много стримлю эти игры, но никаких таких ощущений у меня никогда не возникало. Нет ничего особенного в том, чтобы быть стримером…” – Информант 7*

С ростом аудитории и накоплением опыта стримеры начинают более уверенно воспринимать стриминг как профессию. Они осознают важность профессиональных навыков и постоянного развития:

*“Стриминг абсолютно точно можно считать профессией сейчас…” – Информант 3*

*“Да, конечно это профессия уже и давно. Просто не все её так воспринимают” – Информант 1*

Крупные стримеры, добившиеся значительной популярности и финансовой стабильности, однозначно воспринимают стриминг как профессию или даже бизнес. Они отмечают, что стриминг — это не просто увлечение, а серьезная деятельность, требующая профессиональных компетенций и знаний:

*"Стриминг и блогинг можно считать работой... это современный телевизор… рано или поздно телевидения как такового уже не будет нужно, потому что оно преобразится, и телевидение будет просто грубо говоря вот на видео хостингах в интернете…" – Информант 2*

Вывод: осознание стриминга как профессии — это не одномоментный акт, а динамичный процесс. Стримеры проходят путь от восприятия стриминга как хобби к осознанию его как профессии посредством воздействия на них выделенных факторов. Данные подтверждают теоретические концепции профессиональной идентичности (Л. Б. Шнейдер) и иллюстрируют возможную траекторию перехода от прекарных форм занятости к персоналиату.

*"В первую очередь повышалась насмотренность подобного контента [стримов]… понимание, позиционирование себя в этом", - делится своим опытом Информант 2, подчеркивая важность анализа контента других стримеров и поиска собственного стиля.*

Стримеры проходят путь от восприятия стриминга как хобби к осознанию его как профессии, постепенно формируя свою профессиональную идентичность. Этот процесс отражает трансформацию труда в цифровую эпоху, где границы между работой и личной жизнью размываются, а традиционные формы занятости уступают место новым, более гибким и индивидуализированным моделям трудовой деятельности.

*Hard Skills vs. Soft Skills: какие навыки необходимы стримеру?*

Осознав стриминг как потенциальную профессию, открывающую путь к самореализации, признанию и финансовому успеху, стримеры начинают более целенаправленно развивать необходимые навыки и компетенции. Ведь для того, чтобы конкурировать в динамичной цифровой среде, привлечь и удержать аудиторию, необходимо не только обладать талантом и харизмой, но и владеть широким спектром профессиональных инструментов. Исследование показало, что для успешной стримерской деятельности важны как “hard skills”, так и “soft skills”.

Hard skills. В цифровую эпоху технические навыки неотъемлемой частью любой профессии, связанной с онлайн-средой. Стриминг не является исключением. Стримеры должны владеть рядом технических компетенций, чтобы обеспечить высокое качество трансляций, настроить оборудование, работать со стриминговыми платформами и программами, а также редактировать контент:

* Умение работать с компьютером: базовая компетенция, которая заключается в умении настраивать компьютер, устанавливать программы, работать с файлами, использовать интернет:

*“Нужно уметь работать с компьютером, ты же не будешь стримить, не зная, где находится кнопка включения или как перейти в проводник, как настроить микшеры…” – Информант 1*

* Знание игр: если стример специализируется на трансляции игр, он должен хорошо знать правила, механику, особенности тех игр, которые он стримит. Это позволит ему профессионально комментировать игровой процесс, давать советы зрителям, создавать интересный контент:

*"Если геншинисты могут смотреть Dota 2, то дотеры будут смотреть геншин, сильно-сильно сомневаюсь. В этом плане аудитория геншина, она более тактильная", – Информант 6. Стримерша подчеркивает, что аудитория разных игр имеет свои особенности и предпочтения, которые необходимо учитывать при выборе контента*

* Навыки работы со стриминговыми платформами и программами: стримеры должны уметь настраивать стриминговые платформы (Twitch, YouTube, и др.), использовать программы для захвата видео и аудио, настройки микрофона и веб-камеры, добавления графики и эффектов:

*"[Необходимо иметь] минимальное какое-то оборудование, чтобы ты там… ну, если хочешь, чтобы тебя было видно, ну… желательно вебку иметь, потому что вебка – это отдельный спектр эмоций, который там через твою мимику и так далее поведение показывает", – Информант 2.*

* Базовые знания видео и аудиомонтажа: стримеры все чаще используют видеомонтаж для создания роликов на YouTube и других платформах, чтобы расширить свою аудиторию и дополнительные источники дохода:

*"Наверное, расширение своей деятельности за границы твича. Создание видео, нового контента, который будут смотреть больше людей", – Информант 3.*

Soft Skills. В сфере стриминга особую важность приобретают личные качества и коммуникативные навыки, которые позволяют стримеру создать сильный личный бренд, привлечь и удержать аудиторию:

* Коммуникабельность: умение стримера легко и интересно общаться со зрителями является ключевым фактором успеха:

*“... если продолжать человеческие какие-то черты и так далее, ну умение взаимодействовать с людьми…” – Информант 2*

*“Думаю о том, чтобы постоянно что-то говорить, поддерживать разговор…” – Информант 1*

* Самодисциплина: свободный график и отсутствие внешнего контроля требуют от стримера высокой самоорганизации и дисциплины:

*“О, это уже другая история. Я стараюсь все-таки дисциплинировать это все дело, потому что действительно иначе не получится заниматься ничем другим. Мне нужна минимальная дисциплина, то есть если я сейчас отдыхаю, значит я отдыхаю…” – Информант 2*

* Поставленная речь и дикция: Четкая, грамотная и приятная речь делает стримера более профессиональным в глазах зрителей;
* Умение "переваривать" негатив: стримеры часто сталкиваются с негативными комментариями, критикой и даже оскорблениями. Важно уметь не принимать это близко к сердцу и сохранять спокойствие:

*"Чем дольше ты этим занимаешься, тем больше ты закаляешься. Ты перестаешь реагировать на какой-то конкретный негатив", – Информант 2.*

* Эмоциональный интеллект: понимание и управление своими эмоциями, а также умение "считывать" эмоции зрителей, позволяет стримеру создать комфортную атмосферу на стриме и эффективно взаимодействовать с аудиторией.

Вывод: развитие профессиональных компетенций в сфере стриминга происходит постепенно, по мере накопления опыта и роста аудитории. Начинающие стримеры чаще фокусируются на развитии базовых технических навыков (hard skills), в то время как более опытные стримеры уделяют внимание развитию как hard skills, так и soft skills, понимая, что для успеха в стриминге необходим комплексный подход. Овладение широким спектром профессиональных навыков позволяет стримерам не только повысить качество своих трансляций, но и более эффективно взаимодействовать с аудиторией, строить сильный личный бренд, управлять своим рабочим временем и пространством, что способствует их профессиональному становлению и успеху в сфере стриминга. Общее время, затраченное на стриминг за всю карьеру, также упомянуто в критериях профессионала, однако если рассматривать опыт каждого респондента, то нет видимой связи между длительным опытом стриминга и уровнем профессионализации. Из этого можно заключить, что именно рост аудитории является одним из ключевых факторов эволюции стримера.

*“Найти свою нишу”: от выбора контента к построению бренда*

Несмотря на то, что категория стриминга выбирается намного раньше, чем приходит осознание профессиональности деятельности, понимание ее важности не дается сразу. Овладев базовыми навыками и компетенциями, необходимыми для профессиональной деятельности в сфере стриминга, стример сталкивается со следующей важной задачей - выбором основного контента и построением личного бренда. Ведь именно от того, насколько удачно стример сможет определить свою нишу и представить себя аудитории, зависит его успех в этой конкурентной среде.

Выбор контента для стриминга — это стратегическое решение, которое влияет на множество аспектов деятельности стримера: от привлечения аудитории до монетизации и перспектив развития. Стримеры, участвовавшие в исследовании, подчеркивают важность этого выбора, осознавая, что от него зависит их успех в стриминге:

*"Категория очень сильно меняет онлайн", – Информант 3.*

Стримеры, специализирующиеся на трансляции популярных игр (Dota 2, Genshin Impact, Valorant), могут рассчитывать на более широкую аудиторию и более частые донаты, чем стримеры, выбирающие менее популярные игры. Однако важно учитывать и личные предпочтения, ведь стример должен получать удовольствие от того, что он делает, иначе это приведет к быстрому выгоранию:

*"Я безусловно думаю о том, что есть категории, где чат задонатит больше и статистика будет лучше, но я пытаюсь мыслить немного на перспективу… Я не делаю резких внедрений нового, чтобы я продолжал зарабатывать и жить, не потерял аудиторию", – Информант 2.*

Помимо выбора контента, стримеры уделяют большое внимание построению личного бренда, который поможет им выделиться среди конкурентов и привлечь лояльную аудиторию:

*"Безусловно. Бренд - это то, что отличает тебя от других, то, что запоминается зрителям. Это твой образ, твой стиль, твои ценности. Если у тебя есть сильный бренд, то тебе будет легче привлечь новых зрителей, удержать старых, найти спонсоров и партнеров", – Информант 4.*

Стримеры используют разные стратегии для формирования своего бренда: от создания уникального визуального стиля и использования "фишек" до продвижения определенных ценностей и идей. Выбор контента и построение личного бренда – это не просто творческие решения, а социальные практики, которые отражают динамику взаимодействия между стримером и аудиторией. Стримеры, ориентируясь на предпочтения зрителей и стремясь к монетизации своей деятельности, вынуждены учитывать социальные нормы, ожидания и тренды, существующие в стриминговом сообществе.

На начальном этапе, как и большинство представителей прекариата, стримеры зачастую не задумываются о долгосрочных стратегиях развития и брендировании. Они фокусируются на выживании в условиях нестабильного дохода и высокой конкуренции. Их бренд, если его можно так назвать, формируется стихийно и отражает скорее их личные предпочтения и индивидуальность, чем осознанную стратегию. Они не имеют четкого представления о своей профессиональной идентичности и только становятся на путь формирования собственного “Я” в профессиональной среде. По мере роста аудитории и опыта стримеры начинают осознавать необходимость выделения себя среди конкурентов, что отражает их стремление преодолеть прекарность и достичь более стабильного положения в профессии. Они все больше осознают свою власть над вниманием зрителей и активно развивают свой бренд, стремясь к увеличению влияния и достижению статуса “персоналиата”. Достигнув значительной популярности, крупные стримеры выходят за рамки прекарного труда. Их бренд становится основой их бизнеса, обеспечивая им стабильный доход и влияние. Они демонстрируют характеристики, противоположные прекариату: стабильность, уверенность в себе, планирование будущего:

*"Я хочу именно развивать медиа, то есть личность свою популяризировать" – Информант 2.*

Гендер как фактор брендирования: Исследование выявило, что гендер играет значительную роль в построении бренда стримера. Стримерши часто используют свой гендер как основу для брендирования, осознавая, что женщины на Twitch пользуются большей популярностью у мужской аудитории.

*"Чтобы тебя просто замечали, на твиче лучше быть девушкой, несмотря на то, что ты стримишь, игры или общение… Я бы сказала, что девушки больше предпочитают общение. Твич популярен у парней больше просто как у пользователей, а они, соответственно, смотрят девушек больше", – Информант 7.*

Такая тенденция отражает гендерные стереотипы, существующие в обществе, где внешность и привлекательность женщин часто оказываются более значимыми факторами, чем их профессиональные навыки или качество контента. Однако важно отметить, что не все стримерши используют свой гендер как основу для брендирования. Некоторые из них стремятся к тому, чтобы их воспринимали как профессионалов, независимо от пола.

Анализ выбора контента и построения бренда стримерами проливает свет на социально конструируемый характер труда в сфере стриминга. Это не просто индивидуальный творческий процесс, а сложное взаимодействие между стримером и аудиторией, опосредованное социальными нормами, ожиданиями и даже гендерными стереотипами. Труд стримера носит не только индивидуальный, но и социальный характер, ведь выбор контента и построение бренда напрямую зависят от предпочтений и ожиданий аудитории:

*”Я не хочу превращаться в марионетку, которая танцует под дудку зрителей. Но я понимаю, что без аудитории нет стримера. И что нужно учитывать ее интересы, если хочешь развиваться и расти” – Информант 4.*

При построении бренда и “образа”, наблюдается интересное противоречие. Стримеры отрицают наличие у себя специально создаваемого образа, утверждая, что они следуют правилу “просто быть собой”, хотя на самом деле их поведение на стримах подчинено определенным профессиональным нормам и ожиданиям аудитории, позволяет сделать следующий социологический вывод:

В сфере стриминга происходит интеграция личности и профессиональной роли, что приводит к размыванию границ между аутентичностью и перформансом.

Стримеры, стремясь к успеху, вынуждены соответствовать определенным ожиданиям аудитории: быть общительными, позитивными, интересными. Они развивают в себе те качества и черты, которые делают их привлекательными для зрителей, постепенно интегрируя их в свой образ "Я".

При этом стримеры искренне верят, что они не "играют роль", а "просто быть собой". Это объясняется тем, что в цифровую эпоху границы между публичной и частной жизнью размываются, а социальные медиа позволяют людям представлять себя миру в наиболее выгодном свете. Стримеры, проводя много времени в онлайн-среде, начинают воспринимать свой "онлайн-образ" как часть своей реальной личности.

Таким образом, в сфере стриминга наблюдается уникальный феномен "профессиональной аутентичности", где личность стримера становится неотъемлемой частью его профессионального бренда, а границы между истинным "Я" и профессиональной ролью размываются.

*Взаимодействие с аудиторией как основа труда стримера*

Стриминг — это не просто трансляция контента в режиме реального времени, а, прежде всего, живое взаимодействие с аудиторией. Именно аудитория делает стриминг тем, чем он является — динамичной, интерактивной и социально значимой практикой. Анализ интервью со стримерами показывает, что взаимодействие с аудиторией является основой их трудового процесса, влияя на все аспекты их деятельности — от выбора контента до эмоционального состояния и перспектив развития. Построение прочных, здоровых отношений с аудиторией является важным элементом профессионализации стримера. Лояльная аудитория – это не только источник дохода, но и основа для развития карьеры стримера.

Стримеры, стремясь к успеху, вынуждены учитывать предпочтения своей аудитории и адаптировать контент под ее вкусы. Это проявляется как в выборе игр и тематики стримов, так и в стиле общения и поведении стримера во время трансляции.

*“В любом случае ты об этом думаешь… ну… это немножко замкнутый круг… но он выглядит так, что вот ты понимаешь, что… условно… в этой категории тебя смотрят больше", – Информант 2.*

*"Категория очень сильно меняет онлайн... Из-за него бывает дизмораль сильная, к этому можно привыкнуть, по-другому никак не выйти за рамки одной игры," – Информант 3.*

Но степень этого влияния зависит от стадии профессионализации. Маленькие стримеры зачастую более гибки и готовы экспериментировать, но с тем, что их исключительно привлекает, работая не на перспективу, а на свое самовыражение и самостоятельность. По мере роста числа зрителей, стримеры начинают более четко определять свою целевую аудиторию и адаптировать контент под ее предпочтения.

