

Е.С. Леонов

**СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ
И СТРИМИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ**

Аннотация. В статье рассматриваются новые формы стратегической коммуникации в виде стриминговых платформ, представляющих собой мобильные и интерактивные каналы взаимодействия с целевыми аудиториями. Стриминг, в основе которого лежит развлекательная составляющая, выступает эффективным средством донесения политических и идеологических нарративов до современной молодежи. В частности, поколение «зумеров», не обремененное вопросами выживания, часто исходит в своей поведенческой модели не из экономических мотивов, а из ценностных ориентиров, что ускоряет их попадание в ловушку западной пропаганды. Это, в свою очередь, содействует разработке в Российской Федерации собственных технологических стриминговых платформ.

Современные российские стриминговые ресурсы с огромными библиотеками данных, базирующимися на облачных технологиях, не требуют ни серьезной нагрузки на аппаратное обеспечение, ни устройств хранения. Это позволяет охватывать многомиллионные аудитории пользователей с любыми финансовыми возможностями и предпочтениями.

Ключевые слова: стратегическая коммуникация; стриминговые платформы; киберспорт; онлайн-кинотеатры; музыкальный стриминг; диалоговая пропаганда; Российская Федерация.

Леонов Егор Сергеевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры дипломатии факультета международных отношений Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации. Россия, Москва.
E-mail: e.leonov@inno.mgimo.ru
ORCID: 0009-0008-5801-3070
Web of Science Researcher ID: NTQ-5480-2025

Leonov E.S.

Contemporary Strategic Communication and Streaming Platforms

Abstract. *The article examines new forms of strategic communication in the form of streaming platforms, which are mobile and interactive channels of interaction with target audiences. Streaming, which is based on an entertainment component, is an effective means of conveying political and ideological narratives to young people. For example, the “zoomer” generation, not burdened with issues of survival, bases its behavioral model not on economic motives but on value guidelines, which accelerates its vulnerability to Western propaganda. This, in turn, has determined the need for the Russian Federation to develop its own technological streaming platforms.*

Contemporary Russian streaming resources, with large data libraries based on cloud technologies, do not require a significant load on hardware and storage devices. This allows them to reach multimillion-user audiences with diverse financial capabilities and preferences.

Keywords: *strategic communication; streaming platforms; eSports; online cinemas; music streaming; dialogic propaganda; Russian Federation.*

Leonov Egor Sergeevich – PhD in History, Associate Professor of Department of Diplomacy of School of International Relations of Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. Russia, Moscow.

E-mail: e.leonov@inno.mgimo.ru

ORCID: 0009-0008-5801-3070

Web of Science Researcher ID: NTQ-5480-2025

Введение

Наряду с социальными сетями одним из наиболее успешных каналов современной стратегической коммуникации¹ являются стриминговые, или потоковые, платформы (англ. streaming platforms, от stream – поток). Стриминговые платформы предоставляют доступ к цифровому контенту через сеть Интернет, позволяя пользователям смотреть видео, слушать музыку, читать или слушать книги, играть в игры в реальном времени без необходимости загрузки файлов на устройство.

Стратегическая коммуникация в отличие от классической публичной дипломатии времен «холодной войны» предлагает проактивные и более мобильные формы прямого взаимодействия с целевыми аудиториями – модель «G2P»

1. Стратегическая коммуникация (англ. strategic communication) – это система взаимосвязанных действий, направленных на достижение понимания интересов и потребностей целевых аудиторий, а также применение этого знания в целях убеждения, вовлечения и управления.

(«Government-to-People Communication», с англ. – коммуникация «правительство – народ») [Дипломатия новых сфер 2024, с. 139]. Онлайн-сервисы весьма гармонично вписываются в эту парадигму. Коммуникативный аспект прослеживается также в постепенной трансформации стриминга из чисто технологического процесса «доставки удаленным пользователям мультимедийных потоков информации» в режиме онлайн – в «социально-культурное явление», сопровождающееся реальным общением пользователей в цифровой среде [Болычева 2018, с. 160].

Стриминг как новый канал коммуникации

Нацеленность рынка стриминга преимущественно на молодых людей объясняется их привычками и ценностными ориентирами, базирующимися на требованиях к мобильности, доступности и качеству контента в любое время и на любом устройстве, подключенном к сети Интернет. Например, сегодня одним из приоритетных направлений развития стриминга считается облачный гейминг², который «позволяет запускать графикоёмкие» продукты «на маломощном оборудовании» (устаревшем компьютере, планшете, смартфоне и т. д.) [Гореликов, Скаржинская 2023, с. 31]. Устройство передает на сервер команды с клавиатуры или геймпада и принимает изображение из игры, т.е. для игрового процесса достаточно наличия стабильного интернет-соединения и подписки на облачный игровой сервис.

