



ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В.А. Чвякин, А.С. Чертков



ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В.А. Чвякин, А.С. Чертков

Учебник

Нижний Новгород
2023

УДК 007.51
ББК 32.973.202
DOI 10.54092/9785907607316

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент,
руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.

Рецензенты:

Артемьев Николай Валентинович, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента,
Московский Университет имени С.Ю. Витте

Лещинская Софья Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры теоретической и
специальной социологии имени М.А. Будановой,
Московский педагогически государственный университет

Авторы:

Чвякин Владимир Алексеевич, доктор философских наук, профессор кафедры рекламы и связей
с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет

Чертков Алексей Сергеевич, кандидат исторических наук, заведующий кафедрой Рекламы и
человеческих ресурсов, Московский университет им. С.Ю. Витте

Теория социальных сетей [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 116 с.). - Чвякин В.А., Чертков А.С. 2023. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/socialnetworks_23.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10".

ISBN 978-5-907607-31-6

Учебник «Теория социальных сетей» дает объем знаний и представлений о закономерностях развития информационно-коммуникационных систем и позволяет использовать их для оперативного включения в сложившуюся сферу социокультурной жизни для того, чтобы успешно адаптироваться в современном глобальном коммуникационном процессе.

Основные положения учебника адресованы обучающимся по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью»: бакалавриат 42.03.01 и магистратура 42.04.01, а также по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Учебник обсужден и рекомендован к печати кафедрой Рекламы и человеческих ресурсов Московского университета им. С.Ю. Витте, протокол № 22 от 15 июня 2023 г.

ISBN 978-5-907607-31-6



9 785907 607316 >

© Чвякин В.А., Чертков А.С. 2023
© Оформление: издательство НОО Профессиональная наука, 2023

Содержание

Введение	5
Глава 1. Введение в теорию социальных сетей	7
<i>Тема 1. Международно-правовые стандарты в сфере регулирования информационных прав и свобод пользователей социальных сетей</i>	7
<i>Тема 2. Методологическая основа исследования социальных сетей</i> ..	11
<i>Тема 3. Понятие и типология сетевых отношений</i>	19
<i>Тема 4. Факторы и условия функционирования социальных сетей</i>	33
Глава 2. Сетевая коммуникация	42
<i>Тема 5. Коммуникационные сети</i>	42
<i>Тема 6. Сетевая коммуникация и менеджмент знаний</i>	52
<i>Тема 7. Методы изучения социальных сетей</i>	62
Глава 3. Цифровая коммуникация и сетевое участие	75
<i>Тема 8. Сфера публичного управления и социальные сети</i>	75
<i>Тема 9. Сетевое политическое участие</i>	87
<i>Тема 10. Глобальные политические сети</i>	95
Заключение	107
Глоссарий	109

Введение

Социальные сети – важнейшее направление развития мирового информационного пространства, которое технологически управляется IT-гигантами современной цифровой индустрии. Рядовые пользователи на собственном опыте или в групповых сообществах осваивают знания и практики, позволяющие овладеть продуктами и сервисами современных интернет-сетей. Для понимания алгоритмов работы цифровых сервисов и наработки навыков эффективного общения и взаимодействия с другими участниками коммуникационного процесса требуются знания, которые позволят сократить время для изучения поистине неограниченных возможностей рынка цифровых технологий и стать эффективным участником мирового коммуникационного пространства

Учебник «Теория социальных сетей» дает такой объем знаний и представлений о закономерностях развития глобальных информационно-коммуникационных систем, позволяет их пользователям оперативно включиться в эту уже сложившуюся сферу социокультурной жизни, успешно адаптироваться, стать полноправным участником современного коммуникационного процесса, в который вовлечена подавляющая часть населения планеты.

С каждым годом в мире растет число сетевых изданий, новых медиа, которые не довольствуются традиционными интернет-сайтами, а выстраивают свое продвижение с помощью социальных сетей, являющимися в том числе и новостными пабликами или агрегаторами новостного контента. Стриминговые технологии позволили создать принципиально иной тип передачи информации в прямом эфире, получить мгновенный отклик аудитории, многократно увеличив число просмотров актуальных ресурсов и информации. Возник новый вид современной сетевой журналистики – онлайн-журналистика и примкнувшее к профессиональным медиа любительское творчество – блоггерство.

Популярные социальные сети оказывают существенное влияние на развитие многих сторон жизни современного общества: политических, экономических, культурных, образовательных, развлекательных, игровых и других форм и процессов. Современные технологии позволяют размещать на значимых интернет-ресурсах и в влиятельных группах в социальных сетях коммерческую информацию, обмениваться мнениями и суждениями частных пользователей, настраивать алгоритмы торговли информацией, товарами или услугами, осуществлять онлайн продажи. Развитие электронных сервисов и цифровых площадок, совершенствование мультимедийных программ, происходит постоянно. В последнее время появились уникальные возможности для использования в социальных сетях сервисов, генерирующих контент искусственного интеллекта, обработки цифровой информации и глобальных информационных потоков (Чертков А.С., 2023).

Масштабирование успешно зарекомендовавших себя социальных сетей и групп в них происходит ускоренными темпами, потребовавшими вмешательство регулятора в лице государства. Ответственность за соблюдение законодательства о СМИ, защите информации, персональных данных, чести и достоинства граждан в Российской Федерации возложено на различные органы исполнительной власти, в том числе отвечающие за развитие цифровизации в стране, средств массовой информации, антимонопольную службу, регуляторы, распределяющие телевизионные и радиальные частоты и системы передающих каналов.

Законодательная власть активно участвует в регулировании социальных медиа, что говорит о возросшем влиянии общественных электронных сообществ. В связи с чем А.С. Чертков пишет, что с включением государственных органов в процесс регулирования социальных сетей в РФ «сложилась институциональная цифровая среда, в которую вовлечена подавляющая часть интернет-пользователей самых различных возрастных и социальных групп населения страны» (Чертков А.С., 2023).

Подтверждением вывода о заинтересованности государственных регуляторов оказывать воздействие на дальнейшее развитие социальных сетей является тот факт, что Государственная

Дума РФ на пленарном заседании 30 июня 2022 года приняла закон, обязывающий органы государственной власти создавать свои официальные страницы в социальных сетях. Парламентарии внесли изменения в закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», а также в другие сопутствующие ему законодательные акты РФ. В рамках реализации принятого закона Министерству цифрового развития РФ было поручено разработать «соответствующую функциональность» на базе Единого портала государственных и муниципальных услуг (функций), которая «обеспечит возможность автоматизированного управления, публикации и редактирования информации в соцсетях органами и организациями».

Социальные сети являются неотъемлемой стороной новой цифровой реальности, способствующей расширению границ информационно-коммуникационного пространства, требующих комплекса систематических знаний и навыков для успешной работы с возрастающим объемом информации, получить представление о которых позволяет теоретический курс, содержащийся в учебнике «Теория социальных сетей».

Глава 1. Введение в теорию социальных сетей

Тема 1. Международно-правовые стандарты в сфере регулирования информационных прав и свобод пользователей социальных сетей

Развитие информационных цифровых технологий накладывает на пользователей социальных сетей, а тем более, созданных в их рамках новых медиа, большую ответственность. В различных странах приняты законодательные акты, регулирующие информационные отношения, которые ежегодно дополняются.

В основе современного регулирования рынка информации, а, следовательно, и социальных сетей, лежат следующие нормативные правовые акты, разработанные и принятые западными парламентами:

- Закон Франции №86 – 1067 от 30 сентября 1986 г. «О свободе коммуникаций»;
- Директива 95/46/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза от 24 октября 1995 года «О защите прав частных лиц применительно к обработке персональных данных и о свободном движении таких данных»;
- Закон США «О телекоммуникациях», подписанный президентом страны 8 февраля 1996 г.;
- Федеральный закон Германии от 22 июля 1997 г. «Об услугах в области мультимедиа», закрепивший рамочные основы правового оформления деятельности и развития на территории Германии новейших средств мультимедийной коммуникации (СМК);
- Закон США от 21 октября 1998 г. «Об электронизации правительственного бумагооборота»;
- Закон США от 28 октября 1998 г. «Об авторском праве в цифровом тысячелетии»;
- Закон США от 29 декабря 1999 г. «О защите прав потребителей против захватов в киберпространстве»;
- Закон Великобритании 2000 г. «О доступе к официальной информации» (аналог непринятого в РФ проекта Федерального закона «О праве на информацию»). Английский закон Freedom of Information Bill закрепил на законодательном уровне за подданными Ее Величества общее право знать, как ими управляют и каким образом обеспечивается полнота информации на уровне государственной власти. Данное право квалифицируется как самое важное право в условиях зрелой демократии;
- Закон Великобритании от 25 мая 2000 г. «Об электронных коммуникациях».
- Закон Канады от 13 апреля 2000 г. «О доказательствах» с изменениями, внесенными Законом «О защите персональной информации и электронных документах»;
- Закон Индии от 9 июня 2000 г. №21 «Об информационных технологиях»;
- Закон Бельгии от 20 октября 2000 г. «О введении телекоммуникационных средств и электронной подписи в судебные и внесудебные процедуры»;
- Закон Японии от 24 ноября 2000 г. «О формировании общества перспективных информационных и телекоммуникационных сетей»;
- Конвенция Совета Европы «Об информационном и правовом сотрудничестве, касающемся «услуг информационного общества» от 4 октября 2001 г.;
- Соглашение государств – участников Содружества Независимых государств (СНГ) о сотрудничестве в борьбе с преступлениями в сфере компьютерной информации от 1 июня 2001 г.;
- Конвенция Совета Европы «О киберпреступности», принятая Европарламентом 30 мая 2002 г.;
- Закон Франции от 30 июня 2006 г. «О правах автора и смежных правах в информационном обществе», долгое время обсуждаемый в Национальной Ассамблее

французского государства.

Важнейшим документом, на который ссылается российское правительство при разработке законодательства, затрагивающего сферу ИТ-технологий в условиях экономической и социальной трансформации, является «Окинавская хартия глобального информационного общества» (далее – «Окинавская хартия»), принятая 22 июля 2000 года на саммите лидеров стран G8 и опубликованная на официальном сайте президента Российской Федерации www.kremlin.ru.

Лидеры ведущих государств в «Окинавской хартии» определили приоритетное направление развитие мировых коммуникационных систем: «Информационно-коммуникационные технологии (ИТ) являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества двадцать первого века. Их революционное воздействие касается образа жизни людей, их образования и работы, а также взаимодействия правительства и гражданского общества». В пункте 7 Хартии подчеркнута роль государства в развитии интернет-сетей, в которой, в частности, говорится: «Частный сектор играет жизненно важную роль в разработке информационных и коммуникационных сетей в информационном обществе. Однако задача создания предсказуемой, транспарентной и недискриминационной политики и нормативной базы, необходимой для информационного общества, лежит на правительствах».

Таким образом саммит лидеров стран G8 высказался за государственное регулирование и контроль дальнейшего развития сферы информационных и коммуникационных сетей.

В «Окинавской хартии» (пункт 2) сформулированы основные цели, на достижение которых были решены согласованные действия по дальнейшему развитию информационных и коммуникационных сетей, направленные на:

- достижение устойчивого экономического роста;
- повышение общественного благосостояния;
- стимулирование социального согласия и полной реализации их потенциала в области укрепления демократии;
- транспарентное и ответственное управление;
- права человека;
- развитие культурного многообразия;
- укрепление международного мира и стабильности.

А.С. Чертков считает, что в «Окинавской хартии» 2000 года ведущие мировые державы впервые приняли консолидированное решение об ответственности сферы информационных и коммуникационных сетей за устойчивый экономический рост государств, а также обозначили угрозы глобальной безопасности в случае, если правительства стран G8 не обеспечат сбалансированность роста основных отраслей национальных экономик, социокультурного развития народов с возможностями влияния третьих сил (возможно искусственного интеллекта, кибертехнологий) на существенное изменение и корректировку стратегий развития информационно-коммуникационной среды.

Весьма значимой для становления и развития в России конституционного института свободы массовой информации является Рекомендация Комитета Министров Совета Европы R (94) 13 от 22 ноября 1994 г. «О мерах по обеспечению транспарентности (прозрачности) средств массовой информации. В пункте 1 «Общественный доступ информации о СМИ» данного документа говорится: «Общественность должна иметь возможность доступа на справедливой и непредвзятой основе к некоторым основным сведениям о СМИ».

В Российской Федерации правовое регулирование развития информационных цифровых технологий и социальных сетей также регулируется национальным законодательством, основным правовым актом которого является Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», вступивший в силу 9 августа 2006 года. Законом определены понятия и определения в области технологии правового регулирования в сфере информации, информационных технологий. Статьи правового акта регулируют отношения при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство

и распространение информации при применении информационных технологий.

Различные стороны деятельности пользователей и организаций в РФ регулируются следующими Федеральными законами, правовыми актами и постановлениями Правительства РФ:

- Конституция Российской Федерации, 1993 г.;
- Гражданский кодекс РФ, 1994 г., 2001 г.;
- Уголовный кодекс РФ, 1996 г., 2003 г.;
- Закон РФ «О средствах массовой информации», 1991 г., 2003 г.;
- Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», 1995 г.;
- Федеральный закон «О связи», 1995 г.;
- Федеральный закон «О рекламе», 1995 г.;
- Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи», 2002 г.;
- Постановление Правительства РФ от 12 февраля 2003 г. № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти»;
- Перечень сведений о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, обязательных для размещения в информационных системах общего пользования.

Кроме вышеперечисленных законов и постановлений, регуляторы информационно-коммуникационной институциональной среды в силу активной динамики развития сферы ИТ-технологий, постоянно дополняют следующие правовые акты или вносят профильные законопроекты на рассмотрение законодателей:

- Федеральный закон «О средствах массовой информации»;
- Федеральный закон о внесении дополнений в Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»;
- Федеральный закон «О государственной поддержке развития сети «Интернет» в Российской Федерации»;
- Федеральный закон «О регулировании российского сегмента сети Интернет»;
- Федеральный закон «О правовом регулировании оказания Интернет-услуг»;
- Федеральный закон РФ «Об основах государственного регулирования в сфере развития и использования новейших телекоммуникационных технологий в телевизионном и радиовещании, в других электронных средствах массовых коммуникаций»;
- Федерального закона РФ «Об информации персонального характера»;
- Постановление Правительства РФ «О регистрации сетевых СМИ»;
- Положение о порядке выделения и использования доменных имен в российском сегменте «Интернет» и др.

Тем не менее, несмотря на солидное количество законов и подзаконных актов, регулирующих рассматриваемую сферу, в правовом пространстве остаются неурегулированные лакуны, позволяющие недобросовестным пользователям социальных сетей обходить законы. В частности, в 2023 г. стал широко известен скандал об уходе от налогообложения известных коучей, недоплативших со своих доходов, собранных в социальных сетях, десятки миллионов рублей обязательных налоговых отчислений.

Пользователи социальных сетей и новые медиа сталкиваются с отсутствием устоявшейся административной и судебной практики и, как следствие, возможностью волной интерпретацией отдельных статей законов различными правоприменительными органами.

Рассматривая международно-правовые стандарты в сфере регулирования информационных прав и свобод, можно резюмировать, что правовое регулирование такого рода информационных отношений – важная и активно развивающаяся сфера регулирования международного публичного права или международного гуманитарного права.

Поскольку роль и значение этой системы договорных и обычных норм будет только возрастать, то практически везде внутригосударственные отношения в области основных

информационных прав и свобод, в том числе, безусловно, и в социальных сетях, во все большей степени будут развиваться под непосредственным «внешним» влиянием, в качестве некоего опосредованного объекта международно-правового регулирования информационным пространством.

Современное состояние общественных институтов прав и свобод отчасти подтверждает ранее выдвинутое рядом ученых предположение, согласно которому неуклонное сближение международно-правового и конституционно-правового института прав и свобод человека и гражданина в будущем может вообще сделать последний излишним.

При сохраняющемся темпе развития цифровой среды в скором времени можно будет говорить об эволюционном формировании некоего единого всемирного информационно-правового статуса человека-пользователя социальных сетей и гражданина как одной из существенных черт зримо становящейся на наших глазах мировой цивилизации, основанной на цифровых технологиях и возрастающей роль нейронных сетей.

Вопросы для самопроверки:

1. Для чего необходимо законодательное регулирование информационно-коммуникационной институциональной среды (социальных сетей)?
2. Как организовано в Российской Федерации правовое регулирование развития информационных цифровых технологий и социальных сетей?
3. Кратко перескажите Рекомендацию Комитета Министров Совета Европы R (94) 13 от 22 ноября 1994 г. «О мерах по обеспечению транспарентности (прозрачности) средств массовой информации».
4. В пункте 1 «Общественный доступ информации о СМИ» данного документа говорится о том, что...
5. Регуляторы информационно-коммуникационной институциональной среды в силу активной динамики развития сферы IT-технологий постоянно дополняют следующие правовые акты: (перечислите три документа).
6. В чем суть «Окинавской хартии»?
7. О чем говорится в пункте 7 «Окинавской хартии»?
8. Когда была принята Конвенция Совета Европы «Об информационном и правовом сотрудничестве, касающемся «услуг информационного общества»?

Тема 2. Методологическая основа исследования социальных сетей

Теория социальных сетей представляет собой совокупность сведений, которые отражают множество взаимоотношений человека в условиях информационно-коммуникационной среды. Активность человека в сети виртуальных коммуникаций является показателем его социального поведения, поскольку пользователь социальной сети (актор) реализует в ней свои устремления и намерения. Обмен ресурсами в социальных сетях происходит закономерным образом и подвержен определенной систематизации, позволяющей прогнозировать активность и направленность действий актора. Однако жестко-однозначной детерминацией социальная активность актора не является. Чаще речь идет о вероятностном прогнозировании тех или иных социальных проявлений или феноменов.

Сетевая активность зависит от множества факторов и представляет собой информационную композицию, включающую максимальное число индивидов в зависимости от их предпочтений и настроений. По существу, речь идет о массовой коммуникации, которая является продолжением человеческих взаимоотношений. Основу массовых коммуникаций составляют не столько личности, сколько их позиции по отношению к конкретным поводам. Так в социальном пространстве проявляют себя интересы, симпатии и все вообще, что можно отнести к социальным настроениям людей. Принципиальным отличием сетевых коммуникаций от обычного человеческого общения является их массовый и обезличенный характер, а также то обстоятельство, что именно социальные сети позволяют участникам эффективно взаимодействовать для достижения общих целей.

Освоению курса «Теория социальных сетей» способствует изучение материала по таким модулям, как: введение в теорию социальных сетей, сетевая коммуникация, цифровая коммуникация и сетевое участие. В рамках самих модулей детализируется тематика по таким вопросам, как:

- методологическая основа исследования социальных сетей;
- понятие и типология сетевых отношений;
- факторы и условия функционирования социальных сетей;
- коммуникационные сети;
- сетевая коммуникация и менеджмент знаний;
- методы изучения социальных сетей;
- сфера публичного управления и социальные сети;
- сетевое политическое участие;
- глобальные политические сети.

Важно отметить, что для любой теории характерно наличие определенных функций, которые обеспечивают реалистичность и рациональность основной концептуальной структуры, наличие специальной терминологии по сути самой теории, а также объяснение проблемы и прогноз развития в условиях вероятного возникновения новых факторов. К теории социальных сетей это имеет прямое отношение и является свидетельством того, что эта теория сформировалась.

Методологическая основа исследования социальных сетей включает в себя набор подходов, методов и инструментов для анализа социальных связей, и структуры сообществ в онлайн и офлайн средах. Одним из главных подходов является социальная сетевая аналитика, которая позволяет выявлять и анализировать связи между участниками социальных сетей. С помощью социальной сетевой аналитики можно изучать как отдельные индивиды, так и группы людей, а также динамику их взаимодействия.

Среди методов социальной сетевой аналитики можно выделить:

Сбор данных: для анализа социальных сетей необходимо собирать данные о связях между участниками. Это может быть выполнено путем опросов, анализа онлайн-сообществ, логов активности в социальных сетях и т.д.

Анализ сетевых структур позволяет определить, как связаны между собой участники социальной сети, какие связи более сильные, а какие более слабые. Это может быть выполнено путем создания графов, на которых отображены связи между участниками, а также путем выделения наиболее важных участников и сообществ.

Анализ динамики: социальные сети постоянно меняются, поэтому для понимания их работы необходимо изучать динамику изменения связей между участниками. Это может быть выполнено путем анализа изменений в сетевых структурах, а также путем анализа активности участников в социальных сетях.

Анализ контента: социальные сети не ограничиваются связями между участниками, они также предоставляют возможность обмена информацией. Анализ контента может помочь понять, какие темы обсуждаются в сообществах, кто является влиятельным в определенных областях и т.д.

Одним из основных инструментов для исследования социальных сетей являются специализированные программные пакеты, которые позволяют выполнить анализ данных и создать графические модели сетевых структур.

Социальные сети – это онлайн или офлайн сообщества людей, которые связаны между собой различными отношениями: дружбой, родством, сотрудничеством, общими интересами и т.д. Социальные сети имеют огромное значение для людей в повседневной жизни, поскольку они обеспечивают не только социальную поддержку и общение, но и доступ к информации, возможности для самовыражения и создания собственного имиджа.

Однако социальные сети также имеют важное значение для бизнеса, маркетинга и политики. Бизнес-компании используют социальные сети для продвижения своих товаров и услуг, установления контактов с потенциальными клиентами и для исследования поведения потребителей. Политические партии и кандидаты также активно используют социальные сети для коммуникации с избирателями и для мониторинга общественного мнения.

Исследование социальных сетей имеет важное значение для понимания структуры и динамики социальных связей в онлайн и офлайн средах. Оно позволяет выявлять важных акторов и сообщества, анализировать динамику взаимодействия между участниками и понимать, как социальные сети влияют на поведение людей. Исследование социальных сетей также может помочь выявить социальные проблемы и дать рекомендации для их решения.

Кроме того, исследование социальных сетей может иметь важное значение для различных научных дисциплин, таких как социология, психология, экономика, политология, информационные науки и др. В этих дисциплинах социальные сети и их анализ используются для изучения различных аспектов социальной жизни, включая поведение людей, формирование сообществ, социальную поддержку, влияние социальных факторов на экономический и политический процессы и т.д.

Концептуализация феномена социальных сетей: генезис, структура, типология. Феномен социальных сетей можно определить, как системы связей между индивидами, группами и организациями, которые формируются на основе различных социальных отношений, таких как дружба, родство, сотрудничество, общие интересы и т.д. В современном обществе социальные сети можно наблюдать как в офлайн, так и в онлайн среде. Они играют важную роль в формировании социальной идентичности, обеспечивают социальную поддержку и коммуникацию, а также являются источником информации. Социальную сеть можно определить как у, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы.

Генезис социальных сетей. Русский писатель, философ и общественный деятель XIX века Владимир Одоевский, живший с 1803 по 1869 год, в своём незаконченном утопическом романе «4338-й год», написанном в 1835 году, предсказал появление современных блогов и Интернета в целом. В нём сказано, что «между знакомыми домами устроены магнетические телеграфы, посредством которых живущие на далёком расстоянии разговаривают друг с другом», а также

о «домашних газетах», издающихся «во многих домах, особенно между теми, которые имеют большие знакомства»: этими газетами «заменяется обыкновенная переписка», в них «помещаются обыкновенно извещение о здоровье или болезни хозяев и другие домашние новости, потом разные мысли, замечания, небольшие изобретения, а также и приглашения, когда же бывает зов на обед, то и le menu»).

Предтечей социальных сетей стала электронная доска объявлений, первую из них, под названием CBBS, создал сотрудник IBM У. Кристенсен в 1978 году. Уже в 1983 году в мире насчитывалось 800 электронных досок, а в 1988-5000. Популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать в 1995 году, с появлением американского портала Classmates.com. Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003-2004 года, когда в США были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook (запрещена в России). В русскоязычном же сегменте интернета социальные сети в виде Одноклассников и ВКонтакте стали набирать популярность с 2006 года (русская версия сайта Facebook появилась только в 2008 году).

Структура и типология социальных сетей сформировались по мере того, как возникла теория социальных сетей. Эта теория возникла в середине XX века, когда исследователи начали интересоваться структурой и динамикой социальных связей в обществе. Основными представителями теории социальных сетей являются Р. Эмерсон, Дж. Коулман, М. Кастельс, Б. Латур, Дж. Урри.

Одним из первых теоретиков социальных сетей был Р. Эмерсон, который выделил *два типа социальных связей*: связи, основанные на дружбе и личной симпатии, и связи, основанные на функциональной взаимозависимости.

Дж. Коулман развил теорию социальных сетей, выделив *два основных элемента*: узел (индивид или группа) и связь между узлами. Он также сформулировал понятие социального капитала, то есть ресурсов, которые могут быть получены через социальные связи.

Кроме того, Дж. Коулман сформулировал понятие социального капитала, то есть ресурсов, которые могут быть получены через социальные связи. Социальный капитал может проявляться в различных формах, например, в доступе к информации, в поддержке, которую можно получить от других людей, в возможности установления новых связей и т.д. Дж. Коулман отметил, что социальный капитал может играть важную роль в решении социальных проблем, таких как бедность, безработица и т.д.

Другим важным вкладом Дж. Коулмана в теорию социальных сетей является его работа по изучению эффекта социальных норм на поведение людей. Он показал, что социальные нормы могут оказывать сильное влияние на поведение индивидов и групп, и что это влияние может быть объяснено через структуру социальных сетей. Дж. Коулман выделил *два типа социальных норм*: индивидуальные и коллективные. Индивидуальные нормы связаны с личностными характеристиками индивида, а коллективные нормы - с культурными традициями, которые распространяются через социальные сети

М. Кастельс предложил концепцию «сетевое общества», где социальные сети играют важную роль в экономике, политике и культуре. Он выделил *три типа социальных сетей*: вертикальные, горизонтальные и децентрализованные.