Таким образом, зрители выступают в роли соавторов контента, влияя на его тематику, формат и стиль подачи.

Взаимодействие со зрителями оказывает значительное влияние на эмоциональное состояние стримеров. Положительные комментарии, поддержка и донаты являются мощным стимулом и мотивируют стримеров к дальнейшему развитию.

*"Приятно, когда поддерживают...", – Информант 4.*

Стриминг также формирует уникальную систему социальных отношений между стримером и зрителями:

*"Моя семья, буквально. Может это моя проблема, что у меня в принципе по жизни никогда не было семьи," – Информант 1.*

Анализ интервью выявил различные *подходы* к выстраиванию отношений с аудиторией, которые эволюционируют по мере профессионального развития стримера:

* Маленькие стримеры стремятся к неформальному, дружескому общению со зрителями, воспринимая их как единомышленников и соратников. Такой подход помогает создать теплую и домашнюю атмосферу и сформировать лояльное комьюнити. Респондент 7 описывает свои отношения с аудиторией как семейные и называет их “булочками”.
* Средние стримеры начинают осознавать необходимость определенной дистанции в отношениях со зрителями. Они стремятся сохранить дружескую атмосферу, но при этом четко обозначают свои профессиональные границы. Такая позиция позволяет им сохранить баланс между близостью и профессионализмом, защищая их от манипуляций и эмоционального выгорания.
* Крупные стримеры достигнув значительной популярности, часто вынуждены устанавливать более четкие границы. Они стремятся к профессиональным, уважительным отношениям со зрителями, достаточно дистанцируясь от них, чтобы не испытывать стресс.

Вывод: Взаимодействие с аудиторией — это ключевой аспект труда стримера, который формирует специфику его профессиональной деятельности. Стример выступает не просто как создатель контента, а как активный участник социального взаимодействия, постоянно находящийся в центре внимания своей аудитории. Эта особенность накладывает отпечаток на все аспекты его труда — от выбора контента и построения бренда до эмоционального состояния и перспектив развития. Понимание роли взаимодействия с аудиторией позволяет глубже понять социальную природу стриминга, его влияние на личность стримера и сложности, с которыми он сталкивается в процессе профессионализации.

*Стримерское сообщество: профессиональная сеть и платформа для взаимной поддержки*

Стримерское сообщество играет важную роль в профессионализации стримеров, формируя уникальную профессиональную среду, которая характеризуется как сотрудничеством, так и конкуренцией. Анализ интервью показывает, что взаимодействие с коллегами является важным ресурсом профессионального роста, а также фактором солидарности в условиях нестабильной занятости и высокой конкуренции. Стримеры активно используют сообщество для профессионального развития, взаимного продвижения и обмена опытом:

* Рейды: Эта практика позволяет стримерам перенаправлять свою аудиторию на каналы других стримеров, способствуя росту их узнаваемости и привлечению новых зрителей

*"Раньше кидала рейды маленьким стримерам, со временем перестала, так как поняла, что это не взаимовыгодно. Для выгоды нужен человек с примерно такой же аудиторией", – Информант 1.*

* Совместные стримы: Коллаборации с другими стримерами позволяют расширить аудиторию, создать более интересный контент и обменяться опытом

*"Наверное если говорить о коллаборациях, то я бы реально искала какого-то человека с примерно такой же аудиторией, который хочет работать так же, как ты, и серьезно так же, как ты, к этому относится", – Информант 1.*

* Обмен опытом и знаниями: Стримеры обсуждают профессиональные вопросы, делятся советами, помогают друг другу с техническими проблемами.

Таким образом, стримерское сообщество выступает в роли профессиональной сети, предоставляющей стримерам возможности для взаимной поддержки и развития, являясь своеобразным “профсоюзом”.

*"Влияние дружбы: помогает общаться, делиться проблемами, получать поддержку", – Информант 4.*

Стримерское сообщество представляет собой профессиональную субкультуру со своими нормами, ценностями, практиками и ритуалами. Оно выступает в роли агента социализации для стримеров, формируя их профессиональную идентичность, предоставляя возможности для профессионального роста и обеспечивая социальную поддержку в условиях прекарности. Труд стримера не является исключительно индивидуалистической практикой. Стримеры взаимодействуют друг с другом, формируя профессиональное сообщество, которое влияет на их профессиональное становление, стратегии развития и восприятие своей деятельности.

*Перспективы развития и долгосрочные цели*

Развитие стриминга как новой формы медиа и профессии открывает перед стримерами широкие перспективы развития. Анализ интервью показал, что стримеры не склонны ограничивать себя рамками одной платформы или формата. Они стремятся к профессиональному росту, расширению аудитории, увеличению дохода и даже переходу в другие сферы медиа-индустрии. Стримеры стремятся к тому, чтобы их бренд стал узнаваемым и востребованным, что позволит им сотрудничать с рекламодателями, спонсорами и другими стримерами:

*"Я хочу именно развивать медиа, то есть личность свою популяризировать… ну попасть в какой-то так называемый шоу-бизнес", - Информант 2.*

*"Наверное, расширение своей деятельности за границы твича. Создание видео, нового контента, который будут смотреть больше людей", – Информант 3.*

Всех стримеров связывает желание профессионального роста и признания. Для них важно не только получать доход от стриминга, но и добиться успеха в профессии, стать узнаваемыми и уважаемыми членами общества. Такие стремления соответствуют концепции “персоналиата” и четко описывают “погоню за личностью” как ключевую ценность посткапиталистического общества. Стримеры, как и другие представители "персоналиата", стремятся к популярности, признанию и влиянию, используя свой образ и талант как капитал. Однако желание не всегда означает готовность к действию. Маленькие стримеры часто размыты и неконкретны в своих целях, фокусируются на привлечении аудитории и получения удовольствия от процесса.

Стремление стримеров к профессиональному росту и расширению деятельности отражает динамичный характер цифровой экономики, где границы между разными профессиями и сферами деятельности размываются, а новые технологии создают новые возможности для самореализации и заработка.

Стриминг перестает быть нишевым явлением и превращается в полноценную часть медиа-индустрии, привлекая внимание не только геймеров, но и широкой аудитории. Стримеры, в свою очередь, становятся не просто игроками или блогерами, а "медиа-личностями", которые формируют тренды, влияют на общественное мнение и создают новую культуру онлайн-взаимодействия.

В заключение, анализ специфики трудового процесса в сфере стриминга позволяет сделать вывод, что труд стримера носит социально конструируемый характер, находясь под постоянным влиянием аудитории и стримерского сообщества.

Стриминг — это не просто индивидуальная творческая деятельность, а сложный социальный процесс, в котором стример выступает как активный участник взаимодействия, постоянно адаптируясь к ожиданиям зрителей, социальным нормам и трендам, существующим в стримерском сообществе. Осознание стриминга как профессии, развитие специфических навыков и компетенций, построение личного бренда, взаимодействие с аудиторией и коллегами — все это важные этапы в профессиональном становлении стримера.

## 3.3 Теневые стороны стриминга: проблемы и риски

Несмотря на то, что многие стримеры смотрят в будущее с оптимизмом, их стремление к профессиональному росту не всегда безоблачно. В стремлении преодолеть прекарность и достичь устойчивого положения в сфере стриминга, они сталкиваются с рядом трудностей, которые тормозят их развитие. Интервью с русскоязычными стримерами на платформе Twitch выявили три ключевые проблемы, которые особенно сильно влияют на их профессионализацию: нестабильность доходов, несоизмеримость времени и отдачи, и токсичность аудитории. Необходимо подробнее рассмотреть эти вызовы, которые заставляют стримеров задумываться о своем будущем в этой сфере.

*Нестабильность доходов.* Нестабильность доходов является одной из наиболее серьезных проблем, с которой сталкиваются стримеры. Их заработок зависит от воли зрителей, которые могут быть щедрыми, а могут и не захотеть делиться своими деньгами. Как подчеркивают сами стримеры, эта непредсказуемость делает их работу похожей на игру в рулетку.

*"Заработок и стриминг – это вообще очень сомнительная вещь, пока у тебя не будет достаточно большой аудитории и онлайна, человек на 200, ты можешь заработки забыть абсолютно," – Информант 1.*

*"Отдача несоизмерима с донатами," – Информант 3.*

Эта проблема наиболее остро ощущается на ранних стадиях развития стримера. Стримеры с маленькой аудиторией, которые только начинают свой путь, больше всего полагаются на донаты, которые не только нестабильны, но и часто не покрывают даже базовые расходы.

*"То есть есть люди, к которым они сразу приходят, притягиваются. Есть наоборот, кто-то по типу меня. Вот у меня, наверное, только год назад появился человек, который мне прям очень много донатит, за что я ему очень благодарна. Но я все равно даже на это не надеюсь, потому что может получиться 150 тысяч рублей в месяц, а может 20,” – Информант 1.*

По мере роста аудитории, стримеры могут диверсифицировать свои источники доходов. Они начинают привлекать рекламодателей, налаживать сотрудничество с брендами, участвовать в различных коллаборациях, что позволяет сделать их заработок более стабильным. Однако и на этом этапе нестабильность остается, ведь контракты с рекламодателями не всегда бывают долгосрочными.

*"То есть ты должен создавать резюме прям, как по функциональной работе опять же, и рассылать его рекламодателям, потому что по большей части, даже если они ищут что то на твиче, то они смотрят сразу на рыбок побольше," – Информант 1.*

Крупные стримеры, достигнув определенного уровня популярности, менее зависимы от донатов и часто рассчитывают преимущественно на рекламу и спонсорские соглашения:

*"Я как правило не воспринимаю как заработок, потому что это очень нестабильная история. И как только ты начинаешь надеяться на донаты и полагаться на них, ты меняешь отношение к стримингу полностью," – Информант 2*

*"Я стараюсь воспринимать заработок это вот реклама, это какие-то там вот такие вещи, то есть коммерческие какие-то, да монетизации и так далее, а пожертвования не воспринимать," – Информант 2.*

Этот момент важен для понимания социальной структуры стримерского сообщества. Доходы стримеров зависит от их популярности и влияния, что создает неравенство в доходах и усугубляет проблему прекарности для стримеров с маленькой аудиторией.

*Несоизмеримость времени и отдачи.* Стриминг - это не только творчество, но и тяжелый труд, который требует значительных временных затрат. Стримеры всех категорий подчеркивают то, что их деятельность часто сопоставима с полной традиционной занятостью или даже превышает ее по продолжительности. Однако, не всегда время, вложенное в стриминг, окупается соответствующим уровнем дохода или профессионального признания.

*"Считая работой и то, что проснулась, собралась морально, накрасилась, подготовилась..." – Информант 1.*

*"Ох, ну да, стриминг - это не просто развлечение, это серьезная работа, которая требует много времени и сил. … И не ждать быстрых результатов. У меня вот, например, ушло почти два года, чтобы набрать более-менее нормальную аудиторию," – Информант 4.*

Стримеры нередко ощущают, что их усилия не соответствуют получаемой отдаче, особенно на ранних этапах развития карьеры.

*"Стриминг это вообще не про ответить кому-то. … Ну как бы, у меня просто уведомлений немного больше, чем у обычных людей, но вообще по дефолту я никому нахуй не нужна," – Информант 1.*

*"Заработок и стриминг – это вообще очень сомнительная вещь, пока у тебя не будет достаточно большой аудитории и онлайна, человек на 200, ты можешь заработки забыть абсолютно," – Информант 1.*

*"Это вообще плохо. То, сколько времени тратится на стриминг и развитие своего бренда и канала, никак не сравнимо с доходом," – Информант 3.*

Эта проблема связана с рядом причин:

1. Конкурентная среда: В сфере стриминга очень много конкуренции, и чтобы выделиться среди других, стримеру необходимо постоянно работать над своим контентом, улучшать качество трансляций, искать новые форматы.
2. Размытость границ между работой и досугом: Стримеры часто работают из дома, что может приводить к размыванию границ между рабочим временем и личной жизнью. Они нередко ощущают, что они "работают 24/7", отвечая на сообщения зрителей, поддерживая контакт в социальных сетях, и постоянно думая о своей деятельности.

*"Вообще да, дадада, то есть, это как, я не знаю, вот может у меня товарищи-бизнесмены, вот они описывают работу так, что у них нет выходных, они всегда, ну то есть там кто-то пишет, ответить, решить какой-то вопрос и так далее. И здесь похожая история, и в зависимости от того насколько ты большой, насколько ты большая медиа единица, от этого зависит количество этих самых дел которые у тебя появляются," – Информант 2.*

1. Постоянное самосовершенствование: Чтобы оставаться конкурентоспособными, стримеры вынуждены постоянно следить за новыми трендами, учиться новому, адаптироваться к изменяющимся требованиям аудитории.
2. Поиск самореализации и признания: Для многих стримеров их деятельность – это не просто работа, а способ самовыражения, творчества, поиска признания. Они инвестируют в свою деятельность много времени и усилий, стремясь завоевать уважение аудитории и добиться успеха.

Таким образом, несоизмеримость времени и отдачи может приводить к ощущению "выгорания" у стримеров. Они могут ощущать, что они "вкалывают как на заводе", но их усилия не всегда окупаются соответствующим уровнем дохода или признания. Эта проблема особенно актуальна для стримеров с небольшой аудиторией, которым необходимо вложить много времени и усилий, чтобы добиться успеха.

*"Если ты хочешь прям в этом вырасти, то тебе нужно уделять прям много времени, то есть ты должен постоянно работать над контентом, постоянно тратить по 5-6 часов стримов. Да конечно много, ты просто начинаешь этим жить и опять же субъективно, но совмещать крайне тяжело с чем-то другим," – Информант 2.*

*Токсичность аудитории.* Негативные комментарии, оскорбления, троллинг и кибербуллинг – это реальность, с которой сталкиваются многие стримеры, особенно на ранних этапах своей карьеры. Токсичность аудитории может оказывать серьезное влияние на эмоциональное состояние стримеров, подрывать их уверенность в себе и даже отпугивать от профессии.

*"Были случаи, когда люди заходили и говорили, что я некрасивая, что я какая-то не такая, отпускали язвительные комментарии в сторону моей внешности. Писали мне в чат “Я надр\*чу тебе в рот, сладкий”, “Ты жирная свиноматка”," – Информант 7.*

*"Есть много людей, которые заходят просто поднасрать в чат, но именно на моем стриме такие люди либо моментально отправляются в бан, мут, либо же автомодерация не дает им написать, что они хотят," – респондент 5.*

*"Бывает, что такие комментарии выбивают из колеи, портят настроение. Но я стараюсь не обращать внимание, просто банить таких людей и все," – Информант 4.*

Эта проблема отражает более широкую социальную проблему онлайн-агрессии и кибербуллинга, которая становится все более актуальной в современном цифровом мире.

