

Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор

Феликс Шарков

Доктор социологических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры социологии,
Московский государственный институт международных отношений;
заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.
Адрес: проспект Вернадского, д. 84, Москва, Российская Федерация, 119606
E-mail: sharkov_felix@mail.ru

Наталья Кириллина

Кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.
Адрес: проспект Вернадского, д. 84, Москва, Российская Федерация, 119606
E-mail: nata.kirillina@gmail.com

В статье представлен критический анализ процессов, обусловленных развитием виртуальных сообществ, переносом социальных практик в традиционных сообществах в пространство интерактивной коммуникации с последующими трансформациями характера взаимодействия и социальных ролей его участников. Авторами представлены и обобщены точки зрения в отношении сообществ — традиционных и виртуальных, и сформулированы отличительные характеристики виртуальных и т.н. «реальных» сообществ, сформировавшихся на территории географически ограниченных объектов (деревни, города, страны), в сходных условиях (исторических, культурных, языковых) и существующих в едином нормативно-правовом поле. Виртуальные сообщества, как правило, географически разрознены, что подразумевает существенные различия в отношении исторической памяти, культуры, родного языка, традиций и прочего, но остаются сообществами в том смысле, что объединяют группы людей на основе общих интересов, целей, взглядов и обеспечивают взаимодействие акторов и обмен информацией между ними. Принимая основные отличительные характеристики традиционных сообществ, виртуальные сообщества утрачивают часть традиционно присущих сообществам свойств, обусловленных единой территорией, историей, культурой.

Виртуальные сообщества определены авторами как группы акторов, взаимодействующих в виртуальном пространстве (например, в социальной сети) вне географических и политических границ и объединенных общими интересами или целями. Для них характерна значительная эмоциональная вовлеченность участников в процесс сетевого взаимодействия. В современных условиях, когда происходит оцифровка практически любого создаваемого (и созданного ранее) контента, в цифровом пространстве конвергируются реальные и виртуальные сообщества: (1) виртуальные сообщества принимают некоторые характеристики традиционных, и наоборот; (2) повышается вероятность дополнения или замещения пространственных связей в реальных сообществах виртуальными коммуникациями, что создает так называемые конвергентные сообщества.

Ключевые слова: сообщество, виртуальная среда, виртуальное сообщество, социальные сети, конвергенция, вовлеченность, цифровое пространство

От реальности к гиперреальности

Изучение процесса формирования и развития сообществ не ново. Само понятие «сообщество» обычно трактуется как объединение людей, народов, государств, имеющих общие интересы. Сообщества могут иметь сетевую форму, как, например, научно-профессиональные сообщества, религиозные общины, террористические формирования и любые другие, взаимодействующие и офлайн, и в виртуальном пространстве. Вопрос перехода существующих традиционных сообществ в онлайн-формат предполагает изучение этого процесса в социологии, философии, науках о коммуникации, социальной психологии и других смежных дисциплинах.

Задолго до становления информационного общества, то есть общества, в котором происходит экспоненциальный рост количества производимой и потребляемой информации, люди объединялись в сравнительно небольших локальных сообществах, которые формировались в пределах ограниченных географических пространств, а проживающие на их территории люди становились частью сообщества. Взаимодействие осуществлялось в основном лицом к лицу и было обусловлено соответствующими социокультурными, политическими и правовыми характеристиками среды. Развитие средств информационного обмена между географически и социально разрозненными сообществами и в сравнительно недавнем прошлом появление интернета и интерактивных интернет-площадок предопределило, во-первых, появление дополнительных возможностей для взаимодействия в рамках уже существующих и взаимодействующих офлайн-сообществ и, во-вторых, возникновение собственно виртуальных сообществ, объединяющих людей, разрозненных географически и не взаимодействовавших в реальной жизни.

Характер взаимодействий в «реальных» сообществах актуализирует противоречия между индивидуальным и коллективным, что в целом сохраняется и в гиперреальных, т. е. виртуальных сообществах (Кравченко, 2014: 27-37). Они, во-первых, существуют как форма интеракции индивидов (Simmel, 1970: 27). Во-вторых, априори являются продуктом действий индивидов, а их развитие базируется на предшествующих интеракциях, при этом, с одной стороны, сообщество как социальная структура становится основой для взаимодействия индивидов, с другой — направляет и ограничивает их (Гидденс, 2005). Наконец, с позиций теории фигурации Норберта Элиаса такой тип сообществ предполагает тесную взаимозависимость между структурными элементами общества и социальными действиями индивидов: каждый индивид существует в рамках выстраиваемых им отношений, где его функции зависят от других, а другие — от него. Структура этих отношений в различных типах обществ будет отличаться, и ни один индивид, какими бы ни были его личные качества и склонности, не свободен от общественных рамок и в то же время не может их мгновенно изменить (Элиас, 2001: 62), но вместе они формируют общественный порядок, обладающий собственной историей

и идентичностью. Однако в случае виртуализации сообщества этот процесс имеет свои особенности, на которые обратил внимание, в частности, Ж. Бодрийяр.

Для этого им вводится понятие гиперреальности, т. е. избыточного, симулированного реального, следствием чего выступает переосмысление понимания социального Ж. Бодрийяром. Он указывает на ключевое для производства знаков, как и собственно для процесса взаимодействия между индивидами, понятие «симулякр», обращая внимание на феномен появления «копий без оригинала» с возможностью их неограниченного распространения, т. е. копий, никак не связанных с какой бы то ни было реальностью. Он связал этот процесс с появлением нового состояния реальности, определяемого им как «гиперреальность» (Baudrillard, 1981). Буквально Бодрийяр пишет следующее: «В наши дни виртуальное решительно берет верх над актуальным; наш удел — довольствоваться такой предельной виртуальностью, которая в противовес аристотелевской лишь устрашает перспективой перехода к действию. Мы пребываем уже не в логике перехода возможного в действительное, но в гиперреалистической логике запугивания себя возможностью реального» (Бодрийяр, 1994).

Виртуальное реально, реальное виртуально

Проблематику виртуального некоторые интерпретаторы находят еще в самых ранних философских работах. Так, к примеру, платоновскую онтологию можно истолковать как своеобразное отношение между виртуальным миром идей и актуальным наличным бытием. Схоластическая концепция виртуального представляет его как нечто идеальное: например, Бог виртуален, что не означает, что он возможен, но он реален в полной мере.

В новейшей философии возрождение интереса к теме виртуального обычно связывают с именем Жюль Делёза. Опираясь на А. Бергсона, Делёз вводит пару «виртуальное-актуальное», стремясь обойти таким образом концептуальные тупики, содержащиеся в традиционной диалектической паре «действительного-возможного». Он акцентирует внимание на том, что «виртуальное не противопоставляется реальному, оно реально в первую очередь» (Делёз, 1998: 255). Виртуальные образы не более отделимы от реального объекта, чем последний — от них. Действительное и виртуальное сосуществуют и вступают в прямую циркуляцию, которая постоянно ведет от одного к другому. Отношение фактического и виртуального формируют обращение непрерывно, но двояко: либо действительное относится к виртуальному, как к другому объекту в расширенном обращении. В «Различии и повторении» Делёз, рассматривая соотношение возможного-реального, отмечает: «...виртуальное обладает полной реальностью в качестве виртуального <...>. Возможное бывает актуальным, хотя оно нереально, в то время как виртуальное может не быть актуальным, при том что оно необходимо реально. Виртуальное реально, так как оно производит эффект, но как оно может переживаться, если субъект — это индивидуальное?» (Там же).

