

■ ■ ■ Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды

Большева М.Д.

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова (МГУ), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Интернет-пространство, выступая средством отражения действительности, является сильнейшим фактором влияния на материальный и духовный опыт человечества. Очевидно, что стремительное развитие возможностей Сети, процессы дигитализации и конвергенции, повсеместное распространение персональных электронных устройств как основных средств связи и другие технологические прогрессы, происходящие в информационно-коммуникационной сфере, изменяют традиционные СМИ, способствуя возникновению новых форматов вещания, новых форм взаимодействия с аудиторией. Одной из таких форм являются стримы.

В статье раскрывается понятие и сущность стримингового (потокowego) вещания. Рассматривая стримы не только как процесс доставки пользователям мультимедийных потоков информации в режиме реального времени, но в качестве социально-культурного феномена. Определяется роль стримингового вещания для развития новостной онлайн журналистики. Автор анализирует предпосылки появления и развития этого вида вещания, а также делает попытку прогноза развития новостного стриминга в России.

Ключевые слова: стриминговое вещание, потокowego вещание, стриминг, стримы, новостной стриминг, потокowego медиа, журналистика, новостная журналистика, СМИ

Для цитирования: Большева М.Д. Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // *Коммуникология*. 2018. Том № 6. №4. С. 159-169.
DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-4-159-169.

Сведения об авторе: Маргарита Дмитриевна Большева, аспирант ф-та журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова. Адрес: 125009, Россия, г. Москва, Моховая ул., 9/1. E-mail: margarita.bolytcheva@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 05.08.2018. *Принята к печати:* 15.08.2018.

Введение

Возникновение новых медиа связано не только с развитием новых технологических возможностей – оно является ответом на запросы и потребности человека новой эпохи, на характер его взаимоотношений с окружающим миром, на особенности коммуникации между людьми, на осознание индивидом своей роли в обществе, принципиально отличной от роли, которую играл человек в предыдущие периоды развития цивилизации.

Потоковое вещание, или стриминг, можно считать не просто отдельным видом вещания, который активно используется средствами массовой информации, но и полноценным социально-культурным феноменом, определяемым осо-

бенностями цифровой эпохи, спецификой новых форм взаимодействия современных СМИ с аудиторией, особой ролью потребителя как создателя контента.

С этих позиций разностороннее исследование данного феномена важно не только с точки зрения теории медиа, но для понимания особенностей процесса коммуникации в цифровую эпоху, осознания особой роли, которую играют сегодня коммуниканты, и характера их взаимоотношений.

Стриминговое вещание как социально-культурное явление

Стриминговое (потокное) вещание представляет собой доставку удаленным пользователям мультимедийных потоков информации (видео, аудио) в режиме реального времени.

Стриминговое вещание в его современном виде стало развиваться в первой половине 2000-х годов, что было связано с увеличением пропускной способности Сети, и с тех пор стало неотъемлемой частью не только деловой практики, но процесса освоения новой культуры, которую американский исследователь медиа Б. Барроу называет «посреднической» [Burroughs]. Поэтому стриминговое вещание может одновременно пониматься как технологическая инновация и как культурная практика, которая объединяет аудиторию с индустрией медиа.

Б. Барроу предлагает определение «потокные медиа» и определяет их как «зарождающуюся технологическую практику, ежедневно обновляющуюся вместе с развитием СМИ, медиаиндустрии и транснациональной культурной географии» [Burroughs].

Определяя стриминг как зарождающуюся индустрию, ученый отмечает, что потокная передача представляет собой «последнюю итерацию» того, что называют «цифровой медиа-индустрией».

При этом исследователь подчеркивает, что одновременно стриминговое вещание является «тактикой аудитории» [Burroughs], подчеркивая роль в этом процессе пользователей как производителей контента.

По географическому признаку (в данном случае географическая удаленность аудитории от непосредственного места события имеет определяющее значение) потокное вещание исследователь разделяет на три категории: транснациональные стриминговые компании, «national streaming» (вещание в пределах государства), стриминг диаспоры – вещание, обслуживающее один нишу или диаспору Сети¹ [Brinkerhof; Вартанова, Вырковский, Макеенко, Смирнов].

