

УДК 316.46.058.7

*Ю.Ю. Эстрина***АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ДАННЫХ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ РЕСУРСОВ КОММУНИКАТИВНОГО ЛИДЕРСТВА В ИССЛЕДОВАНИИ ИНТЕГРАТИВНОЙ ДИНАМИКИ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ МОБИЛИЗАЦИОННОГО ТИПА¹**

Онлайн-сообщества все еще остаются относительно новым социальным явлением, их новизна не позволяет исследователям прийти к единому мнению в интерпретациях того, чем является мир Интернета и какова его связь с жизнью реального социума. Одним из центральных в исследовании социальных онлайн-сетей является вопрос о способах осуществления власти и управления мобилизационным потенциалом онлайн-сообществ.

В статье рассматриваются специфические особенности Интернет-социальности и практик доминирования, реализуемых в сети Интернет, раскрывается содержание метафоры «облегченная социальность» в качестве концептуального инструмента для анализа поведения Интернет-сообществ. Дается определение понятий индексной власти и коммуникативного капитала как источника социального неравенства в киберпространстве, оцениваются возможности применения существующих методологических подходов к эмпирическому анализу онлайн-лидерства.

Предлагаются краткие выводы исследования коммуникативного лидерства в системе факторов интегративной динамики онлайн-сообществ мобилизационного типа. Описывается методика оценки типов и ресурсов внутригруппового лидерства на основе эмпирических индикаторов, разработанных в комплексе показателей процессов интеграции в онлайн-сообществах.

Ключевые слова: лидерство, онлайн-сообщества, интернет-коммуникации, коммуникативный капитал, анализ социальных сетей, социальное неравенство.

DOI: 10.35634/2587-9030-2022-6-1-53-64

Ссылка на статью:

Эстрина Ю.Ю. Анализ и интерпретация данных эмпирического измерения ресурсов коммуникативного лидерства в исследовании интегративной динамики интернет-сообществ мобилизационного типа // Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. 2022. Т. 6, вып. 1. С. 53–64. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2022-6-1-42-52>

Введение

Со времен «первой волны» интернет-исследователей связи слабого типа, сетевая демократия и автономия, вытекающие из сетевого принципа равенства узлов, отсутствие институциональной «вертикали власти» считаются фундаментальными признаками онлайн-объединений. Этим обусловлены исследовательские тренды развития концепций ситуативного и распределенного лидерства, акцентирующие сетевые компоненты управления в социальных интернет-процессах. К ним можно отнести гибкое делегирование, автономию и взаимозаменяемость узлов, ставших мейнстримом после социально-сетевой теории М. Кастельса, на примере ближневосточных твиттерных революций убедительно обосновавшего, что современные интернет-движения способны возникать и развиваться без внешних и внутренних лидеров, более того, их участники оказывают сопротивление попыткам установления властной иерархии [1, с. 44].

Тем не менее, несмотря на аксиоматические сегодня утверждения о демократической природе горизонтальных связей, в настоящее время относительно онлайн-сообществ вновь возобновляются дискуссии о власти и стратификации [2, с. 24-328; 21, pp. 9-189]. Актуализируя выводы М. Фуко о «капиллярной» циркуляции власти в русле новейших теорий жизненного цикла, концепций «нематериального» труда, теорий селебрити и нового сетевого трайбализма [19, pp. 11:2-11:29; 20, p. 142-157; 10, с. 122-124; 21, pp. 9-189], современные исследователи описывают онлайн-практики публичной демонстрации экспертных знаний, гендерной, социально-ролевой или институциональной принадлежности в качестве способов социальной конкуренции и механизмов создания авторитета для установления господства.

¹ Статья подготовлена при поддержке РФФИ, проект 19-011-00761.

Захват внимания аудитории и коммуникативная активность в современной социологической теории могут рассматриваться как основные источники внутренней конкуренции и распределения власти между участниками в онлайн-группах. Отдельные механизмы коммуникативного лидерства раскрываются, в частности, в наблюдаемых исследователями функциях контроля и интеграции новых участников, реализуемых через различные риторические стратегии [9, с. 319-326; 12, с. 261]. Именно они в онлайн-среде становятся ведущими механизмами построения авторитета и достижения социальных преимуществ. Возникающее в результате социальное неравенство проявляется в структурных и качественных параметрах пользовательских связей [7, с. 18-27].

Любые реакции пользователей (лайки, комментарии, посты, репосты и т. д.) несут в себе глубинные социальные смыслы, являются способом отнесения индивида к ценностям социальной группы и/или проявлением антагонизма в отношении оппонентов. В этом свойстве проявляется сверхзначимость в киберпространстве символических форм капитала, подробно исследованная медиатеоретиками [11, с. 98], а также появление новых форм символической власти, характерной пока исключительно для виртуальных социальных сетей – *индексной* власти (порожденной новыми техническими возможностями оценки авторитетности пользователей и описываемой как разновидность власти харизматического типа) [21, р. 43].

Понятие социального капитала сегодня трансформируется, создавая поле для развития концептов сетевого [17, с. 21] и коммуникативного капиталов [8, с. 399]. Автор теории «коммуникативного капитализма» Дж. Дин отмечает, что в сетевой коммуникации актуальная ценность сообщений смещается с конкретного информационного наполнения на более обобщенный самодостаточный «вклад» (contribution), понимаемый как условная единица внесения своей доли участия в коллективный контент [8, с. 399]. Социальное расслоение в глобальной сети, как и в офлайне, строится на «разделении труда» и регулируется вознаграждениями в виде объективированных знаков общественного признания за труд в интересах группы. Именно здесь проходит линия, отделяющая «производителей» групповых ценностей и норм от «потребителей», что отражает базовую дихотомию между «правлящими» и «управляемыми» классами.

