

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ВЛАСТЬ, КОММУНИКАЦИЯ
И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ

Под редакцией *Л. В. Сморгунова*

УДК 327
ББК 66.4
С69

Работа выполнена в Социологическом институте РАН — филиале ФНИСЦ РАН в 2023 и 2024 гг. по двум проектам, финансируемым Министерством науки и высшего образования РФ, государственные номера регистрации — 123091800030-5 и 124091300003-3 (руководитель проектов Л. В. Сморгунов).

Авторский коллектив

Бурикова И.С. (2.4; 9.2); Игнатъева О.А. (1.3; 3.3; 5; 8; 10.4; 12);
Калямина Д.А. (4; 9.1); Колкотина Е.Д. (2.2; 8.1); Кондратенко К.С. (2.5; 7; 11);
Неверов К.А. (2.3; 5.3; 6); Сморгунов Л.В. (введение; 1; 3.1–3.2; 3.4; 4;
5.3; 9.1; 9.3; заключение); Томин Л.В. (2.1–2.2; 10.1–10.3).

Рецензенты

доктор политических наук, профессор РАНХиГС
при Президенте РФ *Л. Н. Тимофеева*
доктор политических наук, профессор МГУ
имени М.В. Ломоносова *А. И. Соловьев*

С69 **Социальные сети: власть, коммуникация и стратегии поведения** / Под ред.
Л. В. Сморгунова. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2025. — 352 с.

ISBN 978-5-7567-1381-7

Монография содержит результаты изучения социальных сообществ в сети «ВКонтакте», полученных по двум грантам Минобрнауки РФ и Экспертного института социальных исследований в 2023–2024 гг. Представлена концепция выбора стратегии поведения пользователей социальных сетей в условиях различных типов легитимации сетевой власти и трансдуктивной сетевой коммуникации, а также описаны основы трансверсальной политики социализации в социальных сетях на основе убеждающей коммуникации для формирования общегражданской идентичности. Центральной идеей монографии выступает представление о социальных сетях, создающих информационные режимы индивидуации и солидаризации на основе логики связанного действия. Методологией исследования выступает сетевой подход, направленный на поиск дизайна связи легитимности сетевой власти, убеждающей коммуникации и стратегии поведения пользователей сетей.

Книга предназначена для изучающих социальные сети, социологов, политологов, социальных психологов, специалистов в области социальной коммуникации, организаторов сетевого взаимодействия, для широкого круга читателей, интересующихся новыми тенденциями в общественном развитии.

УДК 327
ББК 66.4

ISBN 978-5-7567-1381-7

© Коллектив авторов, 2025
© ООО Издательство «Аспект Пресс», 2025

Все учебники издательства «Аспект Пресс»
на сайте и в интернет-магазине <https://aspectpress.ru>

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 6

Раздел I

ВЛАСТЬ И КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Глава 1. Сетевая организация коммуникации и логика связанного действия	14
1.1. Сетевая организация коммуникации	14
1.2. Соотношение индивидуации и солидарных сообществ	17
1.3. Трансдукция как процесс сетевой коммуникации	19
1.4. Логика связанного действия	23
Глава 2. Сетевая власть и ее легитимность	28
2.1. Сетевая власть в контексте трансформации архитектуры Интернета	28
2.2. Стратегии легитимации сетевой власти	34
2.3. Эффекты сетевой легитимности	42
2.4. «Персональный информационный контент» коммуникации, предоставленный механизмами цифровых пузырей	50
2.5. Легитимность сетевой власти и стратегии поведения пользователей социальных сетей	54
Глава 3. Структурные, институциональные и алгоритмические факторы сетевой власти	59
3.1. Структурные факторы сетевой власти	59
3.2. Институциональные факторы сетевой власти	65
3.3. Алгоритмические факторы сетевой власти	72
3.4. Инструментальная карта соотношения факторов легитимности сетевой власти	81
Глава 4. Делиберативная демократия и коммуникация в сетевом контексте	86
4.1. От идеальной речевой ситуации к прагматической модели делиберативной демократии	86
4.2. Делиберативная демократия в сетевом контексте	91
4.3. Развитие сетевой коммуникации: от информирования к использованию	97
4.4. Сообщественное пространство коммуникации	99
4.5. Аргументация и этапы убеждения в делиберативной демократии	105