Дмитрий Попов раскрывает идею виртуального в контексте конструирования реальности следующим образом: «Виртуальность — это не онтологическая основа реальности, а социальная способность человека конструировать специфические «формы» материальных объектов, или, пользуясь термином Бодрийяра, создавать симуляции» (Роров, 2011: 9). Виртуальность предполагает наличие огромных возможностей для манипулирования и построения имитационных структур во всех сферах жизнедеятельности.

Мы можем наглядно представить «виртуальное» как соотношение идеального-реального в виде схематической таблицы (табл. 1).

Таблица 1. Виртуальное и реальное

	Реальное	Возможное
Идеальное	Виртуальные (например, воспоминания)	Абстрактные (например, понятия)
Фактическое	Конкретные (например, материальные объекты)	Вероятные (например, риски)

Здесь виртуальное одновременно находится в позиции реального (существующего), а не в состоянии абстрактного как возможное (несуществующее). Пьер Леви, французский философ, культуролог, медиатеоретик, в работе «Становление виртуальным» различает виртуальное и реальное (конкретное), отмечая в то же время, что виртуальное столь же реально, как и реальное (Levy, 2008). Реальное — это конкретное (материальное) и виртуальное одновременно. Например, «виртуальный офис» — это не офис в его традиционном понимании, не комната, а эффект офиса, так сказать, новая форма, которая может быть актуализирована в определенный момент времени.

Пространственное сообщество, «сообщества без принадлежности», «воображаемые сообщества»

Мануэль Кастельс само понятие сообщества считает спорным, поскольку данный термин со всеми его мощными коннотациями смешивал различные виды общественных отношений и вызывал идеологические споры между теми, кто испытывал ностальгию по старому, привязанному к пространству сообществу, и горячими приверженцами альтернативных сообществ, появление которых сделал возможным Интернет. Тем не менее он широко использовал понятие «виртуальные сообщества», рассматривая их как сети интерактивных коммуникаций (Castells, 1996). Мелвин Уэббер (Webber, 1964) описывает «сообщества без принадлежности»: совокупность обитателей «непространственных городских сообществ», соединенных определенными социальными и экономическими сетями. Бенедикт Андерсон

в 1983 году описал «воображаемые сообщества», формируемые национальными медиа, способствовавшими развитию национального и регионального сознания в национальных государствах. Некоторые авторы впоследствии критиковали эту концепцию, утверждая, что все сообщества основаны на коммуникации и что дихотомия воображаемого и реального распадается, поэтому слово «воображаемый» проблематично или даже устарело. Тем не менее «воображаемое сообщество» не фальшивое. Оно характеризуется настолько значительными размерами, что его члены не знают друг друга лично и уже в силу этого подобное сообщество является в какой-то степени воображаемым¹.

Взаимосвязь виртуальных и реальных сообществ

Американский социолог Говард Рейнгольд (Rheingold, 2000), специализирующийся на изучении культурных, социальных и политических влияний на медиасферу, предложил одно из первых обоснований киберкультуры и описал некоторые основы функционирования онлайн-сообществ. Для создания виртуального сообщества, утверждал он, необходимо достаточно большое число людей, общающихся на протяжении определенного времени, т. е. он предполагал возможность конвергенции создаваемых виртуальных сообществ с реальными. При этом, отмечал он, обязательна также и личная вовлеченность (эмоциональная окраска коммуникаций). Отметим, что все эти признаки характеризуют и реальные (пространственно-географические) сообщества, где взаимодействие до появления технических средств осуществлялось «лицом к лицу». Именно поэтому некоторые авторы склонны рассматривать виртуальные сообщества как электронные версии реальных.

Автор нашумевшей «Декларации независимости киберпространства» Джон Барлоу, пытаясь определить влияние виртуальных общностей на реальные, ставит вопрос: «Обогащают ли виртуальные сообщества социальные отношения или отвлекают от реального социального взаимодействия и реального сообщества?» (Barlow, 1995).

В научных текстах часто используется понятие виртуального мира, обозначающее пространство особой концентрации символов, ценностей, сообществ (см., например: Bell; Bartle; Girvan; Биосса, Леву и др.). Во всех случаях виртуальный мир подразумевает симуляцию и далеко не всегда имеет связь с конкретным материалом. Виртуальный мир может копировать реальный или делать это частично (Kaplan, Haenlein, 2009). В этом отношении целью создания виртуальной реальности является моделирование такого цифрового мира, который в основе своей похож на реальный, но предполагает и дополненную реальность (augmented reality), когда компьютерное моделирование, по сути, позволяет заново создать вирту-

1. Chan S., Anderson B., Scholar Who Saw Nations as “Imagined”, Dies at 79. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2015/12/15/world/asia/benedict-anderson-scholar-who-saw-nations-as-imagined-dies-at-79.html>

альную среду, не похожую на офлайн. В то же время нельзя считать, что между этими средами нет взаимосвязей. Сам факт, что виртуальный мир конструируют реальные люди и сообщества на основе того, что они могут видеть, анализировать, представлять окружающим исходя из своего опыта, дает основания полагать, что реальный и виртуальный миры взаимосвязаны между собой. Одни объекты существуют лишь в реальном пространстве, а другие — лишь в виртуально сконструированном мире. Причем многие объекты поддаются созданию в виртуальном поле лишь в том случае, когда они имеют реальные образы. Однако многие объекты могут возникнуть в виртуальном пространстве, не имея реального аналога, а могут найти воплощение в реальном мире.

Вопросу о том, реальны ли виртуальные сообщества, посвящено исследование Барри Веллмана и Милены Гулия: они предполагают, что критики виртуального сообщества часто принимают в качестве отправной точки скорее мифическую пасторальную идиллию, нежели реальные характеристики современного постмодернистского сообщества. Авторы статьи *Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities*, опубликованной в сборнике «Сообщества и киберпространство» (Smith, Kollock, 1999), исследуя факторы, отличающие киберсообщества от пространственно ограниченных сообществ, пришли к выводу, что первые не менее реальны, чем территориально обусловленные, а социальные связи, выстроенные в сети, не менее крепки, чем социальные связи в традиционных сообществах, хотя и несколько различны по своим свойствам. Это обусловлено как объемом и характером распространения информации (новые сведения мы преимущественно получаем из интернет-источников), так и ростом мобильности — взаимодействие посредством мессенджеров и социальных сетей позволяет людям поддерживать связь, находясь на удалении (Wellman, Gulia, 1999).

Гибридизация в сетевом пространстве

В процессе конструирования многоуровневой (социально-личностной) рефлексии в сетевом пространстве технологические и социальные изменения объединяются. Происходящая гибридизация может быть описана такими терминами, как:

- цифровизация (дематериализация изображений, звуков, документов, интерпретируемых ПК);

- конвергенция (различные типы контента собираются вместе на одной основе);

- характер распространения информации (в отличие от традиционных медиа, цифровые медиа не являются однонаправленными и централизованными);

- гипертекстуальность (использование нелинейно, но контент может быть персонализирован);

- социальная динамика в сетевых сообществах (например, Facebook, Twitter или других соцсетях);

- интерактивность (пользователи имеют возможность взаимодействовать).