Проблематика сетевого неравенства и лидерства в исследованиях социальных сетей представляется особенно значимой в связи с ростом интереса к мобилизующей функции Интернета и возможностям управляемого воздействия на развитие онлайн-сообществ [5, с. 31].

Концептуальные границы классических типов власти, выделяемых М. Вебером (традиционный, наследственный, бюрократический, харизматический) [3, с. 628], размываются при переносе в онлайн-контекст, как и четыре веберовских типа социального действия. Поскольку в онлайн-сообществах отсутствуют или слабы институциональные рычаги и другие офлайн-механизмы управления, традиционные и рационально-правовые основания власти ощутимо теряют под собой почву; при этом более значимыми становятся ее аффективные, ценностные и харизматические основания.

Анализ современных зарубежных и отечественных исследований, посвященных лидерству в онлайн-группах, обнаруживает сравнительно малое число работ, посвященных раскрытию социальных оснований и внутренних атрибутивных признаков лидерства.

Направление количественных исследований представлено, преимущественно, методами сетевого анализа, дающим представление о модели структурных связей в группе, но недостаточно информативными для оценки всех коммуникативных и мобилизационных ресурсов лидеров и определения условий, при которых мобилизационный потенциал онлайн-сообществ может быть развит и увеличен [4, с.30-43; 18, с.3-12].

С целью развития теоретических и методологических представлений о механизмах формирования и распределения ресурсов лидерства в системе факторов онлайн-мобилизации было предпринято лонгитюдное исследование коммуникативных практик онлайн-сообществ в рамках научно-исследовательского проекта «Построение прогнозных моделей динамики развития Интернет-сообществ мобилизационного типа». Часть исследовательских выводов приводится в этой статье.

Постановка проблемы

Конфигурации сетевых связей акторов напрямую влияют на распределение социального капитала и их социальный ранг, что следует учитывать в выборе методов исследования, наряду со сложностью внутренней природы объекта исследования, ограничивающей релевантность применения тра-

диционных социологических подходов и методов для анализа сетевых характеристик онлайн-сообществ.

В частности, лидеры мнений обычно имеют высокие показатели сетевой центральности связей, поэтому обоснованным является применение современных методов SNA и обращение к большим открытым данным в исследовании интернет-сообществ дает представление о модели сети, плотности и равномерности распределения связей, показателях коммуникативной активности, сетевой центральности пользователей и другие.

Следует, однако, признать ограниченность возможностей сетевого анализа (рассматривающего социальные отношения через призму механистической связи узлов и кластеров), поскольку в этом подходе не учитываются внутренние движущие силы участников социальной сети: нормативно-ценностные, когнитивно-личностные, аффективные аспекты коммуникации и символический капитал участников групп. По этой причине для анализа сложных и комплексных социальных явлений, таких как процессы социального расслоения и лидерства в онлайн-среде, предпочтителен выбор в пользу применения комплексного инструментария. На сегодняшний день сформирован достаточный арсенал апробированных методик измерения сетевых характеристик онлайн-сообществ, но обнаруживается недостаточная проработанность вопроса о квантификации и формализации измерений качественных признаков онлайн-социальности.

Поэтому одной из основных задач проведенного исследования стали разработка комплексной системы индикаторов для измерения структурно-позиционных и коммуникативно-мобилизующих факторов лидерства интернет-сообществ и оценка лидерского потенциала отдельных групп при построении эмпирической модели факторов интегративной динамики онлайн-сообществ мобилизационного типа.

Цели исследования

Цель всего исследования заключалась в построении эмпирической модели факторов интегративной динамики для прогнозирования процессов развития интернет-сообществ. Одним из уровней достижения поставленной цели стало изучение роли лидеров онлайн-сообществ в развитии руководимых ими групп.

Предмет данного исследования состоял в определении структуры и ресурсов лидерства, значимых для успешного развития наблюдаемых сообществ.

В качестве объекта исследования были выбраны сообщества мобилизационного типа, то есть группы, в которых онлайн-коммуникации используются для координации и решения реальных совместных задач и влияют на реальное поведение участников.

Предпочтение в отборе отдавалось группам, созданным для решения практических социальных задач и повышения социального благополучия общества (в том числе волонтерским, благотворительным, правозащитным, объединениям национальных и общественных активистов).

Методология исследования

7

При разработке дизайна исследования использовался принцип плюрализма парадигм с сочетанием качественного и количественного подходов при работе с разнородными данными, представляющими различные аспекты изучаемого явления.

На первом этапе исследования применялся метод «обоснованной теории» (grounded theory). В результате длительного прямого наблюдения коммуникаций участников 12 онлайн-сообществ социальных сетей «ВКонтакте» и Facebook: «Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие», «Библиотеки – пространства развития», «Все вместе (благотворительный фонд)», «Жители Тимирязевского района», «Зеленый паровоз», «Лига Ижевского Свояка», «Льжи мечты в Ижевске», «Поборы в школах РТ», адвокатские сообщества «Пражский клуб» и «Про боно 45», «Профсоюз медработников "Действие"», «Профсоюз "Университетская солидарность"» (всего 5 групп «ВКонтакте» и 7 групп Facebook). В течение первого этапа наблюдений был определен набор факторов, значимых для общего анализа динамики интеграции. На втором этапе исследования собранные данные были иерархически структурированы по методу анализа иерархий (МАИ), затем полученные показатели прошли проверку на валидность при помощи экспертного опроса [14, с. 446]. Также было реализовано тесто-

вое применение полученной модели для автоматизированного сбора и анализа больших данных по сформированному в иерархической модели перечню признаков (более 60 индикаторов).

