

Игровые стримы и летсплеи: перспективы социологического анализа*

Н. А. Зиновьева

Социологический институт РАН —
филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН,
Российская Федерация, 190005, Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская, 25/14

Для цитирования: *Зиновьева Н. А.* Игровые стримы и летсплеи: перспективы социологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 4. С. 460–475. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.407>

Дан обзор исследований, посвященных популярной практике просмотра игровых стримов и летсплеев. Цель — наметить «точки роста» социологической аналитики нового поля. Стримы и летсплеи разделяются по признаку онлайн- и офлайн-коммуникации: стримы создаются и показываются синхронно онлайн, а летсплеи записываются и монтируются офлайн с последующим размещением для просмотра. Сегодня обе эти разновидности видео интегрированы в индустрию компьютерных игр, а зарождение комментариев для публики происходило еще в телевизионных шоу. По результатам изучения стримов и летсплеев можно говорить об их социальной структуре — ведущей роли комментатора-игрока и складывающегося вокруг его канала сообщества. Текст компьютерной игры хотя и служит основанием для комментариев, но все же не исчерпывает всей тематики коммуникации между стримером/летсплейщиком и группой зрителей. Аналитики высказывают мнение, что комментирование есть форма сопротивления колонизации мышления посредством цифровых медиа, видя здесь отказ от прямого потребления компьютерной игры. Содержание комментариев и обсуждений часто отражает не только игровой опыт, но и текущую повестку дня — политику, экономику, популярную культуру. Так, наиболее востребованные стримеры/летсплейщики становятся лидерами мнений, их статус сравним с положением других медиа-знаменитостей, находящихся в центре парасоциальных отношений. Зрители игровых стримов и летсплеев формируют онлайн-сообщества, объединенные общими интересами, навыками и знаниями. Погруженность в одну информационную среду, понимание ее языка и других символов укрепляют ощущение принадлежности к группе «своих». Вклад автора статьи заключается в систематизации исследовательского опыта по проблематике социальных аспектов комментирования компьютерных игр, а также в обосновании социологического подхода к данной практике как пространству жизни новых коллективов.

Ключевые слова: компьютерные игры, стримы, летсплеи, онлайн-сообщества.

Введение

В течение нескольких десятилетий традиционная модель производства медиа, основанная на принципе создания контента профессионалами-журналистами, а потребления пассивной аудиторией, перестала доминировать в текущих ин-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00625А «Развитие компьютерных игровых проектов в социологических исследованиях».

формационных процессах. Развитие новых сетей цифрового мультимедиа-обмена и онлайн-платформ для размещения контента преодолело разрыв между создателями и потребителями и значительно изменило способ производства, распространения и потребления информации. Одной из составляющих этих изменений стали набирающие популярность игровые видеостримы и летсплеи (Let's Play). Игровые стримы представляют собой направление в потоковом вещании, их содержание — комментирование игроком прохождения компьютерной игры с возможностями для зрителей быть на связи через общий чат. Ведущими платформами для игровых стримов сегодня являются Twitch и YouTube. Летсплеями (от англ. let's play — давайте поиграем) называют видеозаписи прохождения и комментирования игр, загруженные на один из видеопорталов или в социальные сети. Стримы и летсплеи разделяются по признаку онлайн- и офлайн-коммуникации: стримы создаются и показываются синхронно онлайн, а летсплеи записываются и монтируются офлайн с последующим размещением для просмотра аудиторией. Просмотр игровых стримов и летсплеев становится сегодня массовым зрительским опытом, а их создание в силу конвергенции современных медиа включено в индустрию компьютерных игр.

Для социологов игровые стримы и летсплеи — новый и, как представляется, важный объект исследования. Стримеры и летсплейщики собирают сообщество вокруг своих каналов, они действуют в статусе лидеров мнения, интерпретируя как перипетии содержания игры, так и события, происходящие в мире. Создаваемый ими контент, таким образом, касается не только игровой тематики, часто можно видеть инкорпорирование новостного дискурса в комментарии и визуальный ряд текстов, посвященных играм. Например, в российской политической повестке дня весны-лета 2020 г. фигурировало понятие «обнуление», и оно же неоднократно было использовано в названиях игровых стримов и инициировало реакцию в чате. Так, стример *sarkass* озглавил свою трансляцию на Twitch по игре *Sea of Thieves* «ОБНУЛЕНИЕ СРОКОВ мне в глотку!», и в чате были шутки по этому поводу. Помимо этого, отсылки к пандемии и коронавирусу постоянно присутствуют и в стримах, и в летсплеях. Например, у видеоблогера *Nazzy* на канале YouTube еще в марте появился летсплей под названием «Коронавирус добрался до Майнкрафта...». Таким образом, мы видим растущую аудиторию и постоянно обновляемый контент, с одной стороны, связанный с играми, а с другой — выходящий за рамки игровой тематики. Скорее, компьютерная игра создает фрейм, в пределах которого собирается сообщество и преломляется дискуссионная повестка дня современных реалий. Статья нацелена на привлечение внимания социологов к исследованию игровых стримов и летсплеев. Для этого в ней дается обзор работ, раскрывающих специфику социальности сообществ игровых трансляций, а также обобщается методологический задел, реализованный при изучении стримов и летсплеев. Благодаря сделанному обзору становится понятно, что основные наработки по тематике стримов и летсплеев сделаны в междисциплинарной области *game studies*. В этой связи статья призвана обратить внимание социологов на новые институционализирующиеся площадки социальных взаимодействий, она проблематизирует «карту идей», где обозначены точки роста для социологических дискуссий вокруг практики стримов и летсплеев.