Потокное вещание также понимается как возникающая форма знания. В рамках существующих отраслевых знаний стриминг выступает «разломом,

¹ Цифровые диаспоры, по определению Дж. Бринкерхофф, – это «электронное сообщество мигрантов, взаимодействие и общение которых осуществляется при помощи (и на платформах) информационно-коммуникационных технологий («новых» технологий)». По мнению Е.Л. Вартановой, цифровые диаспоры создаются пользователями, которые, находясь в цифровых средах, «начали формировать и новые цифровые сообщества (как выражаются некоторые аналитики – популяции), связанные не с географическим нахождением, а с цифровым присутствием».

устанавливающим тенденции и практики, определяющие изменения в отрасли» [Burroughs].

Таким образом, Барроу предлагает понимание стриминга именно как культурной практики, как тактического вызова «собственнической» стратегии массовой потребительской культуры.

В сферу российских медиаисследований изучение процессов стримингового вещания вошло в середине прошлого десятилетия. В частности, в 2004 году А. Гарматин, рассматривая виды интернет-вещания, выделил прямое («живое вещание»), и вещание в записи («видео- или аудио-по-запросу»). В этой связи он предложил ввести в научный оборот термин «интернет-канал», определив его как «интернет-СМИ, которое распространяет информацию в интернете с помощью аудиовизуальных средств, используя интернет-вещание для распространения массовой информации» [Гарматин].

«Живое вещание», по определению А. Гарматина, передает информацию в Сеть в прямом эфире, рассказывая о событиях, «разворачивающихся симультантно с ходом программы» [Гарматин].

Определение «живое вещание» во многом соответствует характеру данного вида медиа: помимо того, что вещание происходит в реальном времени, оно предоставляет возможность непосредственного контакта СМИ с аудиторией, а также позволяет пользователям выступать в роли создателей контента.

Алексей Романов, ведущий, комментатор киберспортивных трансляций, сотрудник московского представительства видеоигры League of Legends, подчеркивает, что преимуществом стримингового вещания является «эффект интерактива»: «Что такое стрим? Это контент, который не был подготовлен в плане графики, анимации и т.д. Это просто человек сел, и какой он есть, разговаривает, играет, и это весело. То есть пользователям нравятся реакции этого человека, то, как он разговаривает, как он реагирует на то, что происходит в чате».

«Стримы – это спонтанная штука» – поясняет Алексей. – Они максимально искренние, а люди очень хорошо реагируют на тех, кто показывает себя максимально настоящим человеком».

Именно эти особенности и создают возможности монетизации стримингового вещания. Алексей Романов предложил следующее обоснование монетизации стримов: «Людям просто нравится видеть какую-то известную в определенной сфере личность, которая сидит дома с чашкой кофе. Ты ему задаешь вопрос, он тебе в прямом эфире на него отвечает, и ты в качестве благодарности переводишь ему 5\$, которые для тебя незначительны просто потому, что тебе нравится конкретно этот человек».

В качестве одного из самых успешных примеров организации процессов монетизации стримов можно привести созданный в 2011 году сайт Twitch.tv.

Первоначально Twitch.tv представлял собой сервис видеостриминга компьютерных игр, но одновременно являлся платформой, где любой человек может запустить собственную трансляцию. Пользователи могут транслировать свои прогулки, процесс приготовления еды, танцы, музыкальные эксперименты и

т.д. При этом сервисом предусмотрен чат для живого общения с посетителями страницы пользователя.

Любая трансляция, которую создает пользователь, потенциально может приносить доход, часть которого автор материала выплачивает сайту. Именно благодаря Twitch.tv стримы и стримеры приобрели популярность.

Интересна следующая особенность развития стримингового вещания: новостной стриминг «отпочковался» от игрового. Другими словами, первоначально наиболее активное развитие получил именно игровой стриминг, а затем процесс игры стал сопровождаться непосредственным общением, актами коммуникации между игроком (стримером) и аудиторией. На взгляд автора исследования, данная тенденция полностью соответствует характеру времени, которое одним из важнейших аспектов жизни человека делает именно развлекательную сферу, объединяя коммуникативные процессы с развлекательными.

Таким образом, стриминговое вещание может пониматься и как технологический процесс, заключающийся в доставке удаленным пользователям мультимедийных потоков информации в режиме реального времени, и как социально-культурный феномен, возникающий в связи с потребностями новой аудитории в условиях цифрового общества.

Предпосылки развития стримингового вещания

Стриминг часто называют абсолютно новым явлением, обусловленным технологическими достижениями в пропускной способности Сети. Однако, существует множество прототипов потокового вещания, и историю его развития можно проследить вплоть до раннего использования радио.