На третьем этапе исследования эмпирические данные по выбранным индикаторам собирались параллельно в ручном и автоматизированном режиме расширенной выборки.

На завершающем этапе исследования признаки, вошедшие в первоначальный вариант модели динамики интеграции, были оптимизированы при помощи статистического анализа значимости переменных и укрупнения групп факторов. В итоговый состав четырехуровневой модели интегративной динамики интернет-сообществ, были включены 34 признака, объединенных в категории структурных показателей сети (1 – возраст группы, 2 – динамика объема группы, 3 – количественный состав ядра группы, 4 – модулярность, 5 – объем группы) и функциональных показателей развития сообществ (6 – мобилизационный потенциал, 7 – объем внешних коммуникаций, 8 – объем внутренних коммуникаций, 9 – уровень доверия, 10 – уровень сплоченности.). Заключительный уровень системы представляет собой комплекс конкретных индикаторов для измерения указанных признаков.

Показатели лидерства на уровне эмпирических метрик раскрываются через сетевые коэффициенты модулярности и центральности узлов с учетом их позиций в структуре сети [16, с. 72-77] и сетевые параметры регулятивных, информационно-коммуникативных, идеологических и мотивационно-мобилизующих коммуникативных действий участников онлайн-групп, доступных для фиксации наблюдателей. Для формирования системы несетевых эмпирических показателей лидерства в общей системе показателей интеграции на основе данных наблюдений о поведении активных участников онлайн-сообществ были описаны ключевые ресурсы и риторические стратегии лидеров.

1. **Административный ресурс. Риторика легитимности:** технические и нормативно-регулирующие виды деятельности официальных модераторов по формированию границ идентичности групп (предоставление ролевых полномочий и прав другим участникам, модерация контента и содержания дискуссий, возможность исключать участников и ограничивать их действия при несоответствии нормам сообщества);

2. **Информационно-коммуникативный ресурс. Риторика вовлечения:** контентная поддержка группы (публикация постов и репостов на стене групп, комментаторская активность, содействие общей коммуникации в обсуждениях);

3. **Символический ресурс (мета-доминирование). Риторика преодоления локальности:** обращение к системе ценностей собственной и референтной социальной группы, поддержание групповой идентичности (развитие единого идеологического и дискурсивного пространства группы, обеспечение инноваций и поддержки более ресурсных внешних акторов и объединений, реализация стратегий расширенного социального представительства);

4. **Мобилизационный ресурс. Побудительная риторика:** поддержание сплоченности группы, перевод действий в офлайн (формирование мотивации к достижению конкретных общих целей, проявления внимания и поддержки участникам, предоставление обучающей информации и рекомендаций).

В разработанной модели были определены соответствующие представленным группам признаков эмпирические показатели, по которым осуществлялся сбор данных, отражающих структурный и функциональный уровни исследуемого объекта (табл. 1).

Признаки, сгруппированные в первой категории, условно соответствуют инструментально-рациональному типу социальных действий М. Вебера [3, с. 628]. Другие категории в той или иной степени отражают ценностно-рациональную, аффективную и харизматическую природу интернет-лидерства. Теоретически все представленные виды ресурсов могут распределяться между неограниченным числом активных членов онлайн-комьюнити, за исключением административного ресурса, который является частью технических и ролевых полномочий создателей и модераторов групп. Для исследования и прогноза динамики развития групп важным компонентом является устойчивость проявлений описанных признаков во времени.

На завершающем этапе данные по сформированному в эмпирической модели набору признаков собирались в течение 5 месяцев (в синхронизированном режиме в течение 1 месяца):

1. Автоматизированный сбор данных, отражающих сетевые метрики по составу, влиятельности и связности узлов (показатели центральности, модулярности, плотности, ассортативности, гомофилии, транзитивности сети).

2. Ручной сбор по наиболее значимым несетевым коммуникативным и мобилизационным показателям лидерства.

Таблица 1

Группировка показателей атрибутивных признаков онлайн-лидерства

Категории признаков		Группы показателей
Структурные		
Сетевые		– центральность; – модулярность;
Несетевые		– гибридность по способу формирования группы (онлайн/офлайн);
Функциональные		
Регулятивные	Несетевые	– политика модерации контента; – артикуляция социальной миссии группы; – публичные санкции в отношении участников; – исключение участников из состава группы (бан);
Коммуникативные	Сетевые	– количество друзей/подписчиков; – средняя длина пути между узлами;
	Несетевые	– степень авторитетности и влияния авторов; – рейтинговые позиции авторов в общем публикуемом контенте;
Идеологические	Сетевые	– ассортативность; – гомофилия;
	Несетевые	– степень мировоззренческой общности; – референтные цели и ценности; – социальная идентичность;
Мотивационные/ мобилизующие	Сетевые	– плотность сети; – транзитивность;
	Несетевые	– социальная сплоченность/групповая идентичность; – личное знакомство; – совместные действия в офлайне; – трансляция общей миссии и ценностей вне группы; – менторство и инструкции в группе.