Раздел II

СЕТЕВАЯ ВЛАСТЬ, СООБЩЕСТВА И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Глава 5. Гражданские сообщества в социальной сети «ВКонтакте»	110
5.1. Типология сообществ «ВКонтакте»	110
5.2. Сравнительные сетевые параметры сообществ «ВКонтакте»	114
5.3. Соотношение структурных и динамических характеристик гражданских сообществ «ВКонтакте»	123
Глава 6. Гражданские сообщества «ВКонтакте» и эффекты сетевой легитимности власти	131
6.1. Самоорганизующиеся сетевые сообщества.	131
6.2. Сетевые сообщества коллективного действия	139
6.3. Гибридные сетевые сообщества	145
Глава 7. Стратегии поведения участников гражданских сообществ сети «ВКонтакте»	154
7.1. Причинно-следственный сетевой анализ выбора стратегии поведения пользователей социальных сетей.	154
7.2. Исследование стратегий поведения участников сообществ «ВКонтакте»	159
Глава 8. Сравнение эффектов легитимации сетевой власти в деятельности сообществ и госпабликов	176
8.1. Сетевая власть, госпаблики и цифровое доверие к государственной власти.	176
8.2. Сетевой анализ госпабликов региональных органов законодательной власти «ВКонтакте»	180
8.3. Влияние эффектов легитимации сетевой власти на гражданские сообщества и госпаблики «ВКонтакте»	199

Раздел III

УБЕЖДАЮЩАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СЕТЕВОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Глава 9. Убеждающая коммуникация в сетевом контексте	206
9.1. Модели убеждающей коммуникации.	206
9.2. Соотношение управляемых и неуправляемых характеристик и стратегий убеждающей коммуникации в социальных сетях	217
9.3. Структура убеждающей коммуникации и аргументативные сети	228

Глава 10. Трансверсальная политика и ее особенности в процессах социализации	234
10.1. Трансверсальность: генеалогия понятия	234
10.2. Субъективация индивида в социотехнологической среде	239
10.3. Трансверсализация медиасферы и политических организаций	243
10.4. Трансверсальная политическая социализация молодежи	246
Глава 11. Динамика стратегий политической социализации в сетевых контекстах	249
11.1. Трансверсальность политических событий и политическая социализация в сетевых контекстах	249
11.2. Трансверсальные сетевые дизайны политической социализации молодежи	254
11.3. Анализ активистской динамики сетевых сообществ	264
Глава 12. Сетевые дизайны убеждающей коммуникации и политика различий в политической социализации молодежи	271
12.1. Концепция сетевых дизайнов убеждающей коммуникации.	271
12.2. Особенности убеждающей коммуникации в молодежных сообществах «ВКонтакте»	273
12.3. Сравнительный анализ сетевых структур и дизайнов убеждающей коммуникации.	283
Заключение	294
Список литературы	300
Индекс понятий	318
Сведения об авторах	321

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа входит в комплексное исследование сетевой проблематики политики в различных ее аспектах, вызываемых как технологическими, так и социально-политическими факторами современного развития. Участниками проекта ранее проведено изучение доказательной политики технологического суверенитета, в котором раскрывались динамика и соотношения различных публичных стратегий обоснования политики технологического суверенитета в России (цивилизационной, экономической, технократической) в аспекте рекурсивных систем формирования и укрепления доверия [Сморгунов 2022; Игнатъева, Хомяков 2023; Кондратенко 2023; Томин 2023]; были сформулированы ряд идей, составляющих структуру институционально-процедурной концепции цифровой публичной управляемости, основанной на политической онтологии цифровизации [Политическая онтология... 2022]; на основе анализа аффордансов цифровых городских платформ осуществлена критика информационной парадигмы мотивированного познания с целевым формированием политических суждений, ориентированных на производство догматических и спекулятивных суждений, и разработаны концептуальные основы сетевых платформ для делиберативной коммуникации граждан с органами государственной власти [Сморгунов 2021]. Настоящая работа содержит результаты исследования влияния сетевой власти на выбор стратегии поведения пользователей социальных сетей, а также изучения особенностей политической социализации молодежи в сетевых контекстах.