Вертикальные социальные сети – это иерархически организованные сети, где связи идут от одного узла к другому по вертикали. Такие сети часто используются в организациях и компаниях для управления и передачи информации.

Горизонтальные социальные сети – это сети, где связи идут между узлами на одном уровне, без иерархических отношений. Такие сети часто возникают в рамках сообществ, где люди объединяются по общим интересам.

Децентрализованные социальные сети – это сети, где узлы не имеют иерархических отношений друг с другом, а связи могут идти во всех направлениях. Такие сети часто возникают в Интернете и могут иметь глобальный характер.

М. Кастельс утверждал, что социальные сети становятся все более важными в экономике, политике и культуре. Он убежден, что *сетевые структуры* позволяют быстрее передавать информацию и реагировать на изменения в окружающей среде. Кроме того, социальные сети предоставляют доступ к социальному капиталу, что может быть полезно для личной и профессиональной жизни.

Б. Латур развил концепцию актор-сети, где акторы (индивиды, группы, организации) и их социальные связи рассматриваются как неразрывно связанные элементы сети. Акторы в этой концепции представляют собой любые сущности, которые могут проявлять активность и влиять на других. Это могут быть как индивиды, так и группы, организации, технологии, идеи, представления, и т.д. Каждый актор взаимодействует с другими акторами, создавая социальные связи, которые образуют сеть.

В актор-сети каждый элемент (актор или социальная связь) рассматривается как равнозначный и важный для объяснения социальных явлений. Ни один элемент не рассматривается как источник действия или причина, поскольку каждый элемент является результатом взаимодействия множества других элементов в сети.

Важным понятием в концепции актор-сети является понятие «трансляции». Это процесс передачи знаний, представлений, информации и т.д. между акторами сети. Каждый актор в процессе трансляции может изменить искажение передаваемой информации, а взаимодействие между акторами может привести к появлению новых знаний, представлений, практик и т.д.

Концепция актор-сети представляет собой подход к изучению социальных явлений, который позволяет рассматривать их как сложную сеть акторов и социальных связей, в которой каждый элемент имеет равную важность для объяснения социальных процессов.

Дж. Урри выделил *четыре типа социальных сетей*: иерархические, рыночные, групповые и диффузные социальные сети. Иерархические социальные сети характеризуются тем, что связи между узлами распределены неравномерно, и узлы находятся на разных уровнях иерархии. Рыночные социальные сети основаны на взаимоотношениях, связанных с производством и обменом товаров и услуг. Групповые социальные сети представляют собой совокупности людей, объединенных общими интересами или принадлежностью к определенной группе. Диффузные социальные сети представляют собой множество узлов и связей, которые могут быть очень разнообразными и не обязательно являются связями между людьми.

Значение социальных сетей в современном обществе трудно переоценить. Социальные сети позволяют людям находить новых друзей, наставников и бизнес-партнеров, получать информацию, поддержку и помощь, обсуждать свои проблемы и находить решения. Они также являются важным инструментом для бизнеса, политики, маркетинга и рекламы. Исследование социальных сетей позволяет лучше понять, как работают социальные процессы в обществе, как люди взаимодействуют друг с другом и какие факторы влияют на эти взаимодействия. Это позволяет разрабатывать более эффективные стратегии в различных областях деятельности, от маркетинга до политики и управления организациями.

Одним из направлений исследований в области социальных сетей является анализ влияния социальных сетей на здоровье и благополучие людей. Например, исследования показывают, что люди, у которых есть крепкие социальные связи, имеют меньше шансов развить депрессию и другие психические расстройства. Социальные сети также могут оказывать влияние на физическое здоровье людей, например, за счет того, что они могут помогать людям поддерживать здоровый образ жизни.

Сеть – это совокупность взаимосвязанных элементов, которые работают вместе для достижения общей цели. Сети могут быть физическими, например, сеть компьютеров, соединенных кабелями, или логическими, например, социальные сети, которые объединяют людей по общим интересам.

Сетевой подход является методом управления, в котором акцент делается на взаимодействии и взаимодействии различных участников внутри организации или между организациями. В сетевом подходе к управлению принимается, что организации не существуют

в изоляции и что управление должно учитывать влияние внешней среды, включая другие организации, государственные органы, клиентов и поставщиков.

Сетевой подход к управлению (Network Governance) – это метод управления, основанный на сотрудничестве и взаимодействии между различными участниками, включая организации, государственные структуры, общественные организации и частных лиц, в целях достижения общих целей. В этом подходе управление рассматривается как процесс, который основывается на отношениях между участниками и на их взаимодействии, а не на простом распределении власти и ресурсов.

Сетевой подход к управлению предполагает, что управление должно быть децентрализованным и основано на горизонтальном сотрудничестве между участниками сети. В этом подходе управление не ограничивается вертикальными структурами, такими как иерархии, а скорее основывается на распределении ответственности и ролей между участниками.

Преимущества сетевого подхода к управлению заключаются в том, что он позволяет участникам сети сотрудничать и обмениваться информацией, что способствует более эффективному принятию решений и достижению общих целей. Кроме того, этот подход позволяет более гибко реагировать на изменения в окружающей среде и повышает устойчивость системы к кризисам.

Сетевой подход к управлению также имеет свои **недостатки**, такие как необходимость длительного времени на установление отношений между участниками, проблемы в управлении конфиденциальностью информации, возможность возникновения конфликтов между участниками и др.

В целом, сетевой подход к управлению имеет большой потенциал для улучшения управления и решения сложных задач, требующих сотрудничества между различными участниками. Однако, для его успешной реализации, необходимы определенные навыки и ресурсы управления, а также высокий уровень доверия и открытости между участниками.

Основными элементами сетевого подхода к управлению являются участники сети, связи между участниками, взаимозависимости между участниками и цели, которые достигаются с помощью взаимодействия. Управление сетью может осуществляться с помощью различных инструментов и методов, таких как координация участников, управление рисками, управление знаниями и управление проектами.

Сетевой подход к управлению часто используется в ситуациях, когда организации работают в сложных и неопределенных условиях, когда необходимо взаимодействовать с различными участниками, и когда необходимо достигать общих целей с помощью взаимодействия.

Принципы исследования сетей - это основные концепции, которые используются при анализе сетей, таких как социальные сети, сети компьютеров и другие. Они включают следующие принципы:

- *принцип дополнительности (complementarity)* - этот принцип заключается в том, что каждый участник сети вносит свой вклад в создание сети, и эти вклады дополняют друг друга. Это означает, что каждый элемент в сети необходим для ее функционирования, и изменения в одном элементе могут повлиять на всю сеть;

- *принцип неопределенности (uncertainty)* - этот принцип говорит о том, что сети являются динамическими и изменчивыми, и мы не можем полностью предсказать их поведение. Это связано с тем, что в сетях существует много неопределенности, связанной с поведением участников, их решениями и реакциями на изменения в сети;

- *принцип измеримости (measurability)* - этот принцип заключается в том, что мы можем измерять свойства и характеристики сетей, такие как размер, плотность, степень связанности и т.д. Эти измерения помогают нам понимать структуру и функционирование сетей и выявлять особенности их работы;

- *принцип нелокальной причинности (non-local causality)* - этот принцип говорит о том, что

взаимодействие участников сети может быть связано с элементами, которые находятся в других частях сети, и эти связи не всегда являются причинно-следственными. Таким образом, изменения в одной части сети могут повлиять на другие части сети, и это взаимодействие может быть сложно объяснить;

- *принцип конструктивизма (constructivism)* - этот принцип говорит о том, что сети создаются и поддерживаются участниками, которые придают им определенную форму и структуру. Таким образом, сети не существуют независимо от участников, и их структура и функционирование могут изменяться в зависимости от действий участников.

Политические сети – это сети взаимодействия между различными политическими акторами (политическими партиями, организациями, группами интересов и т.д.), которые формируются в целях достижения общих целей или решения определенных политических задач. Политические сети представляют собой сети взаимодействия между участниками политического процесса, которые могут работать вместе для достижения общих целей. Эти сети могут быть созданы как на уровне государства, так и на международном уровне.

Одной из основных причин создания политических сетей является необходимость координации действий различных групп и организаций в политической сфере. Например, группы интересов могут объединяться в сети, чтобы эффективнее защищать свои права и интересы.

Другая важная цель создания политических сетей - достижение согласия и компромиссов между участниками политического процесса. Это может быть особенно важно в условиях сложных политических конфликтов и напряженности между различными группами и организациями.

Также политические сети могут использоваться для решения международных проблем и координации действий различных государств. Например, ООН - это международная политическая сеть, созданная для сотрудничества между различными государствами в решении мировых проблем.

Наконец, политические сети могут быть использованы для сбора и распространения информации, обмена опытом и знаниями, а также для создания новых идей и подходов к решению политических проблем.

Критерии различия политических сетей включают:

- число и тип участников: политические сети могут включать различное число и тип участников, такие как политические партии, группы интересов, некоммерческие организации, государственные структуры и частные лица;

- характер институционализации: политические сети могут быть официально институционализированы, иметь определенный статус и правовой статус, или существовать вне формальных институциональных рамок;

- сфера и содержание деятельности: политические сети могут быть сфокусированы на различных вопросах и задачах, таких как защита прав человека, экология, экономическая политика и др.;

- распределение ресурсов: политические сети могут иметь различное распределение ресурсов, таких как финансовые и человеческие ресурсы, в зависимости от того, какие участники в них участвуют;

- структурные характеристики: политические сети могут иметь различную структуру, которая может быть более или менее централизованной, иерархической или децентрализованной.

В целом, политические сети представляют собой важный инструмент для решения политических проблем, так как они позволяют участникам сети обмениваться информацией и координировать свои усилия. Однако, как и любой вид сетевого управления, политические сети могут столкнуться с определенными проблемами, такими как неоднозначность и неопределенность целей, необходимость достижения компромиссов и возможность возникновения конфликтов между участниками.

Существует несколько видов политических сетей, которые могут различаться по своей природе, целям и структуре:

Сети групп интересов: это сети, созданные для защиты определенных групп интересов, таких как бизнес-сообщества, профсоюзы, экологические организации, женские группы и т.д. Группы интересов могут объединяться в сети для координации своих действий, влияния на государственные политики и защиты своих прав.

Сети политических партий: это сети, созданные для сотрудничества между различными политическими партиями и организациями. Они могут объединяться для поддержки определенных кандидатов или партий, координации своих действий в парламенте или за пределами его, а также для обмена опытом и информацией.

Сети международных организаций: это сети, созданные для сотрудничества между различными международными организациями, такими как ООН, Всемирный банк, Международный валютный фонд и т.д. Они могут объединяться для решения мировых проблем, таких как бедность, голод, экологические проблемы и т.д.

Сети государственных структур: это сети, созданные для сотрудничества между различными государственными структурами, такими как министерства, агентства и др. Они могут объединяться для решения вопросов национальной безопасности, экономического развития, социальной защиты и т.д.

Сети лоббистов: это сети, созданные для сотрудничества между лоббистами, которые занимаются защитой интересов различных групп в правительстве и обществе. Они могут объединяться для влияния на принятие решений в правительстве, защиты своих интересов и получения более выгодных условий.

Эти и другие *виды политических сетей* могут существовать как в рамках одного государства, так и на международном уровне. Каждый вид политических сетей имеет свои особенности и может использоваться для достижения разных целей. Важно понимать, что политические сети могут иметь как положительные, так и отрицательные последствия для общества и государства. Например, сети групп интересов могут быть эффективным инструментом для защиты прав и интересов граждан, но в то же время они могут вести к коррупции и неравенству в обществе. Сети международных организаций могут быть полезными для решения мировых проблем, но они также могут быть неэффективными из-за различий в интересах и политических взглядах участников. Важно также отметить, что политические сети не являются полностью автономными структурами, они существуют в рамках политических и социальных систем и зависят от них. Поэтому успешное использование политических сетей требует не только умения создавать и координировать их действия, но и понимания контекста, в котором они действуют.

Вопросы для самопроверки:

1. Каковы основные этапы генезиса социальных сетей, начиная от простейших форм организации общества до современных онлайн-социальных сетей?
2. Какова типология социальных сетей, и как они классифицируются по разным признакам, таким как структура, содержание и цели использования?
3. Какие основные теории развития социальных сетей существуют, и как они отличаются друг от друга по основным принципам и подходам?
4. Как социальные сети влияют на общество и на индивидуумов, и какие факторы могут повлиять на их воздействие и эффективность?
5. Каково понятие «сеть», и как оно используется в различных областях знания, таких как информационные технологии, социология, экономика, биология и другие?
6. Какие основные принципы сетевого подхода к управлению, и как они отличаются от традиционных иерархических подходов?
7. Какие основные принципы теории сложных сетей, и как они могут помочь в понимании и анализе различных сетевых систем, таких как социальные сети, генные сети, транспортные

сети и др.?

8. Какие принципы исследования сетей наиболее важны для успешного анализа и моделирования сетевых систем, и как они могут помочь в создании более точных и реалистичных моделей и предсказаний?

9. Как определяется понятие политических сетей, и как они отличаются от других видов социальных сетей, таких как бизнес-сети или научные сети?

10. Какие критерии используются для различения политических сетей, и как они могут помочь в анализе и классификации различных видов политических сетей?

11. Какие виды политических сетей существуют, и как они различаются по типу участников, институционализации, сфере и содержанию деятельности, распределению ресурсов и структурным характеристикам?

12. Как политические сети влияют на принятие политических решений и на политический процесс в целом, и какие факторы могут влиять на их эффективность и устойчивость?

Список использованной литературы

1. Богданович Н., Малахов А. Измерение и анализ социальных сетей. - М.: Издательство Юрайт, 2015.
2. Брукман А., Филиппин Р. Социальные сети и миграция. - М.: Новое издательство, 2019.
3. Каррингтон Питер Дж., Скотт Дж., Уэллман Б.. Социальные сети. Теория, методы, приложения. - СПб.: Питер, 2006.
4. Марсден П., Линдсэй Б. Социальные сети и поведение. - М.: Новое издательство, 2020.
5. Миллер К., Райан К. Социальные сети и образование. - СПб.: Питер, 2017.
6. Скотт Дж. Социальная сеть. Теория, методы, приложения. - СПб.: Питер, 2017.
7. Уэллман Б., Бойд Д. Социальные сети и цифровые коммуникации. - СПб.: Питер, 2015.
8. Фуллертон Дж. Социальные сети. Анализ, дизайн и приложения. - М.: Юрайт, 2017.
9. Хантингтон С. Кто мы? Социальная реальность и мифы. - М.: Новое издательство, 2018.
10. Чертков А.С. Окинавская хартия Глобального информационного общества – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/3170> (дата обращения: 02.06.2023). – Текст: электронный.
11. Эверетт М. Социальные сети и коммуникация. - М.: Новое издательство, 2019.
12. Социальный капитал и сети политического действия: уроки из изучения "Critical Mass". - М.: МакАдам, 2005, <http://www.socionauki.ru/journal/articles/858/>
13. Анализ социальных сетей: руководство, Дж. Скотт, 2014, <https://www.litres.ru/dzheym-aksel-kevorkyan/analiz-socialnyh-setey-rukovodstvo-37213183/>
14. Исследование социальных сетей. Методы и приложения, С. Марсони, 2010, <https://www.litres.ru/steven-masoni/issledovanie-sotsialnyh-setey-metody-i-prilozheniya-1493299/>
15. Социальные сети: революционный подход к пониманию экономических и социальных отношений. - Н. Кристакис и Дж. Фаулер, 2010, <https://www.litres.ru/nikolas-kristakis/sotsialnye-seti-revoljutsionnyu-podhod-k-ponimaniyu-ekonomicheskikh-i-socialnyh-otnosheniy-11909793/>
16. Социальная сеть в интернете: образование, экономика, коммуникация, Г.В. Петрушин, 2015, <https://www.litres.ru/gennadiy-petrushin/sotsialnaya-set-v-internete-obrazovanie-ekonomika-kommunikatsiya-22553171/>

Тема 3. Понятие и типология сетевых отношений

Термин «социальная сеть» впервые введен Джеймсом Барнсом в 1954 году в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе». Социальная сеть (англ. social network) – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений). *Сетевой анализ* не является полностью автономным разделом социологической теории. Благодаря специфическому происхождению, особому типу данных, с которыми ведется работа и тому, что сетевой анализ позволяет связать микро- и макроуровни анализа, он не относится ни к одному из традиционно выделяемых методических лагерей – он не принадлежит ни к «качественным», ни к «количественным» методам. Он позволяет увидеть «социальную структуру», о которой так много говорят социологи, но чрезвычайно редко ее демонстрируют.

Сетевой анализ представляется наиболее естественным выбором методологии и инструментария, когда речь идет о структуре. Сегодня большинство социологов для изучения социальных структур применяют более привычные статистические (регрессионные) модели. Сначала происходит теоретическое описание сетевой модели, а характеристики связей пытаются рассчитать регрессионным методом. Насколько теоретическая модель структуры соответствует действительности – так и остается невыясненным. Здесь необходимо напомнить, что регрессионные модели изначально были разработаны для решения других задач и других целей, и не предназначены для структурного анализа. Структура объекта в этом случае выявляется по косвенным признакам.

Отношения как объект сетевого анализа. Система анализа сетевых отношений включает в себя множество предметов, которые отражают смысл и содержание контактов между людьми. Речь идет о коммуникациях, которые налаживают между собой отдельные люди или целые группы с какой-то определенной целью. Поэтому нередко можно столкнуться с необходимостью подтвердить, что субъект коммуникации не робот. Это очень важное обстоятельство, поскольку от него в большой мере зависит уровень социальной конфликтности и агрессии.

Так, если субъекты коммуникации выстраивают натуральные отношения, то именно они и являются объектом анализа с какой-то целью. Если же субъектами коммуникации в сети являются машины (машинный интеллект), то в таком случае ни о каком анализе речь идти не может в принципе. Это потому, что под термином «отношения» понимается только «живое» общение, то есть коммуникация между натуральными субъектами. Все остальное – это игры разума, которые также включают в себя множество техник и приемов, в том числе и манипулятивного характера. Например, в настоящее время усиливается тенденция использования искусственного интеллекта в банковском секторе и становится очевидной проблема такого рода коммуникаций. Имеется в виду, что к адресату обращается искусственный робот с человеческим голосом и адресат втягивается в «диалог» с определенной целью и с помощью специальных коммуникативных техник.

Долго такая игра продолжаться не может, поскольку адресат рано или поздно начинает понимать ее смысл по принципу «в одни ворота». Очень быстро формируется недоверие, которое является основой конфликтности и агрессии в обществе, если учесть геометрическую прогрессию при распространении этого явления. Поэтому не все так просто и безобидно в системах коммуникации.

Последствия зависят от того, на предмет чего коммуникации налажены, какова их цель по содержанию и направленности. Критики могут возразить и предложить всю ответственность за последствия на субъектов коммуникации, что сейчас и делается. Например, имеются многочисленные предупреждения и наставления на предмет разборчивости в отношениях. Это все правильно, но только в том случае, когда речь идет об отношениях, а не о коммуникациях. То есть, надо понимать, что в эпоху цифровых технологий коммуникации и отношения – это

далеко не одно и то же в принципе.

Когда в систему отношений внедряется искусственный интеллект, то это называется трансформацией отношений, когда им на смену приходит коммуникация. Соответственно, ответственность за последствия трансформации переходит от натурального субъекта к организатору такого рода трансформаций. Анализ такого рода процессов и трансформаций свидетельствует о необходимости разработки и внедрения в системы коммуникаций мер контроля, то есть своеобразных фильтров. Это будет способствовать детализации и систематизации как отношений, так и коммуникаций.

В качестве отступления, которое позволит понять необходимость разработки таких мероприятий, можно привести пример, когда говорят, что мошенники становятся все изощреннее. Да, это так. И это потому, что социальные сети и цифровые технологии вообще позволяют находить пути перевода отношений в коммуникации.

Разница между отношениями и коммуникациями актуализируется еще и потому, что социальные сети позволяют выстраивать контакты по интересам, содержание которых объединяет, то есть организует людей и приводит их в движение. Соответственно, трансформации становятся почти естественными, во всяком случае, закономерными, когда искусственный интеллект «широко раскинув сети» оказывает влияние на умы людей. Вновь есть смысл использовать термин «игры разума», который таит в себе скрытый смысл присутствия машин в системах коммуникации.

Все это имеет отношение к анализу субъектов сетевого обмена информацией. Поэтому необходимо иметь в виду активность, целесообразность, целенаправленность, интенсивность, мотивацию и много чего еще из сферы социальной психологии, когда речь идет об отношениях как объекте сетевого анализа. Но в самом начале такого анализа принципиально важно понять его смысл и значимость. Не исключено, что в ряде случаев станет очевидным отсутствие вообще приступать к анализу сетевого поведения. Прежде всего, в тех случаях, когда трансформация произошла и «на том конце провода» начал функционировать искусственный интеллект. Но если все же надобность в контроле сетевого поведения будет очевидной для каких-либо специальных целей, то в качестве аналитиков должны выступать не просто психологи, а социальные психологии со специализацией инженерной психологии. Сейчас, кстати, таких нет. Во всяком случае, в нашей стране.

Типы отношений в социальных сетях (персональные, представительные, институциональные). Важно отметить, что, исследуя политические сети, можно выделять различные типы отношений. Например, классифицируя сетевые отношения *по типу субъектов*, выделяют персональные, представительные и институциональные.

К персональным относятся коммуникационные связи, возникающие между отдельными индивидами и носящие неформальный характер.

Представительные связи имеют место тогда, когда субъекты из разных организаций осуществляют коммуникацию на официальном уровне (переговоры, деловая переписка и т.д.).

Институциональные связи образуются, когда передача или обмен информацией между организациями происходит без вовлечения персоналий с их организационными ролями. К таким связям можно отнести периодический плановый обмен данными между финансовыми институтами, образовательными учреждениями, силовыми структурами и т.д.

Исследование механизмов выработки и реализации публичной политики, безусловно, подразумевает акцент на первых двух типах сетевых отношений. Р. Родс, например, в качестве решающего элемента политической сети отмечает значимость структурных отношений между политическими институтами, а не межперсональных отношений внутри институтов. Безусловно, в данном контексте институциональные связи могут возникать на основе персональных, но после их установления в процессе сетевого взаимодействия структурные отношения между акторами, по мнению большинства исследователей, превалируют. В то же время в сетевом политическом анализе достаточно сложно разделять персональные и представительные связи, поэтому в дальнейшем в данной главе под *сетевыми отношениями*

будут подразумеваться отношения между индивидами, которые представляют институты, и считать, что они являются как персональными, так и представительными.

Основные параметры сетевых отношений (непрямые связи, стабильность, частота, направление, сила, симметричность, количество связей сетевых акторов). Помимо того, что выделены некоторые типы сетевых отношений, необходимо отметить также, что связи между акторами могут быть описаны с точки зрения различных критериев. Основные характеристики сетевых отношений приведены в табл. 1. Изучение данных параметров играет важную роль в анализе политических сетей, так как природа этих отношений может оказывать значительное влияние на процессы выработки и реализации публичной политики.

Таблица 1.

Основные параметры сетевых отношений

Параметр	Определение	Пример
Непрямые связи	Связи между акторами, опосредованные другими акторами	А связан с В. В связан с С; следовательно, А непрямо связан с С через В
Частота	Частота осуществления связи	А вступает в коммуникацию с В 10 раз в неделю
Стабильность	Существование связи во времени	А и В сотрудничают 5 лет
Мультиплектность	Показывает, сколько связей возникает у акторов	А и В — бизнес-партнеры и члены одной организации
Сила	Объем времени коммуникации, эмоциональная интенсивность, взаимные услуги	А и В — ключевые партнеры
Направление	Направление коммуникации	А руководит деятельностью В
Симметричность	Показывает наличие двусторонней связи	А и В активно обоюдно участвуют в коммуникации

Одним из важных этапов сетевого анализа публичной политики является моделирование сетевых отношений. Использование различных моделей позволяет фокусироваться на отдельных аспектах функционирования политических сетей: на акторах, отношениях, процессах коммуникации в сетях, специфике ресурсозависимости, принципах выработки и имплементации решений, характеристиках политической сети в целом и т.д. Построение моделей отношений между акторами сети дает исследователю богатую пищу для размышления. Интерпретируя сетевую модель, можно выявлять роли различных участников сетевого взаимодействия, анализировать динамику сетевого развития, выделять характерные черты возникающих отношений, находить отдельные части сети или кластеры, проводить сравнительные исследования сетей в разных отраслях или странах и многое другое.

В сравнительных исследованиях политических сетей часто используется *метод построения сетевых карт (моделей)* для анализа структуры отношений. В то же время и в работах, посвященных непосредственно анализу сетевых отношений, можно встретить визуализацию некоторых сетевых параметров для удобства представления материала. Например, в работе Х.Б. Милварда и К.Г. Прована «Измеряя сетевую структуру» параметр мультиплектное визуализирован в виде «экрана радара» (рис. 1, 2). На данных рисунках агентства, имеющие большее количество связей с СМ НС, расположены ближе к центру.

Методы сбора информации для дальнейшего моделирования сетевых отношений зависят от тех целей, которые ставит перед собой исследователь. Это могут быть, например, контент-анализ средств массовой информации, биографический метод, выявление участников рабочих групп по выработке государственных решений, экспертные интервью и т.д. Следует учесть, что для получения данных желательно использовать различные методы, что позволит нивелировать проблемы репрезентативности и полноты получаемой информации.