Для комплексного анализа показателей потенциала лидерства были использованы синхронизированные данные показателей ручного сбора и автоматизированного сбора по 10-ти русскоязычным группам социальных сетей «ВКонтакте» и Facebook в возрасте от 3 до 8,5 лет, с объемом от 950 до 60,5 тыс. участников. Выборочная совокупность формировалась методом снежного кома, по принципу достижения максимального разнообразия географической принадлежности, количественному составу, возрасту и тематике.

Результаты исследования

Онлайн-сообщества относятся к разряду сложных «гибридных» систем (в упрощенном смысле «дополненных» социальной реальностью), формирующих особый статус пространства коммуникации, где реальность социального действия опосредована виртуально-технической средой [13, с. 291]. Двойственная природа онлайн-сообществ сочетают в себе свойства сети (горизонтальность связей, децентрализованная структура, паттерны коммуникации и обмена, позволяющие количественно определять связанность узлов и т. д.) и свойства социальных групп (элементы социально-ролевой структуры и вертикальной иерархии, общие цели и ценности, интеграция на уровне дискурсивных практик и др.).

Обращаясь к сетевым аспектам теории онлайн-коммуникаций М. Кастельса, следует указать, что приоритетность свойств сети в онлайн-транзакциях означает преобладание «слабого» и «слабейшего» типов связей (в развитии классификации М. Грановеттера [6, с. 31]), что формализует взаимодействия и переводит социальный капитал в форму символического. Для концептуализации указанного явления в ходе исследования было сформулировано понятие «облегченной социальности», описывающее параметры «деперсонализации» онлайн-общения [15, с. 193].

Предложенный концепт позволяет выделить определенные закономерности в развитии наблюдаемых мобилизационных сообществ, динамика развития и мобилизации в которых тяготеет к двум противоположным полюсам:

1. Группы, интегрированные по информационно-сетевому типу. Коммуникация в данных группах, проявляющих выраженные свойства сети, может сводиться к минимальной и ограничиваться простым обменом информацией и формальным «обозначением присутствия», укладывающимися в поведенческую модель « сетевого индивидуализма» Б. Уэллмана [22, pp. 10-25].

2. Группы, интегрированные по социально-идеологическому типу. Они описываются признаками, сближающими их с офлайн-сообществами, демонстрируют элементы ролевой и групповой идентичности, социальной иерархии и нередко связаны не только виртуальной «дружбой», но и личным знакомством и совместной деятельностью участников в офлайне. Данные свойства социальных общностей содержательно соотносятся с понятием сообщества, близкого к выделяемому зарубежными исследователями термину «комьюнити» [19, p. 4].

С учетом выводов углубленного качественного анализа, показавшего, что доступный наблюдениям потенциал мобилизации повышается именно в тех группах, которые параллельно существуют в двух измерениях (онлайн/офлайн), и опроса экспертов-модераторов групп, через косвенные вопросы подтвердивших взаимосвязь мобилизационного потенциала сообществ с практической совместной деятельностью в офлайне, был разработан дополнительный типологический критерий, позволяющий дифференцировать группы мобилизационного типа по степени «гибридности» (эмпирический критерий – онлайн- и офлайн-способы формирования группы).

Косвенным подтверждением мобилизующего действия фактора гибридности и возможности рассматривать этот фактор в качестве одного из ключевых компонентов динамики интеграции служат экспертные оценки по 10 факторам динамики интеграции (табл. 2). Два фактора из трех приоритетных в ранжированном списке указывают на близкие к офлайн-форматам аспекты деятельности лидеров сообщества (личное знакомство с лидером и ориентацию на практические результаты членства в группе). В целом, из ответов экспертов можно заключить, что факторы успеха для групп с высокой гибридностью сходны с факторами успеха традиционных офлайн-сообществ (роли, доверие и т. д.), а для онлайн-сообществ с низкой степенью гибридности факторы успеха чаще связываются с участниками и их поведением.

В целом, выявленные различия в поведении сообществ, тяготеющих к «облегченно-сетевым» или «мобилизующим» типам коммуникации, подтвердили сформулированную ранее гипотезу о значимом влиянии на мобилизацию офлайн-коммуникаций. На основе этих выводов была выдвинута новая гипотеза о том, что с уровнем гибридности в онлайн-сообществах могут быть связаны также особые характеристики символического и коммуникативного капитала лидеров. Данное предположение было взято за основу дальнейшего эмпирического анализа проявлений лидерства в исследуемых группах.

Оптимальными индикаторами влиятельности коммуникативного лидерства является количество комментариев и лайков. Мобилизационная составляющая групповой коммуникации рассматривалась в качестве переменной, зависящей от несетевых аспектов интернет-взаимодействий (офлайн-стимулов, социально-ролевой структуры в онлайн-группах и т. д.), поэтому наиболее надежным из доступных косвенных признаков мобилизации в интернет-сообществах может служить показатель количества репостов (в ответ на просьбу о репосте) конкретных авторов от общего количества реакций, набранных индивидуальными авторами за период времени.

В проведенном анализе виды реакций участников групп соотносятся с определенными лидерскими ресурсами, описанными на этапе теоретической интерпретации понятий. Сравнение долей реакций по авторам (1-2 квартили) в анализируемых больших массивах данных позволило определить лидеров конкретных сообществ и описать актуальные типы ресурсов лидерства для каждой из групп. Статистический анализ ранжированных рядов (Me) на больших массивах данных с учетом индивидуальных отклонений (доли по каждому виду реакций с минимальным расстоянием до всех чисел из набора данных) характеризует центральные тенденции распределений (обобщенные показатели значимости отдельных видов реакций в каждом сообществе), что, предположительно, соотносится с наиболее важными для каждой группы типами ресурсов и востребованными группой типами лидерства.