В виртуальном пространстве физическое местоположение или географическое соседство при взаимодействии между сообществами становится иллюзорным. Многие исследователи (см., например: Markham; Budka; Kaku; Suler; Whitehead, Wesch и др.) обращаются к антропологии и этнографии для понимания и описания взаимодействия людей в виртуальном пространстве (как они выражают себя, что их мотивирует и вовлекает в процесс коммуникации). В изучении социального взаимодействия в интернете часто применяются подходы и методы, используемые ранее для «реальных» сообществ, например, проектирование пользовательских интерфейсов и информационных компаний на основе качественных, де-факто — этнографических исследований.

Вполне вероятно, что реальные и виртуальные общества находятся в одной плоскости, одно не исключает другого. Глобализация изменила значение некоторых терминов: если раньше люди были взаимно «соседями», то теперь по мере усиления индивидуализации и отчужденности все люди стали «чужими». В этом отношении вообще примечательны работы философов, социологов, культурологов, посвященные взаимодействию сообществ в больших городах (см., например: Зиммель, Джекобс, Сеннет). Структура и управление взаимодействием в таких сообществах во многом сходны с тем, как это происходит в сетевом пространстве — порядок взаимодействия выстраивается внутри сообщества, а сама структура — то, как она выглядит и как развивается — определяется тем, как его члены договариваются между собой.

В сетевом пространстве создаются связанные аудитории, потребляющие информацию и развлечения, изменяющие существующую ранее модель пространства взаимодействия (Sharkov et al., 2018). Эти аудитории также становятся производителями/со-производителями информации. Так, Генри Дженкинс (Jenkins, 2008) в «Конвергентной культуре» пишет, что одним из наиболее характерных ее элементов становится возможность участия/со-участия. Появление интернета, по сути, положило начало постепенной революции в возможностях общения и обмена между людьми.

Связанная рефлексивность в социальном пространстве: конвергенция классических и новых медиа

Изменения, происходящие в медиа, в основном касаются реальности связанных, т. е. вовлеченных в сетевое взаимодействие аудиторий (пользователей), процессов создания и передачи заданного смысла, что происходит при непосредственном участии пользователя в производстве и распространении информации. Этот процесс обусловлен культурной конвергенцией медиа. Мы можем говорить о «состоянии связи», которое создает опосредованную среду культуры, чей характер определяется недихотомической и неконтрастной логикой (Boccia Artieri, 2012). С появлением интернета мы перестали быть просто аудиторией, или же потребителями информации. В блогах, социальных сетях, в Вики и на других интер-

активных платформах мы конструируем нашу собственную рефлексивность, и это позволяет нам производить, распространять и потреблять новыми способами символические формы и значения, необходимые для понимания и изменения мира. С развитием интернета, и главным образом его интерактивных опций, создается иное социальное равновесие: в логике «коммуникативной парадигмы» воспроизводство социальной реальности, развитие и видоизменение социальной структуры обусловлено взаимодействием субъектов, обменом информацией, медиа. За короткий промежуток времени изменились привычки общения, что отразилось на отношениях между людьми и структуре самого общества (табл. 2).

Таблица 2. Виды виртуальных сообществ (основные платформы)

Платформы	Контент	Примеры
Блоги и социальные сети, форумы	Сети выпускников, личные новости, обмен информацией на интересующие сообщество темы (от специализации группы с социальной сети или форума)	LiveJournal, MySpace, Facebook ² , LinkedIn и др.
Мессенджеры	Группы по общим задачам и интересам, рабочие группы	WhatsApp, WeChat и др.
Википедии	Интернет-энциклопедии с открытым для редактирования контентом	Wikipedia, WikiWikiWeb, MeatballWiki, Лукоморье и др.
Виртуальный мир/виртуальная реальность	Имитация окружающей среды, опыт	LucasFilm's Habitat, Second Life и др.
Агрегаторы контента	Новости, видео, подкасты, торговые площадки и др.	YouTube, Яндекс.Новости, Amazon, e-Bay, Авито и др.
Онлайн-игры	Многопользовательские онлайн-игры, многопользовательские ролевые онлайн-игры (MMORPG)	World of Warcraft, Star Wars: The Old Republic и др.

Интернет, мобильные сервисы и социальные сети помимо технических возможностей предполагают и соответствующие алгоритмы взаимодействия. В результате удобство использования социальных медиа связано с доступностью других инструментов персонального опосредования, таких как печатная бумага, средства вещания или классические формы телекоммуникаций. Как радиовещание и телекоммуникации, так и социальные сети позволяют осуществлять мгновенные — в режиме реального времени — формы общения, которые, как правило,

2. Деятельность социальной сети признана экстремистской и запрещена на территории РФ, данные используются в исследовательских целях.

мимолетны (если только они не записаны или не собраны). Однако, как и в случае печатных медиа, также возможна и отложенная асинхронная форма общения, которая потенциально более постоянна и ее легче архивировать. Социальные медиа сочетают коммуникацию «один ко многим» с коммуникацией «один к одному», используя матрицу доступности, которая находится на пересечении реального и асинхронного времени, между публичным/внешним и частным/внутренним (Cammaerts, 2014: 90-91). В сети пространственно-временные границы и традиции размываются, понятие интернет-жизни приобретает другой статус, характеризуемый размыванием пространственных границ, растяжением и конденсацией времени, открытостью, наличием знаковых мест (Suler, 1996).

Континуум между микрореальностью практик взаимодействия, происходящих на ежедневной основе, и практиками преднамеренными и осознанными представляет собой привилегированную площадку для изучения современных цифровых сред. Изменения в основном касаются процессов создания и передачи заданного смысла. Они происходят при участии аудитории (пользователя) и с учетом культурной конвергенции основных и нишевых средств массовой информации и генерируемого пользователями контента.

Современные медиа позволяют гибко проходить через различные уровни близости, в которых индивид чувствует себя принадлежащим к тому или иному сообществу. Социальные сети и соответствующие каналы в них — это инструмент непрерывной коммуникации с кругами друзей, предлагающий более слабые связи (Грановеттер) с расширенными сетями друзей и их знакомых, которые ранее были просто потенциальными.

Сеть предлагает не только информацию, но и участие, что становится очевидным из блогов, форумов, Twitter и всех других социальных применений Web 2.0. Контаминация между старыми и новыми медиа очень сильна во всех информационных технологиях: сеть повторно опосредует и другие медиа. На самом деле это реальность, которая никогда полностью не избавляется от пройденных стадий, а скорее включает и трансформирует их в свои последующие модификации (Ong, 1997).