Вовлечение граждан в социальные сети становится значительным фактором формирования нового информационно-политического пространства, оказывающего возрастающее влияние на жизнедеятельность общества. Представители и органы публичной власти используют сетевое информационно-политическое пространство для укрепления своей легитимности. Сетевые платформы, блоги, госпаблики, личные страницы и другие формы сетевого взаимодействия с гражданами становятся повседневными каналами политико-информационного взаимодействия. В настоящее время они обладают внешней властной легитимностью, определяя многие стороны современной публичной политики. Вместе с тем доказано, что сетевое общение обладает своей внутренней легитимационной силой, использование ко-

торой становится настоящей потребностью всех участников политики. Именно этот аспект сетевой организации публичной политики наименее всего изучен в науке, в том числе в российской. Изучение сетевой власти и ее легитимности активно входит в предмет исследований в конце первого десятилетия нынешнего века в связи с повышением роли сетевого фактора в политических процессах. Мануэль Кастельс, известный исследователь сетевого общества, выделял власть сетей в политике в целом и три типа внутренней сетевой власти: власть стандартов взаимодействия; власть одних субъектов над другими в сети; власть программирования определенных сетей [Кастельс 2023]. Другие исследователи подчеркивают всеобъемлющий характер сетевого фактора, выдвигая концепцию нетократии [Бард, Зодерквист 2004]. В этом отношении изучение того, как складываются различные конфигурации сетевой власти и ее принятия пользователями социальных сетей, является актуальной и малоисследованной задачей. Если в условиях формирования легитимности институциональных порядков стратегия их участников базировалась на принципах публичного выбора (эффективность, оптимальность, полезность и др.), то в настоящее время в условиях роста значения коммуникационных порядков повышается актуальность исследования выбора стратегий поведения пользователями сетей (критичность, включенность, солидарность, самоорганизация и др.). Вместе с этим вовлечение в процесс сетевизации органов публичной власти посредством платформ и госпабликов делает актуальным определение их значимости для коммуникации с гражданами на основе использования легитимных конструктов сетевой власти и повышения собственной легитимности, которая в значительной мере основывается на новых механизмах сетевого характера (коммуникативная легитимность) [Kihlström 2020]. Эти аспекты сетевого взаимодействия (сетевые сообщества и платформы власти/госпаблики) повышают интерес к управленческим проблемам сетевой коммуникации. Растет число публикаций о политическом управлении и менеджменте социальных сетей [Braatz 2013; Handbook, 2013; Madeo, Moscetti 2020; Новосельский 2023; Рябченко и др. 2023]. Вот почему возникает научная проблема поиска и описания новых оснований для выбора пользователями социальных сетей своих стратегий при формировании солидарных сообществ, отличающихся от прежних принципов теории публичного выбора.

В то же время в современных условиях сетевое пространство активно используется молодежью как источник информации и коммуникации, и стратегии поведения пользователей сетевого контента