Ранняя история видеоигровых комментариев

Сама идея играть и комментировать происходящее на публику возникла и была реализована до появления Интернета благодаря телевидению. В эпоху телевидения развивались игровые шоу, которые объединяли несложные шуточные вопросы и видеоигры, например шоу NBC «The Magnificent Marble Machine» («Великолепная мраморная машина») (1975–1976) с огромным автоматом для игры в пинбол. В шоу соревновались два участника, их действия отражались на экране, место зрителей-пользователей занимали зрители в студии. Еще один пример телевизионного игрового шоу, основанного на видеоиграх, — это «Starcade» (США, 1982–1984), где участники вместе играли в аркадные игры. Кадры игрового процесса раскрывали зрителям игровые стратегии для демонстрируемой игры, вопросы и ответы викторин предоставляли им метатекстовую информацию, касающуюся игр и культуры видеоигр, так же, как это сейчас делают многие летсплейщики [1]. После успеха «Nintendo Entertainment System» и «Sega Master System» телевизионные СМИ стали чаще показывать видеоигры в собственных телевизионных шоу [2, p. 85]. Следующим шагом включения аудитории в игру на экране стали специфические шоу, позволявшие дозвонившимся телезрителям управлять игрой на экране голосовыми командами или клавишами своего телефона (например, шоу «Powww!», 1978–1990) [2, p. 87]. В начале 2000-х годов телевизионные шоу начали приглашать знаменитостей, чтобы те в студии играли в игры и непринужденно их комментировали («Subido», Финляндия 2002). Аудитория тоже могла комментировать происходящее, присылая текстовые сообщения, а гости и ведущие шоу реагировали на эти текстовые сообщения, таким образом общаясь с аудиторией [2, p. 88]. «Game Center CX8» (Япония, 2003 — настоящее время) — одно из представлений, рассматриваемых как отправная точка летсплей-видео [3]. Идея этого шоу в том, чтобы показать комедийную реакцию ведущего на происходящее в игре, и, кроме того, ведущий взаимодействует со зрителями в студии.

Первый интернет-летсплей, предположительно, был создан в Something Awful в 2006 г. и состоял из неподвижных изображений из игры «Oregon Trail», сопровождаемых рассказом, который предоставил создатель-разработчик. В 2007 г. первый видеосюжет в жанре летсплея был загружен пользователем Something Awful, известным как Slowbeef, где он показал прохождение игры «Бессмертный» для Nintendo Entertainment System. В этом видео Slowbeef предоставляет аудиокомментарии, проходя игру для своей аудитории [4].

Общим между телевизионными шоу, видеостримами и летсплеями является то, что аудитория наблюдает, как кто-то еще играет в игру на экране, демонстрируя публике свои реакции, сопровождаемые, как правило, шуточными высказываниями. Во всех этих шоу видны эмоции игрока, волнение и, возможно, даже окончательный провал, что особенно важно во всех этих шоу и привлекает аудиторию к просмотру/участию в трансляциях. Современные стримы и летсплеи тем не менее отличаются от телевизионных шоу в ряде принципиальных моментов: телевизионные шоу старались делать несколько эпизодов из разных игр за раз, а современные комментирования, как правило, посвящены одной игре. Есть разница и с точки зрения повествования: в стримах и летсплеях оно непрерывно и может занимать столько времени, сколько потребуется, в телевизионных шоу зритель

видит мозаику эпизодов. Наконец, стримеры и летсплейщики имеют больше возможностей для взаимодействия со своей аудиторией в онлайн-пространстве, в то время как в телевизионных шоу общение со зрителями опосредовано социальным институтом вещания.

Таким образом, перенесение игровых комментариев в онлайн-пространство расширило возможности для общения комментатора и зрителей, поскольку были сняты барьеры институционального регулирования (ТВ-редакция, ведущий шоу и т. п.) и появилась онлайн-платформа для интеграции сообщества заинтересованных в игровом контенте. С социологической точки зрения представляется важным разобраться в специфике стриминговой социальности, ведь это одно из последствий развития цифровых медиа.

Кто воспроизводит/поддерживает стриминговую и летсплей-социальность

При выделении структуры стрима и летсплея исследователи акцентируют внимание на нескольких элементах. Так, норвежец К. С. Фьеллингсдал (Fjællingsdal), защитивший диссертацию по данной теме, пишет, что типичные комментирования игр включают игрока, любую игральную игру и медиааудиторию разного охвата [4]. Зрители слышат комментарии игрока, и в некоторых случаях могут оставлять свои заметки, предлагающие, что должен делать игрок, общие советы и подсказки для будущих частей игры. Финский автор Т. Кертулла (Kerttula) выделяет три составляющие: 1) сама компьютерная игра, так называемый геймплей, происходящий онлайн или представленный в формате видеозаписи; 2) играющий в игру и комментирующий ее игрок-рассказчик; 3) история, которую рассказывает игрок-рассказчик, она может касаться особенностей прохождения игры или отвлеченных тем [2, р. 90]. Исследователи К. Бёрвелл (Burwell) и Т. Миллер (Miller) пишут, что видео-комментарии различаются по длительности, содержанию и технической сложности, но почти всегда имеют две общие части: игровой материал и сопровождение одновременным пояснением игрока [5]. Комментарий может быть записан в виде аудио, идущего на фоне рассматриваемой игры, или отображаться как вставленное видео (маленький экран на экране), которое фиксирует голос, эмоции и физические реакции игрока. Отечественный исследователь А. А. Селютин, концентрируясь на потоковых онлайн-трансляциях, т. е. на стримах, пишет, что в видеостриме сочетаются три формата взаимодействия — «человек — машина», «человек — человек» и «человек — зритель» [6, с. 171]. Первое реализуется прохождением и игровыми выборами стримера, второе — групповым взаимодействием между игроками при прохождении командной игры, а третье — общением с аудиторией, ответами на вопросы чата.

Игрок, рассказчик, летсплейщик, стример. Человека, который показывает игру и создает нарратив, рассчитанный на зрителей, называют игроком, летсплейщиком или стримером. К. С. Фьеллингсдал описывает летсплейщиков как современных конферансье (modern-day entertainers) и цифровых художников (digital artists) [4], потому что они представляют зрителям игры и создают мультимедийный контент. Стример, как и летсплейщик, одновременно играет в игру и дает комментарии к происходящему на экране. Он может делиться с аудиторией советами

и приемами прохождения того или иного этапа, рассказывать о происходящем и эмоционально реагировать на события в игре. По словам одного летсплейщика, «я транслирую игры, потому что невероятно весело делиться игровым опытом с аудиторией. Это также позволяет мне добавить вкус к этим играм с соответствующими комментариями» [7, р. 27]. В этом качестве стример/летсплейщик близок к комментатору киберспортивных соревнований, чья основная задача — погружать аудиторию в атмосферу игры, «привлекать внимание молодежной аудитории к отдельным событиям игры, расставляя по своему усмотрению акценты, управляя видеопотоком, накладывая изображение с веб-камеры на прохождение игры и давая собственные комментарии к игре» [8, р. 135]. Кроме того, комментатор может «нести культуру виртуальной коммуникации, нормы поведения человека виртуального и реального мира, влиять на выбор молодежью сферы профессиональной деятельности или вызвать агрессию и т. п.» [8, р. 136].