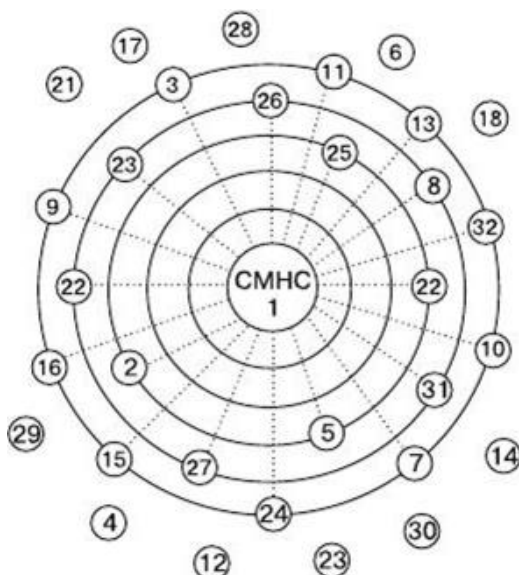


Рис. 1. Структура отношений агентств с Центром ментальных проблем (СМНС1) Туссона в сетевой кооперации

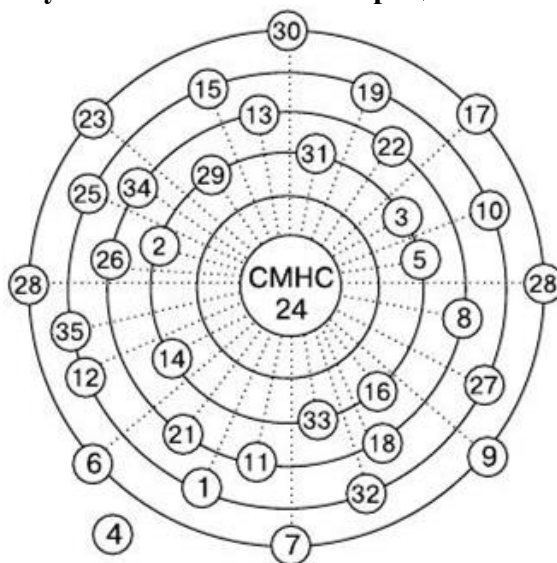


Рис. 2. Структура отношений агентств с Центром ментальных проблем (СМНС24) Провиденса в сетевой кооперации

Методы изучения сетевых отношений. Данные социальных сетей отражают разные аспекты жизни человека, они генерируются пользователями в непрерывном потоке: аватары, текстовые и мультимедийные публикации, комментарии, эмоциональные отклики (от отметки «нравится» до сложных «эмодзи» выражающих оттенки эмоционального состояния и отношения), перепубликации и другое.

На сегодняшний день специалисты накапливают эти данные и разрабатывают подходы к их анализу. По итогам дискуссии: «Соцсети для исследователей: люди, боты или поток контента?» было обозначено наличие ограничений при анализе данных социальных сетей. Приведем некоторые из них:

- не все аспекты жизни человека можно анализировать, используя социальные сети;
- данные анализируются «как они есть», сложно запланировать результат;
- из большого объема информации необходимо выделять «полезные» данные;
- анализировать можно только открытый (доступный для всеобщего ознакомления) контент.

Аналитические технологии обработки данных, действующие в интересах, прежде всего бизнеса, ориентированы на количественные показатели, в то время как для качественного анализа требуется «исследовательское вмешательство».

Социальные сети (сообщества) как объект социологического исследования – явление сложное, многоуровневое. Этот факт определяет множество его предметных свойств: цели и мотивы присутствия, самопрезентация индивида, способы и частота коммуникации, выбор способов коммуникаций в зависимости от общественного мнения в сетевом сообществе (мнений «друзей», мнений «друзей друзей»), самоидентификация пользователей, характер устанавливаемых внутригрупповых связей, внутригрупповые нормы и правила, типы сетевой структуры и многое другое.

Социальные сети обретают свою специфику посредством выработки своей статусной системы, формирования своей культуры, раскрываемой через язык, нормы и традиции.

Варианты классификации сетей определяются конкретным предметом изучения:

- по объему пользователей;
- открытые и закрытые сети;
- по характеру публикуемого контента (медиа файлы, тексты);
- по объему сообщения (140 печатных знаков);
- по времени доступа получателей к сообщению (архивное хранение публикаций для доступа в ВКонтакте или удаление сообщения после просмотра через 10 секунд в Snapchat);
- контактные и контекстные сети;
- возможность синхронизации публикуемых данных с другими сетями (одновременная публикация в Facebook и Instagram (запрещены в России)).

Особое внимание хотелось бы уделить *контактным и контекстным социальным сетям*, что обусловлено характером взаимодействия участников, в процессе которого возможно наиболее полно раскрыть понятия «самопрезентация» и «идентичность», определив соответствующие методологические принципы.

Контактные социальные сети устанавливают связи между участниками характеризующиеся не только обменом информацией различного генеза доступной для некоторой группы (медиа файлы, комментарии, перепубликации), но и возможностью установления более тесного межличностного контакта между двумя участниками группы. К данному типу сетей относятся: ВКонтакте, Facebook (запрещена в России), Одноклассники, My space и др.

Контекстные социальные сети, такие как Twitter, Instagram (запрещены в России), Snapchat являются информационными каналами, в которых участники получают и транслируют информацию, выражают свое мнение, обмениваются репликами, но при этом не имеют возможности установления «закрытых» для других личных контактов.

Характер использования социальных сетей (частота обращения, продолжительность присутствия, наполняемость аккаунта (личной страницы), публичность (разрешенный доступ к личным данным) и далее) определяет пользователей как:

- как потребители новостей (используют социальные сети для получения новостного контента);
- активные пользователи (поддерживают общение с близкими друзьям и знакомыми посредством сообщества, получают новостную информацию);
- генераторы контента (создают новости и события, делают акцент на репрезентации социальной сети), имеющие аккаунт в сети и поддерживающие общение с определенным кругом людей.

Среди методологических подходов социологии выделим наиболее эвристичные для разных аспектов анализа социальных сетей.

Масштаб распространения, темпы роста числа участников, время, проводимое в социальных сетях, частота использования социальных сетей позволяет говорить о том, что социальные сети стали явлением повседневной жизни.

Исследование повседневности возможно в рамках феноменологического подхода, разработанного А. Шюцем. Основная идея его теории – о множественности реальностей мира: реальность науки, религии искусства, снов и далее, но главной среди них является повседневная жизнь. Обыденное, повседневное знание и его распределение в конкретной социальной группе в определенной исторической и культурной обстановке стало основным предметом

исследования.

Социальное конструирование реальности Т. Лукмана и П. Бергера, как продолжение феноменологической теории, позволяет описать действия субъектов в рамках определенных моделей, показать их способность конструировать саму социальную реальность и оказывать обратное влияние на общество и его институциональные структуры. Такое конструирование сопряжено с процессами социализации личности пользователей.

Это влияние сказывается абсолютно на всех участниках сетевого обмена, но не в равной степени. Можно провести аналогию между натуральными процессами общения и коммуникацией в социальных сетях. В первом случае определяющее влияние оказывают семья, школа и референтная группа (ровесники). Какое-то одно из этих трех звеньев оказывает преимущественное влияние на процесс социализации. Во втором случае, как правило, определяющим фактором является время пребывания в социальных сетях. Такое пребывание почти всегда противоречит основным факторам натуральной социализации и поэтому таит в себе опасность нездоровой социализации подростка или разрушения уже социализированной личности взрослого.

Важно понять, что эти риски имеются в любом случае сетевой активности, независимо от ее содержания. Время пребывания в социальных сетях должно быть регламентировано психофизиологическими рекомендациями. В противном случае, информационная перегрузка в условиях особенностей социальной активности сетевого обмена будет сопровождаться ингибированием стресслимитирующих механизмов самоконтроля личности с последующим ее распадом.

Такие негативные сценарии более вероятны в тех случаях, когда пользователи выдают желаемое за действительное. То есть, тогда, когда в качестве действительности актуализируется не среда натурального общения с ее первосигнальными ощущениями и переживаниями, а псевдосреда виртуальной активности, в которой ощущения и переживания вторичны. Некоторые теоретики социальных сетей, не владея знаниями в области психофизиологии, считают, что нет различий в переработке информации первосигнального или второсигнального порядка. Но это от незнания. Убедительным аргументом в пользу необходимости строгой регламентации сетевой активности являются большие с различными личностными расстройствами, проблемы со здоровьем у которых возникли в результате их полного поглощения социальными сетями.

Существуют такие понятия, как *интернализация* и *экстернализация*. Для понимания механизмов конструирования социальной реальности эти понятия важны. Так, интернализация как процесс отражает усвоение всего внешнего, что поступает в сеть и затем становится своеобразным регулятором личности. Проще говоря, личности со склонностью к интернализации подвержены влиянию социальных сетей, а точнее, подвержены чуждому влиянию. Еще проще выражаясь по этому поводу, можно утверждать, что два разных пользователя информацию по социальным сетям используют по-разному: один, например, может быть завербован, а другой – нет. Все зависит от степени интернальности личности. Для вербовщика личность глубоко интернальная, то есть с выраженной интернальностью, является большой находкой.

Экстернализация как процесс, наоборот, способствует защите личности от различного рода недоразумений, конфликтов, стрессов и чуждому влиянию. Можно утверждать, что для личности такого типа длительная активность в социальных сетях менее опасна.

Социализация через социальные типы примитивна по причине того, что коммуникации в них шаблонна и стереотипна. Оппоненты согласятся с таким утверждением, поскольку физиология высшей нервной деятельности функционирует в соответствии с принципом дублирования процессов переработки сетевых контентов. Практически это выглядит так, что выйдя из сети и переключившись на иные виды деятельности, мозг человека возвращается к переработке той виртуальной информации, которая была предметом коммуникации в сетях. Так продолжается до тех пор, пока переработка виртуальной информации не рационализируется. В

противном случае, при незавершенности процессов рационализации развивается эффект кумуляции незавершенных переживаний, который рано или поздно станет причиной личностных расстройств. Все зависит только от типа нервной системы (сильный-слабый) и от сформированности механизмов психологической самозащиты личности.

Повседневные коммуникации и самопрезентации в социальных сетях могут быть проанализированы через *драматургический подход И. Гофмана*. Социальную сеть можно рассматривать как «театр», участники – «актеры», интеракции между ними и самопрезентации участников – способ преодоления внутриличностных противоречий и нереализованных потребностей возникающих вследствие несоответствия инстинктивных потребностей правилам, принятым в обществе.

Контент социальных сетей в полной мере предоставляет возможности для анализа как используемых «масок» (сознательно созданный контент), так и выявления истинных интересов и потребностей (подписки на интересующие ресурсы, оставляемые комментарии, отметки другими пользователями).

Активность человека в социальной сети можно оценивать, как «исполнение» перед другими пользователями (зрителями). В процессе данной коммуникации происходит создание впечатлений, которое можно разделить на два вида знакового обмена: произвольный и непроизвольный.

К произвольному можно отнести: публикуемые на личной странице фотографии, тексты и иные виды информации, созданные человеком в рамках своей личной страницы, одной из целей которой будет представление себя.

К непроизвольным: подписки на различные страницы, оставляемые пользователем комментарии (вне страницы самого пользователя), характер списка контактов, и иные виды активности за рамками личной страницы. Асимметрия коммуникации заключается в том, что индивид осознает лишь один из каналов коммуникации, в то время как аудитория воспринимает информацию по двум каналам.

Приведенные методологические подходы содержат отсылки к значимости контекста изучаемого объекта, который определяет:

- характер самопрезентации по Гофману;
- реакцию на события, с учетом влияния «домашней группы» по Щюцу;
- генерируемая информация с учетом ранее усвоенной по Лукману и Бергеру;
- управление информацией в контексте достижения личных целей у Бернейса;
- оценка влияния псевдосреды» и стереотипов на представление себя и отождествления с другими у Липмана;
- исследование приведенных аспектов социальных сетей, а особенно самопрезентации и идентичности, может быть наиболее полным, объективным и достоверным если его производить в контексте реальной жизни объекта и предмета исследования;
- исследование контента личной страницы пользователя и встреча в реальной жизни, соотнесение данных публикуемых человеком и проведение интервью по темам значений, смыслов действий пользователя в социальной сети;
- использование и комбинация смешанных методов зависит от исследователя, его целей и возможностей.

Неизменным остается изучение онлайн и офлайн реальностей в совокупности, а не противопоставляя одно другому.

Социальные сети, как объект социологического исследования, предоставляет большое количество материала для анализа в различных его аспектах, дает возможность апробации смешанных методов исследования и формировании новых подходов, что в свою очередь обогащает социологический инструментарий.

Характеристика сетевого взаимодействия (доверие, сотрудничество, сплоченность). Характеристика участника коммуникационной сети (количество прямых связей, многообразие, доступность, промежуточность, близость к центру, престиж). Публичная

политика характеризуется взаимодействием государственных и частных акторов в прозрачном и публичном поле, где каждый субъект имеет равный доступ к нематериальным ресурсам, ключевым из которых является знание всей многоуровневой системы управления, независимо от места, которое занимает данный субъект в этой структуре. Напрашивается мысль, что существуют некоторые условия включения акторов в данное публичное пространство и вовлечения в функционирование политических сетей, а также факторы, которыми обусловлено занимаемое ими место в сетевой структуре. Рэйчел Паркер выделяет условия осуществления сетевого политического управления и координации в публичной сфере. Она определила следующие *факторы функционирования сетей*:

- объединение акторов осуществляется посредством коммуникационных взаимодействий и социальных связей;
- политические сети характеризуются децентрализацией механизмов принятия решений, включающей распределение властных ресурсов (отсутствие доминирования одного актора);
- информация распространяется свободно; отсутствуют механизмы силового влияния акторов друг на друга.

Включение акторов в публичную сферу является результатом осуществления коммуникационных взаимодействий, которые, будучи постоянными и повторяющимися, могут трактоваться как сетевые отношения. В понятие сетевого управления Р. Паркер вкладывает принятие решений, взаимодействие и координацию деятельности. По ее мнению, для эффективного сетевого политического управления необходимо учитывать следующие параметры:

- плотность (прямые и не прямые связи между всеми участниками);
- широта (вовлечение полного спектра институтов);
- доверие;
- взаимность действий;
- общая идентичность.

Взаимодействие акторов выступает как механизм самоуправления социума, где в качестве сдерживающих факторов присутствуют взаимные интересы участников, доверие и общая идентичность, а процесс управления организуется через создание системы неформальных правил, уравнивающих участников взаимодействия и определяющих допустимые и недопустимые с точки зрения всех участников сети модели поведения. В результате возникает публичное поле как постоянно функционирующая сфера, образуемая политическими сетями с целью упорядочения их активности и координации деятельности.

Структура сети (network structure) может отличаться от самого сетевого взаимодействия (*networking*), под которым в широком смысле понимается процесс создания связей с другими акторами посредством социального взаимодействия, деловых встреч, мероприятий, форумов и конференций, то есть реализации различных форм публичности. В отличие от сетевого взаимодействия сетевые структуры в результате формируют новые ценности, новые отношения, измененные восприятия и «активную деятельность».

Важнейшей особенностью сетевых структур является то, что поведение их участников отличается от того, каким оно было бы, выступай они в качестве отдельных субъектов.

В поисках идентичности и доверия индивиды стремятся к сетевому взаимодействию с теми, кого они считают похожими и на чьи модели поведения ориентируются. Фактор доверия, в отличие от формальных институтов, позволяет использовать более широкие возможности коммуникации, а в условиях ресурсной зависимости он придает рациональный мотив взаимодействию. В нашей работе мы примем следующее определение данного понятия: *доверие* - знание о том, что другие акторы сетевой коммуникации разделяют одни и те же ценности, имеют общие интересы, готовы к сотрудничеству и полностью соблюдают правила игры (формальные и неформальные институты). В сравнении с поиском идентичности достижение доверия имеет более рациональную основу. Например, для экономистов доверие является определяющим фактором, только благодаря которому возможна кооперация. Это значит, что

именно достижение доверия является ключевым этапом трансформации коммуникационных сетей в политические.

Можно по-разному интерпретировать *феномен доверия в политических сетях*. С одной стороны, доверие принято рассматривать как фактор межличностной коммуникации, конечной целью которой является коллективное действие. Для того чтобы достичь обоюдной заинтересованности и выгоды в коллективном действии, участники коммуникации должны пройти несколько коммуникативных этапов: передача информации, достижение взаимопонимания и, наконец, достижение доверия. Экстраполируя данный алгоритм на сетевое взаимодействие, можно предположить, что те же стадии необходимы и для согласования интересов всех членов политической сети. С другой стороны, логично предположить, что существует и институциональное доверие, основанное на межличностном доверии и формируемое, например, в течение длительного сотрудничества. В любом случае, анализируя политические сети и публичную политику, необходимо фокусировать внимание и на специфике доверия, сложившегося в данном публичном пространстве.

Моделируя политические сети, можно наблюдать, что плотность сетевых отношений в различных участках сети разная. Чем больше связей между какими-либо акторами, тем они более сплочены. *Сплоченность* - это параметр, характеризующий определенную группу акторов и показывающий, насколько сильны отношения между членами данной группы. Чем больше связей между членами группы, тем жестче и крепче структура. Вполне обоснованным представляется следующий вывод: там, где мы наблюдаем большую сплоченность, существуют крепкие доверительные отношения между акторами, и, наоборот, низкая плотность связей демонстрирует низкий уровень доверия между участниками сети. *Плотность* показывает количество отношений в сети, выраженное как пропорция ко всем возможным сетевым отношениям. Чем выше этот показатель, тем больше реальных сетевых отношений между акторами. Анализируя *фактор сплоченности*, можно выделять сплоченные подгруппы в сети и делать выводы не только о наличии высокого уровня доверия в этих подгруппах, но и, например, о более тесном сотрудничестве акторов в подгруппах, а сотрудничество подразумевает не только обмен информацией или ресурсозависимость, но и совместное решение задач и координацию действий.

Поскольку политические сети представляют собой отражение взаимодействий между участниками политической коммуникации, которые возникают в процессе передачи и обмена сообщениями во времени и пространстве. Эти структуры способны приобретать различные формы, среди которых можно выделить сети межличностных контактов, информационные потоки внутри групп и между ними, глобальные сети. Основными элементами моделей сетевой политической коммуникации являются субъекты коммуникации и возникающие между ними связи. Более того, характеристики этих элементов и формируют сетевые модели.

Можно выделить следующие типы участников коммуникационного процесса: индивидуумы (первые лица организаций, лоббисты или СЛ-специалисты), институты (организации) и группы, которые могут состоять из индивидуумов или организаций (например, ассоциации бизнеса). Брасс, изучая коммуникацию в социальных сетях организаций, определил, что каждый актор коммуникационной сети характеризуется набором параметров, представленных в табл. 2. В анализе политических сетей мы также можем взять на вооружение этот подход.

Несмотря на то, что анализ сетевых отношений и ролей акторов позволяет находить объяснения природе механизмов выработки и принятия политических решений, существует целый ряд объективных ограничений, которые необходимо принимать во внимание.

Таблица 2.

Типичные параметры, характеризующие участника коммуникационной сети

Параметр	Определение
Степень	Количество прямых связей с другими участниками сети
Входящая степень	Количество прямых входящих связей
Исходящая степень	Количество прямых исходящих связей
Спектр (многообразие)	Количество связей с акторами другого рода (из другой группы, с другим статусом)
Доступность	Насколько доступны остальные акторы сети. Обычно измеряется вычислением средней от всех дистанций (прямая связь равна 1, не прямые — пропорциональны количеству промежуточных связей)
Промежуточность	Показывает, как часто актер является посредником между любыми другими двумя участниками сети, находясь на кратчайшем пути между ними
Близость к центру	Определяет близость актора к центру сети, учитывая значения степени, доступности и промежуточности
Престиж	Основывается на асимметричных связях; чем больше входящих связей, тем выше престиж

Сетевые отношения и выработка публичных решений. До сих пор нет четкой ясности, что означает система отношений. Например, не всегда понятно, что имеют в виду респонденты, когда выделяют наличие тех или иных связей с другими акторами. Проблема в том, что некоторые политические отношения носят лишь церемониальный, символический характер, в то время как другие коммуникации имеют решающее значение для процессов выработки политики, наконец, третий тип ориентирован на принятие решений. Какие отношения следует анализировать и как выявлять их характер? Как эта неопределенность влияет на распределение ролей? Джонатан Дэвис поясняет, что в литературе по политическому управлению устоялась следующая позиция: наличие сетевого взаимодействия свидетельствует о наличии сетевого управления, а Геерт Тэйсман и Эрик-Ганс Кляйн подчеркивают существование разрыва между «мечтой» и «реальностью» соглашений о партнерстве, вовлекающих в сетевое политическое управление. Они утверждают, что, «в то время как, с одной стороны, существует активное взаимодействие между государственными и частными партнерами, с другой стороны, ощущается недостаток совместного принятия решений и преемственности в кооперации». В результате такое взаимодействие носит характер многоуровневого диалога, а не многоуровневого сетевого

Несмотря на широкий круг субъектов, участвующих во множестве встреч и переговоров, лишь некоторые из этих групп действительно влияют на процесс принятия решений. Следовательно, выявление сетевых отношений не всегда позволяет пролить свет на механизмы, которые влияют на процессы выработки политики. Получается, что, даже если исследователь выявил существование сетей, ему еще необходимо провести дополнительный анализ, действительно ли они служат функции управления или же просто объединяют различных субъектов с целью обмена мнениями. Кроме того, необходимо провести четкое разграничение между коммуникацией и управлением, что актуально для разделения сетевых коммуникационных взаимодействий и сетевого политического управления, равно как и сетевых отношений и сетевых политических отношений. Отталкиваясь отданного выше термина сетевых отношении, определим *сетевые политические отношения* как устойчивые кооперационные связи, которые возникают между акторами в процессе выработки и принятия публичных политических решений и обладают определенным содержанием, описывающим характер коммуникации и ресурсной зависимости между данными акторами.

Отношения в политических сетях, безусловно, имеют коммуникационную природу. В сетевом анализе публичной политики коммуникация рассматривается не просто в качестве акта информационного обмена, а как фактор функционирования сетей в публичной сфере. Если раньше политическое управление предусматривало только субъектно-объектные отношения между теми, кто управляет, и теми, кем управляют, то сетевой подход к политике и управлению показал, что политическая система намного сложнее и многообразнее. Применительно к коммуникационным процессам в политике поле публичной политики является окружающей средой, где и происходит коммуникация, направленная на выработку и реализацию управленческих решений. Здесь мы можем наблюдать взаимозависимость элементов: окружающая среда (публичная политика) влияет на коммуникационные процессы, а коммуникация формирует и развивает окружающую среду.

В целом можно выделить 5 уровней коммуникации в политических сетях:

1. Информационный.
2. Трансакционный.
3. Интерактивный.
4. Сотрудничество.
5. Принятие решений.

Как было рассмотрено выше, передача информации является лишь отправной точкой для сетевого взаимодействия. От информационного уровня происходит переход к поиску идентичности. Следующей ступенью становится интерактивный уровень, основой которого стало формирование взаимного доверия участников коммуникационного процесса с целью дальнейшей интеграции. Таким образом, можно обратиться к упомянутой характеристике сетевого взаимодействия, подразумевающей общность интересов участников коммуникации и коллективное действие по достижению общих целей. И поскольку коммуникация, возникающая между различными акторами, может быть детерминирована целым рядом факторов, поэтому в рамках сетевого анализа необходимо классифицировать различные типы коммуникации.

Уровни коммуникации в социальных сетях (информационный, интерактивный, трансакционный, сотрудничество, принятие решений). Общение в социальных сетях весьма специфическое, и качественно отличается от «реального» общения, с которым каждый индивидуум сталкивается каждый день. Хотя, можно вполне обоснованно предположить, что в ближайшем будущем благодаря современным информационным технологиям, количественное преобладание живого общения потеряет свои позиции.

Рассмотрим *основные отличия коммуникации в социальных сетях*:

1. В настоящее время преобладает массовое и опосредованное общение, чего нельзя было сказать еще несколько веков назад.

2 Увеличение количества вынужденных контактов между людьми. Особенно это заметно в больших городах, где сам образ жизни определяет неизбежность контактов совершенно незнакомых людей друг с другом: проезд в общественном транспорте, покупки в магазинах, походы в театр. Отличительной особенностью таких контактов является то, что они многочисленны и поверхностны, количество в данном случае стоит на порядок выше качества.

3. Противоречие между формой, средствами общения и его содержанием. С одной стороны, в данный момент не составит особого труда установить контакт с любыми субъектами, независимо от их местоположения. С другой же стороны, многообразие средств связи не компенсирует глубину общения. Такое положение стало основополагающим принципом для возникновения феномена, названного как «одинокость в толпе».

4. Активный рост квазиобщения в повседневной жизни человека. Квазиобщение характеризуется как общение мнимое, воображаемое.

Например, работа многих средств массовой информации основана на квазиобщении. *Иллюзия коммуникации* создается при систематических просмотрах передач, блогов, пабликов индивидуумом. Формируется ощущение знакомства с ведущими, блогерами и

администраторами социальных групп, хотя на самом деле зритель имеет лишь некоторое представление об их образе жизни и деятельности.

Можно предположить, что данные поверхностные, и, в какой-то степени, принудительные контакты между людьми при их многообразии и массовости снижают его качество. *Качество общения* определяется:

- уровнем взаимодействия;
- количеством потребностей, которые удовлетворяются в процессе коммуникации;
- возможностями самореализации и развития. Общение проходит на разных уровнях, которые определяются общей культурой вступающих во взаимодействие индивидуумов и их особенностями характера, а также обстоятельствами и факторами при которых происходит взаимодействие.

Рассмотрим данные уровни более подробно.

1-й уровень – фатический (от лат. fatuus - глупый). Представляет из себя простой обмен репликами и фразами для поддержания разговора. Обычно происходит в условиях, когда индивидуумы вынуждены общаться под влиянием обстоятельств, но в данной беседе не заинтересованы. Такое общение можно охарактеризовать как автоматическое, ограниченное и примитивное, основываясь на том, что реплики беседующих не имеют глубокого смысла и подтекста, индивидуумы не получают нового знания. Общение на данном уровне происходит в рамках этикета и норм социального слоя, к которому относятся субъекты взаимодействия.

2-й уровень – информационный. На данном уровне при коммуникации происходит обмен интересной, полезной и новой информацией. Информационный уровень характеризуется стимулирующей составляющей и в основном возникает в условиях совместной деятельности. Главной особенностью данного уровня является активное включение в процесс коммуникации и заинтересованность в нем.