Логика связности сети становится культурной матрицей, которая наделяет индивида компетенцией и усиливает его роль в формировании социальных связей, поддерживая формы организации и реорганизации самих ролей, а также в управлении взаимодействием (Voccia Artieri, 2012). В отношении индивидов и общества нет разницы между офлайн и онлайн, потому что оба способа адекватны социальности индивида, взаимодействующего как в реальной, так и виртуальной среде и проявляющегося в этом взаимодействии через аутентичность и индивидуализацию. Речь идет о том, чтобы задействовать свой собственный контент, публикуя его в социальных сетях, — материалы, которые представляют собой смесь публичного и частного (Sennett, 2003). Опосредованная коммуникация отражает социальное пространство как абстрактное, теоретическое, ориентированное на производство. Это социальное пространство предпола-

гает совместное конструирование, репрезентацию и формализацию формальных планов и абстрактных схем влиятельных акторов, влияющих на социальное действие. Этот аргумент параллелен более ранней концепции И-Фу Туана (Tuana, 1977) о месте и пространстве как эфемерных или виртуальных областях, а не фиксированных местоположениях.

Конвергенция подчеркивает большую диверсификацию цифровых технологий, в то время как телефон, телевизор и компьютер — реопосредованы настолько, что каждый из них представляет собой гибрид технологических, экономических и социальных практик (Bolter, Grusin, 1999). Конвергенция происходит не только между медиа, но и в сознании отдельных пользователей и в их социальных взаимодействиях. Каждый из нас осуществляет на практике концепцию аккомодации и ассимиляции (Пиаже, 2003): ассимилирует фрагменты медиа, а затем преобразует их в ресурсы путем приспособления к тому, что уже известно. В теории коммуникативной адаптации Говарда Джайлза также подчеркивается влияние контекста на коммуникативное поведение участников взаимодействия. При этом сам процесс адаптации может происходить, во-первых, через конвергенцию, посредством которой индивиды приспособляются к коммуникативному поведению друг друга, для того чтобы уменьшить социальные различия, и, во-вторых, через дивергенцию, когда индивиды подчеркивают социальные различия между собой и собеседником (Giles, Smith, 1979; Giles, Turner, Lynn, 2010).

Дихотомия гомогенности/гетерогенности восприятия индивидом реального и виртуального пространства

Сила традиционных моделей заключается в их предполагаемой регулярности, которая придает уверенности, но она же и вступает в противоречие с человеческим стремлением к новизне. Принято считать, что общество структурировано, хотя люди изменчивы. Если, с одной стороны, мы ищем сильной индивидуализации, то с другой — мы хотим вести себя, как все остальные, оставаясь при этом самими собой. Здесь стоит обратить внимание на постоянную и противоречивую тенденцию, которая выражается в том, что пользователи де-факто взаимодействуют друг с другом в дихотомии гомогенности/гетерогенности, отражающей сущностную двойственность индивида/общества (Tessarolo, 2019). Структурирование социального пространства подразумевает, что система, генерируя человеческие ресурсы и структурные нормы, формируется посредством социального взаимодействия (Giddens, 1991). Кроме того, дихотомия восприятия, которая особенно явно раскрывается в интернете, влечет за собой риск содействия распространению фальшивых и ложных новостей (фейков), которые распространяются и приобретают силу в эхо-камерах и коммуникационных пузырях. Трансформация смысла внутри сообществ в виде интерпретаций, симулякров (Baudrillard, 1981), появляющихся в результате действий других, становится активатором коммуникативного поведения субъектов, влияет на функционирование и внутреннюю интеграцию и/

или дезинтеграцию элементов коммуникативной системы и определяет ее воздействие на социальную среду (Кириллина, 2022: 173).

Вопрос о дихотомии в контексте сильных и слабых связей в реальных и виртуальных сообществах отсылает нас к теории Грановеттера о «силе слабых связей». Слабые связи (Грановеттер, 2009) представляют собой разреженные сети, которые устанавливают связь между сетями «сильных связей», то есть связей с близкой группой друзей и семьей. Сети слабых связей склонны выбирать функции, которые часто недооцениваются. Люди с небольшим количеством слабых связей исключаются из обмена информацией и не имеют возможностей, которые лежат за пределами их собственной группы.

И, наконец, дихотомия вовлеченности (включенности в сообщество) и дистанцированности (Элиас, 2001) актуализирует соотношение рационального и иррационального, объективного и субъективного в сетевом взаимодействии с позиций непосредственного в нем участия и/или наблюдения и управления извне.

Так, сегодня многие авторы, особенно психологи, социальные психологи, обращают внимание на то, что увлечение социальными медиа не лучшим образом отражается на социализации в реальной жизни: например, это выражается в том, что молодые люди не имеют достаточного количества социальных взаимодействий, необходимых для овладения социальными навыками, и в дальнейшем испытывают трудности во взаимодействии с другими людьми — взрослыми и сверстниками.

Информационный обмен является необходимым ключом доступа к формам социальности, характеризующим современную жизнь, возникающую в результате взаимодействия социального пространства онлайн с отношениями, происходящими в физическом пространстве. Такое переплетение допускается новыми технологиями: активное и интерактивное участие влечет за собой обмен данными, контентом и платформами (Gorman, McLean, 2009). Стремление человека к взаимодействию с другими людьми стало основой виртуального межличностного общения, позволяя каждому субъекту найти свою собственную идентичность не только лицом к лицу, но и с «Ты», которого нет. Поэтому оценка «Я» в соответствии с тем, что о нем заявляют или как его показывают в процессе сетевого взаимодействия, позволяет каждому пользователю выстроить свой виртуальный образ так, как ему захотелось бы.

Социальные сети изменили поведение и позволили пользователю получить опыт нового, более приятного образа жизни, но не удовлетворение от этого опыта. Согласно Кассу Санстейну (Sunstein, 2005), если личные предпочтения являются продуктом ограниченных возможностей, возникает проблема, но она возникает и тогда, когда вариантов слишком много. Когда речь заходит о коммуникации, система, никак не ограничивающая индивидуальный выбор, не обязательно соответствует интересам гражданственности и самоуправления (Tessarolo, 2019). Включенность человека и сообществ в процессы цифровизации зависит не только от его психологических установок и барьеров восприятия инноваций, но и от сте-

пени подготовленности к таким изменениям. Одним из факторов цифровизации современной общественной жизни является уровень цифровой грамотности, под которой понимается базовый набор знаний, навыков и установок, которые позволяют человеку эффективно решать повседневные задачи в цифровой среде.

Следствием процесса цифровизации является то, что каждый носитель получает возможность распространяться с помощью различных технологий и алгоритмов. Например, радио может транслироваться как в эфирном, так и в цифровом виде, по мобильному телефону или через интернет. Каждая технология может применяться на различных носителях информации, например, мобильный телефон может включать в себя функции непосредственно телефонной связи, но также интернет, радио, кино и телевидение. Информационные технологии привели к созданию взаимосвязанных сетей, которые непрерывно передают информацию — это неизбежно ведет к информационализму (*informationalism*), когда производство базируется на торговле информацией (Castells, 1996).

Цифровая социология. Включенность сообществ в виртуально-цифровое пространство

Цифровой поворот в социологии, который можно принять как основной концепт, позволяющий получить методологический ориентир изучения происходящих перемен, не имеет четкой детерминанты в силу сложности цифровой реальности. Неизменным является понимание значительного влияния цифровизации на общество и человека. Большинство современных концепций и подходов подчеркивают, что последствия цифровизации являются множественными и, по словам Нортье Маррес, «цифровое» влечет за собой изменения взаимосвязи технологий и социальной жизни, между знаниями, обществом и технологиями» (Marges, 2017).