*"Токсичность людей. Особенно да там дота какая-нибудь, кс. Очень много токсичности в сообществе," – Информант 4.*

Несмотря на то, что многие стримеры стараются не обращать внимание на негативные комментарии, они все же могут оказывать влияние на их эмоциональное состояние и психологическое здоровье. Стримеры могут развивать "эмоциональную закалку" и учиться справляться с негативом, но эта проблема остается актуальной и может отрицательно влиять на их профессиональное развитие. Токсичность аудитории является серьезной препятствием для профессионализации стримеров, особенно для тех, кто только начинает свой путь. Она может подорвать их уверенность в себе, приводить к эмоциональному выгоранию и даже заставлять их бросать свою мечту о карьере в стриминге.

Манипуляции со стороны аудитории, хоть и являются проблемой, с которой сталкиваются стримеры, оказались менее значимой по сравнению с токсичностью. Как показывает анализ интервью, стримеры в большинстве случаев не поддаются манипуляциям, четко определяя свои границы взаимодействия с аудиторией.

*"Все равно это все проходит через мой какой-то аналитический … короче нет такого, что человек написал, я сделал. Я могу услышать здравый смысл и идею из чата, но это ни в коем случае не манипулирование. … То есть ты эмоционально чувствуешь себя достаточно зрелым, чтобы тебя никто не задел за живое и не сманипулировал из чата например," – Информант 2.*

*"Ну, бывает, что зрители пытаются манипулировать. … Но я стараюсь не поддаваться. Я же все-таки стример, а не марионетка," – Информант 4.*

Стримеры осознают свои профессиональные границы и не позволяют зрителям диктовать им, что делать. Они могут использовать бан, мут или просто игнорировать манипулятивные комментарии. Несмотря на то, что манипуляции со стороны аудитории не являются главной проблемой в сфере стриминга, они все же могут создавать неприятные ситуации и отнимать время у стримеров.

*Гендерная дискриминация в стриминге.* Помимо вышеперечисленных проблем, женщины-стримеры сталкиваются с дополнительным барьером – гендерной дискриминацией. Она проявляется в различных формах, от объективации и сексуализации до снисходительного отношения и недоверия к их профессиональным навыкам, что создает неравные условия для мужчин и женщин в стримерском сообществе.

Объективация и сексуализация. Анализ интервью показал, что женщины-стримеры сталкиваются с объективацией и сексуализацией со стороны зрителей. Информант 7 (возраст не раскрывается, женщина, 1500 фолловеров) рассказывает о комментариях, которые получала, когда стримила с веб-камерой:

*"Были случаи, когда люди заходили и говорили, что я некрасивая, что я какая-то не такая, отпускали язвительные комментарии в сторону моей внешности. Писали мне в чат “Я надр\*чу тебе в рот, сладкий”, “Ты жирная свиноматка”."* – *Информант 7.*

Такое поведение зрителей не только неприятно, но и создает враждебную и небезопасную атмосферу, подрывая уверенность женщин-стримеров в себе и мешая им сосредоточиться на своей работе.

Двойные стандарты. В стриминге существуют двойные стандарты в отношении внешности и поведения мужчин и женщин. Информант 5 отмечает, что женщинам проще набрать аудиторию, особенно если они используют свою внешность, в то время как мужчинам приходится больше работать над контентом и взаимодействием с аудиторией:

*"Женщины - они нравятся многим. Женщины - это всё, это любовь" – информант 5.*

Снисходительное отношение и недооценка профессионализма. Женщины-стримеры часто сталкиваются со снисходительным отношением со стороны зрителей и коллег, которые недооценивают их профессиональные навыки и знания.

*"Аудитория доты, она не такая тактильная, она всё …хотя бы немножко токсики, хотя бы пассивно-агрессивные... Но порой эта лояльность граничит с снисходительностью “Ну ты же девушка, тебе можно что-то не понимать, что-то не уметь”. Я к такому не толерантна." – Информант 6.*

Такое отношение создает барьеры для профессионального роста женщин-стримеров, заставляя их постоянно доказывать свою компетентность.

Гендерная дискриминация в стриминге не только создает неравные условия для женщин, но и негативно влияет на развитие всей индустрии, ограничивая доступ к талантливым и перспективным специалистам. Для преодоления этой проблемы необходимы комплексные меры, включающие борьбу со стереотипами, создание систем защиты от харассмента и продвижение инклюзивной культуры в стримерском сообществе.

*Отсутствие социальных гарантий.* Несмотря на отсутствие традиционных социальных гарантий, стримеры не считают эту ситуацию особо проблемной. Они ценят свободу и независимость, которую дает им работа на себя. Стримеры не хотят ограничивать себя жесткими рамками и нормами, которые могут быть связаны с формальной занятостью. Они не стремятся к "стабильности" в традиционном смысле этого слова, осознавая, что она может повлечь за собой потерю свободы и независимости.

*"Какие льготы? Какие больничные? Ты на себя работаешь." – Информант 1.*

*"Мы же работаем на себя, я думаю, что не надо. Типо это твоя ответственность, если ты заболел, значит не стримь пару дней. … Мне кажется, что стриминг должен оставаться индивидуальным, вот такие агентства, о которых ты сказала, это дичь." – Информант 3.*

*"А если начинать разрабатывать для стримеров какие-то льготы и гарантии, то это приведет к тому, что стриминг перестанет быть свободной и независимой деятельностью. Появятся какие-то правила, ограничения, контроль. И это уже будет совсем другая история." – Информант 4.*

Однако стоит учитывать, что отсутствие социальных гарантий может создавать определенные риски для стримеров, особенно для тех, кто только начинает свой путь. Им может быть сложно справляться с нестабильными доходами, отсутствием медицинской страховки и другими проблемами.

Негативное восприятие стриминга в обществе является проявлением социальной стигматизации новых профессий, которые часто воспринимаются как несерьезные и нестабильные. Это отражает недостаточное понимание специфики цифровой экономики и ее влияния на рынок труда.

Развитие стриминга как новой формы медиа и профессиональной сферы можно рассматривать как процесс институционализации.

Стриминг постепенно приобретает черты социального института со своими нормами, ценностями, практиками, социальными ролями и структурой. Формирование профессионального сообщества стримеров, разработка этических кодексов, появление профессиональных объединений и образовательных программ – все это свидетельствует о процессе институционализации стриминга. Этот процесс отражает более широкие социальные изменения, связанные с цифровизацией общества и трансформацией сферы труда. Новые технологии создают новые профессии и формы занятости, которые требуют социологического осмысления и регулирования.

Развитие стриминга, как показало исследование, не только формирует новую профессию и цифровую индустрию, но и оказывает значительное влияние на различные сферы общественной жизни, преобразуя формы досуга, коммуникации и медиа-ландшафта в целом.

Стриминг предоставляет новые возможности для проведения досуга и получения развлечений. Зрители могут наблюдать за игровым процессом, слушать музыку, общаться с другими людьми и участвовать в интерактивных мероприятиях, не выходя из дома. Это способствует индивидуализации досуга, позволяя каждому выбирать контент и формат взаимодействия в соответствии со своими интересами и предпочтениями. Стриминг также влияет на формирование новых социальных связей и сообществ. Зрители объединяются вокруг общих интересов, формируя онлайн-комьюнити и участвуя в коллективном просмотре и обсуждении контента. Это может способствовать укреплению социальной солидарности и предоставлять людям возможность найти единомышленников и чувство принадлежности.

Стриминг становится серьезным конкурентом традиционным медиа (телевидение, радио), предоставляя аудитории более интерактивный и персонализированный контент. Стримеры все чаще выступают в роли “лидеров мнений” и инфлюенсеров, формируя общественное мнение и влияя на потребительские предпочтения. Это создает новые вызовы для традиционных медиа, которые вынуждены адаптироваться к изменяющимся условиям и искать новые способы взаимодействия с аудиторией.

Стриминг формирует новые формы коммуникации и социального взаимодействия, основанные на прямой трансляции и интерактивном общении. Зрители могут общаться со стримерами и друг с другом в реальном времени, участвовать в опросах и голосованиях, делиться своим мнением и эмоциями. Это способствует демократизации коммуникации, предоставляя каждому возможность высказаться и быть услышанным. Однако стриминг также несет в себе риски, связанные с распространением недостоверной информации, хейт-спича и кибербуллинга.

Изучение социальных последствий стриминга является важной задачей для социологии, которая позволяет оценить влияние этого феномена на общественную жизнь и предложить рекомендации для его регулирования и развития.

# **Заключение**

Данное исследование, посвященное профессионализации стримеров в условиях развития новых видов цифровой занятости, проливает свет на этот быстро развивающийся феномен. Работа, опираясь на теоретические концепции прекариата, персоналиата и профессиональной идентичности, а также на эмпирические данные, полученные в ходе интервью с русскоязычными стримерами Twitch, позволяет сделать ряд выводов.

Стриминг на Twitch, с одной стороны, демонстрирует признаки прекарного труда: нестабильные доходы, отсутствие социальных гарантий, размытые границы между работой и личной жизнью, постоянное давление необходимости быть "на связи".

С другой стороны, стриминг является ярким примером "персоналиата": стримеры строят личный бренд, борются за внимание аудитории, используя свой образ и талант как капитал. Они активно взаимодействуют с "имперсоналиатом" - своей аудиторией, формируя вокруг себя сообщества и влияя на общественное мнение.

Концепция профессиональной идентичности позволяет глубже понять, как стримеры воспринимают свою деятельность: от хобби до серьезной профессии, требующей разнообразных навыков (hard skills и soft skills). Формирование профессиональной идентичности стримера - это динамичный процесс, взаимодействие между самовосприятием и общественным восприятием, определяемое социальными нормами, ожиданиями аудитории и конкурентной средой.

Стримерское сообщество, выступая платформой для обмена опытом и взаимной поддержки, оказывает значительное влияние на формирование профессиональной идентичности стримеров. Однако стремительное развитие стриминга создает ряд проблем: нестабильность доходов, отсутствие социальных гарантий, токсичность аудитории и негативное восприятие профессии в обществе.

В целом, профессионализация стримеров - это сложный и противоречивый процесс, определяемый как факторами прекарности, так и тенденциями персоналиата. Важно отметить, что стриминг не только формирует новую профессию и цифровую индустрию, но и оказывает значительное влияние на различные сферы общественной жизни, преобразуя формы досуга, коммуникации и медиа-ландшафта в целом.

Результаты исследования открывают перспективы для дальнейших социологических исследований в этой области. Необходимо более глубокое изучение социальных последствий развития стриминга, его влияния на традиционные медиа, рынок труда и социальные отношения. Актуальным направлением исследований является анализ этических и правовых аспектов стриминга, формирование ответственного отношения к контенту и защита прав стримеров.

Изучение стриминга как нового социального феномена позволяет лучше понять трансформацию современного общества под влиянием цифровых технологий и формирование новых форм труда, досуга и коммуникации. Данное исследование – лишь первый шаг в этом направлении.