3-й уровень – личностный. Возникает при условии, что каждый из собеседников готов и способен к глубокому самораскрытию и познанию сущности другого человека, самого себя и окружающего мира. На возникновение ситуации духовного подъема, развития личности, вдохновения и озарения влияет множество факторов, именно поэтому достичь третьего уровня не так просто, как кажется на первый взгляд. Тем более во время развития и распространения социальных сетей.

Процесс коммуникации в социальных сетях находится выше первого уровня, но, естественно, не может дотягивать до душевности и нравственности третьего уровня. Поэтому, можно предположить, что по своим характеристикам общение в социальных сетях более относится ко второму уровню, чем к другим.

Сегодня по сути дела возникла новая форма языкового взаимодействия – *письменная разговорная речь*. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности.

Обитатели социальных сетей практически полностью лишены вспомогательных (паралингвистических) средств: тембра речи, акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики. Отсюда надежность речевого общения становится крайне низкой, ведь, по мнению психологов, при обычной коммуникации в акте общения невербальная коммуникация определяет до 55% результата.

Столь глобальная нехватка не могла не быть определенным образом компенсирована, поэтому общение в социальных сетях все-таки не обходится без телесности. В первую очередь был определенным образом компенсирован «эмоциональный дефицит» путем введения в виртуальное общение суррогатных, частично типизированных эмоциональных реакций – «смайликов» (от английского smile - улыбка), которые получили чрезвычайно широкое распространение. Однако это все-таки именно суррогат эмоциональных реакций. Многократно предпринимались попытки присвоить и закрепить обозначение определенных эмоциональных

состояний за определенными смайликами, однако все они оказались безуспешными. Фактически на сегодняшний день смайлики только информируют об эмоционально окрашенном отношении автора к тексту, просто передавая направленность и степень его эмоций (причем вид смайлика никакого значения не имеет). Как мы видим, эмоциональная палитра весьма бедна.

Сленг, выработанный пользователями Интернета, переходит в общеупотребительную лексику, возрождение эпистолярного жанра в виде электронной переписки также имеет свою языковую специфику, игровые условия виртуального пространства способствуют приближению коммуникации к игре, что на уровне языка проявляется в тяготении к манере устной разговорной речи на самом серьезном сайте. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля в языке - о стиле Интернет - общения - который не только является специфической особенностью Интернет - сообщества, но и серьезно влияет на речевое поведение всего общества в целом. Язык становится не только средством общения, но и средством создания виртуальной реальности, так как искусственные языки программирования являются лишь технологическим средством, благодаря которому Интернет работает, а подлинным языком виртуального сообщества оказываются естественные языки аудитории пользователей.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение сетевого анализа. Что является базовой целью сетевого анализа?
2. Перечислите виды политических сетей по типу субъектов. Приведите примеры.
3. Какую классификацию рассматривают Ноук и Куклински в работе, посвященной сетевому анализу?
4. Назовите основные параметры сетевых отношений. Приведите примеры.
5. Назовите важный этап сетевого анализа публичной политики. Объясните почему.
6. Опишите методологические подходы социологии для разных аспектов анализа социальных сетей и их отсылки к значимости контекста изучаемого объекта.
7. Какие существуют виды знакового обмена коммуникации в социальных сетях?
8. Какие параметры, рассматриваемые Р. Паркером, необходимо учитывать при принятии решений, взаимодействий и координации деятельности? Опишите.
9. Назовите ключевые факторы эффективности и результативности сетевых взаимодействий в публичной политике.
10. Перечислите типичные параметры, характеризующие участника коммуникационной сети
11. Перечислите основные отличия коммуникации в социальных сетях.
12. Какие существуют уровни, описывающие уровни взаимодействия в общении и его качество?

Список использованной литературы

1. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. – Казань, 2009. – С. 63-67.
2. Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры//Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/Наука, 2012. - 328 с.
3. Гофман И. (2000) Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле. - 304 с.
4. Доука С.В. (2014) Практика использования онлайн-сетей//Социологические исследования. - № 1. - С. 137-145.
5. Кураева С.А. К методологии исследования социальных сетей//Научные труды Московского гуманитарного университета. - 2017. - № 5.
6. Липман У. (2004) Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчуновой. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение». - 384 с.

7. Обухова О.В. Тематическая дистрибуция неологизмов в современном английском языке//Молодой учёный. - 2011. - № 1. - С. 143-148.
8. Сазанов В.М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз. – М.: Лаборатория СВМ, 2010. – 180 с.
9. Сивуха С.В. Анализ социальных сетей//Энциклопедия по социологии – М.: Знание, 2003.
10. Силаева В.Л. (2008) Интернет как социальный феномен//Социологические исследования. - № 11. - С. 101-107.
11. Социальные сети. Учебное пособие /сост. И.А. Шахова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2015.
12. Хаустов Д.С. (2012) Теорема Томаса и особенности конструирования социальной реальности через массовые коммуникации // Социологические исследования. - № 7. - С. 29-36.
13. Щекотуров А.В. (2012) Гендерные самопрезентации подростков на страницах социальной сети «ВКОНТАКТЕ» // Мониторинг общественного мнения. - № 4. - С. 80-88.
14. Роль социальных сетей в современном коммуникационном процессе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.com/1813643/rol_sotsialnyh_setey_sovremennom_kommunikatsionnom_protseesse?ysclid=lfkux0ilwn854423836
15. Сетевые политические отношения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/832226/sotsium/setevye_politicheskie_otnosheniya#631
16. Социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть

Тема 4. Факторы и условия функционирования социальных сетей

В различных сферах жизнедеятельности современного российского общества все чаще возникают социальные формы организации с сетевыми характеристиками, так называемые сетевые структуры. Актуальность изучения сетевых структур связана с необходимостью поиска ответов на такие вопросы, как:

- 1) роль и место сетевых структур в жизни человека;
- 2) особенности сетевых процессов в социальных общностях;
- 3) соотношение понятий, связанных с сетевыми характеристиками и социальными формами организации;
- 4) сущность каждого из названных понятий и т.д.

Такое разнообразие исследовательских областей связано с недостаточной теоретической разработанностью сетевой проблематики в контексте социальных процессов. Особенность актуализации сетевой проблематики в социальных исследованиях заключается в том, что она затрагивает вопросы, связанные со взаимодействием в различных социальных общностях, к которым среди прочих относится понятие социальной сети.

Сетевой обмен. Сетевые ресурсы. Частным случаем анализа сетевых отношений является исследование процессов сетевого политического обмена, к которому мы и обратимся в данной главе. В работах современных политологов и экономистов нередко объектом изучения становятся особенности ресурсных обменов в межорганизационных отношениях и их влияние на деятельность акторов и сетей. В частности, экономические исследования показывают, что обмены ресурсами могут положительно влиять на совершенствование инновационного потенциала, увеличение доли на рынках и даже выживание компаний. В политической науке и, в частности, в теории политических сетей, как мы отмечали выше, организации начинают сотрудничать и координировать свои стратегии для достижения общих целей. Включение сетевых акторов в процессы выработки публичной политики осуществляется для взаимного обмена ресурсами и принятия взвешенных, отвечающих частным и общим интересам всех акторов политико-управленческих решений. С точки зрения исследователя нас интересуют два аспекта: какими ресурсами обмениваются акторы и каким образом осуществляется сетевой политический обмен.

Социальный капитал – это понятие, введенное П. Бурдьё в статье «Формы капитала» (1983) для обозначения социальных связей, которые могут выступать ресурсом получения выгод. По П. Бурдьё, социальный капитал является продуктом общественного производства, материальных и тем самым классовых практик, средством достижения групповой солидарности. В таком понимании социальный капитал выступает не только и не столько причиной экономических выгод, сколько проявлением социально-экономических условий и обстоятельств. Он является групповым ресурсом и не может быть измерен на индивидуальном уровне. Связи между экономическим развитием общества и размером совокупного социального капитала опосредованы политическим строем, религиозными традициями, доминирующими ценностями. Последователи П. Бурдьё используют в основном качественные, этнографические и исторические методы оценки социального капитала общностей.

Иная концепция была предложена Дж. Колманом в статье «Социальный капитал в производстве человеческого капитала» (1988). Занимаясь процессами диффузии и влияния, социологическим анализом образования и коллективного действия, Дж. Колман основывал свое понимание социального капитала на эмпирической традиции в американской социологии (антропологических исследованиях социальных сетей Л. Уорнера, сельской и городской социологии) и теории человеческого капитала Г. Беккера. Социальный капитал является общественным благом, но создается свободным и рациональным индивидом для достижения собственных выгод. Этот процесс предполагает социальный контракт, набор социальных норм, социальных обменов и, следовательно, некоторый базовый уровень доверия. Последователи

Дж. Колмана рассматривают социальный капитал как атрибут индивида, дающий ему серьезные преимущества в достижении жизненных целей, карьере, защите имущества, доступе к информации. Социальный капитал рассматривается как основа либерального общества. Экономическое значение социального капитала состоит в том, что он уменьшает издержки на координацию совместной деятельности, заменяя контракты, формальные правила и бюрократические процедуры отношениями доверия, усвоенными профессиональными стандартами, этикой общения — теми неформальными нормами, которые передаются культурными традициями и образованием. Как и другие формы капитала, социальный капитал приносит дивиденды лишь в случае его активного использования: обмена, интериоризации и экстериоризации.

Детерминационная концепция сетевого анализа предполагает исследование взаимосвязей в структуре сетевого обмена как процесса. Так, расширенная интерпретация процесса формирования социального капитала предполагает выявление особенностей взаимодействия системных детерминант и их равновесия с учётом влияния социального положения, действий людей как социальных акторов и отношений между ними, также роли культуры и традиций.

Такой подход в понимании социальной динамики основан на признании существенного влияния изменяющихся детерминант социальных процессов на формирование и развитие социальных организаций.

Исходя из понимания социальной организации как системы, можно считать целесообразным рассматривать детерминанты формирования социального капитала с позиций системного подхода к анализу данного процесса, который позволяет выделить в структуре сетевого обмена такие функции, которые как-то отражают его основное содержание с позиций культуры, организации, предназначения и много чего еще, что мотивирует акторов к участию в сетевом обмене.

Суть проблемы системной детерминации формирования социального капитала сводится к вопросам его формирования во взаимосвязи с детерминантами сетевой среды и с учётом соотношения стабильности и динамики социальной организации как системы во времени. Для социальной организации как системного образования, важны не любые, а лишь повторяющиеся, устойчивые взаимодействия, обеспечивающие значимое с позиции формирования социального капитала совместное существование некоторой группы детерминант. Их группировка основана на согласовании функций, определяющих изменения в организации, проявляющихся в состояниях и событиях внутренней среды конкретной сети.

Соответствующие события формируют своеобразную цепь изменений, приводящих к качественной трансформации социальных отношений в социальный капитал и детерминированному поведению сетевой организации как системы. Системные детерминанты формирования социального капитала могут иметь внутреннюю и внешнюю по отношению к организации сети природу. Формой проявления их единства является развитие, основанное на учёте выбора возможностей по устранению устраняющих взаимной неопределённости и динамики сопряжённых друг с другом детерминант. В рамках указанной интерпретации процесс формирования социального капитала может быть представлен как нелинейный с возможностью многообразия альтернативных траекторий. Но это какой-либо новизны не представляет, поскольку известно априори, что весь сетевой обмен по большей части не подвержен каким-либо линейным закономерностям изначально.

Конечно, в структуре сетевой активности можно определить динамику в зависимости от времени суток, пола, возраста, профессиональной принадлежности акторов и многих других параметров и факторов, но закономерности такой динамики в детерминационном отношении не жестко однозначны. Такая динамика может быть описана только в рамках закономерностей вероятностной детерминации.

С одной стороны, это является недостатком детерминационного анализа сетевого обмена, с другой – позволяет избежать необоснованных ожиданий и ошибочного толкования

каких-либо конкретных сетевых явлений, что можно отнести к достоинствам детерминационного анализа.

Важной заслугой Дж. Коулмана следует считать создание теории рационального выбора, обусловленной разнонаправленностью связей физических и юридических лиц, в рамках которой социальные сети исследовались более подробно. *Методологический принцип*, используемый в этой теории, основан на наличии конфликтной ситуации между рациональным выбором физических и юридических лиц, то есть между отдельным индивидом и группой акторов. Пути разрешения подобного рода конфликтов напрямую зависят от учета следующих факторов: конкуренция, доверие, координация действий. Непосредственно всем акторам необходимо определять количественно-качественный состав участников сети, наличие определенных альтернатив у каждого отдельного актора, риски и вероятные последствия использования альтернативных выборов, поведение и ожидания друг друга.

Социальные связи индивида способствуют усилению его признания и единства с окружающими. Когда индивид получает признание своей значимости как индивида и как участника социальной группы, которая разделяет схожие интересы, это служит для него эмоциональной поддержкой, а также общественным признанием его прав на определенные ресурсы. Н. Лин полагает, что такое подкрепление значимо для поддержания душевного здоровья и прав на ресурсы. Выделенные факторы – информация, влияние, социальная репутация и подкрепление – способны объяснить, почему социальный капитал реализуется в виде специфических социальных действий (инструментальных и экспрессивных действий в терминологии Н. Лин), чего не происходит в случае с формами личного капитала, такими как экономический и человеческий капитал.

В своей теории Н. Лин разделяет ресурсы социальных сетей на два типа: сетевые и контактные. Такая типология отождествляется с двумя аспектами социального капитала. Первый тип ресурсов сосредоточен непосредственно среди участников социальной сети, а второй тип предполагает ресурсы контактов, которые задействует индивид для определенных целей. Сетевые ресурсы являются доступными ресурсами, тогда как контактные ресурсы — это мобилизуемые ресурсы. Показателями для измерения контактных ресурсов могут выступать власть, богатство или профессиональный статус контактных лиц, через которых мобилизуются те или иные ресурсы.

Серьезное внимание исследователей к этой проблематике было привлечено работами Р. Патнема, в которых использовалась трехфакторная модель социального капитала: нормы взаимности, доверие и социальные сети. Два первых фактора являются по существу социально-психологическими атрибутами индивида. Поэтому Р. Патнем измеряет социальный капитал с помощью индивидуальных индикаторов, таких, как интенсивность и сила контактов, членство в общественных объединениях, электоральная активность, удовлетворенность взаимоотношениями, соблюдение норм взаимности, чувство безопасности, доверие к соседям и социальным институтам. Групповые или территориальные показатели получают посредством агрегации индивидуальных. В анализе экономического развития нескольких регионов мира Р. Патнем показал, что изменение качества социальных отношений предшествовало экономическому развитию. Этот результат противоречит данным П. Бурдье и встречен социологами скептически.

В теории, разработанной Р. Бёртом, признается значимость замкнутости социальных сетей, однако сама по себе замкнутость не является источником накопления социального капитала. Важная роль замкнутых социальных сетей заключается прежде всего в том, что они служат резервуаром для заимствования социального капитала. Индивид, который не входит в состав замкнутой социальной сети, имеет возможность получить доступ к ее социальному капиталу следующими способами: установка связи через структурную брешь или через спонсорство.

В первом варианте индивид испытывает трудности в процессе установления контакта, при этом объем затрат на создание и поддержание новой связи может быть довольно большим,

а получение выгоды не гарантировано. Если использовать второй способ (спонсорство), процесс несколько упрощается. В роли спонсора выступает авторитетный участник той или иной социальной сети, который, в свою очередь, и рекомендует нового участника. В этом случае индивид не испытывает трудностей с установлением контакта, а самое главное — получает доступ к максимальному объему социального капитала, полностью избегая затрат.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что социальные сети в концепции Р. Бёрта выступают механизмом для создания и сохранения социального капитала. Для воспроизводства социального капитала большое значение имеют неоднородная структура и статусные различия индивидов, которые являются активными инвесторами и пользователями социального капитала.

В ходе исследования социального капитала А. Портес обозначил важный аспект данного феномена, связанный с внутренними ресурсами сети. Он определял социальный капитал как «способность индивидов распоряжаться ограниченными ресурсами на основании своего членства в определенной социальной сети или более широкой социальной структуре. Способность к накоплению социального капитала не является индивидуальной характеристикой личности, она является особенностью той сети отношений, которую выстраивает индивид». Таким образом, важным источником социального капитала выступает социальная сеть. Причем в равной степени могут быть задействованы и слабые, и сильные связи, а также структурные дыры или независимость от связей. Именно взаимоотношения, существующие в сети, порождают социальный капитал. В этой связи он не может быть рассмотрен как характерная черта отдельного индивида. Вышеизложенное позволяет выделить важное свойство социальной сети — способность к преобразованию социального капитала.

Эти выводы позволяют выделить такой важный признак социальной сети, как способность к конвертации капитала. Наличие данного свойства открывает возможность для ответа на следующие вопросы: циркуляция каких ресурсов происходит в сети, по какой системе производится их распределение, а также есть ли факторы, ограничивающие распределение ресурсов в сети.

Отдельного внимания заслуживает *подход Мартина Палдама*, в нем он постарался аккумулировать основные аспекты социального капитала, которые обнаруживаются в различных его трактовках. По мнению автора, основополагающими элементами социального капитала следует считать доверие, кооперацию и сети. В одной из своих статей М. Палдам указывает, что социальный капитал выполняет функцию социального клея. Таким образом он содействует активизации дополнительных ресурсов, которые базируются на доверии между индивидами.

Интеллектуальный капитал организации как сетевой ресурс. Под интеллектуальным капиталом понимается совокупность знаний и навыков сотрудников, а также других нематериализованных активов, которые используются организацией в ее деятельности. Принято выделять три различных измерения интеллектуального капитала: человеческий капитал, структурный капитал и капитал взаимоотношений (реляционный).

Человеческий капитал рассматривается как личные навыки и знания работников; *структурный капитал* — как знание, выраженное в процессах и структурах, которые обеспечивают интеллектуальную работу сотрудников; наконец, *реляционный капитал* — как отношения организации с внешними акторами.

Элементы каждого из измерений интеллектуального капитала представлены на рис. 3.



Рис. 3. Структура интеллектуального капитала

Каждый актор политической сети может обладать достаточно разнообразным набором ресурсных элементов, которые могут быть задействованы в процессе сетевого политического обмена. Изучение и оценка этих нематериальных активов становятся актуальными объектами сетевого анализа. В то же время такой анализ представляет собой достаточно сложную задачу. Интеллектуальный капитал имеет в качестве основы такую категорию, как знание. В рамках данной главы сконцентрируемся на понятии знания как основы интеллектуального капитала организации.

При изучении политических сетей, необходима фокусировка на нематериальных ресурсах, которыми сетевые акторы обладают и которые делегируют для совместного использования. Интеллектуальный капитал является достаточно абстрактным понятием, и поэтому его довольно сложно оценить. Однако можно проследить, какие ресурсы отдельных субъектов задействованы в сетевых интеракциях. Например, одной из наиболее эффективных форм сетевого политического обмена является совместное участие в экспертных консультативных советах при органах власти. Анализ того, кто и почему включен в эти советы, может подтолкнуть исследователя к выводам о специфике человеческого капитала, участвующего в процессах сетевого обмена и выработки политико-управленческих решений.

Коммуникационный механизм сетевого обмена. Одним из важнейших аспектов сетевого политического обмена оказывается развитие соответствующих форм, механизмов и технологий коммуникации. Постепенный переход к сетевому обществу, для которого характерны доминирование и высокие темпы роста информационного сектора в системе создания благосостояния, определяет все более возрастающую роль коммуникационных процессов. Сетевое общество детерминирует появление принципиально нового понимания коммуникации и присущих ей качеств. Традиционно способность индивидов взаимодействовать ассоциировалась в основном с их умением получать, воспринимать и обрабатывать информацию. В новых условиях усложнения структуры общества, появления разветвленных сетевых форм, развития информационных технологий возрастает также роль

системы взаимосвязей и взаимодействий различных субъектов, в результате эффективного функционирования которой осуществляется политическое управление.

Преимущество сетевой структуры состоит в том, что путем взаимодействия, вариации и селекции она повышает эффективность своих элементов. Сети поддерживают взаимодействие элементов как внутри одной социальной системы, так и с участниками других систем. В свою очередь принципы организации сетей дают возможность управлять соотношением формальных и неформальных каналов, что позволяет коммуникационным стратегиям быть наиболее гибкими и изменяемыми и, более того, помогает объединять институционализованные и неинституционализованные коммуникационные связи в единую структуру.

Одной из наиболее интересных в данном аспекте моделей, описывающих коммуникационный процесс как механизм не только взаимодействия между акторами, но и формирования правил и окружающей среды, является экологическая модель Дэвиса Фоулджера (рис. 4). Если мы экстраполируем ее на описание процесса сетевого политического обмена, в основе которого лежит коммуникация, то получается, что сетевые акторы в процессе интеракции обмениваются ресурсами (сообщения) в рамках согласованных правил (язык) и тем самым формируют окружающую среду через реализацию публичной политики.

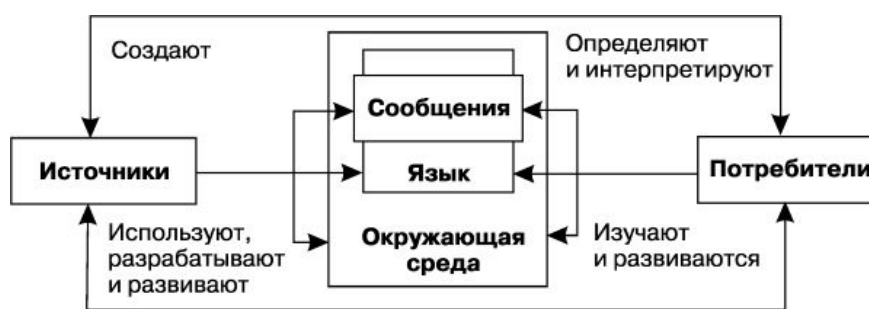


Рис. 4. Экологическая модель коммуникации Д. Фоулджера

В этом смысле коммуникация рассматривается не просто в качестве акта информационного обмена, а как фактор функционирования общественной системы. Именно экологическая модель применима к анализу современной политической коммуникации в условиях сетевого общества. Если раньше политическое управление предусматривало только субъектно-объектные отношения между теми, кто управляет, и теми, кем управляют, то в современной политической науке, как мы уже выяснили, пришло осознание того, что политическая система намного сложнее и многообразнее.

Большинство первых исследователей коммуникационных процессов целью коммуникации называли передачу информации. С развитием теории произошло и переосмысление целей коммуникации. Постепенно в коммуникативистике появилась классификация целей коммуникационного процесса. Всего можно выделить 4 уровня целей коммуникации: информационный (передача информации); транзакционный (достижение взаимопонимания); интерактивный (достижение доверия); действие (кооперация).

Ресурсные связи между акторами сети. Существующие ресурсные зависимости позволяют выделить и классифицировать различные типы связей между акторами, первые пять из которых носят только коммуникационный характер:

- информационные, по которым осуществляется обмен общими данными о проблеме и ее возможных решениях;
- экспертные, по которым осуществляется обмен научными и встроенными знаниями о проблеме и решениях;
- связи доверия, выступающие в качестве проводников репутации;
- связи влияния, основанные на использовании авторитета акторов в процессе выработки и принятия решений;

- институционализованные каналы доступа к акторам, принимающим решения (например, в рамках организационной структуры или по заключенным соглашениям);
- кадровые, заключающиеся в использовании человеческих ресурсов сотрудничающими акторами;
- материально-технические (передача оборудования, финансирование и т.д.);
- технологические (передача интеллектуальной собственности).

Выявление различных типов связей с позиций сетевого обмена позволяет лучше понять структуру процессов выработки публичной политики. Также подобный анализ дает нам возможность объяснять стратегии сетевых акторов и результаты реализации политико-управленческих решений.

Вопросы для самопроверки:

1. Как связаны понятия «сетевой обмен» и «сетевые ресурсы»?
2. В чем сущность «социального капитала»?
3. Опишите концепцию и основные идеи «социального капитала» Джеймса Коулмана.
4. В чем заключается разница теорий Н. Лина и Р. Патнема?
5. Опираясь на основные подходы к определению социальной культуры, какой подход, на ваш взгляд, с точки зрения социологии соответствует современным реалиям?
6. Дайте определение понятию «интеллектуальный капитал».
7. Перечислите основные структуры интеллектуального капитала. Определите одну из самых важных, на Ваш взгляд.
8. Некоторые акторы политической сети интеллектуального капитала могут быть эффективны в консультативных советах при органах власти. Приведите конкретный пример таких акторов.
9. Дайте определение понятию «коммуникативные сети».
10. Перечислите особенности сетевого общества. Как коммуникационные сети влияют на него?
11. Расскажите об экологической модели коммуникации Дэвиса Фоулджера.
12. Какие ресурсные связи существуют между акторами сети? В каких сферах деятельности они могут быть использованы?

Тест по главе 1.