Аналогичным образом стриминговые сервисы кардинально изменили подходы к кинопроизводству, распространению и просмотру кинопродукции в сторону большей доступности, интерактивности, а также демократизации средств массовой культуры [Мехоношин 2024, с. 312]. Это касается как зрителей, которые получили «новые возможности для выбора и потребления контента», так и для кинематографистов с точки зрения эксперимента «с форматами и жанрами, что... привело к возникновению новых жанров и способов повествования» [там же, с. 314].

Современная молодежь (особенно поколение «зумеров» – от 16–18 до 24 лет), в минимальной степени обремененная материальными экзистенциальными трудностями, руководствуется в своем поведении не коммерческими интересами выживания, а в большей мере ценностными ориентирами [Kratz 2023]. В основе жизненной модели поведения «зумеров» лежит не стремление к постоянному достижению целей, часто в ущерб эмоциональному состоянию, а прежде всего досуг [Тихонова 2025]. Эти факторы объясняют особую наце-

2. *Облачный гейминг (англ. cloud gaming) – это технология, позволяющая играть в видеоигры, не устанавливая их на локальное устройство, а транслируя с удаленного сервера (обычно центра обработки данных).*

ленность западных институтов стратегической коммуникации на формирование лояльной молодежи, относительно легко поддающейся информационному влиянию через доступные развлекательные сервисы. В частности, различные онлайн-платформы активно используются США в рамках концепции «мягкой делегитимации» (англ. soft disempowerment) по продвижению откровенно антиправительственных нарративов и подрыву авторитета конкурирующих центров силы [Базлуцкая, Сытник 2024, с. 122–124, 135–136].

Взаимодействие с публикой постепенно отходит от устаревшей технологии простого «вшивания» политической рекламы, базирующейся на монологическом подходе. Более эффективными представляются инструменты диалоговой пропаганды (англ. dialogue propaganda) через получение обратной связи (англ. feedback) [см. подробнее: Цветкова 2015]. Это достигается в том числе посредством преобразования стриминга в одну из форм блогинга, когда стримеры, став инфлюэнсерами, т. е. лидерами мнений, содействуют росту вовлеченности (англ. engagement) аудитории в соответствующий контент. Посредством интерактивных форматов (чаты, система донатов³, комментарии к публикациям, подключение к социальным сетям, обмен контентом и др.) стриминг позволяет блогерам-инфлюэнсерам общаться с аудиторией в режиме реального времени, формируя у нее чувство доверия как к себе, так и к распространяемой ими информации.

В более широком плане ряд западных научных школ ввели в оборот понятие «дипломатия инфлюэнсеров» (англ. influencer diplomacy), что является маркером системного подхода по выстраиванию взаимодействия между государственными институтами и лидерами мнений. Продвижение государственных интересов в неклишированном стиле, т. е. доведение до масс необходимых власти посылов («мессенджер») с помощью обычных людей, находит у населения большой отклик.

Серьезное внимание западными научно-исследовательскими центрами, частными компаниями и государственными учреждениями уделяется получению от пользователей обратной связи в виде анализа больших данных (англ. big data). Перспективность больших данных можно проследить в сфере стримингового телевидения на примере работы алгоритмов машинного обучения. Алгоритмы способны обрабатывать огромные массивы информации о просмотрах, которые хранятся сервисами в отношении каждого отдельного пользователя, а затем создавать на этой основе актуальные рекомендации. При этом в основе предлагаемых рекомендаций лежат скрытые идейные смыслы, которые необходимо незаметно донести до потребителя. По мере использования

3. Система донатов (пожертвований) – механизм, позволяющий зрителям, подписчикам и / или поклонникам добровольно отправлять деньги стримерам, создателям контента, музыкантам и другим авторам в знак благодарности и / или поддержки.

приложения, алгоритм способен учиться и становиться «умнее» (англ. smart) для достижения более точных результатов.

Посредством алгоритмов происходит «персонафицирование» контента, которого не хватало традиционным информационным каналам. Например, радиотрансляция основана на модели передачи «один ко многим» (англ. – one-to-many model), в то время как стриминговые платформы стремятся сосредоточиться на вкусах отдельного слушателя [Burroughs 2015, p. 33].

Важной составляющей в работе алгоритмов являются также действия пользователей в приложениях стриминговых платформ, в ходе каждого из которых остаются «цифровые следы» (англ. digital footprints), формирующие цифровой портрет человека в интересах субъектов информационного влияния.

Подобный метод информационного воздействия, основанный на принципе сложной интерактивной систематизации, является примером постановки публичной дипломатии на рельсы цифровизации. На этом фоне ряд исследователей используют термин «data-driven diplomacy» (с англ. – дипломатия больших данных, дипломатия данных) для описания процессов машинного анализа данных в международных отношениях [Цветкова, Сытник, Гришанина 2022, с. 177]. Впервые методы анализа больших данных, а также алгоритмы программирования для получения информации о политических предпочтениях пользователей были апробированы в США в 2013–2017 гг. [Цветкова 2020, с. 39].