# **Список использованной литературы**

1. Абдыкапас Л.. ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ // ВКР РУДН // Москва 2021. URL: https://nauchkor.ru/uploads/documents/60e9af9be4dde500016d2bc6.pdf (дата обращения: 23.05.2023)
2. Ангеловский А. А. Профессионализация личности. Социальные агенты первичной и вторичной профессионализации //Сибирский педагогический журнал. – 2011. – №. 7. – С. 70-80. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/professionalizatsiya-lichnosti-sotsialnye-agenty-pervichnoy-i-vtorichnoy-professionalizatsii (дата обращения: 10.03.2024).
3. Вартанова Е. Л. и др. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. – 2017.
4. Гарматин А. А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования //Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – №. 2. – С. 121-133. (дата обращения: 21.05.2023)
5. Davydov, D. A. (2021). Посткапитализм и рождение персоналиата. Россия: RIPOL klassik.
6. Евич Л. Н., Минюк К. К. Проблемы развития стриминга в современной России //Актуальные проблемы науки и техники. 2017. – 2017. – С. 135-136. (дата обращения: 22.05.2023)
7. Киреев П. С. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве. – 2010
8. Павелкина Л. С. Влияние СМИ и рекламы на формирование гендерных моделей поведения //Коммуникативные исследования. – 2014. – №. 2. – С. 159-165. // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-smi-i-reklamy-na-formirovanie-gendernyh-modeley-povedeniya (дата обращения: 14.02.2024).
9. Практики анализа качественных данных в социальных науках [Текст] : учеб. пособие / отв. ред. Е. В. Полухина ; Нац. исслед. ун-т«Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономи-ки, 2023. — 383, [1] с. — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-2542-5 (в обл.). —ISBN 978-5-7598-2497-8 (e-book (дата обращения: 07.05.2024).
10. Проблемы философии культуры. Вып. 2 [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии ; Отв. ред. С.А. Никольский. – М. : ИФРАН, 2014. – 207 с. ; 20 см. – Библиогр. в примеч. – 500 экз. – ISBN 978-5-9540-0275-1.
11. Руднева Е. Н. Професиональная идентичность-основа становления профессионала //Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2007. – №. 2. – С. 72-79. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/profesionalnaya-identichnost-osnova-stanovleniya-professionala (дата обращения: 16.03.2024).
12. Семенов, Н. С. Стриминг и информационные отношения / Н. С. Семенов, С. Р. Семенов // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2021. – Т. 21, № 11. – С. 76-82. – EDN HTXWMD. (дата обращения: 19.05.2023)
13. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. – Ad Marginem, 2014.
14. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность: структура, генезис и условия становления : дис. – М. : спец. 19.00. 13 «Психология развития, акмеология»/ЛБ Шнейдер, 2001. (дата обращения: 14.02.2024).
15. Якоба И. А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития // iPolytech Journal. – 2013. – №. 1 (72). – С. 303-309. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gender-v-internet-kommunikatsii-dinamika-razvitiya (дата обращения: 14.02.2024).
16. Grandey A. A. When “the show must go on”: Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery //Academy of management Journal. – 2003. – Т. 46. – №. 1. – С. 86-96. (дата обращения 23.11.2023)
17. [Yosilewitz](https://medium.com/@adam_vaultboy?source=post_page-----c3f2b2240318--------------------------------) A., StreamElements Analysis on Twitch Bullying. URL: [https://blog.streamelements.com/streamelements-analysis-on-twitch- bullying-c3f2b2240318](https://blog.streamelements.com/streamelements-analysis-on-twitch-bullying-c3f2b2240318) (дата обращения 24.02.2024)
18. Fabiani A., Here are the top Twitch streamers per country and how much they earn per video. (2023) URL: <https://screenshot-media.com/culture/internet-culture/top-twitch-streamers/> (дата обращения 24.02.2024)
19. Brinkerhoff J. M. Digital diasporas: Identity and transnational engagement. – Cambridge University Press, 2009.
20. Burroughs B., Rama P. The eSports Trojan horse: Twitch and streaming futures //Journal For Virtual Worlds Research. – 2015. – Т. 8. – №. 2. (дата обращения 24.02.2024)
21. Geiger R. S., Lampinen A. Old against new, or a coming of age? Broadcasting in an era of electronic media //Journal of Broadcasting & Electronic Media. – 2014. – Т. 58. – №. 3. – С. 333-341. (дата обращения: 20.05.2023)
22. Hochschild A. R. The managed heart. Berkeley. – 1983.
23. Jankowski N. Jan van Dijk, The Network Society. Social Aspects of New Media (1999, Sage) //COMMUNICATIONS-SANKT AUGUSTIN THEN BERLIN-. – 2000. – Т. 25. – №. 4. – С. 442-444.(дата обращения: 23.05.2023)
24. Tang J., International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 13, No. 4, August 2023 URL: <https://www.ijssh.org/uploadfile/vol13/1156-BH4016.pdf> (дата обращения: 22.05.2023)
25. Johnson M. R., Woodcock J. Fighting games and go: exploring the aesthetics of play in professional gaming // Thesis Eleven. – 2017. – Т. 138. – №. 1. – С. 26-45. (дата обращения 24.02.2024)
26. Butler J. Gender trouble: Feminism and the subversion of identity GT //Political Theory. – 2005. – Т. 4. – №. 4. – С. 4-24. (дата обращения 16.03.2024)
27. Lazzarato M. Immaterial labor // Radical thought in Italy: A potential politics. – 1996. – Т. 1996. – С. 133-47. (дата обращения 24.02.2024)
28. Lin Y., Yao D., Chen X. Happiness begets money: Emotion and engagement in live streaming // Journal of Marketing Research. – 2021. – Т. 58. – №. 3. – С. 417-438. (дата обращения 05.02.2024)
29. Maasø A., Spilker H. S. The streaming paradox: Untangling the hybrid gatekeeping mechanisms of music streaming //Popular Music and Society. – 2022. – Т. 45. – №. 3. – С. 300-316. (дата обращения: 21.05.2023)
30. Peters B. And lead us not into thinking the new is new: a bibliographic case for new media history //New Media & Society. – 2009. – Т. 11. – №. 1-2. – С. 13-30. (дата обращения: 21.05.2023)
31. Senft T. Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks (Digital Formations). New York: Peter Lang Publishing, Inc. 2008
32. Sjöblom M., Hamari J. Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users // Computers in human behavior. – 2017. – Т. 75. – С. 985-996. (дата обращения: 22.05.2023)
33. Smith T., Obrist M., Wright P. Live-streaming changes the (video) game // Proceedings of the 11th european conference on Interactive TV and video. – 2013. – С. 131-138.(дата обращения: 23.05.2023)
34. StreamCharts. Biggest Channels by Followers. URL: <https://streamscharts.com/top-channels> (дата обращения 24.02.2024)
35. StreamersBase.ru Рейтинг Twitch стримеров по подписчикам. URL: <https://streamersbase.ru/streamers> (дата обращения 24.02.2024)
36. StreamScheme. Twitch Demographic & Growth Statistics [2023 Updated]. URL: <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/> (дата обращения 24.02.2024)
37. Twitch Creator Camp. Rules. Монетизация контента. URL: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/ru-ru/paths/monetize-your-content/sponsorships/> (дата обращения: 20.05.2023)
38. Twitch.tv. About. URL: <https://www.twitch.tv/p/ru-ru/about/> (дата обращения 24.02.2024)
39. TwitchTracker. TWITCH STREAMERS WITH THE MOST FOLLOWERS. Japanese. URL: <https://twitchtracker.com/channels/most-followers/finnish> (дата обращения 24.02.2024)
40. TwitchTracker. TWITCH STREAMERS WITH THE MOST FOLLOWERS. URL: <https://twitchtracker.com/channels/most-followers/finnish> (дата обращения 24.02.2024)
41. Twitch.tv global visitors 2023, by gender. (2024) URL: <https://www.statista.com/statistics/633937/twitch-user-gender-worldwide/#:~:text=As%20of%20December%202023%2C%20more,for%20video%20gaming%20live%20streams>. (дата обращения 24.02.2024)
42. Twitch Demographic & Growth Statistics [2023 Updated] URL: <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/> (дата обращения 24.02.2024)
43. Terranova T. Free labor: producing culture for the digital economy, in «Social Text», 63. – 2000. (дата обращения 24.02.2024)
44. Van Ruler B. Communication theory: An underrated pillar on which strategic communication rests // Future directions of strategic communication. – Routledge, 2020. – С. 39-53.(дата обращения 05.02.2024)
45. Wohn D. Y., Freeman G., McLaughlin C. Explaining viewers' emotional, instrumental, and financial support provision for live streamers // Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems. – 2018. – С. 1-13. (дата обращения: 22.05.2023)
46. Woodcock J. Woodcock, J. and Johnson, MR (2018)‘Gamification: What it is, and how to fight it’, The Sociological Review, 66 (3): 542-558. Introduction ‘A concept is a brick. It can be used to build a courthouse of reason. Or it can be thrown through the window.’Massumi in Deleuze and Guattari (1987: xii). (дата обращения 24.02.2024)
47. Woodcock J., Johnson M. R. Live streamers on Twitch. tv as social media influencers: Chances and challenges for strategic communication // Social media influencers in strategic communication. – Routledge, 2021. – С. 88-102. (дата обращения 24.02.2024)

# **Приложение 1**

Гайд интервью

*Преамбула*: Привет! Меня зовут Женя, я студентка 4 курса Санкт-Петербургского государственного университета, факультета социология и кафедра социологии культуры и коммуникации. В рамках своей выпускной квалификационной работы я исследую стримеров на платформе Twitch. Все, что Вы расскажете, будет использоваться внутри научного сообщества. Если Вы разрешите мне записать наш разговор на диктофон, то данная запись будет использоваться только мной для анализа. Любые идентифицирующие данные будут заменены на псевдонимы. Для начала, как я могу к Вам обращаться?

1. *Вводный раздел (принцип воронки: от общего к частному)*

* Общие сведения об информанте, возраст, уровень образования, как давно интервьюируемый занимается стримингом в целом и на Twitch.
* Сегодня мы рассмотрим текущее состояние стриминга на Twitch. Как известно, некоторые виды деятельности со временем развиваются, особенно цифровые, переходя из хобби в полноценные профессии. По Вашему мнению, можно ли считать стриминг профессией в наше время? (Если нет, то почему?) Прежде чем мы углубимся в особенности Вашего опыта стриминга, можете поделиться своим общим взглядом на эволюцию стриминга за последние несколько лет?

1. *Контекстуализирующие вопросы*

* Вспомните, как Вы впервые начали заниматься стримингом? Что натолкнуло Вас на этот шаг? Изменились ли Ваши мотивации стримить?
* Можете сравнить, как Вы ощущали себя вначале в сфере стриминга с тем, как Вы чувствуете себя в ней сейчас?
* Что Вам особенно нравится в стриминге, как деятельности?
* Как часто Вы стримите на Twitch? Сколько времени у Вас занимает это занятие?
* Какие категории выбираете чаще всего?

1. *Восприятие профессионализма*

* Можете ли Вы себя назвать профессиональным стримером? Если нет, то почему, что мешает Вам?
* Какие ключевые элементы, особенности деятельности или поведения отличают профессиональных стримеров от любителей?
* Можете ли Вы вспомнить моменты, когда ваша стримерская деятельность резко изменилась? Стала более профессиональной? Это происходило постепенно? Какие у этого были причины?

1. *Восприятие стриминга как работы*

* В какой степени Вы воспринимаете стриминг как “настоящую работу (труд/занятость)”? Каковы сходства и различия между стримингом и традиционной работой?
* Стриминг часто требует долгих часов и постоянного взаимодействия с аудиторией. Что Вы можете сказать по поводу времени, которые необходимо тратить на стриминг, чтобы была отдача (успех, заработок итп)? Как Вы справляетесь с требованиями этой “всегда на связи” рабочей культурой?
* В настоящее время стримеры зачастую лишены традиционных льгот и социальных гарантий (например, оплаты больничного). Считаете ли Вы, что для стриминговой индустрии важно разработать более надежные системы поддержки и защиты?
* Забегая вперед, видите ли Вы в будущем стриминг как формализованный и регулируемый как, например, деятельность артистов, журналистов? И нужно ли это вообще?

1. *Монетизация и бренд*

* Насколько стриминг для Вас материален? Является ли стриминг для Вас основным источником дохода? Если нет, то как Вы еще зарабатываете?
* Сколько средств приходится вкладывать в стриминг по сравнению с тем, что он дает?
* Чувствуете ли Вы необходимость отдавать приоритет определенным типам контента или стратегиям монетизации, чтобы увеличить свой доход? Это мешает Вам делать то, что Вам нравится?
* Считаете ли Вы, что создание сильного бренда необходимо для финансового успеха стримера?
* Как Вы видите свой бренд, свою аутентичность?
* Чувствуете ли Вы давление, связанное с необходимостью представить на стримах определенный образ или личность?
* Образ, представляемый в Интернете, Вы рассматриваете как продолжение вашей реальной личности или как сценическую маску?
* Считаете ли Вы, что стримеры обязаны быть примером для своей аудитории? Как эта ответственность влияет на Вашу личность и поведение на стримах?

1. *Отношения с аудиторией*

* Как бы Вы кратко описали свои отношения с аудиторией?
* Как Вы видите свою целевую аудиторию?
* Насколько поведение Вашей аудитории во время стримов влияет на Ваше эмоциональное состояние? Может ли оно повлиять на вашу дальнейшую деятельность в перспективе?
* Какую роль предпочтения аудитории играют в формировании ваших стратегий развития как профессионала?
* Насколько участники чата Вашего канала могут манипулировать вами? Например, подталкивать делать что-то и тп.
* Считаете ли Вы, что построение прочных отношения со своей аудиторией необходимо для профессионализации стримера?

1. *Участие в стримерских ассоциациях*

* Есть ли у Вас близкие друзья или знакомые-стримеры?
* Как взаимодействие, дружба с другими стримерами влияет на вашу жизнь? На вашу деятельность?
* Принадлежность к стримерскому сообществу заставляет чувствовать Вас более профессионалом?

1. *Перспективы профессионализации личности*

* Забегая вперед, какие конкретные шаги или действия, по Вашему мнению, еще больше повысят Ваш профессионализм как стримера?
* Какие качества личности важны для стримера (soft skills)? Какие навыки важны (hard skills)?
* Что бы Вы могли посоветовать тем, кто хотел бы профессионально стримить?
* Каковы Ваши долгосрочные цели как профессионального стримера? Чего Вы хотите достичь в своей карьере и какое наследие Вы хотите оставить в стриминговом сообществе?
* Каковы, по Вашему мнению, самые большие проблемы, с которыми столкнется или уже сталкивается сфера стриминга?

1. *Заключение*

*На этом наше интервью подошло к концу. Спасибо огромное за участие!*

# **Приложение 2**

Список информантов:

Информант 1 – 21 год, женщина, 3 тыс. фолловеров, категории: Valorant, Overwatch 2, Общение.

Информант 2 – 23 года, мужчина, 81.8 тыс. фолловеров, категории: Genshin Impact, Dota 2, Honkai Star Reil, Общение.

Информант 3 – 22 года, женщина, 5 тыс. фолловеров, категории: Valorant, Genshin Impact, Honkai Star Rail, Общение.

Информант 4 – 25 лет, мужчина, 10 тыс. фолловеров, категории: Genshin Impact, Dota 2, хоррор-игры.

Информант 5 – 19 лет, женщина, на старом канале около 1000 фолловеров, на новом – 200 фолловеров, категории: Genshin Impact, Tiny Bunny, Minecraft.

Информант 6 – 26 лет, женщина, 4 тыс. фолловеров, категории: Dead By Daylight, Genshin Impact, Dota 2, Honkai Star Rail, Minecraft, Общение.

Информант 7 – возраст не раскрывается, женщина, 1500 фолловеров, категории: Sims 4, Genshin Impact, Valorant, Dead By Daylight, Honkai Star Rail.

Е – Евгения, И – Информант. В чате до начала интервью договорились об обращении на “ты”.

Транскрипт наиболее информативного интервью

Е: привет (-) настроение в порядке надеюсь

И: привет (-) да (-) вроде да в целом окей

Е: ну хорошо (.) так (-) я в принципе уже говорила примерно о том что мы будем обсуждать но (-) в принципе вопросы несложные (-) они такие (-) более-менее понятные (.) в целом отвечай как хочешь (.) вообще не парься по поводу своих ответов (.) вот прямо все что тебе кажется нужным или ненужным говори

И: да /смеясь/ хорошо

Е: окей (-) тогда начнем с того что меня зовут женя (-) ты уже знаешь (-) я студентка 4-го курса санкт-петербургского государственного университета факультета социологии и кафедры социологии культуры и коммуникации (.) в рамках своей выпускной работы я исследую стримеров на платформе twitch (.) все что ты скажешь будет использоваться внутри научного сообщества (.) и (-) с твоего разрешения наш разговор записывается на диктофон (.) любые идентифицирующие данные будут заменены на псевдонимы (-) если ты того желаешь (-) все хорошо

(2.0)

И: да (-) думаю все окей

(1.5)

Е: хорошо (.) а по поводу псевдонимов (-) как ты к этому относишься

И: ну а что ты имеешь в виду (-) что нужно заменять

Е: ну смотри (-) да твое имя (.) имя твоего канала там те стримеры возможно друзья твои о которых ты будешь говорить потому что (-) возможно (-) ты не хочешь чтобы какая-то информация была

(2.0)

И: я понял (.) да не:ет не надо думаю ничего менять (.) то есть все что я буду говорить (-) думаю это не секрет (-) может я это обычно на стримах рассказываю (-) так что я это не скрываю

Е: ну хорошо (-) тогда давай начнем (.) расскажи пожалуйста сколько тебе лет и есть ли у тебя какое-то образование

И: мне 23 года (.) образования к сожалению нет (.) я учился на высшем (-) на правоведении (-) юридическом (-) но я бросил на первом курсе

Е: /мгм/ а как давно ты занимаешься конкретно стримингом на твиче

(1.0)

И: честно сказать (-) прям 100% дату не назову потому что это было периодами (2.0) наверное первый стрим я:я провел в 2016 году (-) когда мне было 16 лет (1.0) то есть грубо говоря то это 8 лет получается (.) но тогда я это когда только начинал активно (1.0) я прям активно этим не занимался (.) потом был период прям активно шло там целый год (1.0) пото:ом когда вот этот момент поступления там я подзабрашивал (-) потому что были трудные периоды жизни (1.0) было тяжело стримить (.) ну если брать такой полноценный старт (-) назовем это карьерой в кавычках /смеясь/ то это 2020 год (-) конец 2020 года когда вот собственно пошла вот эта вся история у меня с youtube

Е: а можно ли сказать что послужил э:э карантин какому-то твоему всплеску идей и деятельности

И: м:м нет (.) конкретно на меня это никак не сказалось (-) у меня тут в беларуси конечно немножко другая была обстановка (-) и я как бы на себе это не ощущал конкретно в то время (1.0) но можно сказать что:о наверное это послужило тем что люди сидели дома и у них было больше интереса к различным играм (2.0) и так все срослось удачно что вот этот геншин импакт вышел (-) что у людей появился к этой игре резкий интерес (--) что люди массово у нас в регионе смотрели контент и возможно это как-то действительно (-) вот это стечение обстоятельств сыграло мне на руку в моменте (.) но лично на меня это никак не повлияло