Таблица 2

Экспертные оценки значимости факторов интеграции со стороны модераторов в зависимости от степени гибридности группы (средний балл по шкале от 0 до 10)

Факторы динамики интеграции	Степень гибридности онлайн-сообществ		
	Низкая степень гибридности	Средняя и высокая степень гибридности	Нулевая степень гибридности
Успешность совместных действий участников группы	8,08	5,75	7,00
Грамотное модерирование новостной ленты и дискуссий	7,44	7,13	7,00
Личный авторитет руководителя/ администратора/модератора группы	6,96	7,75	6,78
Особенности тематики сообщества – оригинальность, новизна темы, актуальность и острота решаемых проблем и т. д.	7,48	6,13	6,44
Взаимное доверие участников группы	6,64	7,14	6,67
Количество участников, способных производить интересный для других контент	6,36	5,00	6,22
События, которые происходят в жизни (города, региона, страны, мира)	5,75	4,86	5,5
Активность, которую участники проявляют в социальных сетях – в других группах, на своих страницах	5,48	4,57	5,67
Личное знакомство участников друг с другом	5,56	4,50	5,00
Степень социальной и культурной однородности участников	5,21	4,43	5,33
Особенности интерфейса конкретной социальной сети («ВКонтакте», Facebook)	5,20	4,43	4,38
Наличие большой доли участников, подписанных в социальной сети друг на друга/ находящихся в отношениях дружбы в социальной сети	4,96	4,38	4,89
Финансовое обеспечение деятельности группы	5,04	3,13	3,56
Источник внешней угрозы, провокаций и/или неприязненного отношения извне	3,58	5,71	4,56
Изменения законов, правил, регулирующих Интернет-коммуникации в целом	3,80	2,71	4,75

Выводы и дискуссия

Количественный анализ полученных данных позволил сделать некоторые выводы о специфике проявлений лидерства в изучаемых группах. Установлено, что идеологический ресурс лидерства, акцентирующий солидарность и символические формы поддержки авторов, является самым актуальным для всех исследуемых сообществ с некоторым объяснимым перевесом по значимости для более молодых групп. Кроме того, заметна тенденция взаимосвязи наименьших значений признаков по возрасту и размеру групп с более низкой активностью по комментариям и репостам (табл. 3).

Для более старших групп характерны проблемы коммуникативного ресурса в области граничных значений по количеству участников. «Проседание» чаще обнаруживается в наибольших и наименьших по размеру группах каждой возрастной категории, что объясняется, с одной стороны, накоплением «молчаливого балласта» участников, а с другой – снижением мотивации к дискуссиям в группах с устоявшимся составом активного ядра и слабым притоком новых членов (табл. 4).

Таблица 3

Актуальные типы лидерских ресурсов в разрезе количественного состава групп

№	Реакции	Ресурсы лидерства	(Ме), доли									
			Крупные группы			Средние группы			Малые группы			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Лайки	Идеологический	0,0002	0,1	0,05	0,24	0,002	0,5	0,005	0,4	0,01	0,4
2	Комментарии	Коммуникативный	0,000	0,1	0,04	0,00	0,003	0,0	0,002	0,2	0,0	0,0
3	Репосты	Мотивационный	0,0001	0,1	0,04	0,14	0,001	0,0	0,003	0,2	0,0	0,5

Группы:

1. Поборы в школах РТ («ВКонтакте»). Возраст: 9 лет. Участники: 60 558 чел.
2. Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие / NEW Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие («ВКонтакте»). Возраст: 9 лет. Участники: 32 723 чел.
3. Зеленый паровоз («ВКонтакте»). Возраст: 7 лет. Участники: 8 337 чел.
4. Профсоюз «Действие» (Facebook). Возраст: 6 лет. Участники: 8 200 чел.
5. Жители Тимирязевского района (Facebook). Возраст: 8 лет. Участники: 6100 чел.
6. «Все вместе»: благотворительное движение (Facebook). Возраст: 7 лет. Участники: 5 400 чел.
7. Пражский клуб (Facebook). Возраст: 4 года. Участники: 3 100 чел.
8. Лига мечты в Ижевске («ВКонтакте»). Возраст: 5 лет. Участники: 1 056 чел.
9. Библиотеки – пространства развития (Facebook). Возраст: 5 лет. Участники: 1000 чел.
10. Профсоюз «Университетская солидарность» («ВКонтакте»). Возраст: 8 лет. Участники: 952 чел.