С точки зрения классификации по типу контента и целевых аудиторий стриминговые платформы можно разделить на несколько групп:

- онлайн-кинотеатры;
- музыкальные платформы;
- гейминг (игровые стримы);
- платформы для общения и сообществ.

Стриминг в Российской Федерации

В настоящее время Российская Федерация активно вовлекается в процесс изучения и разработки собственных решений по каждому из вышеперечисленных направлений для формирования информационно благоприятного поля. Наряду с общемировыми трендами в последние годы в стране наиболее значительный рост аудитории стриминга отмечается в молодых возрастных группах. Речь идет о пользователях 25–35 лет (т. е. о поколении так называемых младших «миллениалов») и 17–25 лет («зумерах»), на которых приходится 47% и 45% аудитории стриминговых платформ соответственно [Капранов 2023, с. 5]. Отметим, что первая из упомянутых групп традиционно поддерживает платную модель стриминга, т. е. хорошо относится к оплате подписок [Посещаемость стриминговых платформ выросла на 50% 2023].

Российская индустрия *онлайн-кинотеатров*, в последние годы довольно мощно развиваясь, достигла значительных успехов.

Во-первых, наметился существенный сдвиг в потреблении контента в библиотеках видеосервисов – от преимущественно западного контента в пользу российских продуктов и продукции ряда стран Азии (Турция, Объединенные Арабские Эмираты и др.). Это связано с нежелательностью деструктивной пропаганды, а также сложностями с продлением договоров с зарубежными правообладателями и уходом с рынка таких сервисов, как «Netflix» (штаб-квартира – г. Лос-Гатос, штат Калифорния, США) и «Megogo» (Киев, Украина). Например, в 2024 г. доля российских сериалов в библиотеках крупнейших отечественных стриминговых сервисов достигла почти 50%, а по отдельным платформам этот показатель еще выше, так, на сервисе «Кинопоиск» российских проектов 72%, иностранных – 28% [Стогова 2025]. В 2023 г. стриминговые платформы привели медиатеки в соответствие с требованиями российского законодательства о запрете пропаганды ЛГБТ (решением Верховного суда Российской Федерации от 30 ноября 2023 г. движение признано экстремистским, а его деятельность запрещена на территории России). В целом модерация происходила в ручном режиме силами штатных сотрудников онлайн-кинотеатров. Тем не менее уже в 2023 г. начались первые тестирования возможностей применения технологий искусственного интеллекта для автоматического выявления запрещенного ЛГБТ-контента [Новый 2024].

Во-вторых, российские платформы увеличивают объемы производства собственного контента и его продажи другим участникам рынка. Положительный тренд прослеживается в расширении объема рынка российских онлайн-кинотеатров за счет приобретения друг у друга прав как на показ отдельных проектов, так и на целые библиотеки. Выручка легальных видеосервисов от продажи лицензионного контента другим площадкам в 2024 г. составила 15,8 млрд руб. [Онлайн показал монетизацию 2025]. Растет также выручка видеосервисов от рекламы, которая в 2024 г. достигла 43,9 млрд руб. [Видеосервисы заработали на рекламе 2025]. Фиксируется увеличение средней стоимости проектов.

В-третьих, российские онлайн-кинотеатры удерживают относительно высокую стоимость подписок (по сравнению с западными сервисами), что стимулирует приток новой аудитории. По состоянию на начало 2025 г. количество подписок на российские онлайн-кинотеатры приблизилось к 60 млн, за год прибавив почти 30% с 45 млн [Серебров 2025]. В пятерку лидеров по количеству подписчиков вошли «Кинопоиск», «Иви» («Ivi»), «Okko», «Wink» и «Кion» [Крылова 2025], всего же в стране девять онлайн-кинотеатров, преодолевших отметку в 1 млн подписчиков. Почти половина городских жителей России в возрасте от 16 до 55 лет пользовалась в том или ином виде инструментом подписок [Около 50% опрошенных россиян используют подписку на онлайн-

кинотеатры 2023]. При этом существенный прирост аудитории фиксировался в возрастной группе от 16 до 24 лет, т.е. среди наиболее молодой, активной и мобильной городской части населения.

Крупные российские онлайн-кинотеатры начинают конкурировать с традиционным информационным каналом – телевидением. Борясь за внимание потребителя, в том числе более консервативной и возрастной его части, онлайн-кинотеатры с помощью собственного программного обеспечения предоставляют возможность просмотра федеральных телеканалов в интернет-среде. Отмечаются случаи реализации взаимовыгодных совместных проектов телевидения с онлайн-платформами для расширения охвата аудитории. Например, премьерный показ продукта патриотического и духовно-нравственного характера следует одновременно проводить на стриминговой платформе и по телевидению в целях усиления присутствия соответствующей повестки в Интернете.