напрямую связаны с политической социализацией онлайн, которая выступает мощным средством формирования политических ценностей и идентичностей, влияющих на политическое позиционирование и деятельность. Современное состояние изучаемой проблематики в России и мировой науке состоит в основном в двух тенденциях описания влияния сетевых средств коммуникации на политическую социализацию молодежи — коммуникативную и структурную. В политологии и социологии основное внимание уделяется коммуникативному аспекту в связи с разработанностью методов анализа коммуникационных сообщений с использованием контент-анализа, дискурс-анализа, феноменологического анализа и др. Коммуникативный подход внес определенный вклад в понимание сложности и неоднозначности как политической коммуникации в сетях, так и ее результатов, связанных с формированием политических ценностей, убеждений и установок. Эпистемологический уклон здесь связан с ролью сетевых каналов распространения информации, эпистемического убеждения и формирования знаний на основе логики рассуждений и вывода. Как правило, в этом ключе сформированы различные модели убеждающей коммуникации, стратегической коммуникации и др. [Betteke van 2018; Halttu, Oinas-Kukkonen 2022; Wilbers 2022]. Анализ различных составляющих убеждающей коммуникации демонстрирует многообразие ее механизмов. В этом отношении большинство исследований в области связей с общественностью (и смежных областей) фокусируется на деятельности, включающей в себя в основном согласованное убеждение, а не убеждение посредством обмана, стимулирования и принуждения; некоторые работы говорят об использовании манипулятивных стратегий по отношению к подчиненным группам в обществе, что тождественно пропаганде, которая так или иначе проявляется в различных политических режимах; часть исследований касается области рекламы с ее манипулятивными формами убеждающей коммуникации [Bakir et al. 2019: 319]. В структурных тенденциях рассмотрения сетевой политической коммуникации, весьма немногочисленных, изучению подвергается конструкция сетей как пространства политической коммуникации [Levitan 2018; Madeo, Mocenni 2020]. В этом отношении убеждающая коммуникация строится скорее на аргументативных стратегиях, порождаемых такими характеристиками сетей, как сплоченность, ассортативность, модулярность, центральность (в различных ее смыслах и метриках). Хотя в представленном исследовании часть вопросов раскрывается на основании коммуникативной стратегии, однако значительный акцент сделан на новом концептуальном

подходе, который в данной монографии обозначен как аргументативные сети [Сморгунов 2024].

Представленная читателю книга состоит из трех основных разделов. В первом разделе «Власть и коммуникация в социальных сетях» раскрываются основные теоретические подходы к изучаемому феномену социальных сетей. В основу монографии положена концепция сетевых сообществ, основанных на логике связанного действия (*connective networks*). В главах данного раздела представлены основы трансдуктивной концепции сетевой коммуникации с информационными режимами функциональной автономии, центрирования информации, изменения формы информации, тематического наслаивания информации, центростремительной информации, центробежной информации. Здесь также описана динамика развития понятия сетевой власти как эпистемической власти с современным механизмом модуляции и дифференциации внимания, аффектов, мнений и знаний и представлена типология легитимности сетевой власти на основе адаптирующей функции правовых норм, обращения к защите общественных интересов, расширения пространства символов доверия, согласования с государственной политикой, предоставления пространства для индивидуации и коллективной солидарности. Раскрыто значение институциональных, структурных и алгоритмических факторов влияния на сетевую власть и ее легитимность; разработана инструментальная карта соотношения институциональных, структурных и алгоритмических факторов легитимности сетевой власти и описана их роль в механизмах формирования устойчивых солидарных гражданских сообществ. В четвертой главе первого раздела сетевая проблематика описана в контексте концепции делиберативной демократии и представлены основные характеристики сетевой коммуникации как способа организации и связи индивидуации и солидарных сетевых сообществ.

Второй раздел «Сетевая власть, сообщества и стратегии поведения пользователей социальных сетей» включает в себя главы, описывающие концептуализацию властного контента выбора пользователями социальных сетей своей стратегии поведения. В соответствии с концепцией связанных социальных сетей эмпирически изученные сети «ВКонтакте» путем кластерного анализа сгруппированы в три класса: самоорганизующиеся сети связанного действия, организационные сети коллективного действия, гибридные сети связанного действия, которые различаются способами формирования сообществ, стратегиями поведения пользователей сетей и эффектами легитимности сетевой власти. Предложена система измеримых оценок эффектов сетевой

легитимности власти на основе анализа гражданских сообществ в сети «ВКонтакте». Раскрыты концептуальные основы стратегии поведения участников гражданских сообществ сети «ВКонтакте» в контексте использования различных типов легитимности сетевой власти с учетом рациональных, моральных, реляционных и неструктурированных моделей стратегии поведения пользователей сетей. На основе сравнительного исследования использования эффектов сетевой легитимации политических сообществ и госпабликов представительных (законодательных) органов публичной власти в сети «ВКонтакте» для легитимности органов государственной власти и солидарных взаимодействий власти и граждан описаны механизмы управления формированием солидарных сообществ.