Виллем Вандербург утверждает, что в современном обществе каждое новое поколение социализируется в новый технический порядок, значительно отличающийся от прежнего (Vanderburg, 2016), что влечет не только технологический, но и духовный разрыв между поколениями. В этом контексте весьма интересным и востребованным направлением будет эмпирическое сопровождение научных изысканий, которое позволит также использовать цифровые технологии в исследовательском процессе. Изучение феномена вовлеченности в сетевое взаимодействие в этом смысле — лишь один из аспектов амбивалентного влияния цифровых технологий на развитие социологической науки. Об этом, в частности, пишут Морин Тейлор и Майкл Кент, предлагая изучение феномена вовлеченности в рамках диалога: «Вовлеченность является частью диалога, взаимодействуя в котором организация и общественность могут принимать совместные решения, создающие социальный капитал» (Taylor, Kent, 2014: 385). В интеракции «субъект-субъект» вовлеченность становится критерием оценки значимости сообщений для аудиторий и одним из ключевых инструментов оценки эффективности стратегической коммуникации в ситуациях, когда ее инициаторы (органы власти, предприятия

бизнеса и т. п.) отдают приоритет необходимости подлинного и деятельного (со-) участия заинтересованных сторон (Johnston, Taylor: 2018). Изучение феномена вовлеченности в этом смысле — лишь один из аспектов амбивалентного влияния цифровых технологий на развитие социологической науки. Иначе трактует понятие вовлеченности в «теории фреймов» Ирвинг Гофман, определяя ее как «психобиологический процесс, в котором субъект перестает, по крайней мере частично, сознавать направления своих переживаний и познавательного внимания. Это, собственно, означает сосредоточенность, поглощенность делом» (Гофман, 2003: 436). И, наконец, вовлеченность в процесс интерактивной коммуникации, которая фактически является производной активных действий, предпринимаемых активными пользователями в отношении полученных сообщений, может быть интерпретирована как отражение социального потенциала коммуникации с точки зрения ее способности или неспособности к дальнейшему воспроизводству (Кириллина, 2017, 2020).

Цифровая социология как научное направление изучает скорее цифровые методы познания социального (Ницевич, 2018), а социология цифровизации — социальные аспекты цифровизации, факторы и последствия этого процесса для человека, социальных групп и общества в целом. Помимо преимуществ, которые привносят в общество цифровые технологии, они несут и новые риски — несанкционированного сбора приватной информации, тотального цифрового наблюдения, нарушения личного пространства индивида и др. (Mosco, 2017). Цифровые риски и метаморфозы не только определили социальные и культурные изменения, но радикально изменили природу общества и человека, выводя их на новый уровень социальных связей и культурного жизненного мира (Kravchenko, 2019: 397).

Выводы

Дискурс социологии интернета о возможностях возникновения социальных отношений внутри интернет-пространства и длительной вовлеченности акторов в последние годы перешел в стадию широкого обсуждения проблем формирования сетевых сообществ. Внутри сети формируется огромное количество виртуальных сообществ, как путем переноса в виртуальное пространство реальных сообществ, так и путем создания новых самоорганизующихся чисто виртуальных образований. Многие географические (пространственные) сообщества или полностью организуют свою жизнедеятельность в виртуальном пространстве, или продолжают существовать как продолжение реально существующих формализованных или неформализованных организационных форм. По сути, такие социальные конструкции сохраняют объединяющее начало как реального, так и виртуального, т. е. являются конвергентными сообществами.

Основой для возникновения сетевых сообществ является наличие обратной связи, личного выбора для вхождения в такое сообщество и конструирования соб-

ственной идентичности (Старцев, Гришанин, Кириллина, 2018; Шарков, Якушина, 2020; Abaev, Sharkov, Aleshnikova, 2021). Например, в социальных сетях создаются группы, никак не связанные с реально существующими. Такие коммуникации изначально формируются по принципу *ad hoc* вокруг каких-то случаев, новостей, и могут существовать и развиваться в долгосрочной перспективе. В данном случае мы говорим уже не о поддержании сложившихся ранее социальных связей (т. е. не о переносе первичной реальности в виртуальное пространство), а о виртуальном сообществе принципиально нового типа, которое изначально создано в виртуальной среде из акторов, объединенных общими интересами и поддерживающих в последующем более-менее постоянные взаимосвязи.

Сообщества в этом смысле можно условно разделить на виртуально-реальные и реально-виртуальные: виртуально-реальные сообщества объединяют членов, в основном знакомых друг с другом (знакомые знакомых также включаются в такое сообщество); реально-виртуальные группы объединяются в цифровом пространстве на основе общих интересов и/или целей. Второй тип группы является виртуальным сообществом в собственном смысле слова, сохраняющим относительную автономность своего функционирования. Созданные же на основе реально существующих объединений людей виртуальные сообщества во многом продолжают сохранять взаимоотношения, сложившиеся в первичной реальности. Такие объединения, имея высокую степень конвергируемости, создают достаточно устойчивое сообщество, поддерживающее своих участников и сохраняющее устойчивую обратную связь.

Классические газеты и журналы, радио, телевидение ныне размещают свои копии в цифровом пространстве. Это позволяет им поддерживать коммуникации как внутри виртуальных сообществ, так и между ними. Сетевые медиа информационно насыщают виртуальное пространство непосредственно (им не нужно размещать свой контент в сети — они «живут» в цифровых сетях) и увеличивают возможность активной коммуникации в этом пространстве как для реальных, так и для виртуальных сообществ. Таким способом цифровое пространство превращается в платформу, на которой конвергируются реальные и виртуальные сообщества. Оба сообщества (реальные и виртуальные), оказавшись в одной сфере, трудно различимы в пространственном измерении.

Виртуальные сообщества стали мощным инструментом искажения и формирования реальности в силу своей способности менять достаточно быстро и в глобальном масштабе информационно-когнитивный фон, что активно используется различными лидерами мнений, политическими и духовными лидерами и др. Виртуальные сообщества приобретают возможность воздействия на сознание достаточно большой аудитории, сосредоточенной на площадке того или иного интернет-ресурса. Риски, возникающие в связи с расширением влияния виртуальных сообществ на поведение людей, затрагивают прежде всего неискушенных участников социальных сетей и потребителей информации, не умеющих провести объективный анализ происходящих процессов.

В контексте изложенного важно, чтобы участники происходящих масштабных изменений глобального информационного ландшафта, представленные в том числе и научными сообществами, поддерживали гуманизацию цифровых преобразований, чтобы цифровизацию сопровождало рождение новых этических реалий, основанных на гуманизме, солидарности и безопасности вместо или хотя бы в дополнение к прагматизму и формальному рационализму, господствующим в этой сфере.