Анализируя развитие *гейминга*, следует иметь в виду, что большое количество пользователей в мире, помимо непосредственного участия в играх, смотрят трансляции видеоигр в прямом эфире на стриминговых платформах. Это актуально и для Российской Федерации, где существенный вклад в рост популярности киберспорта внесла культура прямых трансляций киберспортивных турниров. По данным опроса Ассоциации коммуникационных агентств России, прямые трансляции турниров являются самым популярным (у 52,6% респондентов) форматом потребления киберспортивного контента [Исследование аудитории киберспорта России 2024, с. 6, 23]. Такие показатели объясняются стараниями российских разработчиков стриминговых платформ обеспечить зрителей передовыми техническими решениями (удобная навигация, подборка хайлайтов⁴ и лучших действий⁵, аналитические программы и т. д.), опережающими по инновациям и качеству исполнения американские аналоги – от YouTube и Twitch. В частности, одним из первопроходцев на этом направлении в России стал онлайн-кинотеатр «Окко», который с 2019 г. организывает регулярные показы киберспортивных трансляций [Сулейманова 2024]. Российский видеохостинг «Rutube» также предоставляет возможность проводить игровые стримы, становясь достойной альтернативой сервису «YouTube» [Видеоигры: стримы Rutube].

4. *Хайлайт* (от англ. *highlight* – главный момент) (в киберспорте) – это короткое видео или яркий отрезок записи, демонстрирующий наиболее зрелищный, запоминающийся и эффектный игровой момент.

5. *Лучшие действия* (в киберспорте) – это видеоролик с наиболее зрелищными и мастерскими моментами из соревновательных компьютерных игр (например, сложными тактическими ходами или командными победами).

Приоритетное внимание в российском игровом стриминге уделяется облачным сервисам с минимальной нагрузкой на аппаратное обеспечение. Например, российская платформа «VK Play» предлагает пользователям свыше 300 предустановленных игр, которые уже загружены на сервер и поэтому не требуют скачивания для каждой сессии, а также широкую сетку тарифов (почасовой, безлимитный и т. п.) для игроков с разными предпочтениями и финансовыми возможностями [Облачный гейминг VK Play]. «МТС Fog Play» предлагает потребителям иную форму гейминга: из-за отсутствия собственных серверов сервис арендует мощности компьютеров пользователей с установленной игрой. Преимуществом этой системы является доступ к платным играм с учетной записи владельца компьютера без необходимости их покупки на свой аккаунт. В данном случае оператор «МТС» обладает собственным облачным хранилищем «МТС Вторая память», не уступающим зарубежным аналогам (например, американской Steam Cloud) и позволяющим сохранять многие данные – общие пользовательские настройки, ход каждой игры, статистику профиля [Облачный гейминг МТС Fog Play].

Горизонт возможностей появился у российских разработчиков на этапе развития мессенджеров для геймеров с функцией создания и вступления в различные виртуальные сообщества, где можно общаться в текстовых и голосовых каналах. В частности, в октябре 2024 г. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций за нарушения законодательства заблокировала американский ресурс Discord на территории России [Розанова 2024]. Западные институты использовали данный мессенджер (и подобные ему) для склонения молодежи (в том числе несовершеннолетних лиц) к совершению ряда правонарушений и серьезных преступлений, вовлечению в диверсионно-террористическую деятельность, экстремистские сообщества и протестное движение [Белый, Кучушев 2024]. На этом фоне российские платформы (например, «VK Play») успешно справляются с обеспечением игроков механизмами общения между пользователями в рамках отдельных игр и в общем чате (обсуждение новостей, обмен сообщениями, комментирование трансляций, общение со стримерами и прочие виды взаимодействия).

Важнейшим каналом цифровизации культурной дипломатии является **музыкальный стриминг**, который позволяет пользователям слушать музыку в режиме реального времени, не скачивая ее на устройство. После ухода западных сервисов потоковой передачи музыки – Spotify (штаб-квартира – Стокгольм, Швеция), Deezer (Париж, Франция), SoundCloud (Берлин, ФРГ) – музыкальный стриминг в России представлен такими крупными сервисами, как «Яндекс Музыка», «VK Музыка», «МТС Музыка», «Звук», «Музыка в ОК», которые совокупно предлагают огромные библиотеки с миллионами треков, альбомов, плейлистов, подкастов и аудиокниг. По итогам 3-го квартала 2024 г. число рос-

сиян, которые пользуются подпиской на музыкальные сервисы, составило 47% (годом ранее было 42%). При этом наиболее вовлечены в «цифровую музыкальную среду» лица 16–24 лет (т. е. поколение «зумеров»), что индексируется в частоте прослушивания музыки – не менее одного раза в неделю [Почти половина жителей России пользуются подпиской на музыкальные сервисы 2024]. «Яндекс Музыка» является самым популярным музыкальным стримингом в стране – ежемесячная аудитория сервиса, имеющая подписку, насчитывала в конце 2024 г. 26 млн человек [Гончарова 2025].