Третий раздел «Убеждающая коммуникация в политической социализации российской молодежи» включает главы, описывающие трансверсальную политику политической социализации в сетевых контекстах. Показано, что в процессе сетевой политической социализации присутствуют механизмы управляемой и неуправляемой убеждающей коммуникации. Важным свойством такой социализации выступает политика трансверсальности, т.е. стратегия взаимосогласования и взаимопересечения социальных, культурных, поколенческих, территориальных и других различий. Трансверсальность можно рассмотреть в двух связанных смыслах. Первый — модель медиапотребления (переход от монологических моделей СМИ к приложениям или новостным ресурсам (агрегаторам), организованным по принципам фрактализации (*ТикТок*) или потоков с возможностью быстрого подключения/переключения (*Телеграм*-каналы, подкасты). Второй — модель групп (виртуальных площадок, локальных медиа), организованных как коллаборативные проекты (с точки зрения финансирования, редакционной политики). Для данных сообществ трансверсальное (горизонтальное) взаимодействие является самоценным, они действуют в миноритарной логике и зачастую не стремятся выходить на широкую аудиторию. Поэтому научно значимым является анализ подобных площадок, локальных коллаборативных медиа и *Телеграм*-каналов как сетевых дизайнов политической социализации с соотношением управляемых и неуправляемых механизмов. Важным является поиск такого сетевого механизма убеждающей коммуникации, который был бы направлен на формирование общегражданской идентичности в условиях трансверсальной политики социализации молодежи в социальных сетях. Научная актуальность здесь определяется направленностью на описание сетевых параметров убеждающей коммуникации, влия-

ющей на формирование ценностных установок молодежи. Практическая актуальность определяется возможностью использовать результаты исследования для управления молодежной политикой в отношении политической социализации молодежи с учетом соотношения в сетевом дизайне убеждающей коммуникации управляемых и неуправляемых компонентов.

Эмпирической базой представленного в монографии исследования является социальная сеть «ВКонтакте». Эта сеть насчитывает более 100 млн ежемесячных пользователей, она принимает 15 млрд сообщений и организует 10 млрд просмотров записей в сутки. Изучение сетевой власти и ее влияния на выбор стратегии поведения пользователей проводилось на шести гражданских сообществах социальной сети «ВКонтакте»: «Мы против северного намыва» (<https://vk.com/protivnamiva>), «Народный контроль Нижнекамск» (https://vk.com/narod_nk); «За Социальное Девяткино» (<https://vk.com/za9kino>), «Антиборщевик» (<https://vk.com/antiborshevnik>); «ВелоПитер» (<https://vk.com/clubvelopiter>) и «За новый социализм» (<https://vk.com/zanovyysotsializm>). Вместе с этими сетевыми сообществами анализируются госпаблики в сети «ВКонтакте» десяти законодательных органов субъектов Российской Федерации (Ярославская областная дума, Законодательное собрание Санкт-Петербурга, Законодательное собрание Краснодарского края, Парламент Республики Северная Осетия, Самарская губернская дума, Законодательное собрание Свердловской области, Законодательное собрание Новосибирской области, Законодательное собрание Камчатского края, Законодательное собрание Пермского края, Новгородская областная дума). Эмпирической базой исследования политической социализации выступили молодежные сообщества, представленные в социальной сети «ВКонтакте»: «Лентач» (<https://vk.com/lentach>); «Технокоммунизм» (https://vk.com/impulse_tech); «Русские патриоты / Союз славян» (https://vk.com/russian_patriots_union_of_slavs); «Российское общество “Знание”» (<https://vk.com/znanierussia>); «Молодежное педагогическое движение» (https://vk.com/smp_prof); «Мэш на Мойке» (<https://vk.com/mash.mouka>). Для получения сетевых данных и формирования графов социальных сетевых сообществ было использовано специализированное программное обеспечение *Gephi*. Данные для сетевого анализа были получены посредством парсера, написанного на языке *Python*.