Б. Петерс называет новые медиатехнологии «возобновляемыми медиа», считая, что любая новая технология в сфере медиа является интеракцией в уже существующую прежде [Peters]. По лаконичному определению Л. Гительмэн, «все СМИ были новыми» [Gitelman].

М. Маклюэн, известный своими технологически детерминированными предсказаниями электронных носителей, подчеркивал, что новые носители часто являются всего лишь новой «упаковкой» старых идей, говоря, что «контентом любого носителя информации всегда является другой носитель» [McLuhan].

Р. Гейгер и А. Лампинен называют утверждение, что новые медиа полностью заменяют старые, «хорошо поставленной ловушкой», прибегая к образному сравнению, что если бы в 1957-м году вместо телевидения были Twitter, YouTube, или Facebook, а затем они были заменены носителями 1957-го года, такими, как радио, телевидение и традиционная «бумажная» журналистика, то именно эти СМИ считались бы новыми [Geiger, Lampinen].

Таким образом, очевиден вывод, что новые виды СМИ возникают как веяние времени, как часть культуры, определяемой этим временем, являясь, прежде всего, явлениями социальными и культурными.

Б. Барроу, иллюстрируя мысль о том, что предшествующие стриминговому вещанию явления были вызваны желанием аудитории непосредственно участие-

вать в событии, которое описывали СМИ, приводит в качестве примера газетные трансляции боксерских матчей в 1926 году, предпринятые в целях преодоления монополии радио. Газеты предлагали читателям то, что не могло им дать радио: ретрансляцию поединка blow-by-blow [Burroughs].

Так родилась форма, напоминающая потоковое вещание, при которой один участник дает аудитории возможности ощущения одновременного совместного просмотра. Э. Кац называет это явление «дезинтермедиацией» [Katz] – участники процесса коммуникации пытаются «через головы посредников» установить прямой контакт друг с другом.

Безусловно, предшественником стриминга можно считать радио. С. Дуглас называет радиопрограммы, подготовленные для местной аудитории, началом стриминга как культурного процесса [Douglas].

Между тем, радио является принципиально иным технологическим процессом, чем потоковое вещание. «Если радио трансляции основаны на модели передачи «один к многим», потоковые платформы нацелены на вкусы индивидуального слушателя (Harvey, 2014). Кроме того, радиосигнал транслируется непрерывно, тогда как потоковое вещание может быть как синхронным (на основе традиционной вещательной модели), так и асинхронным (доставкой пользователям индивидуализированной информации) [Douglas].

Прототипом стриминга можно считать телевизионное вещание, хотя традиционно телевидение работало в рамках национальных границ, что делало значимым географический фактор. Соответственно, контент преимущественно был привязан к местной инфраструктуре и отражал только конкретно местное и национальное, без возможностей аудитории вмешиваться в процесс вещания.

Можно выделить следующие наиболее значимые для развития стримингового вещания примеры трансляций, осуществленные в 90-е годы:

18 ноября 1994 года в прямом эфире транслировался концерт Rolling Stone Live из Коттон Боул в Далласе;

5 сентября 1995 была проведена первая крупная прямая спортивная трансляция в интернете – бейсбольный матч Высшей лиги между Seattle Mariners и The New York Yankees;

10 ноября 1995 года Симфонический оркестр Сиэтла исполнил первый симфонический концерт вживую с приглашенными музыкантами Слэшем (Guns 'N' Roses, Velvet Revolver), Мэттом Кэмероном (Soundgarden, Pearl Jam) и Барреттом Мартином (Screaming Trees);

в 1998 году студенты факультета журналистика университета из штата Мэн организовали опытную интернет-трансляцию с выставки «Экспо-1998» в Ганновере (США). Эту трансляцию посмотрело 16 тысяч зрителей;

в 1999 году группа альпинистов организовала интернет-трансляцию своего восхождения на гору Эйгер в Швейцарии. Они использовали камеры и микрофоны, смонтированные в шлемы, а также 12 камер, которые были ранее установлены с помощью вертолетов на разных участках маршрута.

Участие Microsoft в стриминговом вещании было начато в 1993 году, первое видео было отправлено в апреле 1995 года. VDOnet и Xing также разрабатывали платформы для потоковых технологий разработки Windows.