Е: /мгм/ по твоему мнению (-) в наше время можно ли считать стриминг полноценной профессией

И: стриминг (-) блогерство (-) в общем-то много где уже приравнивается к обычной работе (1.0) возможно есть какие-то налоговые законодательные условности которые еще не везде до конца прописаны (1.0) но в общем-то если говорить (-) например (-) за место где я проживаю (-) здесь мы (-) как блогеры (-) они как бы (1.0) есть конкретный регламент (-) указание не знаю как правильно назвать (.) ну это наверное все-таки законы (-) но (-) в общем я как полноценный работник (1.) ну ладно (-) не совсем работник (-) тут я как бы (-) я ж не индивидуальный предприниматель (.) но деятельность она абсолютна легализована и считается (-) то есть ты с нее платишь налоги (.) это все известно на высоком уровне (.) поэтому да (-) стриминг и блогинг можно считать работой (.) это современный телевизор (-) то есть люди раньше включали телек на фоне послушать (-) сейчас включают ютуб грубо говоря (-) просто происходит постепенное замещение (1.0) рано или поздно (-) такое оценочное суждение /улыбаясь/ рано или поздно телевидения как такового уже не будет нужно потому что оно преобразится (-) и телевидение будет просто грубо говоря вот на видео хостингах в интернете и (-) поколение (-) вот мое может там около того и тем более дальше уже будут использовать это как в прошлом ТВ (.) поэтому даже сейчас где-то может к этому относятся пренебрежительно (-) но это даже редкость на самом деле (.) много уже (-) даже наши родители (-) они постоянно смотрят youtube (-) они прекрасно понимают что это и как это работает (.) поэтому я думаю да (-) уже на данном этапе можно говорить (-) что это полноценная профессия и работе (.) так же как и какой-нибудь телеведущий в зависимости (-) конечно (-) от того что ты делаешь (-) тут просто больше разнообразия

Е: а:а вот ты сказал что примерно 8 лет назад ты в первый раз постримил (.) вот можешь может быть такой взгляд представить на то как изменился стриминг в целом (.) как изменилось отношение к нему за это время это же прям заметно что типа люди там 5-6 лет назад (-) они такие что стример что это такое

И: ну:у опять же вопрос (1.0) если говорить про более старшее поколение то безусловно за это время произошло преображение что все понимают как минимум что это из себя представляет (.) то есть (-) нет такого (-) наверное в редких случаях (-) но все-таки если ты скажешь родителям что-то вот youtube там (-) видео твич (-) они поймут потому что они сами это смотрят (.) то есть если мы говорим про более старшее то 100% произошло преображение (.) если мы говорим про наше поколение больше то скорее и так и так это воспринимали как-то уже более серьезно (.) скорее изменилось то что это действительно больше стало походить на какую-то работу и выросла многократно конкуренция из-за чего (2.0) не знаю даже как правильно мысль свою выразить в этом контексте (.) из-за чего раньше это воспринималось как какое-то отдельное творчество (-) и блогеры и стримеры это были некие творческие единицы (-) личности конкретные (.) сейчас зачастую (-) особенно если мы говорим про youtube (-) если мы немножко за контекст стримов уйдем (-) то зачастую ты обезличен то есть ты это твой контент (.) вот что произошло мне кажется в первую очередь именно если говорить про за это время с более молодыми ребятами (-) особенно вот тикток да (-) то есть как бы это тому показатель как быстро (-) грубо говоря (-) тикток мемы тикток герои (-) они появляются и также быстро исчезают (.) вот это говорит о том что это перестало быть чем-то личным (.) то есть это все обезличенная жвачка во многом (.) и буквально по пальцам одной руки можно пересчитать людей которые там за последнее время каким-то чудным образом смогли закрепиться именно как личности в медиапространстве здесь (.) таких (-) если мы уже переходим на стримы (-) таких действительно единицы (.) вот (.)

Е: /мгм/ интересно (.) а что тебя натолкнуло вообще на твой первый стрим (.) или можешь рассказать что натолкнуло на активные стримы в 2020 году

(1.0)

И: вообще изначально я просто с раннего возраста (-) получается с 14-ти лет активно начал смотреть стримы (-) я начал играть в онлайновые компьютерные игры (.) и в связи с этим появилась какая-то социалка (-) я пошел искать там что еще можно у людей посмотреть (.) я уже знал про youtube и постепенно познакомился с таким понятием как стрим и как твич вообще как платформа (.) тогда это очень давно было (-) это вообще другая платформа даже в какой-то степени была (.) тогда была буквально пара каких-то человек которые стримили (.) ну как пару (-) ну их было сравнительно сильно меньше чем сейчас (.) тогда это было действительно чем-то уникальным (.) и в 2014 году да я играя в онлайн-игры стал смотреть различных стримеров по этим играм (.) и вот в общем-то нашел для себя каких-то людей которые стали для меня таким неким примером (.) хотя изначально мои цели отличались (.) сначала я все-таки больше стремился именно профессионально играть (-) как в киберспорт (.) но со временем=со временем это немножко ушло с пониманием какой-то своей жизни и целей и так далее (.) больше вот ушел в сторону медиа (.) если говорить про 2020 год то:о (2.0) короче если заканчивать прошлую тему то другие люди другие стримеры стали мне примером что вот такую деятельность можно вести (-) что на этом можно жить и зарабатывать (.) а в 2020-м (1.0) еще раз можно повторить конкретно про 2020-й

Е: а:а сейчас секунду (.) что натолкнуло на активную деятельность в 2020-м

И: это была больше случайность (-) наверное удачное стечение обстоятельств (.) то есть был тяжелый период когда нужно было выбиратб (-) либо я дальше пытаюсь как-то развиваться в этом всем но простаивая без особого заработка и так далее (-) либо я там в виу всего продолжаю учиться и всю эту идею забрасываю (.) и в моменте просто как-то мы с товарищем (1.0) ну у нас была плотная коммуникация он мне помогал с первыми шагами вот в этом направлении именно в направлении ютуба и он меня там учил монтировать и так далее (.) и в общем-то благодаря этому я начал активно делать ролики (-) ролики начали просматривать (-) аудитория приходила (-) людей становилось больше (-) медиа развивались (.) естественно с этим всем приходит активный стриминг потому что ну как бы ты либо просто делаешь контент и ведешь бусти (-) либо ты делаешь контент и стримишь (.) по сути стриминг это такой (-) короче для меня (-) типо если у тебя есть стримы то тебя не нужно бусти да (-) тебя там поддерживают (.) ну и так как я был заранее знаком с этим форматов я как бы сразу понимал (-) о у меня есть аудитория мои ролики смотрят почему бы просто ну (-) не начать стримить (.) потому что зрители уже будут (.) потому что раньше ты был маленьким стримером (-) тебя там смотрело ну 20-30 иногда больше человек совсем (-) периодами вообще не смотрело (.) вот (.) а тут опа нифига себе сколько аудитории ип очему бы не вернуться к этому всему более активно (.) вот

Е: /мгм/ вот ты упомянул про то что изменились жизненные цели понимание жизни и того что ты хочешь делать (.) можешь сравнить как ты ощущал себя в начале того как ты начал стримить и как ты чувствуешь себя сейчас в этой сфере (.)

И: ну нужно понимать что я начинал в очень раннем возрасте (-) поэтому здраво оценить это не могу в силу того что я грубо говоря (-) ну (-) можно сказать был другим человеком потому что мне было всего 16 лет (.) и то как я себя считал я себя ощущал как неуверенный 16-летний подросток (.) я много чего не знал многого не понимал (-) не знал вообще (1.0) я с этим просто знакомился и в силу внешних каких-то факторов это тоже на меня давило и мешало мне как-то полноценно это всё постигать (.) а со временем просто я взрослел менялся и в первую очередь повышалась насмотренность подобного контента (-) понимание позиционирование себя в этом (.) то есть грубо говоря ну (-) это все в совокупности со взрослением (.) затем я по повышению насмотренности то есть каких-то /неразборчиво/ можно заимствовать например понимая что аудитории нравится (-) при этом совмещая это с собой как личностью (-) и получается вот такой вот как бы (1.0) и не назову это медиаобразом потому что это все еще я но это компиляций всего того что у меня (1.0) я видела да и я это превратил как бы вот в свой стрим (.) вот такого рода (.) все-таки главное это вот именно что (-) разные периоды жизни то есть разный возраст то есть совершенно (-) ну и опыт (.) опыт ведения медиадеятельности (.) очень много вот со временем ты про это узнаешь и возможно по-другому начинаешь на все это смотреть

Е: а что тебе сейчас особенно нравится в стриминге (.) вот как в деятельности там общение с людьми:и или то что ты играешь или (-) не знаю (-) то что тебя любят

И: лично для меня (-) я человек такой ну (-) я не скажу что:о (1.0) ну скажем я социальный интроверт /смеясь/ если можно такой вообще термин использовать (.) я люблю коммуникацию с людьми люблю делиться мнениями получать какое-то внимание и знакомства и так далее но в очень ограниченном количестве (.) то есть я допустим если выхожу куда-то с товарищами посидеть спустя какое-то время очень сильно социально выматываюсь (-) и мне хочется сделать передышку (.) и:и но при этом полностью абстрагироваться от социума в таком плане я не могу хотя мне комфортно зачастую очень долго находиться в одиночестве (.) и стримы стали для меня такой некой отдушиной потому что они дают мне все то что я хочу себе в социальном плане ну и в материальном в принципе тоже параллельно с этим (.) во:от и как бы от стримов я получаю (-) допустим 3-4 часа 5 часов общения понимаю что устал хочу там побыть один помолчать (-) опа выключил стрим (-) никто ну то есть мне не нужно там с людьми прощаться типо вот я пошел куда-то поехал (.) я это все делаю из дома в комфортных для себя условиях (.) наверное в первую очередь стриминг для меня это вот социальное взаимодействие (.) это в первую (.) во вторую это естественно вот как источник заработка на том что мне нравится (.) то есть (-) мало того что я выполняю какие-то свои (-) ну (-) восполняю какие-то свои недостатки своей жизни таким образом да (-) так я еще и на этом зарабатываю так это вообще вдвойне приятно (1.0) поэтому наверное это основной момент (.) ну там есть конечно могу эту тему дальше развить по второстепенным (-) но я думаю основной это вот этот

Е: /мгм/ как часто ты стримишь на твич и какие категории (.) ну понятно что геншин (-) но расскажи чуть больше

И: ну:у у меня нет конкретного расписания потому что я не являюсь исключительно стримером или исключительно ютуб-блогером (-) как это говорится и так далее (.) у меня очень разные де- (1.0) ну то есть я (-) деятельность не ограничивается чем-то одним (-) соответственно нужно уделять время и внимание как-то равномерно всему (.) иногда нужно где-то там побольше на youtube поработать (-) иногда больше постримить (.) поэтому сколько конкретно стримлю сказать не могу если играть там вот по времени по дням (.) я могу просто назвать свой дефолтный классический стрим (.) это примерно от трех до шести часов (.) в основном это категории игр от hoyoverse (.) геншин импакт хср (-) в будущем еще одна новая их игра (.) но также это и раздел общения и вот какие-то другие игры по ситуации (.) вот так вот (.) то есть это просто как (-) ну то есть как основное это вот я назвал а второстепенно все остальное да (-) это я уже по желанию ситуативно короче

Е: возвращаясь к профессионализму (-) можешь ли ты полноценно себя назвать вот я полноценный профессиональный стример (.) сказать так

(2.0)

И: м:м нет (-) абсолютно нет (-) потому что во-первых нет критерий оценки профессионализма в этой сфере (.) это очень субъективно (.) то есть я не знаю конечно какой пример привести более понятно но (1.0) условно (-) мы наверное можем придать какие-то критерии хорошего телеведущего (-) но мне кажется конечную оценку выдает зритель потому что от зрительского внимания зависит то насколько этот телеведущий популярный (.) возможно как бы профессионально он не подходил к своей работе его не будут смотреть по тем или иным причинам (.) и:и тогда уже вопрос а насколько объективно это понятие профессионализма извините (.) мне кажется здесь в первую очередь (-) да здесь короче нет объективного (-) я не могу назначить себя профессионалом (.) это все строится на зрительских чувствах восприятии и ощущениях (.) то есть насколько твой типаж личности твой стиль подачи контента соответствует массовому (1.0) так скажем резонирует с массовым зрителем то есть как много людей твоя личность может к себе привлечь (.) и вот от этого уже можно исходить (-) да и то есть такие всегда ребята которых медийно раздувают и (-) возможно (-) они толком из себя ничего и не представляют (-) но при ЭТОМ у них будет большая аудитория (-) то есть такие моменты тоже есть (.) и можно ли при этом назвать что они профессиональные стримеры (-) тоже сильно вряд ли (.) опять же (-) критерии очень (1.5) не то что размытых (-) их нет как таковых (.) поэтому нет (-) ни в коем случае

(3.0)

Е: /мгм/ ну:у если говорить более субъективно то вот очень важный вопрос о том (-) э:э какие ключевые элементы или особенности поведения отличают профессионалов от любителей (.) вот чисто на субъективе /улыбаясь/ или вообще не можешь такого сказать

И: ну (-) я могу сказать остальные навыки в любом случае которые нужны (-) скажем человеку который занимается стримингом (.) это в любом случае какая-то поставленная речь (-) хороший голос (-) хотя опять же это все тоже очень субъективно и относительно (.) совершенно разные люди выстреливают и бывают (-) примеров хватает (-) но опять же в моем понимании да опять же (-) это хороший достаточно словарный запас (-) интересная личность харизма поставленная речь приятный голос (-) м:м минимальное какое-то оборудование чтобы ты там (-) ну если хочешь чтобы вебка чтобы (-) ну если хочешь чтобы тебя было видно ну (-) желательно вебку иметь потому что вебка это отдельный спектр эмоций который там через твою мимику и так далее поведение показывает (.) то есть это сильное дополнение (-) хочется иметь вебку (-) хочется чтобы был нормальный звук (-) чтобы у тебя там хотя бы было 2-3 монитора чтобы ты мог нормально выставить себе весь инструментарий стримерский чтобы тебе было удобно (.) и:и если продолжать человеческие какие-то черты и так далее (-) ну умение взаимодействовать с людьми (-) какой-то уровень эмоционального интеллекта я бы так сказал (.) то есть понимание на каком-то внутреннем уровне настроения людей в моменте очень важно (.) то есть если там поддержать какую-то эмоцию на момент что (-) например (-) опа вот сейчас людям весело (-) как-то это можно либо сейчас нужно остановиться (-) либо закреплять (2.0) какие-то такие вещи наверное вот я бы назвал (.) ну (-) их можно назвать явно больше но наверное не буду затягивать с этим