Раскрыты в монографии концепции стратегии поведения пользователей социальных сетей в условиях различных типов легитимации сетевой власти и трансдуктивной сетевой коммуникации, а также

трансверсальной политики социализации в социальных сетях на основе убеждающей коммуникации (гражданской социализации в условиях принятия современным поколением молодежи взаимопересекающихся различий) предлагаются данной публикацией для критической оценки и возможной дальнейшей проработки, в том числе через расширение эмпирической базы исследования на других сетях и сетевых сообществах. Но уже сейчас полагаем, что представленные подходы и обобщения открывают возможность повышения эффективности организации молодежной политики в аспекте формирования основы ценностных ориентаций молодежи и ее общегражданской идентичности на основе коммуникационных дизайнов сетевой власти и убеждающей коммуникации, формирования солидарных сетевых сообществ и их влияния на повышение легитимности публичной власти и политики в России.

Раздел II

ВЛАСТЬ И КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

ЗАКЛУЧЕНИЕ

Представленная монография объединяет два проекта изучения социальных сетей. Первый ставил своей основной целью определить то, как социальные сети влияют на выбор стратегии поведения их пользователей в условиях сетевой власти, ее легитимации и сетевой коммуникации. Стратегии поведения индивидов в офлайн-пространстве описывались в теории публичного выбора на основе принципов методологического индивидуализма, его рациональности, максимизации полезности, обмена деятельностью и оптимальности. Социальные условия взаимодействия здесь учитывались как контекстные, которые модифицировали рациональное поведение индивида, оставляя неизменными исходные принципы. В этом отношении социальные сети не просто стали выступать контекстным фактором рационального выбора, но изменили характер выбора и его основания. На первый план вышла логика совместного действия, которая по-иному ставила вопрос о соотношении развития индивида и сообщества. Логика совместного действия опиралась на особенности так называемых сетей совместного действия (*connective action network*), концепция которых была использована в ходе исследования и представлена в монографии. Несмотря на то, что сети совместного действия являются некоторым идеальным типом сетей, однако их характеристики и особые черты так или иначе составляют динамику сетевизации и сетевого взаимодействия.

Второй проект касался исследования свойств сетевой организации убеждающей коммуникации в контексте трансверсальной политики социализации (гражданской социализации в условиях принятия современным поколением молодежи взаимопересекающихся различий). Результаты исследования продемонстрировали динамику сетевой политической социализации современных поколений молодежи, поскольку в цифровом сетевом контексте (или исходя из действия сетевой организации коммуникации) можно говорить об индивидуации человека в гибридной социотехнологической среде или о процессах субъективации в гетерогенных сетевых ассамбляжах, что усложняет процессы формирования базовых ценностей и общегражданской идентичности. Индивидуация в процессе социализации в трансверсальных сетевых сообществах возникает на основе

трансверсальных взаимодействий и убеждающей коммуникации за счет гибкой системы ролей и функциональной дифференциации. Трансформация механизмов убеждающей коммуникации связана не только с подвижностью содержания коммуникационных сообщений (факторы морали, психики, логики и политической ситуации), но и с активным использованием сложного сетевого дизайна коммуникации (вирулентность, диффузия, центральность, открытость, управляемость, ассортативность, модулярность). Основная идея говорит о соизмеримости сетевого дизайна убеждающей коммуникации, ориентированного на индивидуацию и субъективацию, и формирования устойчивой ценностной системы общегражданской идентификации. Исследование продемонстрировало возможности убеждающей коммуникации для формирования общегражданской идентичности в условиях трансверсальной политики социализации молодежи в социальных сетях.