1. Социальные сети –
 - +: это онлайн или офлайн сообщества людей, которые связаны между собой различными отношениями: дружбой, родством, сотрудничеством, общими интересами
 - : важность отношений между знанием, информацией и данными
 - : принципы организации обменом информацией, дающие возможность управлять соотношением формальных и неформальных каналов
 - : изучение и оценка этих нематериальных активов
2. Укажите автора концепции « сетевого общества », который выделил три типа социальных сетей: вертикальные, горизонтальные и децентрализованные:
 - : Р. Эмерсон
 - : Дж. Коулман,
 - +: М. Кастельс
 - : Б. Латур
3. Методы социальной сетевой аналитики - это:
 - +: сбор данных, анализ сетевых структур, анализ динамики, анализ контента
 - : нравственные правила
 - : моральные ценности
 - : ценность и смыслы

4. Термин «социальная сеть» (social network) введен и впервые использовал в своей работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе»:

- + : Дж. Барнс
- : Р. Эмерсон
- : Дж. Коулман
- : М. Кастельс

5. Социальные сети имеют важное значение для бизнеса, маркетинга и политики. Бизнес-компании используют социальные сети для:

- + : продвижения своих товаров и услуг, установления контактов с потенциальными клиентами и для исследования поведения потребителей
- : рекламной деятельности
- : всеобщего ознакомления
- : оптимизации социальных сетей

6. Метод управления, основанный на сотрудничестве и взаимодействии между различными участниками, включая организации, государственные структуры, общественные организации и частных лиц, в целях достижения общих целей:

- + : сетевой подход к управлению (Network Governance)
- : регулятивный
- : общественно-полезный
- : коммуникативный

7. В теории, разработанной Р. Бёртом, признается значимость характеристики социальных сетей, которая не является источником накопления социального капитала:

- + : замкнутость
- : адаптивность
- : доступность
- : открытость

8. Подход, разработанный Р. Эмерсоном, Дж. Коулменом и др., исследующий социальный обмен через призму того, что его акторами могут выступать как отдельные индивиды, так и корпорации, при этом акцент делается не столько на изучении социальных групп, сколько на исследовании характера связей среди акторов:

- + : сетевой обмен
- : мотивационный
- : адаптационный
- : социальный

9. Все это создается при систематических просмотрах передач, блогов, пабликов индивидуумом и формируется ощущение знакомства с ведущими, блогерами и администраторами социальных групп, хотя на самом деле зритель имеет лишь некоторое представление об их образе жизни и деятельности:

- + : иллюзия коммуникации
- : ритуальная демонстрация
- : ценностная коммуникация
- : рационализация выбора

10. Важной заслугой Дж. Коулмана считают создание теории, обусловленной разнонаправленностью связей физических и юридических лиц, в рамках которой социальные сети исследовались:

- + : создание теории рационального выбора
- : антикультуры
- : иррационального выбора
- : модель социального капитала

Список использованной литературы

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум, 1995.
2. Брун О.Е. Развитие теории социальной сети. Вестник МГИМО Университета, 2011, - № 1. – С. 235-240.
3. Бурдье П. Социология политики. - М.: Socio-Logos, 1994.
4. Веселкин Е. Понятие социальной сети в британской социальной антропологии. Концепции зарубежной этнологии. - М., 1976.
5. Джекобс Д. Смерть и жизнь больших американских городов. – М.: Новое издательство
6. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. - М.: Канон, 1995.
7. Коулман Дж. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора. Экономическая социология, 2004, 3 (5), 35-44.
8. Ластовкина Д.А. Социальные сети в контексте социального капитала: обзор зарубежных теоретических подходов//Society and Security Insights. 2020. - №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-kontekste-sotsialnogo-kapitala-obzor-zarubezhnyh-teoreticheskikh-podhodov>
9. Морено Я. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе. - М.: Академический Проект, 2001.
10. Сарголдаи А.Р. М. Феномен социального капитала: философско-методологический анализ: дисс. ... канд. филос. наук. Душанбе, 2015. URL: http://new.ifppanrt.tj/dissertatsii/07-Sargolzaei_Ali.pdf (дата обращения: 21.06.2020).
11. Сертакова Е.А. Понятие «сеть» Джона Барнса как аналитический подход в познании системы социальных отношений. Молодежь и наука: Сборник материалов VI Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2010/section7.htm> (дата обращения: 25.06.2020).
12. Сивуха С.В. Социальная сеть // Социология. Энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — 2003. — [Электронный ресурс] URL: <http://voluntary.ru>.
13. Сорокин П.А. Система социологии. Вступ. статья и комментарии В.В. Сапова.
14. Burt R. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, Harvard University Press, 1992.
15. Burt R.S. The Network Structure of Social Capital. Research in Organizational Behavior, 2000, Vol. 22, 345-423.
16. Coleman J.S. (1990). Foundations of Social Theory. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.
17. Coleman J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
18. Lin N. (2002). Social Capital: A Theory of Social Structure and Action. Cambridge University Press.
19. Paldam M. Social Capital: One or Many? Definition and Measurement. Journal of Economic Surveys, 2000, 14 (5), 629-753.

Глава 2. Сетевая коммуникация

Тема 5. Коммуникационные сети

Коммуникационная сеть – это соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков. В данном вопросе будут рассмотрены только внутренние коммуникационные сети организации. Следует отметить, что *коммуникационные сети образуют коммуникационную подструктуру организации*. В данном случае рассматриваются не индивиды как таковые, а *коммуникационные отношения* между индивидами. Коммуникационная сеть включает потоки посланий или сигналов (коммуникационные каналы) между двумя или более индивидами. Коммуникационная сеть концентрируется на выработанных в организации образцах этих потоков, а не на том, удалось ли передать значение или смысл послания. Однако коммуникационная сеть может влиять на сокращение или увеличение разрыва между посланным и полученным значением. В зависимости от того, как построены коммуникационные сети, деятельность организации может отличаться большей или меньшей эффективностью.

В зависимости от вида организации, вида ОСУ используются различные виды коммуникационных сетей. Так, простые технологии (виды взаимодействия) требуют четких отношений власти и централизованных сетей. Сложные технологии требуют групповой организации труда (командной работы) и соответствующих коммуникационных сетей. ОСУ, коммуникационная подструктура, коммуникационная сеть – взаимосвязанные понятия. Создаваемая руководителем сеть также состоит из вертикальных, горизонтальных и диагональных связей. Сеть этих связей создает реальную структуру организации. Задача формальной организационной структуры заключается в том, чтобы придать коммуникационным потокам правильное направление.

Размеры подразделений в организации ограничивают возможности развития коммуникационной сети. Если размер группы увеличивается, то количество возможных коммуникационных отношений возрастает в еще большей степени. Отсюда, коммуникационная сеть в группе из 10 человек более разнообразна и сложна, чем в группе из трех человек.

Виды коммуникационных сетей. На практике можно выделить три вида коммуникационных сетей: открытые, замкнутые и комбинированные.

В открытых сетях движение информации может быть остановлено; потому что оно попадает тупик, то есть к элементу структуры управления, находящемуся в конце канала.

В замкнутых сетях тупики либо отсутствуют, либо могут быть обойдены.

Комбинированные сети сочетают в себе оба принципа построения и присущи более крупным многоуровневым организациям.

Рассмотрим более обстоятельно каждый из видов сетей, помня при этом, что речь идет об их принципиальных схемах, а не о «портретах» тех или иных реальных организаций или подразделений.

К *открытым* сетям можно отнести сеть типа змея (цепочка), колесо и его разновидности: звезда, сеть типа Y, шпора; тент и др. Существуют устоявшиеся образцы коммуникационных сетей для групп одной и той же численности. Нами будут рассмотрены группы из трех, четырех и пяти человек.




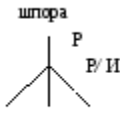
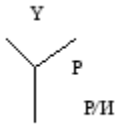
К *замкнутым сетям* относят кружок, всеканальную сеть, вертушку. К *комбинированным сетям* относят, например, соты.

Сеть «колесо». В сетях данного типа представлена формальная, централизованная иерархия власти, при которой подчиненные коммуницируют друг с другом через своего начальника. Объективной основой такой ситуации является то, что лицо, находящееся в центре

«колеса», имеет больше коммуникационных связей, чем другие члены группы. Аналогичная картина наблюдается в сетях типа «У». Такие сети называются централизованными и могут быть эффективны, если решаются простые проблемы. Данные сети приведены в табл. 3.

Таблица 3.

Коммуникационные сети типа «колесо»

3 человека	4 человека (звезда)	5 человек
		
		
Условные обозначения: И- исполнитель; Р- руководитель.		

Преимуществом сетей такого типа является то, что они позволяют быстро получать информацию, концентрировать ее в центральном звене, и в кратчайшие сроки направлять исполнителям (при условии, что учитывается диапазон контроля). Руководителю (центральному звену) легко поддерживать порядок в управлении, поскольку посредники отсутствуют. Однако для крупных управленческих структур такая коммуникационная сеть непригодна. Центральное звено уже не в состоянии вырабатывать самостоятельно все решения и доводить их до исполнителей. У него появляется помощник (посредник) в сетях типа «шпора», «У», конкретизирующий команды и распределяющий информацию между исполнителями.

В сетях типа «колесо» число коммуникационных каналов, сходящихся к центральному элементу, на практике может бесконечно расти, и, в конце концов, превысит возможности отдельного человека их контролировать. Поэтому для крупных структур свойственны иные коммуникационные сети, например, тент (рис.5).

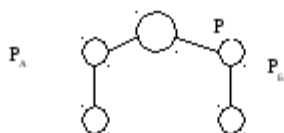


Рис. 14. Сеть «тент»

Рис. 5. Сеть типа «тент»

Другой тип властной иерархии представляют сети типа «цепочка» (рис. 6), в которых появляются горизонтальные связи – элемент децентрализации. Данная сеть характеризуется тем, что соединяет работников одного уровня управления, имея чаще всего неформальный характер, или является элементом более сложной сети, например, сети типа «палатка»,

представляющей собой разновидность «тенте», но с наличием горизонтальной связи между вторыми лицами.

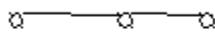


Рис. 15. Сеть типа «цепочка»

Рис. 6. Сеть типа «цепочка»

В целом открытые коммуникационные структуры присущи бюрократическим организациям, где имеет место жесткое подчинение одних звеньев другим, и преобладают формальные связи. Такие сети поддерживают властные отношения, чему способствует централизация информации. Однако в рамках таких организаций могут существовать и гибкие структуры – консультационные и совещательные (комитеты, комиссии, специальные творческие группы), которые основаны преимущественно на неформальных или полупоформальных внутренних связях и принципах самоуправления.

Основой замкнутых сетей является сеть типа «круг». В таких сетях члены группы могут коммуницировать только с теми, кто расположен рядом с ними. В крупной организации она может быть сложной, включающей дополнительные коммуникационные каналы, связывающие всех со всеми (всеканалные сети). Обычно это требуется, когда необходимо участие всех в решении сложных проблем, необходимо стимулирование творческих процессов, что помогает объединять людей, облегчать обмен информацией и идеями. Всеканалные сети являются полностью децентрализованными (табл. 5).

Таблица 5.

Замкнутые коммуникационные сети

	3 человека	4 человека	5 человек
круг			
всеканалная			
вертушка			

В крупных организациях творческие группы могут быть связаны друг с другом, тогда коммуникационная структура принимает вид «соты». Эта сеть является комбинированной, представляет собой единство цепочки и круга (рис. 7).

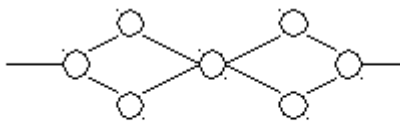


Рис. 17. Сеть типа «соты»

Рис. 7. Сеть типа «соты»

Феномен коммуникации в социальных сетях: зарубежные и отечественные исследования. Основы современных исследований массовой коммуникации были заложены в США в 20-е гг. XX столетия такими учеными, как У. Липпманн, Г. Лассуэлл, П. Лазарфсльд, Б. Брслсон и др., их произведения послужили серьезным толчком для проведения исследований массовой коммуникации. Авторы этих книг опирались в них на свой опыт работы пропагандистами в Первой мировой войне. Их опыт был учтен и во Второй мировой войне, когда в американской армии проводилось множество исследований массовой коммуникации психологами и социологами, сотрудниками Отдела армии США по вопросам информации и образования. К. Ховланд, А. Ламсдейн, Ф. Шеффилд опубликовали эти исследования в 1949 году в 4 томах.

В 1920-1930-е и в начале 1940-х гг., когда основными СМИ были печать и радио, ряд американских исследователей из университетов, в основном из Чикагского, Колумбийского и Йельского, и разных отраслей науки стали специально заниматься исследованиями массмедиа. Начиная с 1950-х гг. число ученых, занимающихся исследованием массовой коммуникации, стало стремительно расти. Это в первую очередь было связано с бурным развитием телевидения, самого нового в то время средства массовой коммуникации. Кроме того, в крупнейших университетах США были введены магистерские научно-исследовательские программы по массовой коммуникации, что послужило предпосылкой для исследований и быстрого развития данной области. По мнению американского исследователя СМИ У. Роуланда, в то время либеральная, жизнеутверждающая социальная психология среди других соперничающих дисциплин, занимавшихся исследованием масс-медиа, привлекла благосклонное внимание исследовательских фондов и завоевала признание общественности.

Исследования массовой коммуникации все более широко начинают развиваться во многих университетах. Если в начале 1950-х гг. известный американский ученый У. Шрамм сравнивал размах исследований СМИ с перекрестком, по которому прошли многие, но не все на нем задержались, то к 1980-м гг., по мнению Д. Робертса и Н. Маккоби, этот перекресток превратился в огромный мегаполис, в который ведут немало широких дорог и который постоянно притягивает к себе все новых и новых ученых.

В западных странах проблемы СМИ продолжают наиболее интенсивно изучаться в США. Их теоретические разработки и конкретные методики до сих пор широко используются в странах Европы, Азии, Латинской Америки и других странах. Однако в ряде европейских стран, например, в Англии, накоплен значительный опыт собственных исследований.

Литература по проблемам массовой коммуникации, особенно в США, сейчас насчитывает тысячи наименований и практически необозрима. В 1990-е гг. в России стали появляться первые переводы монографий по массовой коммуникации некоторых известных американских исследователей. В начале XXI столетия начали публиковаться и первые результаты исследований интернет-СМИ.

Регулярные исследования каналов массовой коммуникации проводят различные исследовательские центры. Наиболее известные из этих организаций в США – «Нильсен компани», «Гэллап-медиа», «Ропер организейшн», «Арбитрон рейтинг компани»; в Великобритании – Комитет по изучению аудитории, Исследовательская служба Би-би-си; во Франции – Центр по изучению общественного мнения, Центр изучения рекламы, компания «Медиаметри» и др. На проведение исследований различных каналов массовой коммуникации тратятся огромные средства. Такого рода исследования поставлены на «индустриальную основу». Они используют стандартные методы сбора информации. Как правило, компании специализируются по отдельным методам.

Коммуникационные сети и параметры их описания (размер, включенность, способность к взаимодействию, связанность, плотность, централизация, симметрия, транзитивность). Коммуникационная сеть – это соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков. В данном случае рассматриваются не индивиды как таковые, а коммуникационные отношения

между индивидами. Коммуникационная сеть включает потоки посланий или сигналов между двумя и более индивидами. Коммуникационная сеть концентрируется на выработанных в организации образцах этих потоков. А не на том, удалось ли передать значение или смысл послания.

Исходя из отечественного и зарубежного опыта, можно выделить три вида коммуникационных сетей:

- открытые, в этих сетях движение команды или информации может быть остановлено, так как попадает в тупик, то есть к элементу структуры управления, находящемуся в конце канала. Одновременно движение может встретить препятствие в виде посредника или контролера, но который по каким-то причинам этому движению препятствует (останавливает, искажает, направляет в другую сторону) и которого нельзя обойти;

- замкнутые, в них тупики и контролеры либо отсутствуют, либо могут быть обойдены;

- комбинированные сети сочетают в себе оба принципа построения и присущи крупным многоуровневым предприятиям.

Рассмотрим более обстоятельно каждый из видов сетей, их преимущества и недостатки, помня при этом, что речь идет об их принципиальных схемах, а не о «портретах» тех или иных реальных организаций или подразделений.

Наиболее простой вид открытой коммуникационной сети – линейная, называемая змеей (рис. 8). Она характеризует элементы структуры управления А и Б, которые соединяясь находятся в тупиках, а В выполняет роль не только посредника коммуникаций, но может контролировать их. Такая сеть соединяет работников одного уровня управления, имея чаще всего неформальный характер, или является элементом более сложной сети.



Рис. 8. Открытая коммуникационная сеть

Если число звеньев, принадлежащих к нижнему уровню иерархии управленческой структуры, не выходит за пределы диапазона контроля, наиболее подходящей для нее является коммуникационная сеть, называемая звездой позволяет оперативно получать информацию, концентрировать ее в центральном звене А и в кратчайшие сроки направлять исполнителям Б, В, Г (рис. 9). Звену А легко поддерживать порядок в управлении, поскольку при коммуникациях отсутствуют посредники и неформальные каналы, что делает невозможным появление различного рода «возмущений». Однако для крупных управленческих структур такая коммуникационная сеть непригодна. Центральное звено А уже не в состоянии выработать самостоятельно все решения и доводить их до исполнителей. В этом случае появляется помощник (посредник) Б, конкретизирующий команды и распределяющий информацию между исполнителями В, Г, Д. Являясь представителем среднего уровня управления и играя вторые роли, на деле он получает огромную власть, так как контролирует информацию и может навязывать свою волю первому лицу. Такая сеть получила название шпора (рис. 10).

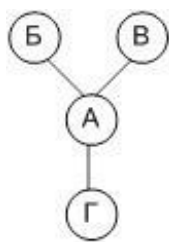


Рис.9. «Звезда»

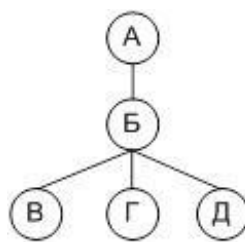


Рис. 10 «Шпора»

В сетях типа *звезда* и *шпора* число коммуникационных каналов, сходящихся к центральному элементу, на практике может бесконечно расти и в конце концов превысит

возможности отдельного человека их контролировать. Это обстоятельство ставит естественный предел развитию управленческих структура, следовательно, препятствует расширению самих предприятий, обусловленному ростом масштабов производства.

Поэтому для крупных многопрофильных функциональных структур свойственны иные коммуникационные сети, например, тент и его модификации. Суть этих модификаций, получивших название палатка (рис. 11) и дом (рис. 12) состоит в официальном допущении наряду с вертикальными горизонтальных коммуникационных каналов, посредством которых подчиненные могут напрямую самостоятельно решать многие второстепенные проблемы, что позволяет руководству не отвлекаться на них и сосредоточиться на главном.

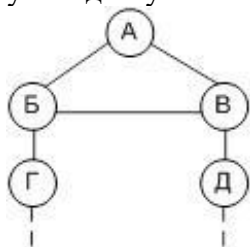


Рис. 11. «Палатка»

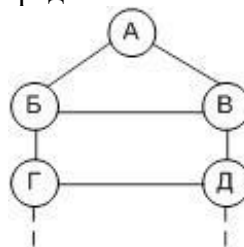


Рис. 12. «Дом»

В «палатке» допускается один уровень горизонтальной коммуникации - между вторыми лицами; в «доме» же такие каналы возможны на всех уровнях управленческой структуры, что придает ему характер замкнутой сети. Практика показывает, однако, что вследствие относительно свободного пользования коммуникационными каналами здесь могут возникать определенные целенаправленные деформации, с помощью которых отдельные субъекты управленческой структуры могут быть сначала выключены из системы коммуникаций, а затем удалены из нее.

Например, на основе предварительной договоренности субъект Д может направлять информацию для А через Б и Г, минуя В, что должен делать в соответствии с формальными предписаниями. Через некоторое время будет нетрудно доказать принципиальную ненужность В и возможность исключения его из управленческой структуры.

В крупных предприятиях он может быть сложным, включающим дополнительные коммуникационные каналы, связывающие всех со всеми. «Круг» характерен для структур с благоприятным морально-психологическим климатом (рис. 13). Он помогает объединять людей, облегчать обмен информацией и идеями, стимулирует творческие процессы.

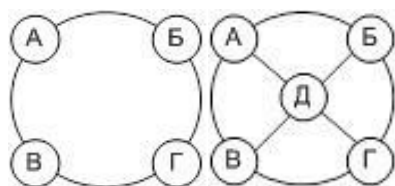


Рис. 13. «Круг»

В крупных предприятиях творческие группы могут быть связаны друг с другом, и тогда коммуникационная структура принимает вид «сот» (рис. 14). Это – сеть комбинированная, представляет собой единство открытой «змеи» и замкнутого «колеса» или «круга». Процесс коммуникаций имеет уже здесь свои тупики, а связники легко превращаются в контролеров. Эти тупики при необходимости можно преодолеть замыканием самой «змеи» с использованием принципа «соединительного звена».

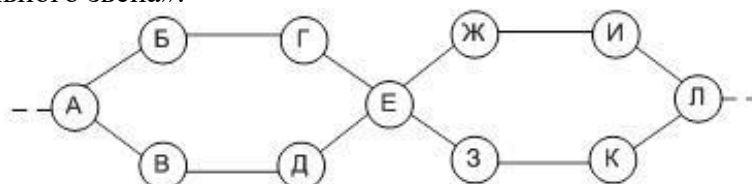


Рис. 14. «Сот»

Коммуникационная сеть организации определяет, кто и с кем взаимодействует.

Формальная структура организации, с другой стороны, определяет разделение ответственности и уровни власти. Таким образом, формальная структура организации предоставляет только часть информации о том, как происходят процессы взаимодействия в организации и, в частности, не объясняет внутриуровневое взаимодействие. Поэтому необходимы дополнительные исследования.

Если по результатам исследований мы составим некую схему взаимодействия внутри организации, то можно заметить некоторые интересные особенности. *Во-первых*, взаимодействие идет гораздо интенсивнее внутри подразделений, нежели между ними. *Во-вторых*, во всех подразделениях это взаимодействие проходит по-разному. В некоторых подразделениях все индивидуумы иницируют и принимают взаимодействие, тогда как в некоторых существуют люди, ни иницирующие, ни принимающие взаимодействия (изолированные) или те, через кого, напротив, проходит практически вся информация («привратники»); ими обычно являются начальники подразделений, хотя не только они.

Социальные медиа и сетевая коммуникация. Новая формация общества начала зарождаться в середине 50-х годов прошлого века. Разработанные в этот период новые сложные технологии вызвали скачкообразный рост создания, распространения и хранения информационных массивов. Внедрение систем глобальной теле- и радиосвязи позволило не только доставлять информацию до получателя практически в реальном времени, но и значительно увеличить число отправителей, создателей информационных продуктов. Технические возможности несоизмеримо выросли, что привело к противоречивому, на первый взгляд, процессу самоограничения аудитории в выборе информационных продуктов, причём этот процесс начался задолго до последовательной цифровизации коммуникативных каналов. Так, бытовые телевизоры уже давно позволяют принимать десятки телеканалов, но в реальности среднестатистический телезритель создаёт для себя набор из 5–8 телеканалов и считает такой минимум достаточным.

Таковую же картину можно наблюдать и по просмотру сайтов в Интернете. Среди десятков миллионов сайтов, дающих доступ практически к любой открытой информации, человек опять же ограничивает себя необходимым минимумом. Противоречие между стремлением к минимизации коммуникационных каналов получателем и стремлением отправителя к увеличению охвата своего сообщения привело к качественным изменениям информационного пространства и моделей коммуникации. Произошёл переход от преимущественно линейного распространения информации к сочетанию линейного и сетевого распространения.

Процесс сетевой коммуникации значительно упростился. Практически с самого начала появления возможности интернет-коммуникаций между участниками стали складываться сообщества. Самыми активными первоначально были сотрудники коммуникационных центров – программисты, которые использовали «открытые конференции» для обмена информацией по производственным и личным вопросам. Создатель открытой операционной системы «Linux» Линус Торвалдс, к примеру, обратился к сообществу разработчиков и пользователей системы «Unix» за консультациями при разработке программного обеспечения и, таким образом, за короткий период смог организовать коллективное творчество многих сотен специалистов.

Потребность в общении с людьми, разделяющими общие ценности, которое не требует больших временных затрат, реализовалась Г. Рейнгольдом в создании сообщества «Well». В России крайне популярна стала сеть межкомпьютерной коммуникации «Fido». С внедрением глобальной сети электронной телекоммуникации «Интернет» начинают появляться такие отдельные сервисы, как «Openspace», «LiveJournal». Количество пользователей росло, но подлинно массовым стало общение при появлении в 2005–2007 гг. социальных сетей «Facebook» (запрещена в России), «Одноклассники», «ВКонтакте». В этот период растёт число как персональных компьютеров (в том числе носимых – ноутбук, лап-топ, планшет), так и мобильных носителей, таких как смартфон. Из почти 70% охваченных Интернетом россиян большинство зарегистрированы в социальных сетях и являются активными пользователями.

Кроме численного роста заметна активная кластеризация сети, образование множества сетевых сообществ. В рамках такого сообщества стирается граница между производителем информации и её потребителем. Члены сообщества начинают генерировать актуальный контент, дополняя коммуникативные функции сообщества функциями медийными. Это приводит к частичному замещению массмедийных каналов получения контента социальными каналами и образованию социальных медиа. Что касается причины столь быстрого распространения сетевой формы коммуникаций и последующей кластеризации социальной сети, образования множества сетевых сообществ и выполнения ими медийных функций, предполагается, что дегенерализованные и децентрализованные связи между членами одного сообщества способствовали не только созданию и распространению информации, но и усвоению информации, воспринимаемой как «нужная». При этом воспринимаемая информация должна содержать используемые получателем коммуникационные коды, то есть знакомые и одобряемые им символы. В классической системе массмедиа считалось, что человек воспринимает сообщение, если оно несёт нечто новое. Именно на различении нового/старого как информации/неинформации указывал в своей работе «Реальность массмедиа» Никлас Луман.

Но, в отличие от линейной коммуникации, в сетевой форме допустимо и даже обязательно, чтобы часть информационного сообщения содержала уже известную и воспринятую ранее информацию. Второй фактор более известен и связан с кодированием сигнала отправителем и декодированием его получателем информации. Так как внутри сетевого сообщества информационные продукты создаются в принятых в данном сообществе коммуникационных кодах, то расход ресурсов на кодирование/декодирование сигнала уменьшается. Информация воспринимается легче, с меньшими затратами ресурсов, что при интенсивном информационном потоке резко повышает вероятность восприятия информационного продукта. Децентрализованное и дегенерализованное распространение информации между людьми/группами людей ведёт к формированию социальной сети. Общество породило социальные сети, а они, получив технологическую основу в виде современных информационно-телекоммуникационных технологий, изменили общество.