В интересах большего погружения подписчиков в культурную среду, как элемента публичной дипломатии, «Яндекс Музыка» посредством интеграции с «Яндекс Афишей» начала предоставлять пользователям персональные рекомендации концертов и функцию продажи билетов непосредственно в приложении сервиса [Яндекс Музыка запустила... 2024]. Кроме того, «Яндекс Музыка» активно работает над развитием системы персональных рекомендаций «Моя волна», которая с помощью нейросети подбирает для каждого слушателя определенный поток музыки. Эта функция является прямым цифровым интерактивным продолжателем наследия радиовещания, выступавшего многие десятилетия инструментом «мягкой силы» в международных отношениях.

Прослушивание музыки онлайн в России развивается параллельно с ростом интереса к стримингу аудиокниг. Так, в 2023 г. объем рынка аудиокниг достиг рекордных значений, составив 3,8 млрд руб. (рост на 24%) [Алабина 2024]. Увеличение показателей связано в том числе с расширением технических возможностей и с удобством формата для потребления книжного контента через различные сервисы без необходимости их загрузки («ЛитРес», «Яндекс Музыка», «МТС Библиотека» и др.).

Заключение

Ускоренное развитие стриминговых платформ и сервисов, как показывает анализ, обеспечивает Российскую Федерацию технологической автономностью, средствами формирования общественного мнения и распространения культурных ценностей, а также инструментами информационной безопасности.

В заключение отметим, что помимо рассмотренных нами в стране реализуются и другие направления стриминга – социальный⁶, культурный⁷, бизнес⁸,

6. Социальный стриминг – это формат онлайн-трансляций, предполагающий интерактивное взаимодействие между стримером и его аудиторией в социальных сетях.

7. Культурный стриминг – это онлайн-трансляция культурных мероприятий.

8. Бизнес-стриминг – это использование прямых трансляций в бизнес-целях для взаимодействия с аудиторией, продвижения товаров и услуг, а также для проведения онлайн-мероприятий.

образовательный⁹, каждый из которых также предоставляет моментальный доступ к контенту, коммуникативное взаимодействие в реальном времени и в интерактивном ключе, а также значительную экономию временного, инфраструктурного и финансового ресурса. Например, платформа онлайн-трансляций «Культурный стриминг», созданная на базе портала «Культура.РФ», собирает со всей страны онлайн-трансляции и записи событий, оформляет их в единое расписание для комфортного выбора площадки и типа мероприятия по принципу «одного окна» [Культурные мероприятия онлайн].

Библиография

Алабина К. Сто раз услышать: рынок аудиокниг в 2024 году вырастет в полтора раза // Известия. 10.04.2024. URL: <https://iz.ru/1679632/katerina-alabina/sto-raz-uslyshat-rynok-audioknig-v-2024-godu-vyrastet-v-poltora-raza> (дата обращения: 20.06.2025).

Базлуцкая М.М., Сытник А.Н. Игровое пространство «информационного беспорядка» // Россия в глобальной политике. 2024. Т. 22, № 4. С. 122–136.

Белый А., Кучушев С. Побить Discord: как мессенджер для школьников стал инструментом радикалов // Известия. 01.10.2024. URL: <https://iz.ru/1767724/anton-belyi-stanislav-kuchushev/pobit-discord-kak-messenzher-dlia-shkolnikov-stal-instrumentom-radikalov> (дата обращения: 20.06.2025).

Большева М.Д. Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникология. 2018. Т. 6, № 4. С. 159–169. DOI: 10.21453/2311-3065-2018-6-4-159.

Видеоигры: стримы Rutube. URL: <https://rutube.ru/feeds/games/streams/> (дата обращения: 20.06.2025).

Видеосервисы заработали на рекламе 43,9 млрд рублей // Rambler. 25.03.2025. URL: <https://finance.rambler.ru/economics/54400973-videoservisy-zarabotali-na-reklame-43-9-mlrd-rublej/> (дата обращения: 20.06.2025).

Гончарова А. Назван лидер рынка музыкального стриминга России // Lenta.ru. 20.02.2025. URL: <https://lenta.ru/news/2025/02/20/nazvan-lider-rynka-muzykalnogo-striminga-rossii/> (дата обращения: 20.06.2025).

Гореликов В.А., Скаржинская А.Н. Особенности спонсорства киберспорта беттинговыми компаниями // Имущественные отношения в РФ. 2023. № 8 (263). С. 28–37. DOI: 10.24412/2072-4098-2023-8263-28-37.

Дипломатия новых сфер: учебное пособие для вузов / под ред. О.В. Лебедевой. М.: Аспект-Пресс, 2024. 240 с.

Исследование аудитории киберспорта России. М.: Аналитический центр АКАР, 2024. 38 с. URL: <https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2025/04/new-russianesports12.11.2024-2.pdf> (дата обращения: 20.06.2025).

Капранов О. Стрим пошел в рост // Российская газета. 2023. № 196 (1 сентября). С. 5.