Для создания высококачественных летсплеив и видеостримов игроку требуется широкий спектр технологических навыков, среди которых умение монтировать видео и звук, знания о необходимом программном и аппаратном обеспечении, взаимодействии разных компонентов трансляции. Видеостримы, создающиеся на платформах типа Twitch или YouTube, нуждаются в грамотных настройках платформ и хорошей дополнительной аппаратуре, например к микрофону. Однако даже трансляция с низким качеством видео может быть спасена шутками и развлекательными компонентами, которые включает в свой нарратив стример/летсплейщик. П. Райт (Wright) и его соавторы приводят пример из интервью видеостримера, придумывающего разные голоса для элементов игр, тем самым создающего «вселенную» вокруг игр, которая привлекает сообщество зрителей [9, р. 135].

Для того чтобы запомниться зрителям, мало просто рассказывать об игре, необходимо удерживать внимание и расширять тематические границы комментариев. Одни игроки находят свою нишу, предпочитая комментировать игры определенного жанра, и тогда постоянная аудитория уже знает, что получит, когда стример/летсплейщик выпускает новое видео. К. С. Фьеллингсдал сравнивает такую практику с конкретными магазинами, продающими определенные бренды [7, р. 40]. Кроме того, владение нишей связывает игрока с сообществом по интересам, где ему могут посоветовать новые игры для следующих комментариев. «Это эффективная маркетинговая стратегия, выстраивающая сообщество людей со схожими интересами, она удерживает группу людей, развлекая, поставляя им контент, в который они глубоко вовлечены» [7, р. 41], — пишет К. С. Фьеллингсдал. Другие игроки-комментаторы не акцентируются на жанре, но вырабатывают свой неповторимый стиль репрезентации, показывающий их творческий подход. Обсуждая современные тенденции, Т. Кертулла отмечает, что стримеры/летсплейщики могут показывать «интертекстуальные связи между игрой и популярной культурой» [1], рассказывать о своей жизни за пределами видеоигр, поэтому часто зрителям становится интереснее наблюдать за игрой, чем играть в нее самим. П. Райт и его соавторы предполагают, что так происходит потому, что зрителей может интересовать не только прохождение игры, а дополнительный контент, даваемый игроками в своих комментариях, добавляющий зрителям развлечения и новую информацию [9, р. 136]. Благодаря стратегии выхода за пределы одной темы комментариев игрок становится ближе зрителям, возникает ощущение сообщества.

Важность личности игрока позволяет К. С. Фьеллингсдалу утверждать, что стримы и летсплеи можно анализировать как часть нового социального игрового измерения, поскольку игрок за контроллером становится более важным, чем то, что происходит в игре [7, р. 40]. К. С. Фьеллингсдал говорит даже о некой фанатичной одержимости аудитории популярными стримерами/летсплейщиками, они перестают восприниматься как живые люди и становятся персонажами интернет-пространства: у них появляются поклонники, фан-сайты в социальных сетях, они получают подарки и устраивают встречи с фанатами и журналистами. Популярных игроков из You Tube и Twitch можно сравнить с современными знаменитостями [7, р. 47].

Среди важных черт хорошего стримера/летсплейщика выделяется эмоциональность: зрители, как правило, ожидают всплесков эмоций, совпадающих с игровым сюжетом, — крик во время игр-ужасов или смех, когда они сталкиваются с юмористическими или запутанными внутриигровыми событиями. Эмоции, которые кажутся инсценированными или основанными на заранее обдуманном сценарии, обычно не одобряются [7, р. 45]. Исследователь игр Р. Глас (Glas) сравнивает просмотр стримов и летсплеев с опытом ранних кинозрителей, наслаждавшихся «кинематографическим аттракционом», когда в фильме не было повествования, а вместо этого предлагался технологически инновационный опыт новых способов видения. В этих ранних фильмах оператор сообщал о себе и преувеличивал некоторые реакции на события, происходящие во время съемок, чтобы сигнализировать об эмоциях, которые должны ощущать зрители [10, р. 84]. Другими словами, игрок-комментатор действует как эмоциональный компас для зрителя.

Кроме того, отмечается важность приятного голоса игрока [9, р. 133]. А вот навыки и связанный с ними уровень прохождения игры, как ни странно, не является определяющим для хорошего стрима/летсплея. П. Райт обращает внимание, что уровень мастерства игрока не так важен. Это развлечение, которое игрок создает вокруг опыта, именно это вызывает интерес [9, р. 134]. Игроки могут пересматривать, критиковать или высмеивать игру. Они могут хотеть показать свои навыки, участвовать в сообществе или получать прибыль или, вполне возможно, всё вместе. Но почти в каждом случае развлечение аудитории является приоритетом.

А. А. Слютин замечает, что «обращаясь к аудитории и используя апеллятивную функцию дискурса, игрок как будто вовлекает ее в процесс, предлагает ей почувствовать себя не пассивными зрителями-потребителями информации, но участниками процесса, от которых может зависеть дальнейшее развитие сюжета видеострима» [6, с. 172]. Это обеспечивает удержание внимания аудитории.

По сравнению с заранее смонтированным летсплеем прямой видеострим позволяет зрителям общаться в чате друг с другом и со стримером онлайн. Стример может отвечать на вопросы аудитории, реагировать на шутки и комментарии. Коммуникация с аудиторией летсплейщика, записывающего игры офлайн, тоже присутствует, однако она имеет асинхронный характер: игрок записывает эпизод игрового процесса, загружает его на платформу (например, YouTube), а затем читает комментарии зрителей. Игрок может отвечать на них там же или в следующей видеозаписи игры. К. С. Фьеллингсдал обращает внимание на то, что между игроками и их фанатами происходит большое количество социальных взаимодействий и в других социальных сетях. Однако большая часть этого взаимодействия может

рассматриваться как односторонняя коммуникация, так как многие игроки едва ли имеют время для ответа на каждый комментарий, который получают [4].

Если зрителям нравится то, что они видят, то существует возможность поддержать игрока не только «лайками», но и деньгами, перечислив любую сумму ему на счет. Кроме того, стримеры на Twitch могут поделиться рекламой, размещенной на их странице, а также установить собственную ежемесячную плату за удаление рекламы из своих трансляций. Это позволяет популярным игрокам заниматься комментированием профессионально, сделав из летсплеев и видеостримов источник дохода. Несмотря на неоднозначность вмешательства денег в сферу создания пользовательского контента, по мнению К. С. Фьеллингсдала, «монетизация стримов и летсплеев повышает их качество» [7, р. 33], поскольку позволяет игроку проводить больше времени в игре и прикладывать больше усилий к созданию качественных трансляций. Н. Парк и соавторы пишут о том, что количество времени и усилий, затрачиваемых на загрузку контента в Интернете, не представляет большой проблемы, когда речь идет о творческом самовыражении [11, р. 2001]. Для одних игроков важно монетизировать свой труд, другие делают это, потому что им нравится развлекать людей и общаться. Для вторых вознаграждение приходит не в форме финансовой поддержки, но, скорее, через положительные отзывы и симпатии со стороны их последователей [7, р. 16]. Игрок тесно связан со своей аудиторией, порой даже чувствует за нее моральную ответственность. Например, зная о том, что их стримы или летсплеи делают людей счастливее, игроки стараются повышать качество трансляций и загружать больше контента [7, р. 32]. В результате мы видим появление новых лидеров мнения: давая комментарии по поводу компьютерных игр, но часто выходя за рамки игровой темы, стримеры и летсплейщики способны интерпретировать внеигровые текущие события.