Литература

- Бодрийяр Ж.* (1994). Войны в заливе не было. Художественный журнал. № 3. С. 33–36.
- Гидденс Э.* (2005). Устройство общества: очерк теории структуризации, 2-е изд. М.: Академический проект.
- Гофман И.* (2003). Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН.
- Грановеттер М.* (2009). Сила слабых связей / Пер. с англ. З. В. Котельникова, науч. ред. В. В. Радаев, Г. Б. Юдин // Экономическая социология. Т. 10. № 4. С. 31–50.
- Делёз Ж.* (1998). Различие и повторение. СПб.: Петрополис.
- Джекобс Д.* (2019). Смерть и жизнь больших американских городов. М.: Новое издательство.
- Зиммель Г.* (2018). Большие города и духовная жизнь / Пер. с нем. М.: Strelka.
- Кириллина Н. В.* (2017). Символический обмен как системная характеристика коммуникативных практик // Поведенческая экономика современности и формирование рынков будущего. Материалы VII международной социологической Грушинской конференции 15–16 марта 2017 г. С. 1701–1703.
- Кириллина Н. В.* (2020). Феномен вовлеченности как отражение социального потенциала коммуникации // Коммуникология. Т. 8. № 1. С. 27–33.
- Кириллина Н. В.* (2020). Фрагментация аудитории медиа: от глобальной деревни к глобальному театру // Коммуникология. 2022. Т. 10. № 2. С. 170–179.
- Кравченко С. А.* (2010). Динамика современных социальных реалий: инновационные подходы // Социологические исследования. № 10. С. 14–25.
- Ницевич В. Ф.* (2018). Цифровая социология: теоретико-методологические истоки и основания // Цифровая социология. № 1. С. 18–28.
- Пиаже Ж.* (2003). Интеллект и биологическая адаптация // Психология интеллекта / Пер. А. М. Пятигорского. СПб.: Питер.
- Сеннет Р.* (2002). Падение публичного человека. М.: Логос.
- Старцев А. А., Гришанин Н. В., Кириллина Н. В.* (2018). Идентичность и идентификация личности в социальных сетях // Коммуникология. Т. 6. № 4. С. 76–87.
- Шарков Ф. И., Якушина О. И.* (2020). Концептуальные модели межкультурных отношений в процессе формирования идентичностей индивидов и групп // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 2. С. 385–404.

- Элиас Н.* (2001). Общество индивидов / Пер. с немецкого А. Иванченко, А. Антоновского, А. Круглова; общ. ред. М. Хорькова. М.: Праксис.
- Abaev A., Sharkov F., Aleshnikova V.* (2021). The application of digital marketing technologies for improvement of customer communications // Lecture notes in networks and systems. Vol. 155. P. 873–880.
- Barlow J.* (1995). Is there a there in cyberspace? Utne Reader, №. <https://www.eff.org/ru/pages/there-there-cyberspace>.
- Bartle R.* (2010). From MUDs to MMORPGs: The History of Virtual Worlds // International Handbook of Internet Research. Springer. P. 23–39.
- Baudrillard J.* (1981). Simulacres et simulations. Collection Débats. Paris: Galilée.
- Bell M.* (2008). Toward a Definition of Virtual Worlds // Journal of Virtual Worlds Research. № 1 (1). P. 1–5. <https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/viewFile/283/237>.
- Biocca F., Levy M.* (1995). Virtual reality as a communication system. // LEA's communication series. Communication in the age of virtual reality / F. Biocca & M. Levy (eds.). Lawrence Erlbaum Associates, Inc. P. 15–31.
- Boccia Artieri G.* (2012). Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society. Milano: FrancoAngeli. <https://www.academia.edu/RegisterToDownload/BulkDownload>.
- Bolter J., Grusin R.* (1999). Remediation: Understanding New Media. Cambridge Massachusetts: MIT Press.
- Budka P., Kremser M.* (2004). CyberAnthropology — The anthropology of cyberculture // Contemporary Issues in Socio-cultural Anthropology: Perspectives and Research Activities from Austria / S. Khittel, B. Plankensteiner, M. Six-Hohenbalken (eds.). Wien: Löcker. P. 213–226.
- Cammaerts B.* (2015). Technologies of self-mediation: affordances and constraints of social media for protest movements. // Civic Engagement and Social Media: Political Participation Beyond Protest / Uldam, Julie and Vestergaard, Anne (eds.). London: Palgrave Macmillan. P. 97–110.
- Castells M.* (1996). Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint. // The Network Society. https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/3203_1.html.
- Ellis D., Oldridge R., Vasconcelos A.* (2004). A Community and virtual community. // Annual Review of Information and Science and Technology. Vol. 38. P. 145–186.
- Giddens A.* (1991). Modernity and Self-Identity. Self and society in the late modern age. Stanford University Press.
- Giles H., Lynn H., West R.* (2010). Communication Accommodation Theory. Introducing Communication Theory: Analysis and Application (4th ed.). NY: McGraw-Hill.
- Giles H., Smith P.* (1979). Accommodation Theory: Optimal Levels of Convergence. // Language and Social Psychology / H. Giles, R. Clair. Baltimore: Basil Blackwell.
- Girvan C.* (2013). What is a Virtual World? Definition and Classification. Dublin, Ireland: School of Computer Science and Statistics (SCSS) at Trinity College Dublin.

- Gorman L., McLean D.* (2009). *Media and Society into the 21st Century: A Historical Introduction*. John Wiley & Sons.
- Jenkins H.* (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NY University Press.
- Johnston K., Taylor M.* (2018). Engagement as Communication: Pathways, Possibilities, and Future Directions. In: Taylor M., Johnston K. (Eds.) *The handbook of communication engagement (Handbooks in Communication and Media)*. John Wiley and Sons. P. 1–15.
- Kaku M.* (2018). *The Future of Humanity: Terraforming Mars, Interstellar Travel, Immortality, and Our Destiny Beyond Earth*. New York: Doubleday; Allen Lane.
- Kaplan A., Haenlein M.* (2009). *The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them*. Business Horizons.
- Kravchenko S. A.* (2019). Sociology on the move: the demand for the humanistic digital turn. *Bulletin of the Peoples Friendship University of Russia. Series: Sociology*. Vol. 19. № 3. P. 397–405.
- Levy P.* (2008). *Becoming Virtual*. New York: Plenum Press.
- Markham A., Tiidenberg K.* (2020). *Metaphors of Internet: Ways of Being in the Age of Ubiquity*. UK: Peter Lang.
- Markham A.* (2004). Representation in online ethnographies: A matter of context sensitivity // *Online Social Research: Methods, Issues, and Ethics* / S. Chen, G. Hall, M. Johns (eds.). New York: Peter Lang Publishers. P. 131–145.
- Marres N.* (2017). *Digital Sociology. The Reinvention of Social Research*. Cambridge; Polity Press.
- Mosco V.* (2017). *Becoming Digital. Toward a Post-Internet Society*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Ong W.* (1997). *Interfaces of the Word: Studies in the Evolution of Consciousness and Culture*. Cornell University Press.
- Popov D.* (2011). The Virtual University. For a definition of the terms. In: *Virtualization of inter-university and academic communication: methods, structure, communities*. Academic and research publication / Eds. N. Pokrovsky, J. Round, A. Boklin. M.: Society of Professional Sociologists.
- Reinhold H.* (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier* (revised ed.). Cambridge, Mass.: MIT University Press.
- Sennett R.* (2003). *Respect: The Formation of Character in a World of Inequality*. Penguin UK.
- Simmel G.* (1970). *Grundfragen der Sociologie (Individuum und Gesellschaft)*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Sharkov F. I., Silkin V. V., Abramova I. E., Kirillina N. V.* (2018). Violation of information ecology in media space // *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 18 № 4. P. 765–775.
- Smith M., Kollock P.* (eds.) (1999). *Communities in cyberspace*. London: Routledge.
- Sprondel J., Breyer T., Wehrle M.* (2011). *Cyberanthropology — Being Human on the Internet*. Berlin: Humboldt University of Berlin. P. 1–27.