С появлением социальных медиа в качестве ведущего переносчика информации внутри сетевого сообщества роль массмедиа в информационном поле изменилась. Социальные медиа уступают в охвате аудитории, но дают возможность воздействия на целевую аудиторию, на сетевые сообщества, разделяющие ценности отправителя сообщения. На зрелой стадии развития социальные медиа дифференцируются и сам факт публикации в социальных медиа (или в определённых массмедиа) уже не является сообщением.

Для человека информационного общества не столь важно то, где впервые появится сообщение, как то, в каких коммуникационных кодах оно будет составлено, насколько будет соответствовать его ценностям. Политическая коммуникация станет возможной при условии распространения посредством комплексного использования и взаимодействия как массмедиа, так и социальных медиа. Сходство ценностей и коммуникационных кодов не означает безусловного сходства мировоззрений, идей и идеалов. Например, «главенство закона» как ценности характерно для людей, разделяющих как консервативные, так и либеральные взгляды. Ценность «патриотизма» разделяют сторонники как левых, так и правых партий, вкладывая в символику различное, часто противоположное содержание.

С ростом информационно-телекоммуникационных технологий, с распространением информации и в более широком смысле распространением знаний в обществе нарастает некое противодействие процессам глобализации и новой самоидентификации человека по признаку принадлежности к большим группам, усиливающим коммуникационный потенциал людей/групп людей. Возрастающий интерес к традициям и обычаям, в том числе религиозного свойства, как раз и связан с их символическим содержанием, так как рациональное, прагматическое значение событий, приведших к появлению того или иного обычая, имело давно утраченное в исторической перспективе основание.

От вполне обоснованного «табу», возникшего в определённый исторический период, в условиях, сложившихся в ту пору экономических, социальных, политических отношений, в настоящее время остаётся только символ, по сути «симулякр», в терминологии Ж. Бодрийяра, воспринимаемый различно различными сообществами. В сочетании с «обитами на этноконфессиональной почве» – подлинными или мнимыми претензиями к другим сообществам – такой символ становится основой коммуникационного кода, способствует формированию сетевого сообщества, принадлежность к которому является фактором самоидентификации индивида.

Символический образ играет большую роль, но в то же время он может быть заменён другими символами, сходными по форме, но различными по содержанию. Это можно наблюдать в политических и религиозно-ориентированных сетевых сообществах. При этом тут нет ограничений на высказывание автором своего личного мотивированного мнения. Декларация ценностей авторов способствует образованию сетевых сообществ, разделяющих близкие ценности со сходным коммуникационным кодом.

Медиа становятся информационно-коммуникационными центрами формирования агрегаций, дифференцирующимися по аксиальному признаку. Детерминация массмедиа по аксиальному признаку не прерогатива современного общества. Массмедиа изначально стремились позиционировать себя как издания для определённой целевой аудитории. Современные информационно-коммуникационные технологии лишь ускорили аксиальный детерминизм медиаресурсов, позволяя каждому из них выразить «собственную реальность» для разделяющих данные ценности людей. Аксиальный детерминизм способствует формированию сетевых сообществ и исключает из информационного поля практически всё, что не входит в сферу интересов человека. Это явление получило название «пузыря фильтров» (“filter bubble”) или «информационного пузыря» как особенности восприятия человека информационного общества. Частично согласны с автором концепции Эли Паризером в том, что информационный фильтр поисковых систем ограничивает доступ к новым идеям и важной социальной информации.

Настройка фильтров систем происходит в результате анализа действий самого человека, который производят самообучающиеся нейронные сети поисковых систем. Для того чтобы найти новую и важную информацию, люди должны приложить дополнительные усилия, ввести нужную информацию в область своих интересов. Информационный поток слишком велик, чтобы человек современного мира мог позволить себе не дифференцировать входящую информацию. С другой стороны, использование этих же алгоритмов позволяет тонко и органично «вплетать» определённую информацию, отвечающую интересам третьей стороны, в ткань индивидуализированного информационного пространства, тем самым, осуществляя контроль мнений и установок аудитории.

Можно наблюдать устойчивый тренд увеличения пользовательского контента за счёт новых форматов коммуникации – мессенджеров и так называемого «стори-формата», что стало возможным благодаря увеличению мобильности пользователей и распространению мобильных устройств. В то же время с совершенствованием автоматизированных систем сбора и анализа информации и трекинговых алгоритмов современные социальные медиа способны формировать индивидуальное информационное пространство пользователя без его прямого участия в данном процессе.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое коммуникационная сеть?
2. Какие бывают виды коммуникационных сетей?
3. Каково преимущество коммуникационной сети типа «колесо»?
4. Основой какой коммуникационной сети является сеть типа «круг»?
5. Кем, где и когда были заложены основы современных исследований массовой коммуникации?

6. Какое средство массовой коммуникации получает развитие в XXI в.?
7. Каким предприятиям присущи открытые коммуникационные структуры?
8. Что оказывает влияние на характер коммуникаций?
9. Каково различие между централизованными и децентрализованными коммуникационными сетями?
10. На какие группы можно разделить социальные медиа?
11. Какое явление получило название «пузыря фильтров» или «информационного пузыря»?
12. Какова тенденция развития социальных медиа на сегодняшний день?

Список использованной литературы

1. Бергер П., Лукман Т. (1995) Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум. – 323 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
3. Бреслер М.Г. Доверие как фактор экономики информационного общества: социально-философский аспект//Вестн. Башк. ин-та соц. технологий. – 2015. – № 1. – С. 76–78.
4. Бреслер М.Г. Трансформация социально-политической коммуникации в начале XXI века: социально-философский анализ//Вестн. Башк. ин-та соц. технологий. – 2015. – № 4. – С. 140-144.
5. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышление об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория: Изд-во Гуманит. ун-та, 2004. – 328 с.
6. Луман Н. Реальность массмедиа/Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001>, свободный.
7. Михайличенко Д.Г., Сафронов К.Ю. Противодействие религиозному экстремизму в социальных сетях. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2016. – 123 с.
8. Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Пер.с англ. А. Ширикова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с.
9. Силаева В.Л. (2008) Интернет как социальный феномен//Социологические исследования. - № 11. - С. 101-107.
10. Социальные сети. Учебное пособие /сост. И.А.Шахова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2015.
11. Черняева К.О. Культурная идентификация в социальных сетях Интернета//Вестник Поволжской академии государственной службы. - 2010. - № 1.
12. Шарков Ф.И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. – 2014. – Т. 8, № 6. – С. 15–28.
13. Шюц А. (2003) Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / сост. А.Я. Алхасов; пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение». – 336 с.
14. Bashk. Gos. Univ., 2015, pp. 177–179. (In Russian)
15. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. Available at: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001>.
16. Mills D. Semantic Wave 2008 Report: Industry Roadmap to Web 3.0 and Multibillion Dollar Market Opportunities, 2008.
17. Sharkov F.I. The Internet and mass media: Local discourse network in mass communications. *Kommunikologiya*, 2014, vol. 8, no. 6, pp. 15-28. (In Russian)

Тема 6. Сетевая коммуникация и менеджмент знаний

Сетевая коммуникация как новая модель организационной коммуникации в обществе знаний. Сетевая коммуникация – процесс обмена информацией между факторами в сети для получения, трансляции, обмена сообщениями, формирования взаимопонимания и приобретения новых знаний в различных контекстах и культуре.

Умение генерировать, накапливать, транслировать, хранить и практически использовать информацию становится неотъемлемым качеством, необходимым для подготовки современного специалиста. Степень открытости системы образования, ее готовность к инновационным преобразованиям, выработке новых социальных норм и ценностей, трансформация уже имеющихся являются значимым фактором сетевизации общества.

Сетевое взаимодействие способствует созданию дополнительных возможностей для решения общих задач посредством быстрой информационной доступности и постоянной обновляемости материалов совместной деятельности, ее междисциплинарного характера, стимулирования активности субъектов на творческий поиск. Оно содействует расширению кросскультурной коммуникации, лучшему пониманию и осознанию межкультурных ценностей. Сетевое взаимодействие обеспечивает равные возможности для научно-информационного обмена между людьми, направлено на повышение качества образования, обмен опытом, разработками, инновационно-методическими ресурсами. Виртуальное сотрудничество формирует такие качества личности, как медиаграмотность и гибкость мышления.

Коммуникация как социальная наука – средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения. Коммуникация – это не просто общение. Это процесс передачи информации или обмен знаниями. Именно информация и знания были ценными всегда, а сейчас мы можем получать их в куда более легкой форме, чем, например, еще 50 лет назад, благодаря всемирной сети. Коммуникация в социальных сетях имеет свои многочисленные особенности, которые можно распределить по их достоинствам и недостаткам в две большие группы. Группирование особенностей сетевого коммуницирования позволяет более четко представить их смысл и необходимость с точки зрения инициирования и наращивания сетевой активности в принципе. Теория социальных сетей предполагает научение пользователей предвидеть те последствия коммуникации в сетях, которые могут негативным образом сказаться на социальном, финансовом, эмоциональном или каком-либо ином статусе. Важно не исключать также аспекты сетевой активности, которые имеют отношение к безопасности личности.

Позитивная группировка особенностей предполагает возможность быстрого налаживания контактов в сети с тем, чтобы уделить свободное время общению с людьми, которые может быть и совсем неизвестны, но с которыми имеются общие интересы. Круг интересов определяет активность сетевого обмена таким образом, что нередко люди входят из тени сетевого обмена и стремятся встретиться вживую для продолжения общения в натуральном смысле. Таких сайтов довольно много и все они предполагают развитие контактов по натуральному сценарию. Это могут быть сайты путешественников, рыбаков и охотников, тематические сайты по истории искусств и многие другие.

Кроме того, в преимущества социальных коммуникаций в сетях способствуют быстрому анализу какой-либо проблемы, которая актуализировалась в данное время. Но такое преимущество таит в себе скрытую опасность быть вовлеченным в какие-либо группы, деятельность которых уже запрещена по закону или которые могут спровоцировать на противоправное или асоциальное поведение.

Речь идет о том, что огромные возможности социальных сетей способствуют раскрепощению процесса общения и пользователи, ослабив бдительность и самоконтроль, могут быть подвергнуты рискам. Поэтому социальные коммуникации должны быть предметом

научения с детства, а также стать предметом воспитания. Теория социальных сетей предполагает эти направления работы с молодежью, но начинать ее надо с детского возраста.

В социально-психологическом отношении коммуникации в сетях позволяют решать многие задачи совместной деятельности, когда это является примером делового сотрудничества. Примеров на эту тему множество и все они связаны с деловой активностью в сетях (переписка, алгоритмы, формулы, расчеты и многое др.). То есть, такой подход отражает рабочий смысл сетевой активности. Причем в режиме делового коммуницирования каждый пользователь выбирает сам, с кем и сколько по времени ему требуются контакты.

В административном отношении возможности сетей также способствуют регламентации процессов планирования и контроля исполнения. Администрирование прочно связано с таймингом, когда временные критерии задаются по согласованию и позволяют отслеживать процесс технически и без вмешательства человека.

Формат контента не позволяет описать все возможности социальных сетей, которые предполагают значительные преимущества с общением натуральным. В данном случае можно только обратить внимание читателя на такие параметры, как объем информации, скорость ее переработки и контекст подачи. Но важно понимать различия между объектами социальных сетей и объектами искусственного интеллекта, например.

Дело в том, что понимание таких имеющих место различий необходимо для того, чтобы под видом социальных сетей не было все свалено в одну кучу. Такое, казалось бы, примитивное понимание этой необходимости целесообразно для того, чтобы не допустить пересечения активностей в социальных сетях с функционированием систем искусственного интеллекта. Такое недопущение имеет принципиальное значение в теории социальных сетей и прямо касается вопросов административно-правой регуляции активности социальных коммуникаций в сетях.

Предпосылки организационной коммуникации. Коммуникация как социальный и организационный процесс подразумевает не только передачу информации от одного лица другому или группе лиц, но и наличие обратной связи, т.е. какое-либо сообщение о произведенном эффекте. Именно обратная связь позволяет установить определенную общность между людьми как членами той или иной организации, что позволяет им согласованно взаимодействовать и адекватно воспринимать друг друга. Любой отклик на полученную информацию в виде какого-либо сигнала свидетельствует по крайней мере об установлении контакта между партнерами по общению.

Для того чтобы коммуникация развивалась как процесс, становилась полнокровной, ее участникам необходимо иметь общий язык, посредством которого можно адекватно понимать друг друга. Например, русский, английский, китайский, испанский, вообще любой из четырех тысяч языков, существующих на нашей планете. Это могут быть и искусственные языки, такие как эсперанто и интерлингва, сконструированные целенаправленно для цели международного общения. В широком смысле слова любая условная система знаков, которая обеспечивает связь (контакт) между людьми, необходимую для их организационной деятельности, может рассматриваться в качестве языка.

Важнейшая, репрезентационная, функция языка состоит в обозначении определенных объектов, понятий и идей, взаимозависимости между ними. Следует подчеркнуть, что феномен коммуникации возможен лишь при условии единообразного понимания ее участниками тех знаков, которыми они обмениваются. Содержательные стороны процессов кодирования и декодирования информации, используемой при этом, должны соответствовать друг другу. Это относится как к вербальным формам коммуникации, так и к невербальным, предназначенным для передачи информации без языка слов, изучаемых такой отраслью знания как кинесика. Имеются в виду различные выразительные элементы поведения – лицевые экспрессии, жесты и позы.

Коммуникационные аспекты менеджмента знаний. Управление знаниями в современном обществе становится все более конкретной и самостоятельной задачей, для

решения которой необходимы определенные организационные формы менеджмента. Имеется в виду необходимость использования возможностей сетевого обмена информацией таким образом, чтобы структура процесса управления способствовала временной рационализации и максимальной экономической эффективности этого процесса. Коммуникационные аспекты управления знаниями в совокупности представляют определенную систему взглядов на образование человека в условиях его жизнедеятельности. Если современные условия жизни и деятельности большинства молодых людей предполагают их поисковую активность в плане выбора профессии, получение знаний (интеллектуальный капитал), развитие в рамках избранной специальности, постдипломное самосовершенствование и т.д., то роль сетевого обмена переоценить просто невозможно.

Сейчас, например, имеется большое количество публикаций по актуальной тематике интеллектуального капитала, когда вариации профессиональных выборов и развития достаточна широки в плане менеджмента знаний. От самообразования с использованием сетевых технологий до командного (группового) обучения в удаленном режиме. Но коммуникационная составляющая такого менеджмента является доминирующей, определяющей.

Соответственно, возникает вопрос умения выстраивать разумные концепции коммуникаций как инструмента образовательной деятельности. В нашей стране в последние годы активно используется система lms (Learning Management System), то есть система управления знаниями. Модификаций этой системы много. Например, такие, как Mirapolis LMS, Teachbase, WebTutor, Unicraft, eTutorium LMS. Имеются и другие. Коммуникационный смысл использования таких систем заключается в реализации потенциала знаний по накоплению интеллектуального капитала путем использования дистанционного инструментария. Можно считать, что такие системы управления знаниями представляют собой локальные сети, объединяющие всех участников коммуникационного процесса на пути к достижению поставленной цели – получению знаний.

Но только локальных сетей для полноценного менеджмента знаний явно недостаточно. Дело в том, что имеют место закономерные следствия коммуникационной активности, которые выражаются в необходимости обсудить детали общения, например, в lms. Обучающиеся стремятся выйти за пределы локальных формализованных систем для того, чтобы продолжить общение в неформальной обстановке. Создаются различные группы (беседы и т.п.), предназначением которых как раз и являются возможности детализировать не столько сам учебный процесс, сколько особенности его организации (устраивает ли преподаватель, посоветоваться друг с другом и др.). Стремление к выходу за пределы формальной сетевой организации имеется всегда именно по этой причине, несмотря на имеющиеся на локальной платформе возможности обсуждения любых вопросов (чаты и др.).

Менеджмент знаний и накопление интеллектуального капитала не сводятся только к учебной (образовательной) деятельности. Эта деятельность связана с воспитательной работой, проведением мероприятий профилактического характера, проектной деятельностью и научными исследованиями. Эти направления работы с обучающимися организуются в смешанном формате, когда сетевые коммуникации используются активно. По этой причине кураторы и тьюторы учебных групп становятся равноправными участниками сетевого обмена, нередко испытывая определенные трудности по управлению активностью обучающихся.

Такие трудности имеют объективную природу и связаны с так называемой теневой активностью молодых людей в социальных сетях. С одной стороны, сетевая активность молодежи – это вполне нормальное явление, но с другой стороны, иногда возникают ситуации, когда молодежь втягивается в опасные компании сетевого обмена. Это не дефект управления менеджментом образования и не вина конкретных кураторов или тьюторов, сколько их беда. Дело в том, что даже находясь в одной группе, не всегда становится возможным распознать социальные настроения участников.

Поэтому возникает вопрос наращивания активности внесетевого обмена информацией, когда образовательные учреждения проводят мероприятия общественного характера при обязательном очном присутствии всех обучающихся на площадке обсуждения проблем. Как свидетельствует практика, такая организация процессов по управлению образовательной деятельностью привлекательна, в первую очередь, именно для самих обучающихся.

В образовательных учреждениях (вузах) проходят обучение иностранные студенты, работа с которыми имеет определенные особенности и возложена не только на учебные управления, но и на управления по воспитательной и социальной работе, управления по международной интеграции и работе с иностранными студентами. При организации такой работы используются методические рекомендации для педагогических работников по проведению в образовательных организациях высшего и среднего образования профилактических мероприятий по вопросам противодействия распространению террористической идеологии среди иностранных студентов, прибывших для обучения в Российскую Федерацию. Ведется профилактическая работа, которая направлена на формирование у молодежи мировоззрения, устойчивого к пропаганде экстремистских идей.

В качестве примера можно привести организацию работы в Московском политехническом университете. В университете создана атмосфера, в которой нетерпимость, жестокость, насилие и агрессия единодушно отвергаются как недопустимые формы взаимоотношений. С указанными выше методическими рекомендациями были ознакомлены как преподаватели, так и сотрудники университета, которые используют их в своей работе. В условиях распространения пандемии COVID-19 среди населения страны, в Московском политехническом университете была разработана в качестве новой формы воспитательной работы по профилактике и противодействию распространения идей экстремизма, проведение мероприятий с использованием интернет ресурсов, социальных сетей, приглашая к участию в них сторонних специалистов (круглые столы, тренинги, конференции, тематические конкурсы литературных и творческих работ и т.п.).

Распоряжением деканов факультетов за каждой учебной группой закреплен куратор из числа преподавателей, которые обладают достаточным набором компетенций для учета возрастных, психологических и когнитивных особенностей развития обучающихся. По данной проблематике ведется взаимодействие университета и органов МВД с целью формирования эффективной и качественной системы профилактики, препятствующей появлению и распространению экстремистской и террористической идеологии в образовательной среде.

В качестве инструментов современной оперативной коммуникации кураторами учебных групп созданы беседы со студентами в мессенджере WhatsApp. Проводятся встречи студентов с лекторами, ораторами, гостями, представляющими различные социальные институты.

С целью предупреждения распространения экстремистской и террористической идеологии в современном обществе проводится работа, направленная на предупреждение вовлечения молодежи в экстремистскую деятельность. Принцип адресности в работе среди иностранных студентов реализуется с учетом таких индивидуальных характеристик молодежи, как возрастной состав, гендерная принадлежность, социальный статус, конфессиональная и этническая принадлежность, что позволяет сформировать своеобразный социальный паспорт учебной группы в целом. Систематизация информации такого рода позволяет на ранних стадиях выявлять и предупреждать неконструктивное поведение со стороны обучающихся.

В целях профилактики экстремизма и улучшения психологического климата в многонациональной студенческой среде университета (включая иностранных граждан), предусмотрена организация и проведение таких новых форм социально-воспитательной работы, как проведение вебинаров, веб-курсов, скайп-лекций с возможным участием собственных специалистов вуза в области права, истории, религиоведения, культуры, педагогики, психологии и др.

Принцип учета групповых и индивидуальных форм работы с иностранными студентами реализуется через использование групповых форм работы при первичной профилактике и

индивидуальных форм – при вторичной профилактике. На всех курсах внедрено проектное обучение, проводятся массовые, в том числе командные мероприятия. В качестве индивидуальной работы с иностранными студентами проводятся беседы, информирование посольств об успехах и сложностях, возникающих у иностранных студентов. Некорректное поведение некоторых иностранных студентов рассматривается на дисциплинарной комиссии с последующим вынесением дисциплинарного взыскания и дальнейшим взаимодействием с куратором учебной группы.

Принцип максимальной активности личности заключается в привлечении к профилактической работе самой молодежи. Активнее всего это проявляется через работу формальных и неформальных лидеров коллективов, представляющих собой команду старост и заместителей старост. Состав таких команд представлен, как правило, студентами с активной гражданской позицией, харизмой, имеющими авторитет в коллективе и не подверженными чуждому влиянию.

Большую роль в реализации подхода «сверстник-сверстнику» играют студенческие кураторы, которые зачастую на понятном их поколению языке объясняют иностранным студентам 1 курса те или иные модели социального поведения, повышают уровень взаимопонимания студентов и профессорско-преподавательского состава, призывают к взаимному соблюдению этических норм и общепринятых правил поведения в университете, стремятся к повышению корпоративной культуры.

При организации работы по профилактике молодежного экстремизма особенно отличается своей активностью первичная профилактика. В рамках этого уровня профилактики ведется большая работа по формированию альтернативы экстремистской и террористической деятельности. Мероприятия спортивного, интеллектуального, творческого, научного, волонтерского и других направлений плотно заполняют существующий вакуум и пустоты в жизни иностранных студентов и молодых людей, которыми могут воспользоваться вербовщики.

Еженедельно проводятся кураторские часы (дистанционно) на важные и злободневные темы. На кафедрах реализуются совместные научные проекты студентов и преподавателей. Происходит реализация дополнительных образовательных программ, проектов, связанных межкультурным диалогом, межнациональным, межэтническим и межконфессиональным согласием.

Ярким примером такой работы в Московском политехническом университете является ежегодный Международный конкурс-фестиваль национальных культур «Мы все за Мир!». В 2020 году Международный конкурс проводился в онлайн-формате. Задачи фестиваля: создание условий для воспитания уважительного отношения к национальным традициям и культуре, пропаганда традиций и культурного наследия народов, привлечение внимания к социально значимым проблемам по предотвращению возникновения и распространения радикальных идей в студенческой среде, формирование у студентов неприемлемости идей терроризма и экстремизма.

В рамках обучающих семинаров, волонтерского центра, происходит обучение иностранных студентов навыкам бесконфликтного общения, технике невербального общения, способам ведения переговоров. Совместные творческие проекты студентов различных культурных, религиозных и этнических групп занимают призовые места на уровне региона и международном уровне. Например, Международный конкурс видеороликов «Рецепты приготовления блинов» в онлайн формате, организованный Московским Политехом, второе и третье место у иностранных студентов Московского Политеха из Ирана и Афганистана, Международный заочный творческий конкурс плакатов с хештегом #БудущееБезТерроризма#ТерроризмБезБудущего#, третье место у иностранного студента Московского Политеха из Республики Конго.

Так в рамках проектной деятельности Московского Политеха, ежемесячно проводятся в онлайн формате мероприятия для иностранных обучающихся с участием слушателей

подготовительного отделения Московского Политеха, направленные на изучение русского языка и русской культуры, такие как: «Русские традиции», «День русской национальной кухни», «Давайте познакомимся», встреча - дискуссия «Первый в космосе», Международный конкурс чтецов «Поэзия Победы» и т.д., среди иностранных студентов и т.д. Участие в таких мероприятиях иностранных студентов создает возможности преодоления предрассудков и стереотипов. Студенты имеют возможность познакомиться поближе с культурой и историей нашей страны, её языком, традициями, и конечно, людьми. Опыт обучения в России, полученный в Московском Политехе, безусловно, так или иначе проявится в родной стране иностранных студентов. Межкультурные отношения в вузе важны и для российских студентов: в многонациональной стране опыт межкультурного взаимодействия не будет лишним. Расширение потока иностранных студентов в учебное заведение приводит к увеличению финансирования образовательного учреждения, а также появлению самой возможности заявить о себе как об учебном заведении с образовательными традициями, высоким качеством образования и пр.

В привлекательности обучения в России, конечно, ключевую роль играет объективный позитивный образ нашей страны, сложившийся в сознании иностранцев, а также информация о качестве образования.

Привлечение иностранных граждан подготовительного отделения Московского Политеха к участию в мероприятиях с целью развития их личности и внутреннего потенциала, создание информационного пространства, освещающего жизнедеятельность Московского Политеха, организация ряда мероприятий, способствует сплочению иностранных граждан подготовительного отделения со студентами - иностранцами вуза; пониманию, насколько иностранные граждане обладают знанием русского языка и русской культуры. Участие и привлечение иностранных граждан подготовительного отделения в подобные мероприятия поможет расширить предметные знания, добавит новые компоненты в расширение кругозора личности; оснащая человека новыми средствами познания, проводимые мероприятия в значительной мере способны усиливать мотивацию образовательной деятельности, вызывая необходимость личности полнее проявить себя, что само по себе является весьма привлекательным дополнением к основному образованию для иностранных слушателей Московского Политеха.

Формированию у обучающихся патриотических чувств и укреплению у них межнациональных и межконфессиональных отношений был посвящен круглый стол на тему «Интернет: друг или вербовка» (в соотв. стр. 29, 30, 32 Методических рекомендаций). В этом международном мероприятии в формате онлайн, которое прошло на базе Московского политехнического университета, приняли участие более 100 человек из разных стран, таких как: Таджикистана, Узбекистана, Казахстана, Киргизии, Молдавии, Афганистана, Кубы, Вьетнама, Китая, Индии, Конго, Бангладеш

Существенным элементом работы является взаимодействие с органами исполнительной власти в субъектах Российской Федерации, осуществляющих государственное управление в сфере образования. Вуз является активным участником мероприятий, приуроченных ко «Дню солидарности в борьбе с терроризмом».