Таблица 4

Актуальные типы лидерских ресурсов в разрезе возраста групп

№	Реакции	Ресурсы лидерства	(Ме), доли									
			Возраст 8-9 лет				Возраст 6-7 лет			Возраст 4-5 лет		
			1	2	5	10	3	4	6	7	8	9
1	Лайки	Идеологический	0,0002	0,1	0,002	0,4	0,05	0,24	0,5	0,005	0,4	0,01
2	Комментарии	Коммуникативный	0,000	0,1	0,003	0,0	0,04	0,00	0,0	0,002	0,2	0,0
3	Репосты	Мотивационный	0,0001	0,1	0,001	0,5	0,04	0,14	0,0	0,003	0,2	0,0

Группы:

1. Поборы в школах РТ («ВКонтакте»). Возраст: 9 лет. Участники: 60 558 чел.
2. Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие / NEW Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие («ВКонтакте»). Возраст: 9 лет. Участники: 32 723 чел.
3. Зеленый паровоз («ВКонтакте»). Возраст: 7 лет. Участники: 8 337 чел.
4. Профсоюз «Действие» (Facebook). Возраст: 6 лет. Участники: 8 200 чел.
5. Жители Тимирязевского района (Facebook). Возраст: 8 лет. Участники: 6100 чел.
6. «Все вместе»: благотворительное движение (Facebook). Возраст: 7 лет. Участники: 5 400 чел.
7. Пражский клуб (Facebook). Возраст: 4 года. Участники: 3 100 чел.
8. Лига мечты в Ижевске («ВКонтакте»). Возраст: 5 лет. Участники: 1 056 чел.
9. Библиотеки – пространства развития (Facebook). Возраст: 5 лет. Участники: 1000 чел.
10. Профсоюз «Университетская солидарность» («ВКонтакте»). Возраст: 8 лет. Участники: 952 чел.

Особенно интересно распределение данных по репостам, которые соотносятся с мобилизационным типом ресурсов лидерства: статистически подтверждена взаимосвязь усиления роли этого ресурса по мере роста количества участников и увеличения возраста интернет-сообществ (табл. 2).

При сравнении структурных характеристик вариационных рядов выявлена достаточно высокая степень значимости мотивационного (мобилизационного) типа лидерства для всех групп, в ходе наблюдений проявлявших регулярную активность в организации офлайн-мероприятий, что удостоверяет в деятельности групп проявление фактора гибридности. В число групп, для которых данная взаимосвязь вполне подтвердилась, входят: «Зеленый паровоз» («ВКонтакте»), «Жители Тимирязевского

района» (Facebook), «Лига мечты в Ижевске» («ВКонтакте»). К исключениям, для которых эта связь не подтвердилась, относятся группы «Все вместе»: благотворительное движение (Facebook) и «Библиотеки – пространства развития» (Facebook), которые при всем их различии объединяет наличие гуманитарных сверхцелей, отражающих ценностно-рациональную (аффективно-ориентированную) природу лидерства, что в литературе описывается как источник харизматической власти. Существует вероятность, что мобилизационный потенциал групп под управлением харизматических лидеров проявляется и действует иначе. Это требует дополнительной исследовательской проверки.

Распределение данных позволяет описать структуру лидерства в наблюдаемых группах следующим образом:

1. Лидерская диада, определенная более чем в половине исследованных групп (выявлены два ключевых лидера, часто располагающих диаметрально разными типами ресурсов).

Реже наблюдается альтернативная структура лидерства:

2. Моно-лидерство с практически абсолютной концентрацией всех типов ресурсов у одного автора: «NEW Альянс гетеросексуалов и ЛГБТ за равноправие» («ВКонтакте»), «Все вместе»: благотворительное движение (Facebook);

3. Распределенное лидерство с наличием 7-8 наиболее авторитетных участников с высокой степенью асимметрии в располагаемых ими ресурсах: «Жители Тимирязевского района» (Facebook) и «Пражский клуб» (Facebook).

Изучение особенностей онлайн-лидерства в рассматриваемых группах позволило подтвердить гипотезы о применимости в анализе онлайн-сообществ мобилизационного типа критерия гибридности групп (с эмпирическим критерием наличия практической офлайн-деятельности групп) и о том, что в определении мобилизационного потенциала онлайн-сообществ статистически значимые признаки высокой концентрации мотивационного/мобилизующего типа лидерства коррелируют с возникновением между участниками более устойчивых интегративных связей.

Апробирован практический инструментарий, разработанный на основе гипотезы о том, что в оценке потенциала лидерства могут быть использованы маркеры коммуникативной активности, служащие в сообществах мобилизационного типа нормативным выражением поддержки, солидарности и легитимации авторитета.

Опыт прикладного применения разработанных эмпирических индикаторов для измерения состояний лидерства может считаться элементом научной новизны и применяться в дальнейшем в изучении онлайн-сообществ при условии доработки методов статистической оценки данных и их теоретической интерпретации в общем анализе совокупности факторов, обеспечивающих мобилизации участников онлайн-сообществ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, А. Кабель: Наша жизнь - гибрид виртуального и физического пространства: из интервью М. Кабелью корреспонденту РИА Новости А. Алексеевой 22.06.2012 / А. Алексеева // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: сб. науч. тр. / РАН ИНИОН; Центр социал. науч.-информ. исслед. – М., 2013. – С. 43–56.
2. Бондаренко, С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ / С. В. Бондаренко. – Ростов-на-Дону: Издательство Рост. гос. ун-та, 2004. – 319 с.
3. Вебер, М. Политика как призвание и профессия: избран. произведения. / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
4. Гладченко, И. А. Новые подходы к изучению мобилизации в сетевых сообществах / И. А. Гладченко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2019. – Т. 10. № 2. – С. 30–43.
5. Губанов, Д.А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие. / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили, – М.: Издательство физико-математической литературы, 2010. – 228 с.
6. Грановеттер, М. Сила слабых связей / М. Грановеттер // Экономическая социология. – 2009. – Т. 10, № 4. – С. 31–50.
7. Гурин, К. Е. Структуры взаимодействия пользователей при обсуждении медиа-контента онлайн-сообществ СМИ / К. Е. Гурин // Вестн. Удм. Ун-та. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2016. – Т. 26, № 2. – С. 18–27.