В 1997 году RealNetworks (ребрендинг от Progressive Networks) согласовала сделку с сетью вещания с Mci Communications (одной из самых значимых телекоммуникационных компаний в 90-х годах). Цель этой сделки заключалась в том, чтобы инфраструктура интернета MCI обеспечивала поддержку до 50 000 одновременных потоков. Это была первая крупная попытка создать сеть доставки контента (CDN) для охвата потребителей средств массовой информации.

Когда в начале 2000-х годов ожидаемый спрос на потоковые медиа не был достигнут, RealNetworks начала фокусироваться на контенте, создавая сервис-подписки на контент RealOne. В частности, также в 2001 году был подписан трехгодовой контракт с главной лигой бейсбола для создания подписки на видео- и аудиотрансляции.

Очевидно, что видео значительно расширило возможности средств коммуникации, использующихся в Сети. Одновременно интернет изменил сам подход к просмотру видеопродукции, предоставив потребителю огромный выбор и независимость от времени и места.

Наиболее близким прототипом современного стримингового вещания можно считать видеоконференции.

В 1920-х, 1930-х и 1940-х годах AT&T's Bell Laboratories вложили 500 млн. долларов в развитие Picturephone. Несмотря на провал этой идеи, она все же заслуживает достойной оценки за свои технологические разработки.

7 апреля 1927 года состоялась первая односторонняя трансляция по видеофону между министром торговли, чемпионом любительского радио Гербертом Гувером в Вашингтоне и корпоративными лидерами AT&T в Нью-Йорке. Вскоре после этого, в 1930 году, AT&T провела двухстороннюю видеофонную беседу. Однако такие трансляции были коммерчески не жизнеспособны из-за непомерно высокой стоимости.

Риторика, окружающая Picturephone, предполагала, что изобретение полностью революционизирует весь коммуникационный ландшафт и приобретет такое же значение, как изобретение телефона.

Значимым фактором для развития современного стримингового вещания можно считать запуск YouTube в июне 2005 года.

Б. Барроу выделяет в качестве пионера цифрового потокового вещания Justin.tv, который первоначально был предназначен для узконаправленной трансляции оригинального контента из повседневной жизни пользователя [Burroughs].

Генеральный директор компании Sony Майкл Линтон считает фактором, вызвавшим непредсказуемые изменения, создание цифрового видеорежистратора: «видеорежистратор радикально изменил ландшафт драматического сценария... Никто не мог предсказать, что это создаст открытый драматический сериал» [Цит. по: Block].

Итак, развитие такой новой формы вещания, как стриминг, стало возможным благодаря техническому прогрессу, обусловившему революционные изменения в коммуникационной сфере, изменениям в характере коммуникации между членами общества и самой роли индивида в современном обществе.

Стриминговое вещание в современных отечественных СМИ

В России активное развитие потокового вещания стало возможным относительно недавно – ранее этот процесс тормозили несовершенства технических возможностей, например, такие, как небольшая мощность сетей, обусловившая низкую скорость загрузки файлов.

Сегодня новостные стримы занимают свою нишу в отечественной медиасреде, постепенно становясь обязательной опцией, которую стремятся поддерживать ведущие российские медиахолдинги.

В частности, медиахолдинг Life.ru запустил стриминговое вещание в мае 2017 года в Москве.

Однако, по словам шефа-редактора отдела продюсеров Life.ru Татьяны Денесюк, «стримы оказались очень проблемной территорией». Она связывает трудности потокового вещания в российских медиа, прежде всего, с финансовым аспектом: «любые стримы очень тяжело продаваемы. Креативные, не креативные – пока еще мышление даже у тех, кто готов платить больше, к этому не готово».

Кроме того, по словам Татьяны, сегодня существуют неразрешенные вопросы, связанные с монетизацией новостного стриминга. Помимо продажи исключительных прав на трансляцию, что является классическим примером монетизации оперативного эксклюзивного контента, «как в старые добрые любые времена», до сих пор не отработаны способы монетизации стриминговых трансляций, даже если они являются эксклюзивными.

В качестве примера Татьяна приводит вопросы трансляции судебного процесса над А. Навальным. «Например, мы будем стримить суд с Навальным. Мы единственные туда попали. Мы всем говорим, что вот, у нас будет стрим Навального, вы можете посмотреть прямую трансляцию только у нас. Что это значит? Мы должны ее закрыть и дать покупку доступа: “Ребята, платите за просмотр”. Какие еще варианты? Мы договорились, например, на какую-то аккредитацию, взяли с собой человека, дали ему камеру, и он у себя на канале стримит. Тогда получается, что у нас уже будет не информационный, а закрытый контент по подписке».