Е: ну:у у нас еще будет похожий вопрос (-) поэтому думаю расскажешь еще много интересного (1.0) я хотела сказать о том что:о вернуться к тому что ты говорил (-) что у вас примерно стриминг и вообще занятие какой-то такой творческой деятельностью оно уже переросло в полноценную занятость (.) каковы сходства или различия для тебя (-) или может быть для остальных (-) тебе кажется между стримингом и традиционной в кавычках работой (.) работой наших родителей

(3.5)

И: сходства и различия:я (3.0) нужно понимать что куча профессий и деятельностей в истории так или иначе были на этапе какого-то зарождения и их когда-то не приравнивали к так называемой классической обычной работе (.) в моем понимании такая же сейчас (-) особенно в наше время работа как и все остальные (.) чем условно радиоведущий если так подумать отличается от стримера (1.0) ну нет (-) они есть (-) отличия (-) безусловно (-) но это тоже деятельность да (.) и вот здесь то же самое (.) просто эта вся история находится на этапе становления (-) то есть уже даже не зарождение а становление (-) потому что зарождение оно мне кажется переросло (.) вот (.) сейчас в это постепенно все больше людей в это погружается и:и ну я на данном этапе могу сказать что отличия от обычной работы нет (.) опять же (-) тут смотря кого мы берем (-) то есть есть люди которые там условно позиционируют себя абсолютно как (1.0) просто вот они делают это для души и у них возможно этот формат как-то отличается (-) но это все еще какой-то труд (-) какая-то работа (.) то есть труд это не обязательно (-) не знаю (-) это физически (-) не обязательно там это точные науки опять же (.) есть куча примеров таких (-) ну (-) творческих профессий или вот плана работы с аудиторией в медиа бизнес-медиа и так далее (-) вот абсолютно то же самое (.) я больших отличий не вижу кроме наверное временных рамок в которых это существует (1.5) и в этих временных рамках есть некоторые особенности взаимодействия с аудиторией

Е: /мгм/ ты как человек у которого есть большая аудитория (-) что ты можешь сказать по поводу времени которое необходимо тратить на стриминг и youtube чтобы была отдача (.) сравнимо ли это

И: я могу сказать (2.0) а ты имеешь в виду сравнение youtube с twitch

Е: нет (-) сравнение времени которое ты на это все затрачивается и [отдачу]

И: [а ну] по моему субъективному опыту и взгляду других каких-то мейкеров я могу сказать что очень много нужно этому уделять времени (.) зачастую людям крайне тяжело совмещать подобную работу (-) чтобы она имела выхлоп (.) обычной (-) скажем (-) работы (-) назовем это так да (-) это так люди привыкли (-) либо же с учебой да (-) хотя с учебой иногда проще (-) но все-таки (.) то есть это (-) если ты хочешь прям в этом вырасти то тебе нужно уделять прям много времени (.) то етсь ты должен постоянно работать над контентом (-) постоянно тратить по 5-6 часов стримов (.) да конечно много (-) ты просто начинаешь этим жить и опять же субъективно (-) но совмещать крайне тяжело с чем-то другим (.) поэтому время это сжирает уйму собственно (.) как раз-таки поэтому вот 99.9% людей которые пытаются заниматься чем-то подобным (-) они ничего не добиваются (-) потому что к сожалению ты не можешь просто там бросить работу учебу и сделать ставку на медиа (-) особенно если ты не понимаешь как это работает (-) и многие пытаются заниматься этим параллельно (-) у них не хватает времени (-) они выгорают или просто не понимают что ну нет (-) как-то вообще (-) типа я там стримлю там уже месяц два на два человека (-) у меня никто в чат не пишет (-) и это еще и психологически на тебя давит (.) во:от (.) то есть без должного понимания как это работает и без должного уделения времени ты вряд-ли чего-то=чего-то добьешься здесь (.) соответственно (-) если оценивать (-) ну чтоб получить хороший результат (-) нужно вкладываться каждый день (-) ну на максимально около маскимальной отдаче того что ты можешь дать (.) вот

Е: можно сказать (-) что это работа 24 на 7 получается (.) что ты всегда на связи (-) всем отвечаешь везде

И: вообще да (-) да=да=да (.) то есть (-) это как я не знаю (-) вот может у меня товарищи-бизнесмены /смеясь/ вот они описывают работу так что у них нет выходных (.) они всегда (-) ну то есть там кто-то пишет (-) ответить (-) решить какой-то вопрос и так далее (.) и здесь похожая история (.) и в зависимости от того насколько ты большой (-) насколько ты большая медиа единица (-) от этого зависит количество этих самых дел которые у тебя появляются (.) то есть если говориться за себя (-) то первое время мне было сильно легче (.) у меня даже близко не было такого количества обязанностей и ответственности и забот как сейяас (.) потому что это все разрастается для поддержания того что есть (-) и наращивая темпы дальше нужно еще больше этому отдаваться (.) и:и это иногда уже начинает сильно давить (-) но это уже другая история

Е: а вот как ты справляешься с требованиями вот этой всегда на связи рабочей культуры (.) ты же постоянно кому-то звонишь (-) кому-то отвечаешь (-) и у тебя же остается времени на себя буквально там перерывы какие-то во время дня и на сон

И: я:я стараюсь все-таки дисциплинировать это все дело (-) потому что действительно иначе не получится заниматься ничем другим (.) мне нужна минимальная дисциплина (-) то есть если я сейчас отдыхаю значит я отдыхаю (.) но мне нельзя вот в этот момент очень сильно там погружаться во что-то другое (-) хотя я такой человек что мне тяжело (-) но я себя заставляю (.) и так как я хочу как-то еще саморазвиваться там да (-) физкультуру (-) чтобы тело было в порядке и прочие вещи (-) мне приходится придерживаться этой дисциплины (.) то есть нужно во-первых учиться отдыхать (-) ну отдыхать тоже надо уметь (.) я вот (-) к сожалению (-) не умею еще полноценно (-) но вот я учусь в процессе (.) ну:у при росте нагрузки нужно выстраивать график (.) как ты работаешь хотя бы примерно по времени (-) по часам точнее (.) не даже не по времени конкретно в сутки (.) а именно вот сколько ты часов сейчас на это уделишь (-) потом ты закончил у тебя там перерыв (-) и потом ты занимаешься чем-то другим (.) минимальное планирование короче

(3.0)

Е: угу (-) поняла (.) давай поговорим о законодательной стороне стриминга (.) в настоящее время стримеры лишены зачастую традиционных льгот (-) всяких социальных гарантий (-) например оплаты больничного (.) может (-) считаешь ли ты что важно разработать какие-то системы поддержки и защиты для них (.)

И: я абсолютно некомпетентен в этом вопросе (-) и наверное мое слово здесь не имеет никакого веса (.) если просто как-то набрасывать субъективно (-) то я не думаю что будто бы на данном этапе стоят прям какие-то социальное льготы и так далее (2.0) ну какие-то возможно (-) ну слушай (-) социальные гарантии мне кажется у всех людей должны быть (-) независимо от их рода деятельности в той или иной сфере (.) поэтому какой-то конкретный ответ дать мне сложно (.) но если так говорить (-) то стримеры и блогеры это тоже люди /смеясь/ вопрос в том (-) какие именно там должны быть социальные гарантии льготы и прочее (-) и должны ли они быть вообще (.) ну опять же я абсолютно некомпетентен в этом вопросе и даже мне сказать особо нечего

Е: /мгм/ ну:у хорошо (-) а если вот (-) видишь ли ты в будущем стриминг или занятие такой (-) блогерской деятельностью как формализованный регулируемый труд (-) например как деятельность артистов и журналистов

И: а (-) ну он уже допустим (-) мне кажется регулируется (-) например как минимум у меня в стране очень много законов которые регулируют работу блогеров (.) это на законодательном уровне сделана история (-) и по налогам и по обязанностям и так далее (.) эти законы все еще активно выходят (.) если так посмотреть (-) за последние несколько лет их прям много вышло (-) то есть последние года здесь этим занимаются очень активно (.) вот насколько мне известно (-) в россии да (-) как будто бы немножко (1.5) да немножко там совсем по-другому все (-) если в какой-то мере (.) вплоть до того (-) что (-) опять же могу ошибаться (-) у вас нет такого понятия (1.0) у вас донат это считается именно как пожертвованием полноценным (.) и у вас любые пожертвования (-) насколько мне известно) в россии не облагаются налогами (.) поправь если я не [прав]

Е: [да] (-) все правильно

И: во:от (-) и пожертвование стримеру по закону у вас считается пожертвованием (.) значит стример с этого налог не платит (.) я например плачу налог

Е: со всех донатов

И: там с нюансом (.) там есть лимит типа в год (-) если ты там не превысил эту сумму (-) то вот если сумма не превышена ты не платишь налог да (.) но если ты большой стример (-) там такая сумма что ты ее 100% превысишь (.) и ты дальше платишь уже сумму налог суммой превышения (.) и этот налог сильно больше чем в россии (.) поэтому как бы я чувствую /смеясь/ что я как бы полноценная социальная единица (.) и у меня есть законы которые на меня влияют (.) во:от поэтому я как бы думаю что это уже есть (.) да вот опять же (-) естественно это будет еще активно развиваться 100% в россии этим активно очень займутся регулировкой (-) потому что чем дальше влез (-) как говорится (-) тем больше стримеры (.) чем больше мы живем тем быстрее меняется поколение (-) тем явнее будет заметна популяризация масс-медиа там ютуб твич и так далее (-) платформ над-тв (.) и как только (-) скажем (-) государство это полноценно осмысляет (-) сейчас потому что это не так заметно все-таки (.) вот когда это произойдет вот тогда начнется полноценная регулировка всего

Е: а существуют ли в беларуси стримерские агенства там (-) где набирают мальчиков девочек

И: нет

Е: просто в россии такие существуют насколько я знаю

И: ну:у это же частное (-) не государственное (.) это все же делают определенные физические и юридические лица (.) ну (-) типа государство этим не занимается короче (.) это может быть и есть но это же (-) короче (-) человек какой-то просто из чьей-то инициативы

Е: ну да (-) хорошо тогда (.) расскажи пожалуйста насколько конкретно стриминг для тебя материален (.) он твой основной источник дохода или нет

(2.0)

И: ну вообще (-) я бы назвал основной источник дохода это именно вся медиа деятельность а не только стриминг (.) например донаты (1.0) я как правило не воспринимаю как заработок потому что это очень нестабильная история (.) и как только ты начинаешь надеяться на донаты и полагаться на них ты меняешь отношение к стримингу полностью (-) то есть ты уже делаешь так а вто чтобы мне больше донатили (2.0) я на протяжении всей своей деятельности (-) тем более я застал времена когда полноценная монетизация работала (-) я стараюсь воспринимать заработок это вот реклама (-) это какие-то там вот такие вещи (-) то есть коммерческие какие-то (-) да монетизации и так далее (-) а пожертвования не воспринимать (.) вот (.) и как бы (-) медиа это мой основной источник дохода (-) но без учета донатов (.) я рассчитываю на какие-то рекламные вот эти вот предложения и прочее (.) ну да=да медиа мой основной источник дохода

Е: а если говорить о донатах (1.0) когда ты стримишь тебе приходится может быть отдавать (-) вот просто о донатах (.) ты стримишь определенную категорию и тебе донатят больше (.) ты из-за этого чаще ее выбираешь или вообще пофиг на это

(2.0)

И: в любом случае ты об этом думаешь (-) потому что (1.5) ну (-) это немножко замкнутый круг (-) если ты себя в него поместишь (-) конечно тебе будет тяжело выбраться (-) но он выглядит так что вот ты понимаешь что (-) условно (-) в этой категории тебя смотрят больше (.) соответственно ты заинтересован в том чтобы стримить ее (-) тебе будет там больше зрителей больше донатов (.) естественно с этим больше (-) ты можешь там лучшую статистику показать рекламодателю и сказать большую цену за размещение (.) однако ты значит например понимаешь что (1.0) я вот устал я хочу заняться чем-то другим (-) например в стриминге (.) и вот если вот на этот момент ты возвращаешься к пункту о том что а нет вот там меня смотрит больше то это замкнутый круг (-) который приводит скорее всего к очень неприятным последствиям для многих (.) ну опять же (-) вот исключение (.) вот (.) и я безусловно думаю о том что есть категории где чат задонатит больше и статистика будет лучше (.) но так как я пытаюсь мыслить немножко на перспективу (-) понимаю (-) что замыкать себя в одном это очень невыгодно на отрезке времени (-) я абсолютно свободно позволяю себе стримить что угодно (-) даже без (2.0) где мне не будут донатить много или вообще не будут (-) или где меня будет сильно меньше смотреть (.) просто для того чтобы дальше развиваться (-) чтобы я не закончился как многие люди на моей памяти которые замыкали себя в рамках одного контента

Е: /мгм/ говоря об успехах финансовых в стриминге (-) о рекламах и прочее вообще в медиапространстве (-) как считаешь (-) создание сильного бренда оно более необходимо для этого или просто массовость твоего контента (-) твоя известность как популярного человека (-) она лучше (.) или все-таки аутентичность какая-то более резонирует с аудиторией и с рекламодателями

И: насколько мне известно все-таки большинство рекламодателей интересуют цифры (.) как бы насколько большой охват (.) им не интересно насколько твои 100 зрителей к тебе лояльны (.) поэтому с точки зрения рекламодателя выгодно иметь красивые и реальные числа аудитории (.) с точки зрения стримера и жизненной позиции (-) если у тебя там условно сравнить чтобы я выбрал (-) 1500 суперлояльной аудитории (-) либо же 10 000 (-) но при этом они (-) ты вообще не чувствуешь себя в своей тарелке (.) то есть ты врубаешь и ты как будто бы (-) я не знаю (-) в детский сад попал (-) и тебе нужно как вот (-) не знаю как этот нянька с детьми что-то выдумывать (.) вот (.) ну я бы выбрал первое (-) потому что часто можно заметить даже лучшую обратную связь от аудитории в таких случаях (-) то есть и донатов больше (1.0) ну у тебя не будет таких рекламных контрактов (-) но возможно ты как-то иначе возместишь да и тебе возможно будет спокойнее (.) опять же (-) от человека зависит (.) я знаю очень много людей которым нужна только финансовая выгода (-) и они с этого то есть работают на цифры (-) им плевать кто их смотрит (-) просто цифра

Е: а как (-) вот такой сложненький вопрос будет (-) как ты видишь свой бренд (-) как ты представляешь себя своей аудитории

(4.0)

И: очень сложно сказать потому что представление обо мне формируется не у меня а у аудитории (.) я это (-) опять же (-) компиляций всего житейского опыта и насмотренности (-) переваренная внутри меня и совмещенная с каким-то внутренним я (.) хотя опять же это все то что уже было раньше но в какой-то интересной новой комбинации (.) вот как бы я себя охарактеризовал если мы говорим именно про медиабренд какой-то (.) но все-таки конечная (-) мне кажется (-) оценка (-) финальная (2.0) опять же ты спросишь у человека как он опишет (.) один скажет одно второй другое (.) и это все очень индивидуально и субъективно (.) ну не знаю если пытаться как-то это все (3.0) мне сложно честно говоря сложно описать себя очень коротко и понятно