Аудитория или сообщество? На заре изучения интернет-сообществ (виртуальных сообществ, online-сообществ) среди исследователей бытовало большое воодушевление. Виртуальные сообщества мыслились как реализованное счастливое будущее, в котором преодолены временные (зависящие от часового пояса), территориальные (разные части света) и социальные (связанные с положением в обществе) разделения. При этом общие ценности и идеи позволяют заинтересованным участникам договариваться, кооперироваться и достигать общих целей. Первым дал определение виртуальному сообществу Г. Рейнгольд (Rheingold) еще в 1993 г.: это «социальные агрегации, возникающие в Сети, когда достаточное количество людей в течение длительного времени принимают участие в публичных дискуссиях, испытывая необходимые человеческие эмоции для формирования паутины личностных взаимоотношений в киберпространстве» [12]. В начале 2000-х концепция WEB 2.0. инициировала качественно-новые формы объединений пользователей — блоги и социальные сети. Это обеспечило техническую возможность для расширения и укрепления связей межличностной и групповой коммуникации. В. Тальнишних в 2004 г. определяет сетевое сообщество как «группу “пользователей”, находящихся во взаимодействии в киберпространстве и связанных общими целями, интересами, ценностными ориентациями» [13, с. 13]. И даже выделяемый М. Кастельсом (Castells) крайний индивидуализм пользователей не мешает, по его мнению, созданию виртуальных социальных структур: «Сетевой индивидуализм — это социальная структура, а не собрание изолированных индивидуумов. Именно индивидуу-

мы строят свои сети, онлайнные и офлайнные, основываясь на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах» [14, с. 157]. Однако со временем выделилась и иная точка зрения, говорящая о том, что виртуальные (квази)сообщества весьма условны, принадлежность к ним пользователей лишь номинальная, и никаких определенных целей они не преследуют. Эти идеи являются результатом попыток выделить в виртуальных сообществах черты офлайнных: «социальная структура» [15], «идентичность» [16, с. 98–121], «самопрезентация» [17] и «сплоченность» [18, с. 40–61] и т. д. Однако насколько такие характеристики релевантны виртуальным сообществам и стоит ли осуществлять прямые переносы вместо выработки принципиально нового подхода — вопрос дискуссионный.

Можем ли мы утверждать, что новая зрительская практика приобщения к стримам и летсплеям формирует не просто анонимную квазисоциальную группу — аудиторию, но создает сообщества? Это важный для социологов вопрос, поскольку ответ на него задает перспективу анализа новых медийных явлений.

Аудитория стримов и летсплеев огромна. В настоящее время более половины из сотен каналов YouTube демонстрируют игровой процесс, популярность которого во многом поддерживается молодой аудиторией. Ведущими платформами для интересующихся комментариями являются YouTube, Twitch, Stream и другие, где игроки могут транслировать свой игровой процесс в прямом эфире, что позволяет зрителям наблюдать и взаимодействовать в реальном времени. Исследователи выделяют разные причины, по которым пользователи вовлекаются в просмотр стримов и летсплеев.

Во-первых, увлечение компьютерными играми. Некоторых пользователей действительно интересуют особенности и хитрости прохождения той или иной игры, и тогда они начинают искать в Интернете информацию и смотреть стримы и летсплеи. К. С. Фьеллингсдал пишет: «Мои респонденты часто искали игровые видео в Интернете для различных целей, начиная от желания посмотреть, как проходить игру, услышать интересные мелочи и даже изучить технические подробности об игре, которые не всегда доступны для всех» [7, р. 27]. Это особенно актуально для увлеченных игроков, которые получают удовольствие от открытия новых игр и новых аспектов старых игр. Некоторые аккаунты YouTube специально посвящены раскрытию и разоблачению игровых элементов. Пользователей может интересовать игровой мир и механика новой игры, для того чтобы оценить и решить, покупать ее или нет. Отмечается, что комментарии дают лучшее представление о реальном геймплее, чем текстовые обзоры и отзывы других людей [7, р. 27]. Заинтересованный в игре зритель своими глазами может увидеть управление игрой, качество графики, оценить сюжет.

Возможно и такое, что пользователь может смотреть игровые видео, но из-за существующих у него технических ограничений не может сам играть в игру. К таким ограничениям относятся отсутствие финансовых возможностей для покупки игры, нехватка ресурсов компьютера для ее установки или отсутствие игровой консоли. Сама игра может быть редкой или устаревшей, вышедшей из продаж [19, с. 109].

Во-вторых, интерес к киберспорту. Точно так же, как существуют болельщики, любящие смотреть трансляции спортивных матчей, есть пользователи-фанаты, предпочитающие следить за компьютерными игровыми состязаниями. Некоторые

исследователи объясняют востребованность стримов и летсплеев именно тем, что сегодня многие открыли для себя киберспорт [19, с. 109]. Киберспортивные трансляции — отличный источник развлечений для людей с высоким интересом к компьютерным играм. С точки зрения специфики увлеченности просмотр киберспортивных стримов и летсплеев можно отнести к той же привычке, что и увлеченность телесериалами или новостными репортажами [4].

В-третьих, желание занять свободное время. Игровые стримы и летсплеи представляют собой развлекательный контент, призванный заставить зрителей смеяться и хорошо проводить время. Обычно трансляции насыщены шутками, «приколами», стебом, иногда — пародиями. Все это увеличивает положительный опыт и удовольствие [20], а объект, создающий положительный опыт, имеет тенденцию к распространению среди друзей. К.С. Фьеллингсдал утверждает, что просмотр юмористического контента стримов и летсплеев помогает уменьшить симптомы депрессии и подавленного состояния [4]. Он пишет: «Во многом летсплейщики и их аудитория могут быть сопоставимы с бандой друзей детства, где игрок выступает в роли человека, держащего джойстик, а аудитория дает подсказки по ходу игры» [4]. Стримеры и летсплейщики могут демонстрировать редкие и вышедшие из широкого употребления старые игры и предоставляют ссылки, где их можно скачать. Это могут быть не только компьютерные игры, но и новейшие компьютерные симуляторы игр Dendy и Sega, памятные игрокам с детства. Кроме того, ностальгию вызывает сама практика наблюдения за игрой, когда игроки в детстве собирались с друзьями и играли по очереди на приставке или за компьютером.