Однако, как подчеркивает Татьяна, если речь идет о таких информационных событиях, как, например, авиакатастрофа, то вариант просмотра трансляции по подписке рассматриваться не может: «понятно, что подавать падающий самолет – это какой-то бред».

Таким образом, Татьяна Денесюк не считает стриминговое вещание полноценным трендом современной российской журналистики, хотя и уверена, что стримы,

безусловно, будут активно развиваться: «Отказываться от этого нельзя – за этим будущее. Но когда это будущее глобально придет в Россию – сложно сказать».

Алексей Романов уверен в перспективах развития в России новостного стриминга, но подчеркивает, что «необходимо понимать, для кого эти новости. Необходимо очень хорошо понимать специфику стримов. То есть, например, делать такие же новости, как делают на Первом канале, не имеет смысла. Это будет провальный проект».

Директор по лицензированию видеоагентства Ruptly (RT) Михаил Кочиков уверен, что «стримы – это естественная вершина развития».

Учитывая, что для «RT на русском» видеотрансляции были отличительной особенностью и конкурентным преимуществом с самого момента создания (с 2012 года), а для видеоагентства Ruptly остаются такими по сей день, «сегодня технологический процесс позволил более качественно и с меньшими издержками удовлетворить зрительскую потребность, что и привело к всплеску популярности трансляций».

При этом Михаил отмечает такой парадокс, как уменьшение показателей просмотров трансляций на крупных платформах в результате популяризации социальных сетей, развития интернета и удешевления смартфонов: «Развитие пошло вширь, а не вглубь. Прыжок Феликса Баумгартнера из стратосферы в 2012 г. на YouTube смотрели 8 миллионов человек одновременно, что привело к тому, что на время трансляции компании пришлось отключить все другие сервисы на этой платформе. Трансляцию первой пресс-конференции Виктора Януковича после побега с Украины смотрели около 380 тысяч зрителей, что, насколько мне известно, пока остается рекордом в русскоязычном сегменте».

Особенностью текущего момента, которую необходимо учитывать, по мнению Михаила, является то, что «развитие IT-инфраструктуры и технологий позволило снять ограничения для стриминга. Теперь для осуществления новостного стримингового вещания не нужно быть крупной медиакомпанией. Одно и то же событие могут показывать десятки людей, а агентства типа Ruptly позволяют стать вещателями небольшим компаниям. Таким образом, хотя общее число зрителей событий растёт, аудитория сегментируется и каждый отдельный канал смотрит меньшее количество людей».

Выводы

Такая новая форма доставки новостного контента потребителю, как стримы, определяется самим временем, особенностями цифровой эпохи, обусловившими новые потребности аудитории и принципиально изменившими характер коммуникации между СМИ и потребителем.

Развитие новостного стримингового вещания в России на сегодняшний момент имеет ряд нерешенных проблем, однако его полноценное развитие, на взгляд автора, является только вопросом времени.

Отечественные медиа должны не просто обратить внимание на такую форму вещания, как новостные стримы – они должны стремиться к тому, чтобы сделать эту опцию обязательной. Вместе с тем, чтобы данная сфера не была убыточной и успешно развивалась, необходимо учитывать характер аудитории, специфику стримингового вещания, а также должны быть отработаны методы и способы монетизации новостных стримов.

Источники

Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Макеенко М.И., Смирнов С.С. (2017). Индустрия российской медиа: цифровое будущее [Академические монографии]. М.: МедиаМир.

Гарматин А. (2004). Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика.* № 2. С. 121-133.

Block A.B. (2013). Media execs divided on Netflix's 'House of Cards' model // *The Hollywood Reporter* [access mode]: <http://www.hollywoodreporter.com/news/media-exec-divided-netflix-house-418357>.

Brinkerhof J.M. (2009). *Digital Diasporas: identity and transnational engagement.* Cambridge: Cambridge University Press.

Burroughs B.E. (2015). *Streaming media: audience and industry shifts in a networked society.* A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Doctor of Philosophy degree in Communication Studies in the Graduate College of The University of Iowa. Graduate College of University of Iowa.