Крылова Е. Держать в платформе: число зрителей онлайн-кинотеатров в РФ увеличилось на треть // Известия. 25.02.2025. URL: <https://iz.ru/1844255/elizaveta-krylova/derzhat-v-platforme-chislo-zritelej-onlajn-kinoteatrov-v-rf-uvlechilos-na-tret> (дата обращения: 20.06.2025).

9. Образовательный стриминг – это современный формат обучения онлайн, позволяющий преподавателям взаимодействовать со студентами в интерактивном режиме, а студентам получать знания в со всеми удобствами.

Культурные мероприятия онлайн // Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/materials/254069/kulturnye-meropriyatiya-onlain> (дата обращения 20.06.2025).

Мехоношин В.Ю. Формирование «новой зрелищности». Как устроен современный стриминг (на примере Netflix и др.) // Манускрипт. 2024. Т. 17, вып. 3. С. 312–318. DOI: 10.30853/mns20240044/.

Новый В. Ловцы радуги: как видеосервисы выявляют пропаганду ЛГБТ // Forbes. 08.01.2024. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/503499-lovcy-radugi-kak-videoservisy-vyavlaut-propagan-du-lgbt> (дата обращения: 20.06.2025).

Облачный гейминг МТС Fog Play. URL: <https://fogplay.mts.ru/> (дата обращения: 20.06.2025).

Облачный гейминг VK Play. URL: <https://cloud.vkplay.ru/> (дата обращения: 20.06.2025).

Около 50% опрошенных россиян используют подписку на онлайн-кинотеатры // AdIndex: Информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. 28.04.2023. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2023/04/28/312370.phtml> (дата обращения: 20.06.2025).

Онлайн показал монетизацию // Коммерсант. 25.03.2025. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7603703> (дата обращения: 20.06.2025).

Посещаемость стриминговых платформ выросла на 50% // Ведомости. 31.08.2023. URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2023/08/31/poseschaemost-strimingovih-platform-viros-la-na-50 (дата обращения: 20.06.2025).

Почти половина жителей России пользуются подпиской на музыкальные сервисы // AdIndex: Информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. 02.12.2024. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2024/12/2/327867.phtml> (дата обращения: 20.06.2025).

Розанова А. Роскомнадзор заблокировал сервис Discord. Что стало причиной // РБК. 08.10.2024. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/66f661ed9a7947100ae04329> (дата обращения: 20.06.2025).

Серебров Ю. ИАА TelecomDaily: число подписчиков ОК за год выросло на 28% // Telecom Daily: Информационно-аналитическое агентство. 25.02.2025. URL: <https://telecomdaily.ru/news/2025/02/25/iaa-telecomdaily-chislo-podpischikov-ok-za-god-vyroslo-na-28> (дата обращения: 20.06.2025).

Стогова Е. Российские сериалы заняли почти половину библиотек онлайн-кинотеатров // РБК. 14.03.2025. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/14/03/2025/67d2e36d9a79471a65e41dc1 (дата обращения: 20.06.2025).

Сулейманова Д. Рынок в \$33 млрд: как киберспорт перестал быть нишевым и начал завоевывать Россию // Forbes. 05.05.2024. URL: <https://www.forbes.ru/sport/511409-industria-na-33-mlrd-kak-rynok-translacij-kibersporta-zavoevyvaet-rossiu> (дата обращения: 20.06.2025).

Тихонова Э. Аузан назвал две проблемы российских зумеров и пути их решения // РБК. 07.02.2025. URL: <https://www.rbc.ru/society/07/02/2025/67a484059a794706d0cba130> (дата обращения: 20.06.2025).

Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США: от «мягкой силы» к «диалоговой пропаганде» // Международные процессы. 2015. Т. 13, № 3. С. 121–133. DOI: 10.17994/IT.2015.13.2.42.8.

Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37–47. DOI: 10.28995/2073-6339-2020-2-37-47.

Цветкова Н.А., Сытник А.Н., Гришанина Т.А. Цифровая дипломатия и digital international relations: вызовы и новые возможности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2022. Т. 15, вып. 2. С. 174–196. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204>.

Яндекс Музыка запустила персональные рекомендации концертов и функцию покупки билетов в приложении // Яндекс. 2024. URL: <https://yandex.ru/company/news/02-16-09-2024> (дата обращения: 20.06.2025).

Burroughs B.E. Streaming media: audience and industry shifts in a networked society. Iowa: University of Iowa, 2015. 205 p. DOI: 10.17077/etd.e9qi86xf.

Kratz J. Gen Z Is Shaping The Future Of Corporate America, Not The Other Way Around // Forbes. 07.11.2023. URL: <https://www.forbes.com/sites/juliekratz/2023/11/07/gen-z-is-shaping-the-future-of-corporate-america-not-the-other-way-around/> (дата обращения: 20.06.2025).