В-четвертых, стремление пообщаться в кругу «своих». Одной из самых интересных особенностей феномена стримов и летсплеев является их функционирование в качестве коммуникативных площадок [7, р. 28]. Стримы и летсплеи иницируют и поддерживают парасоциальные отношения, т.е. сближение с медийной личностью, которой в данном случае выступает стример или летсплейщик. Особенно значимы социальные эффекты взаимодействия в ходе стримов, поскольку, в отличие от летсплеев, здесь есть синхронная коммуникация в чате. Продуцируемая стримами и летсплеями социальность недостаточно хорошо изучена, и высказываются полярные мнения о силе таких сообществ [21; 22; 23].

Кроме общения с игроком, создателем стрима или летсплея, зрители могут общаться между собой — спорить, налаживать связи с единомышленниками, давать друг другу советы и вообще отвлекаться от игровых тем. Неоднократно цитированное исследование К.С. Фьеллингсдала показало, что «феномен комментирования компьютерных игр существует как средство общения и социальная сеть, действующая в нескольких слоях мировой игровой аудитории» [4]. Несмотря на то что большая часть такого общения носит односторонний характер, известно, что игроки формируют реальные отношения с другими игроками [7, р. 28].

Виртуальные сообщества зрителей стримов и летсплеев, как правило, формируются вокруг «лидера» — комментатора, и в своей основной форме такое сообщество организовано в виде иерархии, состоящий из стримера/летсплейщика и его/ее аудитории. Летсплейщик производит медиаконтент для зрителей и получает вознаграждение в формате внимания, благодарностей, роста репутации в сообществе, а также денежную «поддержку». Положительные отзывы и регулярно собираемая группа подписчиков могут, в свою очередь, побудить игрока создавать больше

трансляций и делать их качественнее. Получается непрерывный цикл, создающий социальную сеть. Вместе с тем потребители медиаконтента также используют свои социальные сети, когда дело доходит до погружения в игровой процесс и обмена играми среди сверстников. Когда игра воспринимается как приятная и захватывающая, она быстрее распространяется среди игроков [24] и становится частью массовой культуры [25]. Члены сообщества хотят не только получить информацию о новых играх, но и завязать новые дружеские отношения с единомышленниками, имеющими аналогичную страсть или интерес [26; 27]. Погруженность в одну информационную среду, понимание ее языка и других символов укрепляют ощущение принадлежности к такому виртуальному сообществу [28–31]. Благодаря просмотру и обсуждению летсплея зритель может разделить свои эмоции по поводу игры с другими заинтересованными или с самим стримером/летсплейщиком. Такое «подтверждение эмоций» ассоциируется с теорией социального сравнения, говорящей о том, что люди склонны оценивать свои мнения и поведение исходя из сравнения с другими [32]. Разделение реакций с другими зрителями и игроком дает чувство принадлежности, групповой идентичности.

Благодаря поддержанию неповторимого стиля, лидерству и управлению группой зрителей стример/летсплейщик часто создает основу для ссылочного юмора и локальных мемов на основе часто повторяемых фраз. Некоторые сообщества даже называют себя в честь фраз, сказанных комментаторами, таких как «Bro Army» PewDiePie. Определенные фразы и слова, повторяемые летсплейщиком в момент прохождения игры, часто можно найти в других сериях, загруженных тем же игроком. Вполне возможно, что такие мемы-ориентиры используются комментаторами для установления или подтверждения их групповой связи посредством общей социальной идентичности [31] или создания общей системы символов, которую могут распознать постоянные зрители [28].

Коммуникация в стримах наглядно показывает совместную деятельность сообщества. Во время онлайн-игры зрители активно используют чат и могут давать подсказки игроку. Эта форма групповых усилий с использованием цифровых каналов делает определенные сообщества похожими на виртуальные команды [30; 32]. Конечный результат зависит от обратной связи, которую игрок получает от зрителей. Парасоциальное взаимодействие через членство в виртуальных сообществах на основе летсплея может развиваться в реальную социализацию: «Стриминговые и летсплей-сообщества могут выполнять социальную функцию, являясь ареной для единомышленников, которые имеют возможность общаться друг с другом» [7, р. 42]. Члены сообщества, объединенные интересом к стримам и летсплеям, держат связь через Skype, Facebook, Twitter, личные сайты, смотрят и комментируют друг друга на YouTube. Они встречаются и в реальной жизни — на различных фестивалях и встречах сообщества, организованных как стримерами/летсплейщиками, так и самими зрителями. Так называемые встречи становятся все более распространенными и в настоящее время являются одним из основных стимулов в различных игровых конвентах, где игроки и разработчики игр собираются вместе и смешиваются. Можно также сказать, что «летсплеи добавляют новое измерение в социальных играх, предоставляя виртуальных “друзей” для игр» [7, р. 50].

Размер сообщества на основе просмотра стримов и летсплеев не имеет значения, больше влияют социальные связи между отдельными членами и общий инте-

рес к играм. Это поддерживает теорию о том, что не обязательно быть активным участником виртуального сообщества, чтобы быть его частью, важнее лично наслаждаться контентом, который предоставляется в рамках сообщества [29; 30; 33]. Такое скрытое, не оставляющее следов и отзывов участие привлекательно для ряда пользователей и ассоциируется с личной свободой. Так, А. Геккер (Gekker) описывает летсплеи как форму сопротивления колонизации мышления цифровыми медиа, прямому потреблению компьютерной игры, создаваемой магнатами медиаиндустрии, как выход за рамки контролирующих механизмов [34, р. 5]. Для концептуального анализа феномена летсплеев он использует термин «интерпассивность» в противоположность столь разрекламированной современными аналитиками «интерактивности». Теория интерпассивности фокусируется на способности делегировать переживания кому-то или чему-то другому, нежели субъекту переживания, и через такое делегирование получать удовольствие от действия [35–38]. Просмотр летсплеев как альтернативный опыт игрового процесса через других видится А. Геккеру основой жестов избегания и размежевания [34, р. 5]. Интерпассивный субъект позволяет кибернетической системе функционировать, не реагируя на ее постоянно вовлекающую и приобщающую логику, что позволяет удалять себя из «уравнения». Создание комментариев к компьютерной игре принимает форму сопротивления, которое происходит изнутри системы контроля, а не извне, петля обратной связи удерживает механизмы регулирования работающими конструкциями, в то время как человек «выходит за пределы» и испытывает свободу [39]. Такое понимание не только вносит свой вклад в изучение практики потребления игровых видеостримов и летсплеев, но и позволяет вывести анализ взаимодействий внутри виртуальных сообществ на новый уровень.