- Suler J.* (1996). The Psychology of Cyberspace [el. source]: https://www.researchgate.net/publication/37366481_The_Psychology_of_Cyberspace.
- Sunstein C.* (2007). Republic.com. Princeton university press.
- Taylor M., Kent L.* (2014). Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts // Journal of Public Relations Research. Vol. 25, Is. 5. P. 384–398.
- Tessarolo M.* (2019). Individual and social space in media communication // Rethoric and Communications. Issue 39.
- Tuan Y.* (1977). Space and Place: The Perspective of Experience. Contemporary Sociology. Minneapolis: University of Minnesota Press. Vol. 7.
- Vanderburg W.H.* (ed.). (2016). Our Battle for the Human Spirit: Scientific Knowing, Technical Doing, and Daily Living. Toronto: University of Toronto Press.
- Webber M.* (1964). The Urban Place and the Non-Place Urban Realm // Explorations into Urban Structure / Webber et al. (eds.). Pennsylvania.
- Wellman D., Gulia M.* (1999). Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities // Communities in cyberspace / M. Smith, P. Kollock (eds.). London: Routledge. P. 167–194.
- Whitehead N., Wesch M.* (eds.). (2012). Human No More? Digital Subjectivities, Unhuman Subjects, and the End of Anthropology. Boulder: University Press of Colorado.

The convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review

Felix Sharkov

Doctor of Sociological Sciences, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation, Professor of the Department of Sociology, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO — University); Head of the Department of Public Relations and Media Policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA). Address: Vernadsky prospect 84 Moscow, Russian Federation 119606
E-mail: sharkov_felix@mail.ru.

Natalia Kirillina

PhD in Sociology (Candidate of Sociological Sciences), associate professor at the Department of Public Relations and Media Policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA). Address: Vernadsky prospect 84 Moscow, Russian Federation 119606
E-mail: nata.kirillina@gmail.com.

The paper represents a critical analysis of the processes caused by the development of virtual communities, and by the transfer of social practices of traditional communities into the space of interactive communication with subsequent transformations in the nature of interaction and the social roles of its participants. The authors introduce and summarize the approaches to communities such as traditional and virtual, and enunciate the distinctive characteristics of virtual and 'real' communities formed on the territory of geographically limited objects (villages, cities, countries), in similar conditions (historical, cultural, linguistic) and existing in a common regulatory and legal field. Based on the assumption that virtual communities are usually geographically disparate, implying significant differences in terms of historical memory, culture, native language, traditions, and other things, the authors prove that they remain communities in the sense

that they unite groups of people based on common interests, goals, and views, ensuring the interaction of actors and an information exchange between them. However, the taking on the main distinctive characteristics of traditional communities, virtual communities lose some of the properties traditionally inherent in communities, such as a common territory, history, and culture. Virtual communities are defined by the authors as groups of actors interacting in a virtual space (for example, in a social network) beyond geographic and political boundaries and united by common interests or goals. They are characterized by a significant emotional involvement of the participants in the process of network interaction. In present conditions, when almost any created (and previously created) content is being digitized, real and virtual communities converge in the digital space: thus, (1) virtual communities take on some characteristics of traditional ones, and vice versa; and (2) the likelihood of adding or replacing spatial connections in real communities with virtual communications increases, which creates the convergent communities.

Keywords: community, virtual environment, virtual community, social media, engagement, convergence, digital space

References

- Abaev A., Sharkov F., Aleshnikova V. (2021) The application of digital marketing technologies for improvement of customer communications. *Lecture notes in networks and systems*, vol. 155, pp. 873–880.
- Barlow J. (1995) Is there a there in cyberspace? *Utne Reader*, No. 68. <https://www.eff.org/ru/pages/there-there-cyberspace>.
- Bartle R. (2010) From MUDs to MMORPGs: The History of Virtual Worlds. *International Handbook of Internet Research*, Springer, pp. 23–39.
- Baudrillard J. (1981) *Simulacres et simulations*. *Collection Débats*, Paris: Galilée.
- Baudrillard J. (1994) Vojny v zalive ne bylo [The Gulf War didn't take place]. *Moscow Art Magazine*, no 3, pp. 33–36.
- Bell M. (2008) Toward a Definition of Virtual Worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, no 1 (1), pp. 1–5. <https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/viewFile/283/237>.
- Biocca F., Levy M. (1995) Virtual reality as a communication system. *LEA's communication series. Communication in the age of virtual reality* F. Biocca & M. Levy (eds.), Lawrence Erlbaum Associates, Inc., pp. 15–31.
- Boccia Artieri G. (2012) *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. Milano: FrancoAngeli. <https://www.academia.edu/RegisterToDownload/BulkDownload>.
- Bolter J., Grusin R. (1999) *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge Massachusetts: MIT Press.
- Budka P., Kremser M. (2004) CyberAnthropology — The anthropology of cyberculture. *Issues in Socio-cultural Anthropology: Perspectives and Research Activities from Austria Contemporary* (S. Khittel, B. Plankensteiner, M. Six-Hohenbalken eds.), Wien: Löcker, pp. 213–226.
- Cammaerts B. (2015) Technologies of self-mediation: affordances and constraints of social media for protest movements. *Civic Engagement and Social Media: Political Participation Beyond Protest* (J.Uldam, A. Vestergaard eds.), London: Palgrave Macmillan, pp. 97–110.
- Castells M. (1996) Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint. *The Network Society*. https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/3203_1.html.
- Deleuze J. (1998) *Razlichie i povtorenie* [Difference and Repetition], Saint-Peterburg: Petropolis.
- Elias N. (2001) *Obshhestvo individov* [Society of individuals], transl. A. Ivanchenko, A. Antonovsky, A. Kruglov, ed. M. Khorkova, Moscow: Praxis.
- Ellis D., Oldridge R., Vasconcelos A. (2004) A Community and virtual community. *Annual Review of Information and Science and Technology* (B. Cronin ed.), Medford: Information Today, vol. 38, pp.145–186. .
- Giddens A. (1991) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford University Press.
- Giddens E. (2005) *Ustroenie obshhestva: ocherk teorii strukturacii* [Structure of society: an essay on the theory of structuration], 2nd ed., Moscow: Academic project.