Все эти мероприятия были проведены в дистанционном формате и представляют собой яркий пример публичного обмена информацией в сетях. В широком смысле они отражают результат функционирования менеджмента по управлению знаниями с использованием потенциала социальных сетей и коммуникационные аспекты менеджмента знаний в целом.

Иновационный потенциал сетевой коммуникации. Сетевая коммуникация – средства обмена информацией через Интернет. совокупность характеристик социально-экономической системы (предприятие, город, регион, страна), определяющих ее способность по созданию, внедрению и распространению новых идей, технологий и продуктов. Интернет видеоизменил политическую коммуникацию и сегодня представляет собой фундаментальную

площадку, на основе которой происходит взаимная адаптация оффлайн- и онлайн-политических акторов.

Термин «коммуникация» укоренился в политической науке только в XX в., ранее же он использовался как технический термин. Новое понимание коммуникации было вызвано необходимостью обозначить становление демократических практик, открытость мировых политических процессов. Упрощенный (редуцированный) подход к трактовке человеческого инновационного потенциала (ИП) и его роли в современном обществе. В рамках такого упрощенного подхода инновационный потенциал работника принято рассматривать как комплекс четырех способностей:

- к восприятию новой информации;
- к приращению своих профессиональных знаний;
- к выдвиганию новых конкурентоспособных идей;
- к нахождению решений нестандартных задач и новых способов решения стандартных задач.

Гипотеза: среда, формирующая инновационный потенциал молодежи (новационные свойства + социальные навыки и коммуникативные компетенции + ценностные ориентации), должна обладать для этого параметрами, обеспечивающими широкие возможности для самореализации молодежи как будущих инноваторов: системностью, коммуникационностью, сетевой структурой, открытостью, саморазвитием, нелинейностью, синергетическим конструктивизмом, сочетанием принципов свободы и управляемости, высокой новизной, рефлексивностью, полисубъектностью, взаимодействием социальных субъектов, исследовательской (проектной) направленностью, образовательным характером, эмоциональным воздействием, способностью удовлетворять амбиции, проникновением в повседневность.

Воспроизводство знаний в социальных сетях. Коммуникативный акт – побуждение к действию. Так считают И.В. Кирия и А.А. Новикова в книге «История и теория медиа». В любых, даже самых сложных ситуациях, коммуникация всегда обладает побуждающими мотивами, а значит и предполагает определенный вид действия. Под действием могут пониматься любые манипуляции: желание навязать свою точку зрения субъекту или изменить своего отношения к нему.

Интернет в современном понимании этого слова - не просто инструмент для взаимодействия людей друг с другом или для получения определенной информации. Это особый мир коммуникации, интерактивное пространство для взаимодействия огромного количества людей по всему миру, которые все вместе создают информационную среду. Это особая коммуникативная среда, где массовая коммуникация тесно переплетается с интерперсональной коммуникацией.

Специфические характеристики представления информации в сети Интернет:

- *мультимедийность*, что подразумевает соединение в одном продукте видео, аудио, текста, таких визуальных форм как информационная графика, фото, анимация, рисунок и пр. Мультимедийность предлагает пользователю более богатый опыт восприятия истории.

- *гипертекстуальность*, что обеспечивает расширение объемов и содержания информации, а также, обеспечивает функцию запоминания и хранения информации в сети. Гипертекст - система связей, соединяющая различные тексты при помощи встроенных в них гиперссылок.

- *интерактивность* – это возможность информационного взаимодействия с пользователями, как с отдельными, с группами пользователей и аудиторией в целом.

Интернет сегодня рассматривается как полноценная информационная медиасреда, подобная телевидению, радио и пр. Тем не менее, ошибочно относить Интернет в целом к средствам массовой информации. Такое повышенное внимание к развитию средств коммуникации влечет за собой глобальный процесс познания информации. С помощью таких средств коммуникации повышается интеллектуальный потенциал у современных людей.

Происходящая техническая и информационная революция приводят к возрастанию уровня знаний, что повышает технические возможности обработки и усвоения информации.

У интернета есть один большой недостаток - иногда он оказывается слишком интересным для человека, заставляя его проводить много времени онлайн даже и не замечая этого. Запланированный час в интернете может спокойно превратиться в несколько часов. По данным анонимного опроса на личной странице в социальной сети ВКонтакте, 44 человека из 97 опрошенных (45,4%) ответили, что всегда проводят в интернете больше времени, чем планировали; 40 человек (41,2%) ответили, что проводят в интернете столько времени, сколько захотят; 7 человек из 97 (7,2%) ответили, что обычно слишком заняты и не могут себе позволить долго сидеть онлайн; 6 респондентов (6,2%) признались, что никогда не задумывались о количестве времени, проводимом в интернете (рис. 15).

С мобильными телефонами, которые имеют доступ в интернет, все еще серьезнее. Пользователь может постоянно отвлекаться для того, чтобы проверить лайки в Instagram (запрещена в России) или новые сообщения от друзей в ВКонтакте или на Facebook (запрещена в России). По данным российского филиала исследовательского концерна GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) Group за январь 2017 года, в 2016 году аудитория Интернет-пользователей в России в возрасте от 16 лет и старше осталась на уровне 2015 года – 70,4%, что составляет порядка 84 млн. человек. А вот прирост российской аудитории пользователей Интернет на мобильных устройствах в 2016 году составил 6 млн. человек. В настоящее время 56 млн. россиян в возрасте от 16 лет пользуются Интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах (46,6% от всей аудитории). При этом интенсивный рост аудитории наблюдался только на смартфонах – с 37,2% в 2015 году до 42,1% по итогам 2016 года. Пользование Интернетом на планшетах практически не изменилось. Можно ожидать, что в 2024 году рост аудитории мобильного Интернета продолжится, несмотря ни на какие обстоятельства.



Рис. 15. Результаты опроса на предмет интернет-активности

Таким образом, можно сделать вывод, что социальная сеть – это сайт или мобильное приложение, которое позволяет пользователям оперативно обмениваться друг с другом информацией.

Управление организационным знанием. Управление знаниями является одной из основных концепций управления, влияющих на современные тенденции развития бизнеса. Основная цель управления знаниями состоит не только в повышении эффективности и

производительности компании, но также в создании долгосрочного конкурентного преимущества, потенциала успешного функционирования компании в течение последующих лет. Это необходимо для всех организаций любых отраслей.

Управление знаниями (knowledge management) (УЗ) - процесс управления, фокусирующийся на том, как организация определяет, создает, приобретает, распределяет и применяет знания.

Анализ определений УЗ позволяет выделить суть процесса управления знаниями - найти, извлечь, упорядочить и распространить, то есть сделать доступными знания, накопленные организацией, и применить их при решении стоящих перед организацией задач.

В зависимости от масштаба, УЗ в организации может быть реализовано в виде отдельной инициативы или проекта в области УЗ (например, пилотный проект в одном отделе, с последующим дальнейшим распространением УЗ в компании, подкрепляемое опытом успешной реализации в данном подразделении), отдельных функций УЗ, применяемых в организации, или системы УЗ, включающей всю совокупность функций и методов УЗ, используемых всеми сотрудниками в повседневной работе. Большинство компаний обычно начинают управлять знаниями с внедрения пилотных, экспериментальных проектов. Проекты по УЗ нацелены на совершенствование видов деятельности в сфере знаний.

Управление знаниями ставит перед собой следующие задачи:

- определение потребности организации в знаниях;
- идентификация знаний, которыми обладает организация;
- оценка знаний;
- получение знаний, представляющих ценность, извне;
- организация знаний в документы, базы, приложения;
- распространение знаний между подразделениями организации;
- обеспечение ускорения процесса передачи или распространения знаний для того, чтобы все сотрудники могли найти и воспользоваться необходимыми знаниями без существенных затрат времени;
- использование применимых знаний в деловых процессах и при принятии решений;
- воплощение знаний в продуктах и/или услугах;
- обмен полезными знаниями с деловыми партнерами;
- защита знаний;
- генерация новых знаний, в частности, поощрение создания новых знаний путем мотивации сотрудников;
- оценка ценности знаний для компании и влияния УЗ.

Организационные изменения (organizational changes) (ОИ) – это любые перемены в организации, вызванные внутренними и внешними причинами. Объектом ОИ может быть любой организационный элемент - продукт, персонал, организационная структура, организационные процессы, технологии производства, система коммуникаций, отношения с клиентами и т.п. В данном случае рассматривается новый уникальный объект ОИ - организационные знания, интеллектуальный капитал компании.

Интеллектуальная организация стремится управлять своей базой знаний эффективно и продуктивно таким же образом, как стремится делать это со своими человеческими, финансовыми и другими ресурсами. Управление знаниями, прежде всего, связано со следующими процессами:

- с генерацией знаний – индивидуальным или организационным обучением;
- с формализацией знаний – разработкой принципов, правил и процедур;
- с сохранением знаний – определением подходящего типа носителей для сохранения, которые допускают распределение знаний;
- с диффузией знаний – распределением знаний в пределах организации и в ограниченном варианте за ними;

- с координацией и контролем знаний – обеспечением того, что организационное знание точно и постоянно используется.

Организационный контекст данных действий жизненно важен для эффективного управления знаниями. Этот контекст включает в себя:

- организационную культуру;
- организационную структуру;
- организационную инфраструктуру и коммуникации.

Создание организационного контекста интеллектуальной организации требует, чтобы организация училась не только вести свой бизнес относительно бизнеса, но и осуществлять сам процесс такого обучения. Она должна постоянно стремиться улучшать свою культуру, структуру и инфраструктуру, если хочет улучшить процессы индивидуального и организационного обучения.

Вопросы для самопроверки:

1. Дать определение термину «сетевая коммуникация».
2. Дать определение понятию «организационная коммуникация».
3. Какие виды коммуникации бывают?
4. Какие правила этикета в общении, с помощью сети Интернет?
5. Перечислите элементы поведения.
6. Какое новое направление организационной государственной деятельности возникло в 1990-х годах?
7. Назовите процессы, которые затрагивают коммуникационные аспекты менеджмента.
8. Какие специфические характеристики представления информации в сети Интернет?
9. Дайте определение «knowledge management».
10. С какими процессами связано «управление знаниями»?
11. Расскажите про организационный контекст. Где применяется?
12. Что такое «феномен коммуникации»?

Список использованной литературы

1. Бергер П., Лукман Т. (1995) Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум. - 323 с.
2. Бронников И.А. Политическая коммуникация и современность // Юридические исследования. – 2013. – № 4. – С. 66 - 88. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.4.702
URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=702
3. Borisenkov A.A. O demokraticheskoi politicheskoi kul'ture i politicheskoi progresse // NB: Filosofskie issledovaniya. - 2012. - 2. - С. 53 - 74. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_81.html
4. Ershova GG. Antroposistema: kommunikativnye modeli i reguliruemaya integratsiya // Istoricheskii zhurnal: nauchnye issledovaniya. – 2012. – № 4. – S. 104-107.
5. Miles R., Snow C. Network Organization: New Concepts for the New Firms // California Management Review. 1986. Vol. 28. № 2. P. 62—73.
6. Nazaretyan A. Evolution of Non-Violence: Studies in Big History, Self-Organization and Historical Psychology. Saarbrucken: LAP, 2010.
7. http://journals.tsu.ru/uploads/import/994/files/st_9.pdf

Тема 7. Методы изучения социальных сетей

Методы анализа социальных сетей и их классификация. В настоящее время в анализе социальных сетей выделяют четыре основных направления исследований: структурное, ресурсное, нормативное и динамическое. В *структурном подходе* все участники сети рассматриваются как вершины графа, которые влияют на конфигурацию ребер и других участников сети. Основное внимание уделяется геометрической форме сети и интенсивности взаимодействий (весу ребер), поэтому исследуются такие характеристики, как взаимное расположение вершин, центральность, транзитивность взаимодействий. Для интерпретации результатов в данном направлении используются структурные теории и теории сетевого обмена.

Ресурсный подход рассматривает возможности участников по привлечению индивидуальных и сетевых ресурсов для достижения определенных целей и дифференцирует участников, находящихся в идентичных структурных позициях социальной сети, по их ресурсам. В качестве индивидуальных ресурсов могут выступать знания, престиж, богатство, раса, пол. Под сетевыми ресурсами понимаются влияние, статус, информация, капитал.

Нормативное направление изучает уровень доверия между участниками, а также нормы, правила и санкции, которые влияют на поведение участников в социальной сети и процессы их взаимодействий. В этом случае анализируются социальные роли, которые связаны с данным ребром сети, например, отношения руководителя и подчиненного, дружеские или родственные связи. Комбинация индивидуальных и сетевых ресурсов участника с нормами и правилами, действующими в данной социальной сети, образует его «сетевой капитал». В упрощенном виде «сетевой капитал» можно рассматривать как сумму некоторых преимуществ, которые участник может получить в произвольный момент времени для достижения некоторой цели.

Динамический подход – направление в изучении социальных сетей, в котором объектами исследований являются изменения в сетевой структуре с течением времени: по каким причинам исчезают и появляются ребра сети, как сеть изменяет свою структуру при внешних воздействиях, существуют ли какие-либо стационарные конфигурации социальной сети и др.

Рассмотрим немного подробнее перечисленные направления анализа социальных сетей в терминах решаемых задач.

Структурный анализ и анализ поведения связей в социальных сетях необходим для того, чтобы определить наиболее важные вершины, связи, сообщества и развивающиеся регионы сети. Такой анализ позволяет осуществлять обзор глобального эволюционного поведения сети. При структурном анализе и анализе поведения связей используются методы статистического анализа, методы определения сообществ, алгоритмы классификации.

Статистический анализ социальных сетей. Например, как меняется структура сети в процессе роста или как меняется поведение и распределение связных компонентов графа. Со временем к сети добавляются новые сущности, но, несмотря на это, некоторые свойства графа могут сохраняться.

Определение сообществ в социальных сетях. Этот вопрос является наиболее важным в анализе социальных сетей, хотя довольно близок к задаче классификации. Цель – попытаться определить регионы сети, внутри которых происходит активное взаимодействие участников. Алгоритмически эту задачу можно отнести к задаче о разделении графов. Нужно разделить сеть на плотные регионы на основе поведения связей между вершинами. Компьютерные социальные сети динамические, что приводит к затруднениям с точки зрения выявления сообществ. В некоторых случаях удается интегрировать информационное содержимое сети в процесс определения сообществ. Тогда контент является вспомогательным средством для выявления групп участников с похожими интересами.

Анализ содержания социальных сетей. Можно выделить четыре вида анализа контента сети:

- анализ общей информации с произвольными типами данных;
- анализ текста;
- анализ мультимедиа;
- сенсорный и потоковый анализ.

Анализ медиаданных. Для обнаружения полезных бизнес-приложений можно анализировать социальные медиасети. Техники анализа данных предоставляют исследователям и специалистам инструменты для анализа больших, комбинированных, постоянно меняющихся медиаданных.

Анализ текстовой информации в социальных сетях. В вершинах социальной сети содержится много текстовой информации в различных формах, например, ссылки на посты (сообщения), блоги или статьи с новостями. Иногда пользователи могут отмечать друг друга, что тоже является формой текстовой информации в виде ссылок. Использование контента сети может сильно улучшить качество выводов при анализе социальных сетей, например, в задачах кластеризации и классификации.

Интеграция данных, поступающих с датчиков, и социальных сетей. Многие современные сотовые телефоны поддерживают возможность взаимодействия пользователей друг с другом динамически в режиме реального времени в зависимости от их местоположения и статуса. Подобные приложения также приводят к образованию потоков массивов в режиме реального времени. Их применяют для того, чтобы получить информацию о человеке или совокупности свойств объектов, которые отслеживаются. Поскольку информация о местоположении пользователя является личной, естественно возникает ряд проблем с точки зрения обработки, исследуются методы интеграции данных, поступающих с датчиков, и данных в социальных сетях.

Анализ мультимедийной информации сети. Существует много сайтов по обмену средствами массовой информации, например, Flickr и YouTube, которые обеспечивают возможность совместного использования этой информации. Такие средства массовой информации общего пользования часто сочетаются с взаимодействием пользователей – размещением тегов и комментариев в различных изображениях. Поэтому подобные сети могут служить источником для широкого спектра приложений в процессе извлечения и анализа данных.

Расстановка тегов. Большинство взаимодействий между пользователями происходит в форме тегирования (расстановки тегов, отметок), в которых пользователи прикрепляют описания различных объектов в социальной сети, такие как картинки, текст, видео или другая мультимедийная информация. В рамках данного подхода изучают свойства потоков тегов, моделей тегирования, семантику тегов, рекомендации по использованию тегов, визуализацию тегов, приложения для расстановки тегов, интеграцию различных систем тегирования и проблем, связанных с использованием тегов. Интересным вопросом является, например, почему люди расставляют теги, что влияет на выбор при тегировании, как промоделировать процесс подобной разметки, разновидности тегов, как создаются теги и как выбрать правильные теги для рекомендации.

Случайные блуждания и их применение в социальных сетях. Классификация – один из наиболее известных методов в веб-поиске. Например, можно упомянуть алгоритм ссылочного ранжирования (PageRank) для приписывания веса веб-документам. Его основной принцип может применяться для поиска и классификации сущностей и участников в социальной сети. Этот алгоритм использует подход случайного блуждания для того, чтобы оценить вероятность посещения той или иной вершины. Естественно, что вершины, которые лучше расположены со структурной точки зрения, имеют более высокий вес, а значит, являются более важными. Методы случайного блуждания могут быть также полезны для объединения участников в группы относительно наиболее влиятельных участников.

Классификация вершин в социальных сетях. Некоторые вершины удобно снабжать пометками, чтобы их отличительные особенности и структурную информацию можно было

распространить на всю сеть. Например, в маркетинговых исследованиях определенные вершины могут обозначать заинтересованность участников сети в конкретном продукте, и было бы желательно применить характерные особенности этих вершин для изучения других участников на предмет заинтересованности этим продуктом. Для этих целей, кроме того, можно использовать информацию о контенте и структуре социальной сети. Другой пример, когда об одной из двух связанных вершин получены некоторые сведения, для второй эти сведения с большой долей вероятности тоже будут верны. Вот почему структуру связей можно применять для распространения меток среди вершин. Содержимое сети и структурные особенности в дальнейшем могут пригодиться для подтверждения качества полученной классификации.

Анализ социального влияния. Так как в основе социальных сетей лежит взаимодействие между различными участниками, естественно предположить, что это взаимодействие оказывает влияние на участников в терминах их поведения. Классическим примером является применение «вирусного маркетинга» для распространения сообщения между взаимосвязанными участниками через всю сеть.

Конфиденциальность в социальных сетях. В социальных сетях содержится большое количество личной информации об участниках, например, интересы, информация о дружбе, демографическая информация и др. Это может привести к несанкционированному распространению личной информации в сетях. В решении такого типа задач полезно применять модели на основе механизмов конфиденциальности.

Обнаружение экспертов в сетях. Социальная сеть может являться инструментом для выявления экспертов в конкретной области. Часто в реальности эксперты образуют сеть, которая соответствует социальной сети или организационной структуре компании. Многие сложные задачи требуют коллективного решения нескольких экспертов. В подобных случаях получается, что более эффективно можно достигнуть общую цель, когда специалисты сотрудничают друг с другом. Важной задачей данного направления является обнаружение групп специалистов в определенных узких областях.

Эволюция в динамических социальных сетях. С течением времени в социальных сетях появляются новые участники, некоторые участники прекращают взаимодействие, возникают новые связи, некоторые связи устаревают, так как участники перестают взаимодействовать. Это приводит к изменениям в структуре социальных сетей в целом и в отдельных сообществах.

Прогноз формирования связей в социальных сетях. Для извлечения интересующей информации из социальной сети полезны исследования, направленные на определение и предсказание возможных связей между вершинами в будущем. В большинстве приложений для анализа социальных сетей связи считаются динамическими и могут сильно изменяться с течением времени. Например, отношение «дружбы» не меняется. В процесс прогнозирования связей может быть вовлечена как структура сети, так и информация об особенностях различных вершин. Для решения таких задач предлагается строить разнообразные структурные и реляционные модели.

Визуализация социальных сетей. Социальные сети становятся крупнее и имеют все более сложную структуру. Визуализация помогает естественным образом свести воедино информацию о сетях и сделать ее более доступной для понимания. Визуализация в сочетании с взаимодействием помогают аналитикам в описании социальных сетей. Целью этого направления является также поиск ответа на вопрос, как различные модели могут быть использованы для изучения различных аспектов сетей, таких как структура и семантика. Важным является создание алгоритмов, сочетающих методы анализа и визуализации, чтобы улучшить понимание структуры и динамики сети. Как видно, при анализе социальных сетей решается довольно большой круг задач и применяются методы из различных областей знаний.

Моделирование социальных сетей. Теория графов, сетевой анализ. Среди методов анализа социальных сетей основными являются: методы теории графов, в частности изучение ориентированных графов и представляющих их матриц, применяемых для изучения структурных взаимосвязей участника сети; методы нахождения локальных свойств участников,

например, центральности, влиятельности, положения, принадлежности к некоторым подгруппам; методы определения эквивалентности участников, включая их структурную эквивалентность; блоковые модели и ролевые алгебры; анализ диад и триад; вероятностные модели, включая модели марковских процессов.

Любую социальную сеть можно математически представить в виде *графа*

$$G = (V, E),$$

где V – множество вершин графа; E – множество ребер графа; $|V| = N$ – количество вершин в графе.

В графе социальной сети вершинами являются участники, а ребра означают наличие отношений между ними. Отношения могут быть как направленными, так и ненаправленными. Как правило, выделяют два типа отношений: «дружба» (люди знакомы друг с другом) и «интересы» (есть общие интересы, люди входят в одну группу по интересам). Эти отношения используются, например, в FOAF (Friend of a friend) – онтологии описания людей, их активности и отношений к другим людям и объектам. В FOAF описание социальных связей между людьми основывается на транзитивности доверия. Описание алгоритма вычисления уровня доверия (TrustRank) приведено ниже.

Можно выделить три типа графовых моделей.

Стохастические блоковые модели задаются матрицей A размера $N \times N$, где N – число групп (блоков) участников. Элемент $a_{ij} \in [0,1]$ показывает плотность связей между участниками сети, принадлежащими к группе v_i , и участниками, принадлежащими к группе v_j . При этом граф не содержит дополнительных ребер и вершин, соответствующих связям участников внутри одной группы.

Вероятностные графовые модели задаются матрицей A размера $N \times N$, где N – число участников сети. Элемент $a_{ij} \in [0,1]$ показывает вероятность взаимодействия участника v_i и участника v_j в течение определенного периода времени.

Обычные графовые модели задаются матрицей связности A размера $N \times N$

Методы сбора данных (опросные методы, анализ документов, контент-анализ, инвент-анализ). Смешанные методы. *Опросы, осуществляемые с помощью социальной сети* и для ее исследования, обладают определенной привлекательностью для исследователей различных научных направлений – социологов, психологов, экономистов, политологов и других. Это, разумеется, обусловлено рядом их неоспоримых преимуществ по сравнению с традиционными формами таких исследований. К очевидным плюсам и дополнительным возможностям, которые отмечают различные авторы, проводивших опросы, относятся следующие:

- *экономия ресурсов.* По сравнению с традиционными формами опросов граждан (квартирными, телефонными, почтовыми и т.п.), опросы в социальной сети позволяют существенно сэкономить время, деньги и человеческие ресурсы. Во многих случаях, проводя опрос, исследователь получает возможность набрать значительно большее число респондентов и добиться при этом существенно меньшего уровня затрат. Даже расходы, связанные, например, с созданием технических условий для проведения опроса – обслуживанием и эксплуатацией сервера, программистов и т.п. несут сами социальные сети. Не требуется привлечение интервьюеров, размножение инструментария и т.п.;

- *большой объем выборки.* Низкий уровень материальных затрат в расчете на одного респондента позволяет, в свою очередь, при желании добиться существенно большего объема выборочной совокупности – в несколько тысяч, а потенциально, даже в несколько десятков тысяч человек. А это, как известно, снижает величину случайной ошибки измерения;

- *быстрота опроса.* Широкомасштабное и глобальное онлайн-исследование, включающее опрос нескольких тысяч человек по всему миру, можно провести в течение одного-трех дней;

- *возможность оперативного реагирования.* Интернет-опросы позволяют быстро и без дополнительных затрат изменять инструмент исследования в соответствии с новыми данными, полученными в ходе пилотажа (не требуется перепечатка тиража анкет). Даже тогда, когда основной полевой этап уже начался, после возврата первых анкет, у исследователя все еще остается возможность обнаружить недостатки опросника, оперативно их исправить и продолжить исследование уже с преобразованной анкетой;

- *широта охвата.* Исследования через Интернет дают возможность изучать самые разнообразные социальные группы и сообщества, преодолевая государственные границы и любые географические расстояния, осуществлять межнациональные исследования;

- *достижимость.* В Сети можно опросить тех, кто недоступен для социологов в реальной жизни – никогда не пойдет на контакт. С одной стороны, это – проблемные и маргинальные группы населения – наркоманы, преступники, сексуальные меньшинства, проститутки и т.п. А, с другой стороны, наоборот, высоко обеспеченные граждане и люди, обладающие высоким социальным статусом;

- *нацеленность.* Возможность ориентации на специфические выборки, привлечение людей с конкретными, специфическими интересами. Как правило, добиться этого исследователю позволяет приглашение для участия в интервью респондентов из определенного тематического форума, чата или телеконференции;

- *релевантность (самостоятельность).* При проведении Интернет-опросов отмечается значительно более низкий уровень влияния исследователя (интервьюера) на респондента. Соответственно, в ответах респондентов реже встречаются социально одобряемые, социально желательные варианты ответа, нежели в ситуации беседы с интервьюером «лицом к лицу». Кроме того, отмечается, что при ответах на открытые вопросы по электронной почте люди дают более подробные и развернутые ответы, нежели при традиционном анкетировании, а значит, исследование в Интернете, позволяет получить достаточно полную и содержательную информацию при проведении качественных исследований;

- *высокий уровень доверия.* Возможность ответов на анкету без непосредственного контакта с интервьюером позволяет добиться от респондентов более высокого уровня доверия. При участии в онлайн-опросах люди, как правило, выражают свои мысли более искренно и откровенно. Причинами этого, помимо собственно анонимности среды, в которой протекает опрос, является специфическая культура Интернет-пользователей – любознательность, взаимовыручка и готовность прийти на помощь своему собеседнику.