Заключение

Создаваемый пользователями контент как тенденция в развитии цифровых медиа пополнился новыми явлениями — прямыми трансляциями (стримами) и видеозаписями (летсплеями) комментариев прохождения компьютерных игр. При первом взгляде на стримы и летсплеи они видятся объектами сугубо игровой киберкультуры. Однако, фокусируясь на специфике коммуникации и ее содержании, социологу не сложно заметить, что стримы и летсплеи собирают сообщества, члены которого получают социальный капитал от взаимодействия и обсуждения, причем тематика обсуждений часто выходит за пределы игровой тематики.

Феномен игровых комментариев позволяет людям со схожими интересами собираться вместе, чтобы обсудить свое хобби, открыть новые игры или вспомнить старые, стать частью виртуального коллектива и получать информацию, к которой они не могли бы иначе получить доступ. Стримы и летсплеи предоставляют возможности социальных сетей для единомышленников точно так же, как это делают другие популярные сообщества на основе интересов. В сообществах вокруг стримов и летсплеев циркулирует большое количество медиаконтента, посвященного компьютерным играм, но нередко актуальные события политики, экономики популярного искусства адаптируются в содержании игровых комментариев. Учитывая, что они содержат как развлекательный, так и информативный контент, связанный с игрой, а также возможность для людей объеди-

няться в группы и общаться через платформы, стримы и летсплеи можно сравнить с большим виртуальным конгломератом с потенциалом социальных сетей и возможностями коммерциализации.

Обзор работ, посвященных стримам и летсплеям, показал, как авторы обсуждают структуру формирующихся там взаимодействий. Стример/летсплейщик/игрок становится популярным за счет личных творческих способностей, позволяющих зрителям открыть не только и не столько особенности комментируемого геймплея, но получить историю игрового опыта. Комментатор создает рассказ об игре, часто связывая его с актуальными событиями общественной повестки дня. Спонтанность сюжетной составляющей видеострима влияет на дискурс стримера/летсплейщика, приближает его к разговорному стилю. Повышенная эмоциональность комментатора при прохождении игры, ориентация на целевую аудиторию определенного возраста, подражание манере общения в игровом чате, стремление создать уникальный контент за счет эпатажности могут инициировать агрессивное речевое поведение. Исследования, посвященные аудиториям стримов и летсплеев, продвигают идею генерирования новых сообществ. Объединение вокруг трансляций, возможность проявить себя в чате и откликнуться на общие эмоции — все это переводит аудиторию в статус онлайн-сообщества. Возможность интерпассивности участия в таких сообществах позволяет ввести новое измерение в исследовании виртуальных сообществ. Работа социологов с контентом и социальностью, порождаемой внутри стримов и вокруг летсплеев, представляется перспективным направлением, помогающим понять точки роста общественного мнения, норм и оценок в мире цифровых коммуникаций.

Литература

1. Kerttula T. "What an Eccentric Performance!" Storytelling in Online Let's Plays // Games and Culture Online First. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1555412016678724> (дата обращения: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1177/1555412016678724>.
2. Kerttula T. The foundations of Let's Play — Live action representation of video games in television and online 1975–2018 // GamiFIN Conference. 2019. P. 84–93. <https://doi.org/10.1145/2818187.2818283>.
3. Nylund N. Walkthrough and Let's Play. Evaluating Preservation Methods for Digital Games // AcademicMindTrek'15: Proceedings of the 19th International Academic Mindtrek Conference. 2015. P. 55–62. <https://doi.org/10.1145/2818187.2818283>.
4. Fjællingsdal K. S. Let's Play: A Modern Social Gaming Dimension? Exploring a "New" Aspect of the Gamer as a Social Entity. URL: https://mafiadoc.com/lets-play-a-modern-social-gaming-dimension_5cba1f-11097c47eb6a8b4579.html (дата обращения: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1023/A:1010022226639>.
5. Burwell C., Miller T. Let's Play: Exploring literacy practices in an emerging videogame paratext. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2042753016677858> (дата обращения: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1177/2042753016677858>.
6. Селютин А. А. Особенности дискурса видеостримов жанра «летсплей» // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2019. Вып. 116, № 4 (426). С. 170–175. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10423>.
7. Fjællingsdal K. S. Let's Graduate — A thematic analysis of the Let's Play phenomenon: Dissertation for a master's degree. Trondheim, 2014. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5008.3605>.
8. Суходимцева А. П., Суходимцев П. А. Профессия киберспортивного комментатора как социальное явление // International scientific review. 2016. № 11 (21). С. 132–134.
9. Wright P. C., Obrist M., Smith T. Live-streaming changes the (video) game // EuroITV'13. Como, Italy. P. 131–138. <https://doi.org/10.1145/2465958.2465971>.
10. Glas R. Vicarious play: Engaging the viewer in Let's Play videos. Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication. 2015. № 5. P. 81–86. https://doi.org/10.1386/jgvw.10.3.219_1.