В современных условиях, когда сетевое пространство активно используется молодежью как источник информации и коммуникации, политическая социализация онлайн выступает мощным средством формирования политических ценностей и идентичностей, влияющих на политическое позиционирование и деятельность. В процессе сетевой политической социализации, как показано в монографии, присутствуют различные модели убеждения, в том числе механизмы управляемой и неуправляемой убеждающей коммуникации. Но все же доминирующим для монографии был подход к изучению политической социализации в сетевых контекстах как процесса скорее научения, чем простой пропаганды. Хотя управляемые механизмы, включающие лидеров мнений, боты, манипулятивную технику и др. в социальных сетях, присутствуют, однако политическая социализация, на наш взгляд, включает в себя объединенные процессы индивидуации и формирования солидарных коллективов. В этом отношении сохраняются условия свободного выбора стратегии поведения пользователями сетей в коммуникационных процессах, природа которых самим фактом социального общения на основе аргументации порождает общегражданскую идентичность, т.е. принадлежность к сообществу и рассмотрение других во взаимодействии, какими бы различиями они не обладали, равными участниками сетевой деятельности. Сетевая индивидуация направлена на солидарные коллективы и не может обособиться в индивидуализм. Взаимная поддержка здесь и связывающий социальный капитал формируют условия для интенсивности сетей совместного действия.

Общая модель убеждающей коммуникации в сетевом контексте строилась на двух механизмах вывода в процессах рассуждения — эпистемическом, основанном на логике доказательства, и аргументативном, основанном на интуитивном принятии структур делиберативного взаимодействия в сетях. Сетевое сообщение становится убеждением в процессе такого развития сетевых механизмов социализации (сетевизация убеждаемости), которые способствуют индивидуации ценностей и формированию сетевой солидарности. С одной стороны, исследование кейсов сетевых сообществ в «ВКонтакте» показало наличие индивидуальных трансверсальных событийных схем, используемых для аргументации наследуемых/формируемых ценностей и установок. Здесь использовалась методология событийной реакции пользователя, что создавало такие схемы аргументации, которые базировались на сетевом факте массового интереса, когда интуитивное представление было связано с сильными аргументами поддержки/отрицания. Некоторые схемы были ориентированы на события внешнего мира, некоторые — на создаваемые внутренние корпоративные события. Основание вовлеченности и реагирования пользователей на посты, воспринимаемые через событийную призму, можно условно разделить на когнитивное или экспрессивное. Именно экспрессивные формы порождали сильный оценочный компонент восприятия. Преобладающие типы социализации, ориентация на события и модель вовлеченности — одни из наиболее значимых элементов трансверсальных событийных схем. С другой стороны, аргументативные механизмы, связанные с приведением аргументов, пониманием аргументов и принятием аргументов, опирались на процессы индивидуации и сетевой солидарности. Индивидуация измерялась такими сетевыми метриками, как показатели центральности по собственному вектору, средней длиной пути и центральностью по близости.

Сетевая солидарность выражалась склонностью к объединению в группы, наличием узлов с ненулевыми показателями центральности по посредничеству, сетью с высокими показателями плотности, централизации по близости и отрицательной ассортативностью (дисассортативностью). Исследование сетевых дизайнов убеждающей коммуникации на основании сетевого, статистического и качественного анализа позволило сделать вывод о двух прямых механизмах воздействия на ценностные установки и сетевую социализацию пользователей. Первый механизм — воздействие посредством активной роли модератора, который ведет делиберацию, подталкивая участников

группы к активной коммуникации. При этом сеть должна характеризоваться высокой степенью самоорганизации, а модератор иметь позиции прямого контакта с пользователями (высокие показатели центральности по близости). Фактически, акт коммуникации со стороны модератора просто дает остальным участникам дискуссии (читателям) сигнал, что их сообщение «обработано» и принято к сведению. Второй механизм предполагает активную роль самих пользователей, которая сопровождается не только слактивизмом, что имеет положительное значение для принятия аргументов внутри и вне группы, так и более развитой системой группировок в сети, что подтверждает гипотезу о большей роли сплоченности, а не гетерогенности сетевых контактов для социализации.