References

Alabina K. Sto raz uslyshat': rynek audioknig v 2024 godu vyrastet v poltora raza [Hear it a hundred times: the audiobook market will grow by one and a half times in 2024]. Izvestiya [Izvestia]. 10.04.2024. URL: <https://iz.ru/1679632/katerina-alabina/sto-raz-uslyshat-rynek-audioknig-v-2024-godu-vyrastet-v-poltora-raza> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Bazluckaya M.M., Sytnik A.N. Igrovoe prostranstvo «informacionnogo besporyadka» [Game space of “information disorder”]. Rossiya v global'noj politike [Russia in global politics]. 2024. Vol. 22, N 4. P. 122–136. (In Russ.)

Bely A., Kuchushev S. Pobit' Discord: kak messendzher dlya shkol'nikov stal instrumentom radikalov [Beat Discord: How a Messenger for Schoolchildren Became a Tool for Radicals]. Izvestiya [Izvestia]. 01.10.2024. URL: <https://iz.ru/1767724/anton-belyi-stanislav-kuchushev/pobit-discord-kak-messendzher-dlia-shkolnikov-stal-instrumentom-radikalov> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Bolycheva M.D. Strimingovoe veshchanie kak fenomen sovremennoj mediasredy [Stream Broadcasting as a Phenomenon of Modern Media Environment]. Kommunikologiya [Communicology]. 2018. Vol. 6, N 4. P. 159–169. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-4-159. (In Russ.)

Burroughs B.E. Streaming media: audience and industry shifts in a networked society. Iowa: University of Iowa, 2015. 205 p. DOI: 10.17077/etd.e9qi86xf.

Diplomatiya novykh sfer: Uchebnoe posobie dlya vuzov / pod red. O.V. Lebedevoy [Diplomacy of new spheres: Textbook for universities / ed. by O.V. Lebedeva]. Moscow: Aspekt-Press, 2024. 240 p. (In Russ.)

Goncharova A. Nazvan lider rynka muzykal'nogo striminga Rossii [The leader of the Russian music streaming market has been named]. Lenta.ru [Lenta.ru]. 20.02.2025. URL: <https://lenta.ru/news/2025/02/20/nazvan-lider-rynka-muzykalnogo-striminga-rossii/> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Gorelikov V.A., Skarzhinskaya A.N. Osobennosti sponsorstva kibersporta bettingovymi kompaniyami [Features of sponsorship of eSports by betting companies]. Imushchestvennye otnosheniya v RF [Property relations in the Russian Federation]. 2023. N 8 (263). P. 28–37. DOI: 10.24412/2072-4098-2023-8263-28-37. (In Russ.)

Issledovanie auditorii kibersporta Rossii [Research of the audience of eSports of Russia]. Moscow: Analiticheskiy tsentr AKAR, 2024. 38 p. URL: <https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2025/04/new-russiansports12.11.2024-2.pdf> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Kapranov O. Strim poshel v rost [The stream started to grow]. Rossiyskaya gazeta [Russian Gazette]. 2023. N 196 (September 1). P. 5.

Kratz J. Gen Z Is Shaping The Future Of Corporate America, Not The Other Way Around. Forbes. 07.11.2023. URL: <https://www.forbes.com/sites/juliekratz/2023/11/07/gen-z-is-shaping-the-future-of-corporate-america-not-the-other-way-around/> (date of access: 20.06.2025).

Krylova E. Derzhat' v platforme: chislo zriteley onlayn-kinoteatrov v RF uvelichilos' na tret' [Keep in the platform: the number of viewers of online cinemas in the Russian Federation has increased by a third]. Izvestiya [Izvestia]. 25.02.2025. URL: <https://iz.ru/1844255/elizaveta-krylova/derzhat-v-platforme-chislo-zritelej-onlajn-kinoteatrov-v-rf-uvelichilos-na-tret> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Kul'turnye meropriyatiya onlayn [Cultural events online]. Kul'tura.RF [Culture.RF]. URL: <https://www.culture.ru/materials/254069/kulturnye-meropriyatiya-onlain> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Mekhonoshin V.Yu. Formirovanie «novoy zrelischnosti». Kak ustroen sovremennyy striming (na primere Netflix i dr.) [Formation of the “new spectacle”. Understanding modern streaming (by the example of Netflix and others)]. Manuskript [Manuscript]. 2024. Vol. 17, Iss. 3. P. 132–138. DOI: 10.30853/mns20240044/. (In Russ.)