11. Park N., Jung Y., Lee K.M. Intention to upload video content on the internet: The role of social norms and ego-involvement // *Computers in Human Behavior*. 2011. № 27. P.1996–2004. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.05.006>.
12. Rheingold H. *The Virtual Community*. URL: <http://www.rheingold.com/vc/book> (дата обращения: 08.09.2020).
13. Тальнишних Н.К. Культура «сетевых сообществ»: дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 2004. 128 с.
14. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
15. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. Ростов н/Д.: Изд-во Ростовского госуниверситета, 2004. 396 с.
16. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2013. Т.10, № 2. С.98–121.
17. Moibus M., Quoc-Anh D. Social capital in social networks. URL: <http://www.earthinstitute.columbia.edu/cgsd/documents/rosenblat.pdf> (дата обращения: 08.09.2020).
18. Ярская-Смирнова В.Р., Печенкин В.В., Решетников Д.С. Визуализация сетевой структуры групповых отношений в контексте анализа социальной сплоченности // *Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М)*. 2014. № 39. С.40–61.
19. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // *Медиасреда*. 2016. № 11. С.107–113.
20. Bartsch A., Viehoff R. The Use of Media Entertainment and Emotional Gratification // *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 2010. № 5. P.2247–2255. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.444>
21. Chiu C.-M., Hsu M.-H., Wang E. T. G. Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories // *Decision Support Systems*. 2006. № 42. P.1872–1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>.
22. Stever G. S. Parasocial and social interaction with celebrities: Classification of media fans // *Journal of Media Psychology*. 2009. № 14 (3). P.1–39.
23. Stever G. S. Fan behavior and lifespan development theory: Explaining para-social and social attachment to celebrities // *Journal of Adult Development*. 2011. № 18 (1). P.1–7. <https://doi.org/10.1007/s10804-010-9100-0>.
24. Cohen E. L. What makes good games go viral? The role of technology use, efficacy, emotion and enjoyment in players' decisions to share a prosocial digital game // *Computers in Human Behavior*. 2013. № 33. P.321–329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>.
25. Lull J. *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press, 2000. 207 p.
26. Kannan P.K., Chang A.-M., Whinston A. B. Electronic Communities in E-Business: Their Role and Issues // *Information Systems Frontiers*. 2000. № 1 (4). P.415–426.
27. Spaulding T. How can virtual communities create value for business? // *Electronic Commerce Research and Applications*. 2010. № 9. P.38–49. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.004>.
28. Blanchard A. L., Markus M. L. Sense of Virtual Community — Maintaining the Experience of Belonging. URL: https://www.researchgate.net/publication/224075991_Sense_of_virtual_community_-_maintaining_the_experience_of_belonging (дата обращения: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1109/HICSS.2002.994449>.
29. De Valck K., van Bruggen G.H., Wierenga B. Virtual communities: A marketing perspective // *Decision Support Systems*. 2009. № 47. P.185–203. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.02.008>.
30. Tonteri L., Kosonen M., Ellonen H.-K., Tarkiainen A. Antecedents of an experienced sense of virtual community // *Computers in Human Behavior*. 2011. № 27. P.2215–2223. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
31. Festinger L. A theory of social comparison processes // *Human Relations*. 1954. № 7 (2). P.117–140.
32. Haines R. Group development in virtual teams: An experimental reexamination // *Computers in Human Behavior*. 2014. № 39. P.213–222. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.019>.
33. Hargittai E., Walejko G. The participation divide: Content creation and sharing in the digital age // *Information, Communication & Society*. 2008. № 11 (2). P.239–256. <https://doi.org/10.1080/13691180801946150>.
34. Gekker A. Let's not play: Interpassivity as resistance in 'Let's Play' videos // *Journal of Gaming & Virtual Worlds*. Vol.10, № 3. P.219–242. https://doi.org/10.1386/jgvw.10.3.219_1.
35. Pfaller R. *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2017. 160 p.

36. Schölzel H. Backing away from circles of control: A re-reading of interpassivity theory's perspectives on the current political culture of participation // *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*. 2017. № 8. P. 187–203. https://doi.org/10.1386/ejpc.8.2.187_1.

37. Van Oenen G. Interpassivity revisited: a critical and historical reappraisal of interpassive phenomena. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Interpassivity-revisited%3A-a-critical-and-historical-Oenen/793dcb29e139ef21512ce62d7ab0f416e174e947> (дата обращения: 07.08.2020).

38. Zizek S. *Cyberspace, or, How to Traverse the Fantasy in the Age of the Retreat of the Big Other* // *Public Culture*. № 10. P. 483–513.

39. Chun W. H. K. *Control and Freedom: Power and Paranoia in the Age of Fiber Optics*. London: The MIT Press, 2008. 352 p.

Статья поступила в редакцию 20 августа 2020 г.;
рекомендована в печать 29 сентября 2020 г.

Контактная информация:

Зиновьева Надежда Андреевна — канд. соц. наук; n.zinoveva@socinst.ru

Game streams and let's play: Perspectives of a sociological analysis*

N. A. Zinovyeva

The Sociological Institute of the RAS —

Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the RAS,
25/14, 7-ya Krasnoarmeyskaya ul., St. Petersburg, 190005, Russian Federation

For citation: Zinovyeva N. A. Game streams and let's play: Perspectives of a sociological analysis. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2020, vol. 13, issue 4, pp. 460–475. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.407> (In Russian)

The article provides an overview of research devoted to the popular practice of watching game streams and let's play. The goal is to outline the “points of growth” for sociological analytics of the new field. Streams and let's play videos are divided according to the criterion of online and offline communication: streams are created and shown synchronously online, and let's play videos are recorded and edited offline. Today, both of these kinds of videos are integrated into the computer game industry, and the emergence of comments for the public date back to television shows. Based on the research results, it is possible to speak about the social structure of streams and let's play videos — the leading role of the gamer or commentator and the community that is developing around his channel. Although the text of a computer game is the basis for comments, it still does not cover the entire topic of communication between a streamer/let's play creator and the audience. Analysts think that computer game commenting is a form of resistance to the direct consumption of a computer game. The comment content often reflects not only the gaming experience, but the current agenda — politics, economics, and popular culture. Thus, the most popular streamers/let's play creators become opinion leaders, their status is similar to that of other media celebrities who are at the center of a parasocial relationship. Viewers of game streams/let's play videos form online communities with common interests, skills, and knowledge. Immersion in one information environment, understanding of its language and other symbols strengthens the feeling of belonging to a group of “friends”. The author's contribution consists in the systematization of the research experience on the problems of social aspects of commenting on computer games and in substantiating the sociological approach to this practice as a space for the life of new teams.

Keywords: computer games, streams, let's play, online communities.

* The report study was funded by RFBR according to the research project no. 20-011-00625A “The development of computer game projects in sociological researches”.