8. Декалов, В. В. Коммуникативный капитал: концептуализация понятия / В. В. Декалов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Социология. – 2017. – № 4 (10). – С. 397–409.
9. Демин, П. В. Социальные эффекты онлайн-сообществ: нетнография YouTube- сообщества вышивальщиц / П. В. Демин, Е. А. Сорочан // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2020. – № 5. – С. 308–339.
10. Колпинец, Е. В. Значение аффективного труда в культуре интернет-селебрити / Е. В. Колпинец // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 5. – С. 118–137.
11. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
12. Интернет-сообщество противников СПИДа в российской социальной сети: модели взаимодействия с новичками и риторические стратегии убеждения / П. Мейлахс, Ю. Рыков, О. Кольцова, С. Кольцов // Журнал медицинских интернет-исследований. – 2014. – №. 16(11). – URL: <http://www.jmir.org/2014/11/e261> (дата обращения: 01.12.2021)
13. Пономарев, А. М. Изменение в структуре социального действия под влиянием интернет-сообществ: к постановке проблемы // Технологии PR и рекламы в современном обществе: материалы XIV Всерос. научно-практ. конф. 16–17 апреля 2019 г. Санкт-Петербург. – СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2019. – С. 289–292.
14. Пономарёв, А. М. Построение эмпирической модели интеграционных процессов в интернет-сообществах: сочетание качественного и количественного подходов / А. М. Пономарёв, Г. А. Благодатский // Вестн. Удм. Ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. – 2019. – Т. 3, вып. 4. – С. 444–449.
15. Сабурова, Л. А. Облегченная социальность: коммуникативные особенности социальной интеграции в цифровом мире / Л. А. Сабурова // Общество 5.0. Парадоксы цифрового будущего : VII Садьковские чтения: материалы Междунар. научно-образоват. конф. – Казань : Изд-во Казанского ун-та, – 2019. – С. 188–193.
16. Скоринкин, Д. А. Семантическая разметка художественных текстов для количественных исследований в филологии (на примере романа «Война и мир» Л. Н. Толстого): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.21. – М., 2019. – 164 с.
17. Урри, Дж. Мобильности / Дж. Урри. – Москва : Праксис, 2012. – 576 с.
18. Яницкий, О. Н. Массовая мобилизация: проблемы теории // Социологические исследования. – 2012. – № 6. С. 3–12.
19. Iriberry, A. life-cycle perspective on online community success / A. Iriberry, G. LeroyACM // Computing Surveys. – 2009. – 41(2). – URL: https://dl.acm.org/doi/10.1145/1459352.1459356#_sec-reviews (accessed: 1. 07. 2021).
20. Lazzarato, M. Immaterial labor / M. Lazzarato // Radical Thought in Italy: A Potential Politics. – 1996. – Vol. 7. Pp. 142–157.
21. O'Neil, M. Cyberchiefs : autonomy and authority in online tribes / M. O'Neil. – London; New York: Pluto Press, 2009. – 242 p.
22. Wellman, B. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism. Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches Lecture Notes in Computer Science / B. Wellman. – Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2002. – Pp. 10–25.

Поступила в редакцию 13.12.2021

Эстрина Юлия Юрьевна
 ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
 426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 2)
 E-mail: avisart@yandex.ru
 ORCID: 0000-0003-3972-2943
 SPIN-код: 9747-7848
 AuthorID: 1045446

Yu. Yu. Estrina

**PROBLEMS OF EMPIRICAL MEASUREMENT OF COMMUNICATIVE LEADERSHIP RESOURCES
 IN RESEARCH OF INTEGRATIVE DYNAMICS OF MOBILIZATION-TYPE INTERNET COMMUNITIES**

DOI: 10.35634/2587-9030-2022-6-1-53-64

Online communities are still a relatively new social phenomenon - their novelty does not allow researchers to come to a consensus in their interpretations of what the Internet world is and what its connection with the life of real society is. One of the central issues in the study of online social networks is the question of how to exercise power and manage the mobilization potential of online communities.

The article examines the specific features of Internet sociality and dominance practices implemented on the Internet,

reveals the content of the metaphor «lightened Sociality» as a conceptual tool for analyzing the behavior of Internet communities. The definition of the concept of index power and communicative capital as a source of social inequality in cyberspace is given; the possibilities of applying existing methodological approaches to the empirical analysis of online leadership are evaluated.

Brief conclusions of the study of communicative leadership in the system of factors of integrative dynamics of mobilization-type Internet communities are proposed. The article describes a methodology for assessing the types and resources of intra-group leadership based on empirical indicators developed in the complex of indicators of integration processes in online communities.

Keywords: leadership, online communities, internet communications, communication capital, social network analysis, social inequality.