Novyy V. Lovtsy radugi: kak videoservisy vyavlyayut propagandu LGBT [Rainbow Catchers: How Video Services Identify LGBT Propaganda]. Forbes [Forbes]. 08.01.2024. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/503499-lovcy-radugi-kak-videoservisy-vyavlyaut-propagandu-lgbt> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Oblachnyy geyming MTS Fog Play [The cloud gaming of MTS Fog Play]. URL: <https://fogplay.mts.ru/> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Oblachnyy geyming VK Play [The cloud gaming of VK Play]. URL: <https://cloud.vkplay.ru/> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Okolo 50% oproshennykh rossiyan ispol'zuyut podpisku na onlayn-kinoteatry [About 50% of Russians surveyed use a subscription to online cinemas]. AdIndex: Informatsionnoe otraslevoe izdanie o rynke reklamy i marketinga v Rossii [AdIndex: Information industry publication about the advertising and marketing market in Russia]. 28.04.2023. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2023/04/28/312370.phtml> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Onlayn pokazal monetizatsiyu [Online showed monetization]. Kommersant” [Kommersant]. 25.03.2025. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7603703> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Pochti polovina zhiteley Rossii pol'zuyutsya podpisnoy na muzykal'nye servisy [Almost half of Russians subscribe to music services]. AdIndex: Informatsionnoe otraslevoe izdanie o rynke reklamy i marketinga v Rossii [AdIndex: Information industry publication about the advertising and marketing market in Russia]. 02.12.2024 URL: <https://adindex.ru/news/researches/2024/12/2/327867.phtml> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Poseshchaemost' strimingovykh platform vyroslo na 50% [Streaming Platform Traffic Increases by 50%]. Vedomosti [Vedomosti]. 31.08.2023. URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2023/08/31/poseschaemost-strimingovih-platform-viroslo-na-50 (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Rozanova A. Roskomnadzor zablokiroval servis Discord. Chto stalo prichinoy [Roskomnadzor blocked the Discord service. What was the reason]. RBK [RBC]. 08.10.2024. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/66f661ed9a7947100ae04329> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Serebrov Yu. IAA TelecomDaily: chislo podpischikov OK za god vyroslo na 28% [TelecomDaily: the number of OK subscribers has grown by 28% in a year]. Telecom Daily: Informatsionno-analiticheskoe agentstvo [Telecom Daily: Information and analytical agency]. 25.02.2025. URL: <https://telecomdaily.ru/news/2025/02/25/iaa-telecomdaily-chislo-podpischikov-ok-za-god-vyroslo-na-28> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Stogova E. Rossiyskie serily zanyali pochti polovinu bibliotek onlayn-kinoteatrov [Russian TV series occupy almost half of online cinema libraries]. RBK [RBC]. 14.03.2025. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/14/03/2025/67d2e36d9a79471a65e41dc1 (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Suleymanova D. Rynok v \$33 mlrd: kak kibersport perestal byt' nishhevym i nachal zavoevyvat' Rossiyu [A \$33 billion market: how eSports ceased to be a niche and began to conquer Russia]. Forbes [Forbes]. 05.03.2024. URL: <https://www.forbes.ru/sport/511409-industria-na-33-mlrd-kak-rynok-translacij-kibersporta-zavoevyvaet-rossiu> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Tikhonova E. Auzan nazval dve problemy rossiyskikh zumerov i puti ikh resheniya [Auzan named two problems of Russian zoomers and ways to solve them]. RBK [RBC]. 07.02.2025. URL: <https://www.rbc.ru/society/07/02/2025/67a484059a794706d0cba130> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Tsvetkova N.A. Fenomen tsifrovoy diplomatii v mezhdunarodnykh otnosheniyakh i metodologiya ego izucheniya [The digital diplomacy as a phenomenon of international relations: Research methodology]. Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Political Science. History. International Relations]. 2020. N 2. P. 37–47. DOI: 10.28995/2073-6339-2020-2-37-47. (In Russ.)

Tsvetkova N.A. Publichnaya diplomatiya SShA: ot «myagkoy sily» k «dialogovoy propagande» [New Forms and Elements of US Public Diplomacy from Soft Power to Dialoguebased Propaganda]. Mezhdunarodnye process [International Processes]. 2015. Vol 13, N 3. P. 121–133. DOI: 10.17994/IT.2015.13.2.42.8. (In Russ.)

Tsvetkova N.A., Sytnik A.N., Grishanina T.A. Tsifrovaya diplomatiya i digital international relations: vyzovy i novye vozmozhnosti [Digital diplomacy and digital international relations: Challenges and new advantages]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Mezhdunarodnye otnosheniya [Bulletin of St. Petersburg University. International relations]. 2022. Vol. 15. Iss. 2. P. 174–196. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204> (In Russ.)

Videoigry: strimy Rutube [Video games: streams of Rutube]. URL: <https://rutube.ru/feeds/games/streams/> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Videoservisy zarabotali na reklame 43,9 mlrd rubley [Video services earned 43.9 billion rubles on advertising]. Rambler [Rambler]. 25.03.2025. URL: <https://finance.rambler.ru/economics/54400973-videoservisy-zarabotali-na-reklame-43-9-mlrd-rubley/> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)

Yandeks Muzyka zapustila personal'nye rekomendacii koncertov i funkciyu pokupki biletov v prilozhenii [Yandex Music Launches Personalized Concert Recommendations and In-App Ticket Purchase Function]. Yandeks [Yandex]. 2024. URL: <https://yandex.ru/company/news/02-16-09-2024> (date of access: 20.06.2025). (In Russ.)