Е: а чувствуешь ли ты давление связанное с необходимостью представить на стримах какой-то определенный образ или личность (.) ну к примеру (-) какой-то эмоциональный труд да (.) ты выходишь и должен быть веселым и активным (-) или ты спокойно относишься к тому что у тебя плохое настроение на стримах и ты спокойно это представляешь аудитории

(2.0)

И: скажем так (1.0) тут два момента (.) я ни в коем случае на протяжении всего всей своей карьеры не пытаюсь замещать эмоций (.) то есть на стриме я такой какой я хочу быть и какой я есть на данный момент (.) однако есть просто история из разряда что я не включу стрим если я не в настроении (-) вот и все (.) то есть если я чувствую что я не в состоянии морально провести нормальную трансляцию и я буду сидеть бухтеть банить людей или (-) не знаю (-) оскорблять (-) что-то в таком духе то зачем я вообще врубал (.) это вот хороший вопрос (.) зачем я врубал стрим (-) для чего (.) если мне нужно выплеснуть это это очень странно (-) просто очень глупо (-) на абсолютно незнакомых во многом рандомных людей выплескивать эти эмоции (.) поэтому нет (-) я не чувствую никакой ответственности потому что я этим не занимаюсь (.) но нужно понимать что я просто стараюсь не вести свою деятельность в периоды в какие-то тяжелые жизненные периоды (.) просто я не веду ее

Е: /мгм/ а ты на стримах рассматриваешь свою личность как продолжение своей реальной личность или какую-то особую маску возможно (.) конечно (-) ты сказал о том что ты не подменяешь эмоции но все же

И: нет=нет (-) я считаю вообще на стриме это какая-то лучшая версия себя /смеясь/ она абсолютно реальная (-) просто возможно она не всегда такова в жизни (.) хотя я замечаю (-) что чем дальше (-) точнее чем дольше я этим занимаюсь (-) тем старше я становлюсь (-) тем больше (3.0) я наоборот беру некий пример с медиа-образа (-) не образа а медиа-личности своей (-) потому что я в жизни становлюсь более смелым (-) похожим на того кем я являюсь на стриме (.) потому что на стриме ты смелый (-) потому что ты сидишь дома у себя дофига крутой со столом и за компьютером (-) ты чувствуешь какую-то безнаказанность ты чувствуешь какую-то цену себе (.) бывает что выходя в реальный мир ты это теряешь и ты становишься другим человеком (.) однако сейчас это все больше и больше приходит к чему-то одному (.) то есть уверенности в жизни сильно прибавляется (-) то есть опять же с возрастом это тоже скорее всего связано (-) во:от (.) очень много факторов (-) не только вот да (.) вот (.) соответственно сейчас ну нет (-) образа никакого у меня точно нет (-) просто есть некие условности которые я могу себе позволить на стриме и которые все больше проникают в мою обычную жизнь (.) вот (.) поэтому с течением времени этот разрыв личностей (-) назовем это так (-) он все меньше и меньше и скоро мне кажется вообще его не будет (.)

Е: а считаешь ли ты что стример обязан быть примером своей аудитории

И: м:м в какой-то степени да (-) но это не прямая ответственность (.) то есть ты не несешь никакой (1.0) ты можешь чувствовать ответственность и дальше уже действовать как хочешь (-) но ты не несешь прямую ответственность из-за взрослых людей (.) допустим у меня нигде не указано что мой контент предназначен для аудитории детской /смеясь/ такого нигде нет (.) я всегда везде ставлю что контент не для детей (-) а все остальное это уже не моя ответственность (.) например если какой-то ребенок меня смотрит 13-летний то я могу чувствовать ответственность (-) но я ее не несу (.) то есть вот такой момент (.) это уже не моя сфера (.) вот (.) а в любом случае=в любом случае я осознаю влияние которое у меня есть на людей (.) и поэтому я очень стараюсь над тем чтобы это влияние не было пагубным ни в коем случае (-) чтобы это влияние было исключительно положительным (.) и с чем (-) мне кажется (-) благополучно справляюсь

Е: ага:а (-) а как бы ты кратко описал свои отношения со своей аудиторией

И: ну:у для меня стрим это такая (-) не знаю как правильно сказать (-) около-товарищеская посиделка (.) то есть мы (-) понятно (-) мы не друзья (-) нет такого (-) ну я не считаю друзьями своими незнакомых людей (-) но мне кажется это адекватная позиция (.) и на моей памяти люди которые пытались дружить со своей аудиторией заканчивали очень плохо (.) вот (.) а мы не друзья (-) но сам контент это такая товарищеская посиделка (-) довольно-таки душевная (-) если мы говорим про вот такой обычный спокойный стрим (.) во:от (.) и скажем (-) ну мы знакомы (.) слушай (-) у меня очень много появилось друзей со стримов (.) много очень знакомств (-) много с кем я увиделся и поддерживаю контакт (.) в любом случае это дает мне много новых лиц в жизни (-) дорогих мне тоже в том числе (.) поэтому для меня это вот такой вот некий круг по интересам в том числе

Е: был ли такой момент когда ты сначала воспринимал всех более-менее как друзей (-) а потом что-то произошло и вот ты замкнулся и перестал открываться каждому встречному (.) потому что у многих маленьких стримеров такое бывает

И: это (-) да=да ты правильно подметила (1.0) такое часто происходит у маленьких стримеров (-) /неразборчиво/ как только ты осознаешь тот факт то что масса обезличена и что (2.0) когда ты например начинаешь чувствовать то что а на тебя-то (-) в общем-то вот этим людям [все равно] (-) ты для них ничего (2.0) как бы это так (-) ой извиняюсь я [обматерился]

Е: [ничего] страшного (-) все можно=можно

И: суть в том короче что (-) пока ты не прочувствуешь на себе последствия вот этой дружбы с аудиторией ты (-) может быть (-) и будешь с ней дружить (.) но как только эта аудитория начинает разрастаться и превращаться в так называемую массу то тебе сложно воспринимать именно всех очень близко (.) ты начинаешь допускать только очень конкретных людей через определенное время (2.0) там нужно пройти некоторые этапы знакомства (.) поэтому такая проблема есть у маленьких стримеров потому что другой совершенно формат (.) вот (.) но я не замыкался нет (.) я просто скажем стараюсь себя лишний раз не травмировать (.) и стараюсь более адекватно мыслить в этом плане (.) а в моем понимании адекватности здесь заключается в том что ты не можешь такое /смеясь/ количество людей поголовно считать своими друзьями (-) особенно зная как эти люди могут к тебе относиться (.) вот это важно поэтому да

Е: а:а насколько поведение твоего чата во время стрима влияет на твое эмоциональное состояние

(3.0)

И: это как-то по-разному (.) это (-) наверное (-) зависит от моего настроения в моменте (.) иногда мне абсолютно плевать (.) я просто сам на своей волне (.) и я вот (-) ну напишет какой-то человек гадость (-) я прочитаю посмеюсь или даже не прочитаю или у меня будет абсолютно ноль эмоций (.) вот прям буквально ноль (.) то есть уже вот какая-то такая (-) есть момент что ты этим эмоции теряешь со временем (.) чем дольше ты этим занимаешься тем больше ты закаляешься (.) ты перестаешь реагировать на какой-то конкретный негатив (.) но бывает когда ты не в настроении или просто вот какой-то наиболее чувствительный момент (-) ну и бывает какой-то сообщение может тебя задеть (.) но это то от чего нужно избавляться если ты активно ведешь эту деятельность (.) ну то есть (-) если ты будешь постоянно реагировать (-) ты просто сойдешь с ума (.) вот у тебя крыша поедет и (-) учитывая как много негатива на тебя часто выливается когда ты популярный например да (-) то у тебя просто крыша поедет (.) тут нужно менять свой взгляд 100% (.) если ты не сможешь то ты не сможешь в дальнейшем вести эту деятельность

Е: а какую роль предпочтения твоей аудитории в целом влияют на твое развитие (.) большое или ты вот чисто сам решаешь (-) что я делаю (-) как я дальше живу

И: нет (.) полностью сам (.) я ориентируюсь конечно немножко (.) то есть смотри (-) я не делаю так что (-) ну вот я сейчас полностью забью на свою деятельность там (-) пофиг пусть все уходят я буду делать это (.) нет (-) я все-таки здраво мыслю (.) я если чем-то (-) если я что-то хочу продвинуть на аудиторию я делаю это очень плавно (.) так же как и (-) например сейчас я постепенно внедряю новый контент и показываю себя с новой стороны для аудитории (-) чтобы они принимали такой контент (.) чтобы находилась новая аудитория на новом контент тоже важно (.) вот (.) но я все это делаю постепенно (-) не резко (-) но это исключительно здравый смысл чтобы я продолжал зарабатывать и жить (-) чтобы остался заработок (3.0) нельзя открещиваться от людей просто потому что они какие-то не такие по твоему мнению (.) как часто бывает что какой-то человек стример набирает аудиторию (-) потом говорит вы все плохие люди вы в это играете не в ту игру я вот считаю что вы не достойны меня смотреть я вот ухожу отсюда (2.0) ну и что (1.0) он просто теряет свою аудиторию (-) может просто не найти новую и все (2.0) какой был смысл зачем это было делать (.) вот и все

Е: /мгм/ насколько участники твоего чата могут манипулировать тобой (.) например (-) подталкивать делать что-то

И: все равно это все проходит через мой какой-то аналитический (3.0) короче это нет такого что человек написал (-) я сделал (.) я могу услышать здравый смысл и идею из чата (-) но это ни в коем случае не манипулирование (.) наверное никак (.) то есть я не могу представить чтобы кто-то из чата мной манипулировал (.) ну то есть ты эмоционально чувствуешь себя достаточно зрелым чтобы тебя никто не задел за живое и не сманипулировал из чата например (.) я думаю да (-) в большинстве 99% случаев (.) но конечно бывают какие-то исключения (-) возможно (-) незнакомые ситуации там и так далее

Е: а вот построение хороших отношений с аудиторией (-) оно же получается необходимо для хорошего стрима

И: ну:у да (-) потому что в этом и суть стрима (-) зачастую (-) хотя бывают разные стримеры (.) бывают люди которые вообще никак не взаимодействуют с аудиторией при этом все равно имеют большую аудиторию (.) но в моем понимании да (-) то есть тебе нужен так называемый общий вайб (.) ну вы должны быть на одной волне (-) вы должны понимать друг друга (1.0) и не должно быть такого что ты собрал вокруг тебя аудиторию которая абсолютно не соответствует тому что ты хочешь делать (.) вот это (-) я считаю важно (-) найти свою аудиторию (-) соответственно построить с ней (-) более менее выставить какой-то контакт и так далее (.) вот это безусловно важно для меня

Е: а ты:ы считаешь что нашел свою аудиторию (-) или все еще в поиске

И: думаю (-) да (.) скажем люди которые сейчас активно меня смотрят (-) это как раз-таки моя аудитория (.) я могу их называть своей аудиторией (-) я вижу в них свою аудиторию (.) мне приятно с ними контактировать (-) мне приятно что они меня смотрят (.) но с течением времени чем больше этих людей становится тем больше появляются прослойки людей (-) которых я (-) возможно не хотел бы у себя видеть (.) но я стараюсь это как-то пресекать (.) то есть я не позволяю разрастаться какому-то раку /смеясь/ в аудитории (-) который бы очень сильно влиял на весь стрим

Е: /мгм/ хорошо (1.0) а есть ли у тебя близкие друзья или знакомые стримеры

И: да (-) очень много почти все наверное

Е: как с ними дружба может влияет на твою жизнь (.) как повлияла на деятельность или на жизнь (-) или вообще никак просто друзья

И: просто друзья (3.0) ну мы все познакомились уже чуть позже (-) с моей (-) многие старые друзья они живут свою жизнь (-) мы особо может не общаемся но так реже и мне кажется в любом случае в жизни тебе важно найти круг по интересам (-) то есть ты же будешь искать людей которые тебя поймут (-) с которыми у тебя будут общие темы (.) ну если ты стример то тебе невероятно интересно вообще с другими стримерами потому что у вас один и тот же род деятельности и много точек пересечения (2.0) влияют (-) да влияют (-) потому что все стримеры в каком-то роде это же уникальные какие-то личности (-) другие люди (-) ты у них может чему-то научишься (-) возьмешь пример (-) и становишься лучше (.) и они тоже могут так делать (.) но это вопрос потребностей твоих

Е: принадлежность к сообществу стримеров (-) она не заставляет тебя чувствовать более профессионально

И: у меня очень много людей (-) с которыми я общаюсь (-) в том числе не из медиа сфера (.) и я не чувствую себя с ними не таким (.) я чувствую что у нас (-) возможно (-) не так много точек соприкосновения в общении (-) но я не тот человек который не сможет их найти (.) если мне понадобится то я их найду (.) и на протяжении долгого времени я общался с людьми не из круга стримеров (-) потому что нет такого что я вот (-) общаясь со стримерами я чувствую себя наиболее важным (.) нет (-) такого нет (.) я более-менее к этому объективно отношусь (.) в кругах незнакомости со всем этим я нигде не козыряю этим от слова совсем (.) и никогда первый об этом не рассказываю (-) только если меня спросят и все

Е: у нас с тобой осталось немного заключительных вопросов (-) поэтому если ты устал (-) то мы скоро закончим (.) забегая вперед (-) какие конкретные шаги или действия по твоему мнению еще больше повысят тебя профессионально как стримера

И: м:м сложный вопрос (2.5) потому что оно в основном происходит как-то на фоне в совокупности многих факторов там (-) обстоятельств и так далее (.) наверное мне надо работать над своей речью еще больше (.) словарный запас (-) внешность в какой-то мере (-) то есть здоровый образ жизни и так далее (.) это такие поверхностные какие-то самые базовые (-) ну технические какие-то вещи да на стриме 100% (.) ну (-) все что касается технической составляющей перечислять не буду (.) ну и мне кажется такой самый главный момент над которым я работаю долгое время (-) это именно что (2.0) вот ну (-) короче ты как медиадеятель часто сталкиваешься с негативом (-) очень часто (-) и неумение с ним работать (-) неумение его переваривать может приводить к плачевным последствиям (-) и это основная вещь над которой я работаю (.) я считаю что я уже далеко впереди многих в этом плане (-) но все еще я иногда чувствую что недостаточно (-) если я могу увидеть какой-то комментарий (.) но я не зна. просто (-) я вот до конца не понимаю (-) как это нужно делать (-) чтобы ты вот на любой комментарий где ты видишь именно негатив (-) не критика критика отличается от негатива (.) где ты видишь негатив ну (-) вот не до конца я еще умею все игнорировать чтобы (-) ну вот я обращал внимание не (-) точнее не испытывал эмоций (.) бывает читаешь такой (-) да блин (-) ну ты чувствуешь какую-то злость (-) ну тут в целом какой-то спектр эмоций испытываешь (-) не всегда (-) то есть как бы уже этого сильно меньше но опять же такие моменты из разряда (-) 9 положительных комментарией (-) один негативный и на какой ты обратишь внимание (.) первые 9 посчитаешь что так и должно быть (-) а на 10 такой да что ты там написал про меня (.) ну короче очень такая человеческая натураль (-) я не знаю мне кажется (-) если я через это полностью перешагну (-) вот тогда я стану очень хорошо в этом всем (.) то есть (-) хладнокровно на все смотреть и объективно (-) это крайне важно (-) а добиться этого тяжело