REFERENCES

1. Alekseeva, A. Kastel's: Nasha zhizn' - gibrud virtual'nogo i fizicheskogo prostranstva: iz interv'yu M. Kastel'sa korrespondentu RIA Novosti A. Alekseevoy 22.06.2012 / A. Alekseeva // Sotsial'nye seti i vir-tual'nye setevye soobshchestva: sb. nauch. tr. / RAN INION; Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled. – Moskva, 2013. – P. 43–56.
2. Bondarenko, S. V. Sotsial'naya struktura virtual'nykh setevykh soobshchestv / S. V. Bondarenko. – Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo Rost. gos. un-ta, 2004. – 319 s.
3. Veber, M. Politika kak prizvanie i professiya: izbran. proizvedeniya. / M. Veber. – Moskva: Progress, 1990. – 808 s.
4. Gladchenko, I. A. Novye podkhody k izucheniyu mobilizatsii v setevykh soobshchestvakh / I. A. Gladchenko // Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki. – 2019. – T. 10, no. 2. – S. 30–43.
5. Gubanov, D.A. Sotsial'nye seti. Modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva: uchebnoe posobie. / D. A. Gubanov, D. A. Novikov, A. G. Chkhartishvili, – Moskva: Izdatel'stvo fiziko-matematicheskoy literatury, 2010. – 228 s.
6. Granovetter, M. Sila slabykh svyazey / M. Granovetter // Ekonomicheskaya sotsiologiya. – 2009. – T. 10, № 4. – S. 31–50.
7. Gurin, K. E. Struktury vzaimodeystviya pol'zovateley pri obsuzhdenii media-kontenta onlayn-soobshchestv SMI / K. E. Gurin // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika. – 2016. – T. 26, № 2. – S. 18–27.
8. Dekalov, V. V. Kommunikativnyy kapital: kontseptualizatsiya ponyatiya / V. V. Dekalov // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya: Sotsiologiya. – 2017. – № 4 (10). – S. 397–409.
9. Demin, P. V. Sotsial'nye efekty onlayn-soobshchestv: netnografiya YouTube-soobshchestva vyshival'shchits / P. V. Demin, E. A. Sorochan // Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny. – 2020. – № 5. – S. 308–339.
10. Kolpinets, E. V. Znachenie affektivnogo truda v kul'ture internet-selebrii / E. V. Kolpinets // Monit-ring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny. – 2021. – № 5. – S. 118–137.
11. Maklyuen, G. M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka / G. M. Maklyuen. – Moskva: KANON-press-Ts, 2003. – 464 s.
12. Internet-soobshchestvo protivnikov SPIDa v rossiyskoy sotsial'noy seti: modeli vzaimodeystviya s novich-kami i ritoricheskie strategii ubezhdeniya / P. Meylaxs, Yu. Rykov, O. Kol'tsova, S. Kol'tsov // Zhurnal me-ditsinskikh internet-issledovaniy. – 2014. – №. 16(11). – URL: <http://www.jmir.org/2014/11/e261> (data obrashcheniya: 01.12.2021)
13. Ponomarev, A. M. Izmenenie v strukture sotsial'nogo deystviya pod vliyaniem internet-soobshchestv: k posta-novke problemy // Tekhnologii PR i reklamy v sovermennom obshchestve: materialy XIV Vseros. nauchno-prakt. konf. 16-17 aprelya 2019 g. Sankt-Peterburg. – Sankt-Peterburg : Izd-vo Politekh. un-ta, 2019. – S. 289–292.
14. Ponomarev, A. M. Postroenie empiricheskoy modeli integratsionnykh protsessov v internet-soobshchestvakh: sochetanie kachestvennogo i kolichestvennogo podkhodov / A. M. Ponomarev, G. A. Blagodatskiy // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya. – 2019. – T. 3, vyp. 4. – S. 444–449.
15. Saburova, L. A. Oblegchennaya sotsial'nost': kommunikativnye osobennosti sotsial'noy integratsii v tsif-rovom mire / L. A. Saburova // Obshchestvo 5.0. Paradoksy tsifrovogo budushchego : VII Sadykovskie chteniya: materialy Mezhdunar. nauchno-obrazovat. konf. – Kazan': Izd-vo Kazanskogo un-ta, – 2019. – S. 188–193.
16. Skorinkin, D. A. Semanticheskaya razmetka khudozhestvennykh tekstov dlya kolichestvennykh issledovaniy v filologii (na primere romana «Voyna i mir» L. N. Tolstogo): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.21. Moskva, 2019. – 164 s.
17. Urri, Dzh. Mobil'nosti / Dzh. Urri. – Moskva: Praksis, 2012. – 576 s.
18. Yanitskiy, O. N. Massovaya mobilizatsiya: problemy teorii // Sotsiologicheskie issledovaniya. – 2012. – № 6. S. 3–12.
19. Iriberry, A. life-cycle perspective on online community success / A. Iriberry, G. Leroy // ACM Computing Surveys. – 2009. – 41(2). – URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1459352.1459356#sec-reviews> (accessed: 1. 07. 2021).

20. Lazzarato, M. Immaterial labor / M. Lazzarato // *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*. – 1996. – Vol. 7. Pp. 142–157.
21. O'Neil, M. *Cyberchiefs : autonomy and authority in online tribes* / M. O'Neil. – London; New York: Pluto Press, 2009. – 242 p.
22. Wellman, B. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism. *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches Lecture Notes in Computer Science* / B. Wellman. – Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2002. – Pp. 10–25.

For citation:

Estrina Yu.Yu. Problems of empirical measurement of communicative leadership resources in research of integrative dynamics of mobilization-type internet communities // *Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations*. 2022. Vol. 6, iss. 1. P. 53–64. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2022-6-1-53-64> (In Russ.).

Received 13.12.2021

Estrina Yu.Yu.
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/2, Izhevsk, Russia, 426034
E mail: avisart@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-3972-2943
SPIN code: 9747-7848
AuthorID: 1045446