В целом монография строится на описании одной модели организации сообществ, предлагаемой алгоритмами платформы «ВКонтакте», что имеет свои ограничения, связанные с политической онтологией платформы. Поэтому, анализируя сообщества в сети «ВКонтакте», мы основывались на том, что в реальности можно классифицировать имеющиеся сетевые сообщества, исходя из критериев их формирования: самоорганизация или организация уже сформированным офлайн коллективом. В ходе анализа эмпирических сетевых сообществ выяснилась следующая интересная картина: в зависимости от динамики сетевизации и информационного режима коммуникации сети трансформируются либо в направлении развития по модели сетей совместного действия, либо в направлении коллективной организации. При этом выявились гибридные модели сетевого развития. Анализ сетевой метрики, выполненный на примерах шести сетевых сообществ «ВКонтакте» и десяти госпабликов представительных органов государственной власти, включал в себя такие показатели, как степень, центральность, ассортативность, модулярность, длина пути, плотность, которые демонстрировали сложную реальную картину проявления логики совместного сетевого действия.

Акцент на сообществах был сделан не случайно. Сетевые индивиды (пользователи) и сообщества вместе реализовали задачу вовлечения в сетевое пространство посредством легитимации сетевой власти и использования структурных, институциональных и алгоритмических факторов сетей и эффектов сетевой власти для единого процесса индивидуации пользователей посредством развития солидарных коллективов. Здесь логика совместного действия выразилась концептуально в трансдукции, или трансдуктивной сете-

вой коммуникации как формы информационных взаимодействий, представляющих собой скачкообразные переходы в структурных, контекстных и содержательных процессах коммуникации. Выделенные шесть видов информационных режимов — функциональной автономии, центрирования информации, изменения формы информации, тематического наслаивания информации, центростремительной информации, центробежной информации — формировали непосредственную базу для выбора моделей поведения пользователей социальных сетей.

Инструментальная карта соотношения институциональных, структурных и алгоритмических факторов легитимности сетевой власти позволила учесть все три типа факторов и их взаимодействие на основе принципов синергии, устойчивости, взаимного влияния и ориентации на такие положительные эффекты легитимации, как поддержка индивидуации, обеспечение общественных запросов, сетевая безопасность, законность, дискурсивность знания, поддержание сотрудничества. Это может служить теоретическим основанием для разработки стратегий формирования устойчивых гражданских сообществ, способных эффективно реагировать на вызовы и поддерживать активное гражданское участие. Различные модели стратегий — моральная, рациональная, базовая и стратегия сотрудничества — анализировались на основе эмпирического исследования значения постов, характеризующих стратегии поведения, выявления наличия в архитектуре сетевых сообществ нереализованных потребностей, а также изучения характеристик коммуницирующей аудитории на основе трансдукционных режимов информации. Продемонстрирована тесная взаимосвязь различных стратегий поведения пользователей в рамках одного сообщества.

Сравнительное исследование эффектов легитимации сетевой власти в деятельности политических сообществ и госпабликов представительных органов власти показало, что такие эффекты легитимности сетевой власти, как справедливость/законность, стремление поддержки, доверия, наиболее ярко выражены в госпабликах групп самоорганизующихся и гибридных сетей (даже по сравнению с гражданскими сообществами данных типов). Эффекты недоверия, «туннельного зрения», управления посредством модерации характерны для группы сообществ коллективного действия в госпабликах.

Основная цель представления результатов исследования в монографии выполнена. Показаны результаты теоретического и эмпирического анализа выбора стратегии поведения пользователей сетей

в условиях легитимации сетевой власти, а также соотношения индивидуации и сообществ в контекстах трансдуктивной коммуникации. Сделан ряд обобщений относительно механизмов формирования сообществ в сети, определяемых структурными, институциональными и алгоритмическими факторами легитимации сетевой власти и ее эффектов. Монография продемонстрировала значимость открывающейся возможности повышения эффективности соуправления формированием солидарных сетевых сообществ и их влияния на развитие гражданской идентичности в России.

Научное издание

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Власть, коммуникация и стратегии поведения

Формат 60×90¹/₁₆, Усл. печ. л. 20.

ООО Издательство «Аспект Пресс».

111141, Москва, Зеленый проспект, д. 3/10, стр. 15.

E-mail: info@aspectpress.ru; <https://aspectpress.ru>.

Тел.: 8 (495) 306-78-01, 306-83-71

Отпечатано: АО «Т 8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5.

Тел.: 8 (495) 221-89-80