Е: мог бы ли ты сказать что это один из главных советов для тех кто хочет научиться стримить

И: да (-) это безусловно самый главный совет (.) это каждый раз я вижу ребят которые начинают стримить такие ой я сейчас соберу такое дружное любимое компьюнити (-) а потом через два месяца такие блин а вот почему зрители так плохо ко мне относятся (-) почему они меня так воспринимают и так далее (.) ну вот люди просто не готовы к этому (.) а уж тем более невозможно представить себе человека из другой сферы деятельности который сядет и начнет стримить на большую аудиторию (.) его (-) он просто прочитает три сообщения и все (-) его стрим закончится (.) типа это очень важный навык (.) он (-) наверное (-) не первостепенный (-) потому что наверное первостепенное это все же умение создание контента (.) но он точно один из самых главных

Е: какие у тебя долгосрочные цели как стримера (.) есть ли такое (-) что ты хочешь прям развиваться в стриминге (-) или вот ты достигнешь какой-то точки и пойдешь еще дальше в медиапространстве расширяться

И: я хочу именно развивать медиа (-) то есть личность свою популяризировать (.) я не хочу ограничиваться именно контентом на стримах (.) я хочу ну (-) возможно (-) я не знаю как это правильно описать (.) ну попасть в какой-то так называемый шоу-бизнес (-) если там можно опять же к этому отнести (.) но опять же тут много нюансов и условностей (-) я не могу конкретно назвать конечную свою цель (-) важен путь /смеясь/ самое интересное это путь (-) потому что когда ты достигаешь цели ты все (-) ты ее достиг и ты такой (-) а что дальше (.) типа (-) ну все ты эмоцию-то пережил (.) дальше как пустота (.) самое главное это путь (-) и этот путь сейчас ведет меня вот к верхам для начала (-) может (-) какого-то стриминга (-) а потом может и дальше вот куда-то масс-медиа какие-то (.) но это все так на бумаге (-) и я не до конца в этом уверен

Е: /мгм/ хорошо (.) давай последний вопрос (.) какие самые большие проблемы с которыми может столкнуться или уже сталкивается сфера стриминга

И: хм:м (2.0) очень сложно (.) у всех они разные (.) есть такой момент что еще очень зависит от того (-) мужчина ты или женщина в плане стриминга (-) потому что люди (-) к сожалению (-) люди разных полов сталкиваются с разными проблемами в стриминге (.) наверное я за себя скажу (-) что самая главная проблема это (-) ну вот опять же (-) это все связано наверное с негативом каким-то (.) поступление постоянно вот (-) этого негатива (-) оно может пагубно на тебя влиять в зависимости от того как ты это воспринимаешь (.) вот (.) ну и наверное самая большая (3.0) а:а кстати (-) хорошо что я вспомнил (.) самая большая проблема людей которые подобным занимаются это физическая деградация (.) то есть мало кто полноценно занимается здоровьем и спортом (.) твоя деятельность подразумевает очень долгое нахождение в положении сидя (-) у тебя и спина корежется (-) и гусиная шея (-) и плечи вперед уходят (-) мышцы атрофируются (.) это приводит просто к ужасным последствиям (,) ну начиная от того что просто выглядишь не очень и заканчивая тем что ты (-) ну господи (-) это здоровье свое гробишь (.) это огромная проблема стримером (.) они этого не понимают (-) либо понимают но не делают (-) не хотят лень и так далее (.) то есть (-) ну на самом деле это касается очень много сидячей работы (-) но как будто-бы если это сидячая работа где-то на предприятии (-) то там ты хотя бы что-то встаешь (-) куда-то выходишь (-) а тут ты буквально можешь 8 часов безвылазно сидеть на кресле (.) и так на протяжении всей недели (.) и типа это как будто бы другой уровень вреда для себя (.) это наверное очень важная тема над которой многим нужно работать (.) если ты стример ты обязан как будто бы уделять должное время своему здоровью (.) вот

Е: а ты сам ходишь в зал или на [какие-то]

И: [да (-) конечно] на постоянной основе зал массаж разминки тренировки прогулки (.) у меня этому отведено отдельное время в неделю 100% всегда (.) уже как много лет (-) ну как много (-) ладно немного но три года точно

Е: ну (-) на этом наше интервью подошло к концу (.) спасибо огромное за участие

И: спасибо тебе за такой интересный опыт

1. Twitch.tv. About. URL: https://www.twitch.tv/p/ru-ru/about/ (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-0)
2. Johnson M. R., Woodcock J. (2017). Fighting games and go: Exploring the aesthetics of play in professional gaming. Thesis Eleven, 138, 26–45. (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-1)
3. Burroughs, B. E., Rama, P. (2015). The ESports Trojan Horse: Twitch and Streaming Futures. Journal For Virtual Worlds Research, 8(2), 1-5.http://dx.doi.org/10.4101/jvwr.v8i2.7176 (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-2)
4. Киреев П. С. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве. – 2010 (дата обращения: 20.05.2023) [↑](#footnote-ref-3)
5. Запрещенная в РФ социальная сеть. [↑](#footnote-ref-4)
6. Абдыкапас Л.. ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ // ВКР РУДН // Москва 2021. URL: https://nauchkor.ru/uploads/documents/60e9af9be4dde500016d2bc6.pdf (дата обращения: 23.05.2023) [↑](#footnote-ref-5)
7. Болычева М. Д. Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникология. 2018. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strimingovoe-veschanie-kak-fenomen-sovremennoy-mediasredy (дата обращения: 14.05.2023). [↑](#footnote-ref-6)
8. Brinkerhoff, J. (2009). Digital diasporas: Identity and transnational engagement. Cambridge, UK: Cambridge University Press. (дата обращения: 23.05.2023) [↑](#footnote-ref-7)
9. Vartanova E.L., Vyrkovsky A.V., Makeenko M.I., Smirnov S.S. (2017). The industry of Russian media: the digital future [Academic monographs]. M.: MediaMir (In Rus.). (дата обращения 22.05.2023) [↑](#footnote-ref-8)
10. *Jan van Dijk.* [The network society : social aspects of new media](https://www.worldcat.org/oclc/297429866) // 1991 // (дата обращения: 23.05.2023) [↑](#footnote-ref-9)
11. Geiger R.S., Lampinen A. (2014). Old against New, or a Coming of Age? Broadcasting in an Era of Electronic Media // Journal of Broadcasting & Electronic Media. Vol. 58, No. 3, P. 333-341. (дата обращения: 20.05.2023) [↑](#footnote-ref-10)
12. Peters B. (2009) A bibliographic case for new media history // New Media & Society. No. 1, P. 13-30. (дата обращения: 21.05.2023) [↑](#footnote-ref-11)
13. Гарматин А. (2004). Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования // ВестникВГУ. Серия: Филология. Журналистика. № 2. С. 121-133. (дата обращения: 21.05.2023) [↑](#footnote-ref-12)
14. Twitch Creator Camp. Rules. Монетизация контента. URL: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/ru-ru/paths/monetize-your-content/sponsorships/> (дата обращения: 20.05.2023) [↑](#footnote-ref-13)
15. StreamScheme. Twitch Demographic & Growth Statistics [2023 Updated]. URL: <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-14)
16. StreamersBase.ru Рейтинг Twitch стримеров по подписчикам. URL: <https://streamersbase.ru/streamers> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-15)
17. StreamCharts. Biggest Channels by Followers. URL: <https://streamscharts.com/top-channels> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-16)
18. TwitchTracker. TWITCH STREAMERS WITH THE MOST FOLLOWERS. Japanese. URL: <https://twitchtracker.com/channels/most-followers/finnish> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-17)
19. TwitchTracker. TWITCH STREAMERS WITH THE MOST FOLLOWERS. Finnish. URL: <https://twitchtracker.com/channels/most-followers/finnish> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-18)
20. Alma Fabiani. Here are the top Twitch streamers per country and how much they earn per video. (2023) URL: <https://screenshot-media.com/culture/internet-culture/top-twitch-streamers/> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-19)
21. [J. Clement](https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment/408/j-clement) Twitch.tv global visitors 2023, by gender. (2024) URL: https://www.statista.com/statistics/633937/twitch-user-gender-worldwide/#:~:text=As%20of%20December%202023%2C%20more,for%20video%20gaming%20live%20streams.(дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-20)
22. [Adam Yosilewitz](https://medium.com/@adam_vaultboy?source=post_page-----c3f2b2240318--------------------------------). StreamElements Analysis on Twitch Bullying. URL: <https://blog.streamelements.com/streamelements-analysis-on-twitch-bullying-c3f2b2240318> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-21)
23. Twitch Demographic & Growth Statistics [2023 Updated] URL: <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-22)
24. Maasø, A.; Spilker, Hendrik S. (2022) [The Streaming Paradox: Untangling the Hybrid Gatekeeping Mechanisms of Music Streaming.](https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03007766.2022.2026923?scroll=top&needAccess=true) [*Popular music and society.*](http://www.routledge.com/) volum 45 (3).  
    Vitenskapelig artikkel (дата обращения: 21.05.2023) [↑](#footnote-ref-23)
25. Terranova, T. (2000) Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. Social text, 18, 33-58. <https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-24)
26. Lazzarato, Maurizio. (1996) “Immaterial labor. In Radical Thought in Italy: A Potential Politics, ed. Paolo Virno, Michael Hardt,132–148. Minneapolis: University of Minnesota Press. (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-25)
27. Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2018). Gamification: What it is, and how to fight it. The Sociological Review, 66(3), 542-558. <https://doi.org/10.1177/0038026117728620> (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-26)
28. Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2019). Live Streamers on Twitch.tv as social Media Influencers: Chances and Challenges for Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication.* (дата обращения 24.02.2024) [↑](#footnote-ref-27)
29. Van Ruler, B. (2018). Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic

    Communication Rests. International Journal of Strategic Communication, 12(4), 367-

    381, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240 (дата обращения 05.02.2024) [↑](#footnote-ref-28)
30. Lin, Y., Yao, D., & Chen, X. (2021). Happiness Begets Money: Emotion and Engagement in Live Streaming. Journal of Marketing Research, 58(3), 417-438. <https://doi.org/10.1177/00222437211002477> (дата обращения 05.02.2024) [↑](#footnote-ref-29)
31. Hochschild, A. R. 1983. The managed heart: The commercialization of feeling. Berkeley, CA: University of California Press (дата обращения 05.02.2024) [↑](#footnote-ref-30)
32. A. Grandey. When "The Show Must Go on": Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-Rated Service Delivery (2003) (дата обращения 23.11.2023) [↑](#footnote-ref-31)
33. Там же. [↑](#footnote-ref-32)
34. Jiaru Tang, International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 13, No. 4, August 2023 (дата обращения 05.02.2024) [↑](#footnote-ref-33)
35. Евич, Л. Н. Проблемы развития стриминга в современной России / Л. Н. Евич, К. К. Минюк // Актуальные проблемы науки и техники. 2017 : Материалы национальной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 15–17 мая 2017 года. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2017. – С. 135-136. – EDN JXXUOR. (дата обращения: 22.05.2023) [↑](#footnote-ref-34)
36. Семенов, Н. С. Стриминг и информационные отношения / Н. С. Семенов, С. Р. Семенов // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2021. – Т. 21, № 11. – С. 76-82. – EDN HTXWMD. (дата обращения: 19.05.2023) [↑](#footnote-ref-35)
37. Wohn, D.Y., Freeman, G., McLaughlin, C.: Explaining viewers’ emotional, instrumental, and financial support provision for live streamers. In: Proceedings of Human Factors in Computing Systems, pp. 1–13 (2018) (дата обращения: 22.05.2023) [↑](#footnote-ref-36)
38. Sjöblom M., Hamari J. Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users //Computers in human behavior. – 2017. – Т. 75. – С. 985-996 (дата обращения: 22.05.2023) [↑](#footnote-ref-37)
39. Smith, Thomas; Obrist, Marianna; Wright, Peter (2013). *[ACM Press the 11th european conference - Como, Italy (2013.06.24-2013.06.26)] Proceedings of the 11th european conference on Interactive TV and video - EuroITV '13 - Live-streaming changes the (video) game.* (дата обращения: 23.05.2023) [↑](#footnote-ref-38)
40. Стэндинг, Гай. Прекариат: новый опасный класс. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 328 с. — 18+ (дата обращения: 05.01.2024) [↑](#footnote-ref-39)
41. Там же. [↑](#footnote-ref-40)
42. Стэндинг, Гай. Прекариат: новый опасный класс. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 41-46 с. — 18+ [↑](#footnote-ref-41)
43. Стэндинг, Гай. Прекариат: новый опасный класс. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 328 с. — 18+ [↑](#footnote-ref-42)
44. Senft T. Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks (Digital Formations). New York: Peter Lang Publishing, Inc. 2008, p. 25 [↑](#footnote-ref-43)
45. Davydov, D. A. (2021). Посткапитализм и рождение персоналиата. Россия: RIPOL klassik. [↑](#footnote-ref-44)
46. Davydov, D. A. (2021). Посткапитализм и рождение персоналиата. Россия: RIPOL klassik. с. 203 [↑](#footnote-ref-45)
47. Там же, с. 22 [↑](#footnote-ref-46)
48. Davydov, D. A. (2021). Посткапитализм и рождение персоналиата. Россия: RIPOL klassik. с. 247 [↑](#footnote-ref-47)
49. Там же, с. 123 [↑](#footnote-ref-48)
50. Шнейдер, Л. Б. Профессиональная идентичность: структура, генезис и условия становления : дис. ... д-ра психол. наук / Л. Б. Шнайдер. — М., 2001. — С. 39. [↑](#footnote-ref-49)
51. Проблемы философии культуры. Вып. 2 [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии ; Отв. ред. С.А. Никольский. – М. : ИФРАН, 2014. – 207 с. ; 20 см. – Библиогр. в примеч. – 500 экз. – ISBN 978-5-9540-0275-1. [↑](#footnote-ref-50)
52. Judith Butler “Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity” (1990) (дата обращения 16.03.2024) [↑](#footnote-ref-51)
53. Практики анализа качественных данных в социальных науках [Текст] : учеб. пособие / отв. ред. Е. В. Полухина ; Нац. исслед. ун-т«Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономи-ки, 2023. — 383, [1] с. — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-2542-5 (в обл.). —ISBN 978-5-7598-2497-8 (e-book). [↑](#footnote-ref-52)