Douglas S. (2004). *Listening // Radio and the American Imagination.* Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Geiger R.S., Lampinen A. (2014). Old against New, or a Coming of Age? Broadcasting in an Era of Electronic Media // *Journal of Broadcasting & Electronic Media.* Vol. 58, No. 3, P. 333-341.

Gitelman L. (2006). *Always already new: Media, history, and the data of culture.* Cambridge, MA: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Harvey E. (2014). Station to station: The past, present, and future of streaming music. Pitchfork [el. source]: http://pitchfork.com/features/cover-story/reader/streaming/?utm_campaign=search&utm_medium=site&utm_source=searchac.

Katz E. (2003). Disintermediating the parents: What else is new? // J. Turow (Ed.), *The wired homestead: An MIT Press sourcebook on the internet and the family.* Cambridge, MA: The MIT Press. P. 45-52.

McLuhan M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man.* Cambridge; London: MIT Press.

Peters B. (2009) A bibliographic case for new media history // *New Media & Society.* No. 1, P. 13-30.

■ ■ ■ Stream Broadcasting as a Phenomenon of Modern Media Environment

Maria D. Bolycheva

Lomonosov Moscow State University (MSU), Moscow, Russia.

Abstract. The Internet space as a means of reflecting reality is the strongest factor of influence on the material and spiritual experience of humanity. It is obvious that the rapid development of the Network's capabilities, the processes of de-legitimation and convergence, the widespread distribution of personal electronic devices as the main means of communication and other technological advances in the information and communication sphere, change the traditional media, encouraging the emergence of new formats of broadcasting, and new forms of interaction with the audience. One of these forms are streams. The paper reveals the concept and essence of stream broadcasting. Considering streams not only as a process of delivering multimedia information flows to users in real time, but as a socio-cultural phenomenon. The role of stream broadcasting for the development of online news journalism is defined. The author analyzes the prerequisites for the appearance and development of this type of broadcasting, and attempts to forecast the development of news streaming in Russia.

Keywords: stream broadcasting, streaming, streams, stream news, stream media, journalism, news journalism, media

For citation: Bolycheva M.D. D Stream broadcasting as a phenomenon of modern media environment // *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.4. P. 159-169. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-4-159-169.

Inf. about the author: Margarita Dmitrievna Bolycheva, postgraduate student of the Journalism Faculty of Lomonosov Moscow State University. Address: 125009, Russia, Moscow, Mokhovaya St., 9/1. E-mail: margarita.bolytcheva@gmail.com.

Received: 05.08.2018. *Accepted:* 15.08.2018.

References

- Vartanova E.L., Vyrkovsky A.V., Makeenko M.I., Smirnov S.S. (2017). The industry of Russian media: the digital future [Academic monographs]. M.: MediaMir (In Rus.).
- Garmatin A. (2004). Internet broadcasting in the media system: features and principles of functioning. *Sc. Herald of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*. No. 2. P. 121-133 (In Rus.).
- Block A.B. (2013). Media execs divided on Netflix's 'House of Cards' model. *The Hollywood Reporter* [access mode]: <http://www.hollywoodreporter.com/news/media-execs-dividednetflixs-house-418357>.
- Brinkerhof J.M. (2009). Digital Diasporas: identity and transnational engagement. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burroughs B.E. (2015). Streaming media: audience and industry shifts in a networked society. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Doctor of Philosophy degree in

Communication Studies in the Graduate College of The University of Iowa. Graduate College of University of Iowa.

Douglas S. (2004). Listening. In: Radio and the American Imagination. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Geiger R.S., Lampinen A. (2014). Old Against New, or a Coming of Age? Broadcasting in an Era of Electronic Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 58, No. 3, P. 333-341.

Gitelman L. (2006). Always already new: Media, history, and the data of culture. Cambridge, MA: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Harvey E. (2014). Station to station: The past, present, and future of streaming music. Pitchfork [el. source]: http://pitchfork.com/features/cover-story/reader/streaming/?utm_campaign=search&utm_medium=site&utm_source=searchac.

Katz E. (2003). Disintermediating the parents: What else is new? In: J. Turow (Ed.), *The wired homestead: An MIT Press sourcebook on the internet and the family*. Cambridge, MA: The MIT Press. P. 45-52.

McLuhan M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge; London: MIT Press.

Peters B. (2009) A bibliographic case for new media history. *New Media & Society*. No. 1, P. 13-30.