References

1. Kerttula T. "What an Eccentric Performance!" Storytelling in Online Let's Plays. *Games and Culture Online First*. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1555412016678724> (accessed: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1177/1555412016678724>.
2. Kerttula T. The foundations of Let's Play — Live action representation of video games in television and online 1975–2018. *GamiFIN Conference*, 2019, pp. 84–93. <https://doi.org/10.1145/2818187.2818283>.
3. Nylund N. Walkthrough and Let's Play. Evaluating Preservation Methods for Digital Games. *AcademicMindTrek'15: Proceedings of the 19th International Academic Mindtrek Conference*, 2015, pp. 55–62. <https://doi.org/10.1145/2818187.2818283>.
4. Fjällingsdal K. S. *Let's Play: A Modern Social Gaming Dimension? Exploring a "New" Aspect of the Gamer as a Social Entity*. Available at: https://mafiadoc.com/lets-play-a-modern-social-gaming-dimension_5cba1f11097c47eb6a8b4579.html (accessed: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1023/A:1010022226639>.
5. Burwell C., Miller T. *Let's Play: Exploring literacy practices in an emerging videogame paratext*. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2042753016677858> (accessed: 07.08.2020). <https://doi.org/10.1177/2042753016677858>.
6. Selyutin A. Peculiarities of discourse in video streams of "Let's Play" genre. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologicheskie nauki*, 2019, iss. 116, no. 4 (426), pp. 170–175. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10423>. (In Russian)
7. Fjällingsdal K. S. *Let's Graduate — A thematic analysis of the Let's Play phenomenon*. Dissertation for a master's degree. Trondheim, 2014. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5008.3605>.
8. Sukhodimtseva A. P., Sukhodimtsev P. A. The profession of an e-sports commentator as a social phenomenon. *International scientific review*, 2016, no. 11 (21), pp. 132–134. (In Russian)
9. Wright P. C., Obrist M., Smith T. Live-streaming changes the (video) game. *EuroITV'13*, 2013, pp. 131–138. <https://doi.org/10.1145/2465958.2465971>.
10. Glas R. Vicarious play: Engaging the viewer in Let's Play videos. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 2015, no. 5, pp. 81–86. https://doi.org/10.1386/jgvw.10.3.219_1.
11. Park N., Jung Y., Lee K. M. Intention to upload video content on the internet: The role of social norms and ego-involvement. *Computers in Human Behavior*, 2011, no. 27, pp. 1996–2004. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.05.006>.
12. Rheingold H. *The Virtual Community*. Available at: <http://www.rheingold.com/vc/book> (accessed: 08.03.2020).
13. Tal'nishnikh N. K. *Kul'tura «setevykh soobshchestv»*. Ph.D. thesis. Rostov-na-Donu, 2004. 128 p. (In Russian)
14. Castells M. *The Internet Galaxy*. Ekaterinburg, U-Faktoriia Publ., 2004. 328 p. (In Russian)
15. Bondarenko S. V. *Social structure of the virtual network societies*. Rostov-na-Donu, Rostovskii gosudarstvennii universitet Publ., 2004. 320 p. (In Russian)
16. Voiskunsky A. E., Evdokimenko A. S., Fedunina N. Iu. Online and real-life identity: A comparative study. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki*, 2013, vol. 10, no. 2, pp. 98–121. (In Russian)
17. Moibus M., Quoc-Anh D. *Social capital in social networks*. Available at: <http://www.earthinstitute.columbia.edu/cgsd/documents/rosenblat.pdf> (accessed: 08.09.2020).
18. Iarskaia-Smirnova V. R., Pechenkin V. V., Reshetnikov D. S. Visualization of group relations network structure in the context of social cohesion analysis. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (4M)*, 2014, no. 39, pp. 40–61. (In Russian)
19. Tekuteva I. A. Genre-thematic classification of video blogging. *Mediasreda*, 2016, no. 11, pp. 107–113. (In Russian)
20. Bartsch A., Viehoff R. The Use of Media Entertainment and Emotional Gratification. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2010, no. 5, pp. 2247–2255. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.444>.
21. Chiu C.-M., Hsu M.-H., Wang E. T. G. Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 2006, no. 42, pp. 1872–1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>.
22. Stever G. S. Parasocial and social interaction with celebrities: Classification of media fans. *Journal of Media Psychology*, 2009, no. 14 (3), pp. 1–39.
23. Stever G. S. Fan behavior and lifespan development theory: Explaining para-social and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 2011, no. 18 (1), pp. 1–7. <https://doi.org/10.1007/s10804-010-9100-0>.

24. Cohen E.L. What makes good games go viral? The role of technology use, efficacy, emotion and enjoyment in players' decisions to share a prosocial digital game. *Computers in Human Behavior*, 2013, no. 33, pp. 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>.
25. Lull J. *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge, Polity Press, 2000. 207 p.
26. Kannan P.K., Chang A.-M., Whinston A.B. Electronic Communities in E-Business: Their Role and Issues. *Information Systems Frontiers*, 2000, no. 1 (4), pp. 415–426.
27. Spaulding T. How can virtual communities create value for business? *Electronic Commerce Research and Applications*, 2010, no. 9, pp. 38–49. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.004>.
28. Blanchard A.L., Markus M.L. *Sense of Virtual Community — Maintaining the Experience of Belonging*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/224075991_Sense_of_virtual_community_-_maintaining_the_experience_of_belonging (accessed: 07.08.2020). <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1109%2FHICSS.2002.994449>.
29. De Valck K., van Bruggen G.H., Wierenga, B. Virtual communities: A marketing perspective. *Decision Support Systems*, 2009, no. 47, pp. 185–203. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.02.008>.
30. Tonderi L., Kosonen M., Ellonen H-K., Tarkiainen A. Antecedents of an experienced sense of virtual community. *Computers in Human Behavior*, 2011, no. 27, pp. 2215–2223.
31. Festinger L. A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 1954, no. 7 (2), pp. 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
32. Haines R. Group development in virtual teams: An experimental reexamination. *Computers in Human Behavior*, 2014, no. 39, pp. 213–222. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.019>.
33. Hargittai E., Walejko G. The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Communication & Society*, 2008, no. 11 (2), pp. 239–256. <https://doi.org/10.1080/13691180801946150>.
34. Gekker A. Let's not play: Interpassivity as resistance in 'Let's Play' videos. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 2018, vol. 10, no. 3, pp. 219–242. https://doi.org/10.1386/jgvw.10.3.219_1.
35. Pfaller R. *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2017. 160 p.
36. Schölzel H. Backing away from circles of control: A re-reading of interpassivity theory's perspectives on the current political culture of participation. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 2017, no. 8, pp. 187–203. https://doi.org/10.1386/ejpc.8.2.187_1.
37. Van Oenen G. *Interpassivity revisited: a critical and historical reappraisal of interpassive phenomena*. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/793d/8cb29e139ef21512ce62d7ab0f416e174e947.pdf> (accessed: 07.08.2020).
38. Zizek S. Cyberspace, or, How to Traverse the Fantasy in the Age of the Retreat of the Big Other. *Public Culture*, 1998, no. 10, pp. 483–513.
39. Chun W.H.K. *Control and Freedom: Power and Paranoia in the Age of Fiber Optics*. London, The MIT Press, 2008. 352 p.

Received: August 20, 2020
Accepted: September 29, 2020

Author's information:

Nadezhda A. Zinovyeva — PhD in Sociology; n.zinoveva@socinst.ru