- Giles H., Lynn H., West R. (2010) *Communication Accommodation Theory. Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, 4th ed., New York, NY: McGraw-Hill.
- Giles H., Smith P. (1979) Accommodation Theory: Optimal Levels of Convergence. *Language and Social Psychology* (H. Giles, R. Clair eds.), Baltimore: Basil Blackwell.
- Girvan C. (2013) *What is a Virtual World? Definition and Classification*. Dublin, Ireland: School of Computer Science and Statistics (SCSS) at Trinity College Dublin.
- Goffman E. (2003) *Analiz frejmov: esse ob organizaciji povsednevnogo opyta* [Frame analysis: an essay on the organization of everyday experience], Moscow: RAS Institute of Sociology.
- Gorman L., McLean D. (2009) *Media and Society into the 21st Century: A Historical Introduction*, John Wiley & Sons.
- Granovetter M. (2009) Sila slabih svjazej [The Strength of Weak Ties], transl. Z. V. Kotelnikova, ed. V. V. Radaev, G. B. Yudin. *Economic Sociology*, vol. 10, no 4, pp. 31–50.
- Jacobs D. (2019) *Smert i zhizn bolshih amerikanskih gorodov* [Death and Life of Great American Cities], Moscow: Novoe izdatelstvo.
- Jenkins H. (2008) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NY University Press.
- Johnston K., Taylor M. (2018) Engagement as Communication: Pathways, Possibilities, and Future Directions. The handbook of communication engagement (Handbooks in Communication and Media) (M. Taylor, K. Johnston eds.), John Wiley and Sons, pp. 1–15.
- Kaku M. (2018) *The Future of Humanity: Terraforming Mars, Interstellar Travel, Immortality, and Our Destiny Beyond Earth*, New York: Doubleday; Allen Lane.
- Kaplan A., Haenlein M. (2009) *The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them*, Business Horizons.
- Kirillina N.V. (2017) Simvolicheskiy obmen kak sistemnaja karakteristika kommunikativnyh praktik [Symbolic Exchange as a System Characteristic of Communicative Practices]. *Proceedings of the VII International Sociological Grushin Conference*, March 15–16, pp. 1701–1703.
- Kirillina N.V. (2020) Fenomen vovlechenosti kak otrazhenie socialnogo potenciala komunikacii [Engagement as a Reflection of Communicative Potential]. *Communicology*, vol. 8, no 1, pp. 27–33.
- Kirillina N.V. (2020) Fragmentacija auditorii media: ot globalnoj derevni k globalnomu teatru [Fragmentation of Media Audience: from global village to global theater]. *Communicology*, vol. 10, no 2, pp. 170–179.
- Kravchenko S. A. (2010) Dinamika sovremennyh socialnyh realij: innovacionnye podhody [Dynamics of Modern Social Reality: innovative approaches]. *Sociological Studies*, no. 10, pp. 14–25.
- Kravchenko S. A. (2019) Sociology on the move: the demand for the humanistic digital turn. *Bulletin of the Peoples Friendship University of Russia. Series: Sociology*, vol. 19, no 3, pp. 397–405.
- Levy P. (2008) *Becoming Virtual*, New York: Plenum Press.
- Markham A. (2004) Representation in online ethnographies: A matter of context sensitivity. *Online Social Research: Methods, Issues, and Ethics* (S. Chen, G. Hall, M. Johns eds.), New York: Peter Lang Publishers, pp. 131–145.
- Markham A., Tiidenberg K. (2020) *Metaphors of Internet: Ways of Being in the Age of Ubiquity*, UK: Peter Lang.
- Marres N. (2017) *Digital Sociology. The Reinvention of Social Research*, Cambridge; Polity Press.
- Mosco V. (2017) *Becoming Digital. Toward a Post-Internet Society*, Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Nishevich V. F. (2018) Cifrovaja sociologija: teoretiko-metodologicheskie istoki i osnovanija [Digital Sociology: Theoretical and Methodological Origins and Foundations]. *Digital Sociology*, no 1, pp. 18–28.
- Ong W. (1997) *Interfaces of the Word: Studies in the Evolution of Consciousness and Culture*, Cornell University Press.
- Piaget J. (2003) Intellekt i biologicheskaja adaptacija [Intelligence and biological adaptation]. *Psychology of intelligence* (transl. A. M. Pyatigorsky), Saint-Peterburg: Peter.
- Popov D. (2011) The Virtual University. For a definition of the terms. *Virtualization of inter-university and academic communication: methods, structure, communities. Academic and research publication* (N. Pokrovsky, J. Round, A. Boklin eds.), Moscow: Society of Professional Sociologists.

- Reinhold H. (2000) *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier* (revised ed.), Cambridge, Mass.: MIT University Press.
- Sennet R. (2002) *Padenie publicnogo cheloveka* [The Fall of Public Man], Moscow: Logos.
- Sennett R. (2003) *Respect: The Formation of Character in a World of Inequality*, Penguin UK.
- Sharkov F.I., Silkin V.V., Abramova I.E., Kirillina N.V. (2018) Violation of information ecology in media space. *RUDN Journal of Sociology*, vol. 18, no 4, pp. 765–775.
- Sharkov F.I., Yakushina O.I. (2020) Konceptual'nye modeli mezhhkul'turnyh otnoshenij v processe formirovaniya identichnostej individov i grupp [Conceptual Models of Intercultural Relations in the Process of Forming the Identity of Individuals and Groups]. In: Monitoring of Public Opinion: economic and social changes, no. 2, pp. 385–404. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.2.769>.
- Simmel G. (1970) *Grundfragen der Sociologie (Individuum und Gesellschaft)*, Berlin: Walter de Gruyter.
- Simmel G. (2018) *Bolshie goroda i duhovnaja zhizn* [The Metropolis and the Life of Spirit], Moscow: Strelka.
- Smith M., Kollock P. eds. (1999) *Communities in cyberspace*, London: Routledge.
- Sprondel J., Breyer T., Wehrle M. (2011) *Cyberanthropology — Being Human on the Internet*, Berlin: Humboldt University of Berlin, pp. 1–27.
- Startsev A.A., Grishanin N.V., Kirillina N.V. (2018) Identichnost i identifikacija lichnosti v social'nyh setjah [Identity and Identification in Social Networks]. *Communicology*, vol. 6, no 4, pp. 76–87.
- Suler J. (1996) The Psychology of Cyberspace [el. source]: https://www.researchgate.net/publication/37366481_The_Psychology_of_Cyberspace.
- Sunstein C. (2007) *Republic.com*, Princeton university press.
- Taylor M., Kent L. (2014) Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts. *Journal of Public Relations Research*, vol. 25, issue 5, pp. 384–398.
- Tessarolo M. (2019) Individual and social space in media communication. *Rethoric and Communications*, issue 39.
- Tuan Y. (1977) *Space and Place: The Perspective of Experience*. *Contemporary Sociology*, vol. 7, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Vanderburg W.H. (ed.) (2016) *Our Battle for the Human Spirit: Scientific Knowing, Technical Doing, and Daily Living*, Toronto: University of Toronto Press.
- Webber M. (1964) The Urban Place and the Non-Place Urban Realm. *Explorations into Urban Structure* (Webber et al. eds.), Pennsylvania.
- Wellman D., Gulia M. (1999) Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. *Communities in cyberspace* (M. Smith & P. Kollock eds.), London: Routledge, pp. 167–194.
- Whitehead N., Wesch M. (eds.) (2012) *Human No More? Digital Subjectivities, Unhuman Subjects, and the End of Anthropology*, Boulder: University Press of Colorado.