В обычной ситуации, как бы интервьюер ни убеждал человека в анонимности и конфиденциальности полученной информации, все равно, добиться полной откровенности от него будет невозможно. Эта анонимность, по сути, является мнимой, особенно в ситуации квартирных опросов, когда фиксируется адрес респондента и его телефон (а это необходимо делать для осуществления контроля работы интервьюеров). В Интернете, благодаря высокой анонимности, проще привлечь потенциального респондента к участию в опросе. Точно также и исследователю анонимность позволяет задавать такие вопросы, которые он не смог бы задать в ходе личного интервью.

Кроме того, становится возможным охват таких параметров, как:

- *широта охвата предметных полей.* Интернет предоставляет исследователю возможность изучать с респондентами деликатные и закрытые для публичного обсуждения темы: киберсекс, измены супругу, финансовые вопросы, детские болезни и т.п. Большинство людей не согласилось бы обсуждать такие темы в ходе личной беседы с интервьюером. Напротив, в Сети готовность людей принимать участие в интервью и раскрывать многие интимные детали своей личной жизни, достаточно высока. В то же время возможно изучение глобальных проблем, интересующих население планеты.

- *организационная гибкость.* Респондент сам выбирает время и место заполнения анкеты, он находится в своих естественных условиях, в привычной для него среде.

- *строгая логика проведения опроса.* Специальное программное обеспечение позволяет добиться исключения традиционных ошибок, характерных для интервьюеров, например, зачитывания ими скрытых подсказок, таких как «затрудняюсь ответить». Соблюдается точность переходов от вопроса к вопросу. Последующий вопрос не может быть задан, если не получен ответ на предыдущий. Кроме того, в случае необходимости, существует возможность размещения вопросов на веб-странице как списком, так и по одиночке; в определенном или в случайном порядке.

- *оперативный контроль по ходу заполнения анкеты.* Интернет предоставляет исследователю дополнительные возможности программного контроля над заполнением анкеты. Становится возможным выявление логических противоречий в ответах респондента и их исправление, решение проблемы неполных ответов. Специальная программа будет проверять заполнение всех полей в анкете и в случае необходимости напоминать о том, что необходимо ответить на все вопросы.

Анализ документов – это метод систематического анализа документов, направленных на извлечение информации, имеющей значение для целей исследования. Назначение метода: получить информацию о рассматриваемом объекте, содержащуюся в документе; зафиксировать ее в виде категорий анализа; обозначить надежность полученной информации; выработать с ее помощью объективные и субъективные оценочные характеристики изучаемого объекта.

Назначение данного метода – извлечь и зафиксировать информацию из документа, которая потом будет использоваться для изучения проблемы исследования.

Предмет анализа документов включает в себя те характеристики и свойства содержания изучаемого явления, которые соответствуют цели и задачам исследования.

Метод анализа документов применяется во многих эмпирических исследованиях, в том числе в анализе социальных сетей. Ограничение составляет неполная документальная информация, которая требует подтверждения с помощью использования других социологических методов. Также в документах могут содержаться фактические ошибки, на их качество могут повлиять субъективные оценки авторов.

Применение **контент-анализа** в области исследования социальных сетей, выявляет не только основные социальные установки и ориентации создателя текста, но и определяет степень их восприятия в различных социальных группах. Практика применения подобного метода социологического исследования, позволяет осуществить его разделение на две формы, количественную и качественную. По существу, количественная форма, отвечая на вопрос: «сколько», способствует определению структур текста количественно. Качественная форма, отвечая на вопросы: «Как? Почему? Зачем? В связи, с чем?» помогает определить типы текстовых моделей. Применение данного способа исследования социальных сетей носит название SMM (Social Media Marketing, или Маркетинг социальных медиа).

В качестве примера подобного SMM исследования, в рамках данной статьи, приведём контент-анализ пользователей социального сообщества «инстаграм», социальной сети: «*jetpizza_magadan*» за последние три месяца. В качестве инструмента SMM анализа будет применен бесплатный интернет-сервис «*Feedspy*». Интернет-ресурс «*jetpizza_magadan*», по существу, представляет рекламную площадку действующей пиццерии, находящейся в г. Магадан. Представленный контент, в основном, носит рекламный характер и призван увеличить количество покупателей. Количественно, контент-анализ, позволил выявить следующие сведения. Всего в сети зарегистрировано 3107 подписчиков. Из них женская аудитория составила 72% (всего 2237 чел.). Мужчины 28 % (всего 870 чел.). Гендерные различия, позволяют создателю рекламного текста, произвести выбор, в качестве предпочтений, применительно, в основном к женской аудитории. Углубленный качественный анализ, с учетом, работающей аудитории, позволяет выбрать лучшее время для подачи рекламного текста.

Картинка	Сообщение	Заголовок	Описание	Тип поста	Лайки	Комментарии	Er Post	Er Post View	Summary Total Count	Время поста
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ПРИЛЕТЕЛИ С РОЗЫГРЫШЕМ	Правила, как всегда, оч	photo	101	557	21,17799		658	17.11.2020 06:06:29
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ДАРИМ ПИЦЦУ!	КОЖИ-УПравила, как всегда, просты!	photo	66	556	20,01931		622	05.11.2020 06:00:06
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ПРИЛЕТЕЛИ К ВАМ С РОЗЫГРЫШЕМ	Правила, как все	photo	97	461	17,95945		558	22.01.2021 08:25:04
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	НАНЕМ НЕДЕЛЮ СО ВКУСНОГО РОЗЫГРЫША?	Прави	photo	77	381	14,74091		458	21.12.2020 06:38:09
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ПОПЫТАЕМ УДАЧУ?	РОЗЫГРЫШ	photo	81	367	14,41905		448	26.11.2020 07:37:37
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ХОЧЕШЬ ВКУСНОГО?	Правила розыгрыша очень	photo	48	145	6,21178		193	07.12.2020 06:42:32
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	ХОРОШИХ ВЫХОДНЫХ, ДРУЗЬЯ!	Вот и пролетел еще	photo	116	10	4,055359		126	31.10.2020 15:39:31
	https://scontent.cdn.prnl.net/...	КРАСИВО И ВКУСНО	Всегда радуемся, когда гости де	photo	62	6	2,188606		68	19.11.2020 06:45:09
	https://video.cdn.prnl.net/...	СОЕДИНИ И ВЫИГРАЙ ПИЦЦУ!	Друзья, сегодня отме-	video	45	15	1,969309		61	28.10.2020 08:00:17

Рис.16. Фрагмент SMM анализа социальной сети: «jetpizza_magadan» с помощью онлайн инструмента Feedspy

Показатель итоговый вовлеченности (ERday) подписчиков, к опубликованным постам за день составил: 1,7% и призван оценить количество целевых действий подписчиков (лайков, репостов, комментариев, кликов) в пересчете на один пост в новостной ленте (временной отрезок). Всего «лайков»: 2470. Опубликовано комментариев: 2541. Индекс вовлеченности (ERview) к конкретной публикации составил: 0,0%. Отсутствие цифровых сведений не только свидетельствует о крайне низком интересе пользователей сети к рекламному тексту, но также, способно мотивировать создателя текста пересмотреть подходы к его созданию. Показатель вовлеченности на одну публикацию (ERpost) составил 1,9% и отражает сведения о количестве активных подписчиков на каждую опубликованную новость. Применение фильтров инструмента «Feedspy» пользователем, обнаружит вирусные посты, размещенные на первых позициях, поскольку показатель (ERpost) имеет прямую зависимость от количества пользователей и алгоритмов самой сети. Показатель общего количества «лайков» (Summary Total Count), уверенно определяет лидеров рекламной новости. Как видно из анализа, преимущественное большинство позитивных откликов, приходится на рекламные новости о скидках и розыгрышах. Другими словами, размещение в сети информации о скидках формирует у пользователей заметный интерес, усиливая, таким образом, вероятность совершения покупки.

Контент-анализ, как инструмент объективного анализа, позволяет не только выявить важные параметры текстовых источников информации, но и определить характеристики всего процесса коммуникации. Создание объективной картины предпочтений и интересов пользователей, на основе проведенного контент-анализа социальной сети «jetpizza_magadan», позволяет определить направления действий, направленных на реализацию основных задач в области маркетинга, коммуникации, бизнеса, а также конкретизировать медиа цели.

Ивент-анализ — методика (называемая иначе методом анализа событийных данных) направленная на обработку информации, показывающей, кто говорит или делает, что говорит или делает, по отношению к кому и когда говорит или делает. Систематизация и обработка соответствующих данных осуществляется по следующим признакам:

- субъект-инициатор (кто);
- сюжет (что);
- объект (по отношению к кому);
- дата события (когда).

В рамках исследования был проведен ивент-анализ и контент-анализ самых популярных пабликов, видеозаписей и постов, посвященных выборам в 2018 году в городе Ярославле. С помощью ивент-анализа сравнили информацию в СМИ президентских выборов 2012 и 2018 годов. В 2018 году появляется упоминание таких слов: видеонаблюдение, средства, трансляции, интернет, сети. Можно сделать вывод, что в выступлениях политиков все чаще прослеживается упоминание социальных сетей, особенно в предвыборный период. Контент-анализ помог найти наиболее актуальные группы в социальной сети «Вконтакте» для размещения политической рекламы в Ярославской области. Благодаря контент-анализу получена статистика выборов в Ярославскую областную Думу 2018 года. 92% кандидатов, одержавших победу на выборах,

зарегистрированы в социальных сетях и все они публиковали агитационную информацию в своих профилях.

Булева алгебра. Логика нечетких множеств. Булева алгебра стала применяться как качественная методология анализа эмпирического материала, представленного в категориальной форме с помощью не метрической шкалы наименований. При этом оказалось, что данная методология позволяет выполнить ряд задач, которые ранее в политическом исследовании вызывали затруднения.

Булева алгебра возникла как исторически первый раздел математической логики в середине XIX в. и названа по имени Джорджа Буля (1815-1864) — ирландского математика и логика, который первый представил логику в качестве алгебры классов, связанных операторами «и», «или» и «не». С его работ начинается *алгебра логики* и ее составная часть — *алгебра высказываний*, в которой методы алгебры применяются для изучения операций над высказываниями, в отношении каждого из которых можно утверждать только то, что его содержание истинно или ложно. В политологии булева алгебра (как синоним всей алгебры логики) стала использоваться в 1980-х годах нашего столетия, и первым здесь следует назвать Чарльза Рэйджина, работы которого сразу же привлекли внимание исследователей. Появляются и другие публикации, раскрывающие существо использования алгебры логики в политических исследованиях. Алгебра логики начинает использоваться в исследованиях различных феноменов политической жизни, в том числе и публичной политики.

Качественный анализ, например, интервью или документальных данных, стремится поймать основной смысл и структуры, воплощенные в данных. Этот вид индуктивного анализа, по-видимому, интересуется (внешней) обоснованностью, так как реальный смысл, который скрыт за данными, может обнаружиться через аргументацию, переходящую от части к целому. Тем не менее он также полагается в значительной мере на субъективную интерпретацию и суждение и, таким образом, вводит элемент неопределенности в обоснованность. Эта проблема может быть каким-то образом редуцирована через использование процедуры двойного кодирования и иных мер, чтобы перепроверить потенциально субъективные интерпретации. Однако надежность мер и выводов, достигнутых при качественном анализе социальных процессов, все же склонна подвергаться различным вызовам.

Нечёткая логика — это раздел многозначной логики, который базируется на обобщении классической логики и теории нечётких множеств, предложенной американским математиком Лютфи (Лотфи) Заде (Lotfi A. Zadeh) для формализации нечётких знаний, характеризуемых лингвистической неопределённостью. Основы теории нечётких множеств были заложены в работе Л. Заде «Fuzzy Sets», опубликованной в 1965 году в журнале «Information and Control» (Zadeh L.A. Fuzzy Sets. — Information and Control, 1965, Vol. 8, № 3, pp. 338-353). Он же дал и название для новой области исследований — «нечёткая логика» (Fuzzy Logic). Предметом нечёткой логики считается исследование рассуждений в условиях нечёткости, размытости, неопределённости, сходных с рассуждениями в обычном смысле. В настоящее время нечёткая логика широко применяется в вычислительных и информационных системах различного назначения, так как она оказалась незаменимой в тех случаях, когда на поставленные вопросы невозможно получить чёткие ответы или наперёд неизвестны все возможные ситуации.

Под нечётким множеством понимают множество с нечёткими границами, когда переход от принадлежности элементов множеству к непринадлежности их множеству чётко не определён. В классической логике элемент x из соответствующей предметной области принадлежит или не принадлежит некоторому множеству M . Характеристическая функция принадлежности элемента множеству принимает лишь два значения: 1, когда x действительно принадлежит M , и 0, когда x не принадлежит множеству M . Например, какая-либо геометрическая фигура либо принадлежит множеству треугольников, либо не принадлежит ему. С нечётким множеством дело обстоит иначе. Здесь элемент x принадлежит множеству A

(где A — нечёткое множество) лишь с известной степенью, поэтому функция принадлежности элемента множеству может принимать любые значения в интервале $[0,1]$, а не только значения 0 или 1.

Статистические методы анализа социальных сетей. Корреляционный анализ, регрессионный анализ, интерпретация результатов анализа. В исследовании атрибутов участников сети, связей между ними, выявлении закономерностей построения сетей между участниками могут быть полезны новые *методы статистического анализа*, комбинации их с алгоритмами из теории графов. Иногда отношения между участниками сети удобно рассматривать как вероятностные (стохастические) характеристики для описания процесса эволюции сетей. Задачу поиска человека в социальной сети можно в некотором смысле сравнить с задачей поиска релевантного документа в коллекции документов, снабженных ссылками. Поэтому многие методы обработки текстовой информации можно адаптировать для анализа сетей.

Корреляция – это связь между двумя переменными. Расчёты подобных двумерных критериев взаимосвязи основываются на формировании парных значений, которые образуются из рассматриваемых зависимых выборок. Для графического представления подобной связи можно использовать прямоугольную систему координат с осями, которые соответствуют обоим переменным. Каждая пара значений маркируется при помощи определённого символа. Статистика говорит о корреляции между двумя переменными и указывает силу связи при помощи некоторого критерия взаимосвязи, который получил название коэффициента корреляции. Этот коэффициент, всегда обозначаемый латинской буквой r , может принимать значения между -1 и $+1$, причем, если значение находится ближе к 1 , то это означает наличие сильной связи, а если ближе к 0 , то слабой. Если коэффициент корреляции отрицательный, это означает наличие противоположной связи: чем выше значение одной переменной, тем ниже значение другой. Сила связи характеризуется также и абсолютной величиной коэффициента корреляции.

Метод вычисления коэффициента корреляции зависит от вида шкалы, к которой относятся переменные:

- переменные с интервальной или с пропорциональной шкалой – коэффициент корреляции Пирсона;
- по меньшей мере, одна из двух переменных имеет порядковую шкалу, либо с интервальной шкалой, но не нормально распределенной – ранговая корреляция по Спирману или r Кендала;
- одна из двух переменных является дихотомической – точечная двухрядная корреляция. Эта возможность в SPSS отсутствует. Вместо этого может быть применен расчет ранговой корреляции по Спирману;
- обе переменные являются дихотомическими – четырехполевая корреляция. Данный вид корреляции рассчитывается в SPSS на основании определения мер расстояния и мер сходства.

Для словесного описания величины коэффициента корреляции используются следующие градации:

Описание величины коэффициента корреляции

Значение	Интерпретация
до 0,2	очень слабая корреляция
до 0,5	слабая корреляция
до 0,7	средняя корреляция
до 0,9	высокая корреляция
свыше 0,9	очень высокая корреляция

Основной упор делается на создании сообщения (текстового или визуального), которое люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора.

Регрессия – контролируемый алгоритм машинного обучения, используемый для прогнозирования непрерывных значений выходных данных на основе входных данных. Задача регрессии требует предсказания количества. Иначе говоря, прогнозирующее регрессионное моделирование – это задача приближения функции отображения (f) от входных переменных (X) к непрерывной выходной переменной (y). Регрессия может иметь действительные или дискретные входные переменные. Применительно к решению задачи эмоционального анализа текста, регрессионные модели предсказывают «количество» той или иной эмоции в тексте, подаваемом на вход для анализа – например, в нем представлены в таких-то количествах Грусть, Радость, Удивление и Отвращение.

Например, взяв в качестве исходных данных короткие тексты о погоде в Твиттере, исследователи сосредоточились на проверке гипотезы о том, что регрессионный анализ в сочетании с оценкой достоверности классов работает лучше, чем традиционные методы классификации, такие как SVM и K-Nearest Neighbor, основанные на дискретных целевых переменных. Разработчики пришли к выводу, что в целом регрессионный подход не показал явных преимуществ: по-видимому, он более оправдывает себя в задачах, требующих более детализированного анализа, предполагающего вычисление множества разнородных признаков. В исследовании регрессионный подход был применен для анализа текстовых данных из различных открытых датасетов, размеченных на основе многомерной модели эмоций, известной как VAD-модель. Модель построена на количественном измерении трех параметров: уровня возбуждения, уровня доминирования и значений полярности эмоции (негативная / позитивная). Комбинация значений данных параметров, в конечном счете, определяет степень интенсивности шести базовых эмоций. В итоге исследователями было достигнуто приемлемое качество предсказания, а сама методология оценена ими как перспективная.

Очевидно, что не последнюю роль в достижении показателей эффективности модели играют данные, на которых она будет работать: обучаться и тестироваться. Предположим, что датасет, который был получен путем применения процедуры недискретной разметки текстов из ВКонтакте на основе многомерной модели эмоций Куб Лёвхейма, хорошо совместим с регрессионными моделями.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое социальные сети?
2. Какие существуют методы исследования социальных сетей?
3. Какие существуют основные направления исследований социальных сетей?
4. Каковы особенности структурного подхода к изучению социальных сетей?
5. Каковы особенности ресурсного подхода к изучению социальных сетей?
6. Каковы особенности динамического подхода к изучению социальных сетей?
7. В чем преимущества методов моделирования социальных сетей?
8. Какие существуют методы сбора данных?
9. Какие существуют статистические методы исследования?
10. Каковы преимущества опроса для исследований социальных сетей?
11. Каковы преимущества контент-анализа для исследований социальных сетей?
12. Каковы особенности применения булевой алгебры и нечетных множеств для изучения социальных сетей?

Тест по главе 2.

1. Коммуникационная сеть –

+: соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков

- : нормативное правовое регулирование отношений внутри коммуникации
- : цель, которую преследует компания в социальных сетях
- : мнение всех сотрудников компании

2. Виды коммуникационных сетей:

- +: открытые, закрытые, комбинированные
- : научные, общественные
- : безоценочные, активные
- : эффективные и неэффективные

3. В связи с развитием социальных медиа каждый человек имеет доступ к созданию и безграничному распространению информации, называется:

- : активом коммуникационного процесса
- +: актором коммуникационного процесса
- : активатором коммуникационного процесса
- : активистом коммуникационного процесса

4. Процесс обмена информацией между факторами в сети для получения, трансляции, обмена сообщениями, формирования взаимопонимания и приобретения новых знаний в различных контекстах и культурах:

- +: сетевая коммуникация
- : мотивация
- : стиль и тип управления
- : нормы поведения, культура общения

5. Область исследований в теории коммуникации, затрагивающая взаимоотношения организаций между собой и другими формами общественности

- +: организационная коммуникация
- : коммуникативная
- : тепированная
- : социальная

6. Опросы, осуществляемые с помощью социальной сети и для ее исследования:

+: обладают определенной привлекательностью для исследователей различных научных направлений – социологов, психологов, экономистов, политологов и др.

- : обладают любознательностью
- : обладают научностью и обособленностью
- : обладают деловитостью

7. Общение в режиме реального времени может осуществляться:

+: с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации); с большим количеством людей одновременно

- : только с одним
- : только с двумя
- : только с группой

8. Сеть комбинированная, которая представляет собой единство открытой «змеи» и замкнутого «колеса» или «круга». Процесс коммуникаций имеет уже здесь свои тупики, а связники легко превращаются в контролеров. Эти тупики при необходимости можно преодолеть замыканием самой «змеи» с использованием принципа «соединительного звена»:

- + : сеть «сот»
- : внутренняя сеть
- : палатка
- : домик

9. Булева алгебра возникла как исторически первый раздел математической логики в середине XIX в. и названа по имени:

- + : Джорджа Буля
- : Буляева Андре
- : Булева Ромена
- : исторические события, повлиявшие на развитие

10. Метод, направленный на извлечение информации, имеющей значение для целей исследования. Назначение метода: получить информацию о рассматриваемом объекте, содержащуюся в документе; зафиксировать ее в виде категорий анализа; обозначить надежность полученной информации; выработать с ее помощью объективные и субъективные оценочные характеристики изучаемого объекта.

- + : анализ документов
- : работа с документами
- : систематизация
- : интерпретация

Список использованной литературы

1. Andrea Lancichinetti, Santo Fortunato, Janos Kertesz. Detecting the overlapping and hierarchical community structure in complex networks // *New J. Phys.* 11 033015, 2009
2. Delip Rao, David Yarowsky, Abhishek Shreevats, Manaswi Gupta. Classifying Latent User Attributes in Twitter // *Proceedings of the 2nd International Workshop on Search and Mining User-generated Contents*, 2010.
3. Faiyaz Al Zamal, Wendy Liu, Derek Ruths. Homophily and Latent Attribute Inference: Inferring Latent Attributes of Twitter Users from Neighbors // *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 2012.
4. George Pallis, Demetrios Zeinalipour-Yazti, Marios D. Dikaiakos. Online Social Networks: Status and Trends. *New Directions in Web Data Management 1, Studies in Computational Intelligence Volume 331*, 2011, pp 213-234.
5. Gjoka M. et al. Practical recommendations on crawling online social networks // *Selected Areas in Communications, IEEE Journal on.* – 2011. – Т. 29. – №. 9. – С. 1872-1892.
6. Grzegorz Malewicz, Matthew Austern, Aart Bik, James Dehnert, Ilan Horn, Naty Leiser, Grzegorz Czajkowski. Pregel: a system for largescale graph processing // *Proceedings of the 2010 ACM SIGMOD International Conference on Management of data*.
7. Jianshu Weng, Bu-Sung Lee: Event Detection in Twitter // *ICWSM 2011*.
8. Najork M., Wiener J.L. Breadth-first crawling yields high-quality pages // *Proceedings of the 10th international conference on World Wide Web.* – ACM, 2001. – С. 114-118.
9. Nazar Buzun, Anton Korshunov. Innovative Methods and Measures in Overlapping Community Detection // *Proceedings of the International Workshop on Experimental Economics and Machine Learning (EEML 2012)*, Brussel, Belgium.

10. Sergey Bartunov, Anton Korshunov, Seung-Taek Park, Wonho Ryu, Hyungdong Lee. Joint Link-Attribute User Identity Resolution in Online Social Networks // Proceedings of The Sixth SIGKDD Workshop on Social Network Mining and Analysis (SNAKDD'12)
11. Social Network Data Analytics. Editors: Charu C. Aggarwal. Springer, 2011.
12. Zhu, Xiaojin and Goldberg, Andrew and Gael, Jurgen Van and Andrzejewski, David. Improving Diversity in Ranking using Absorbing Random Walks // HLT-NAACL, 97-- 104, 2007
13. Сергей Бартунов, Антон Коршунов. Идентификация пользователей социальных сетей в Интернет на основе социальных связей//Доклады Всероссийской научной конференции «Анализ изображений, сетей и текстов» – АИСТ 2012. Екатеринбург, 16-18 марта 2012 г. - 455 с.

Глава 3. Цифровая коммуникация и сетевое участие

Тема 8. Сфера публичного управления и социальные сети

Публичное управление как самостоятельная область исследования является относительно новой для России дисциплиной, бурное развитие которой началось лишь 25 лет назад. Давая общую характеристику дисциплины, можно определить переживаемый ею период как «подростковый». Она выходит из «детства», когда происходило ее становление, и вступает в этап самоидентификации, когда определяется ее место среди других социальных наук и формируются основные направления развития.

Публичное управление (public administration), также «государственное и муниципальное управление», в распространенной в России интерпретации – это научное направление, имеющее свои связанные, но относительно автономные исследовательские области: государственный менеджмент (public management), то есть операциональные и административные аспекты функционирования государственных органов, включая государственную службу; аналитику государственных программ и политик (public policy), включая стратегическое планирование, оценку регулирующего воздействия; взаимодействие государства и граждан (public affairs), включая лоббизм и отношения бизнеса с государственными и муниципальными органами (government relations, GR).

В этом смысле публичное управление можно определить, как систему кооперации государственных, муниципальных, некоммерческих и смешанных структур, призванную обеспечить удовлетворение общественных интересов и решение коллективных проблем. Публичное управление, объединяя деятельность государственных, муниципальных, неправительственных (некоммерческих) организаций, фактически представляет общественно-государственную систему реализации общенациональных и местных интересов и производства общественных благ. Конечно, публичное управление должно учитывать автономность личности, оставляя ей возможность самостоятельного выбора. Поэтому особое значение приобретает уровень обратных связей, общественный уровень исполнения управленческих решений, где интерес представляют:

- 1) группы интересов (различные общественные фонды, профсоюзы, этнические, молодежные и др. организации с определенными интересами, парламентские лобби и пр.);
- 2) отношения непосредственно с гражданами (налогообложение, законотворческая и правоприменительная практика, подготовка и реализация социальных программ);
- 3) взаимоотношения с коммерческими предприятиями (их правовое регулирование, государственно-частное партнерство и т.д.).

Анализ взаимоотношений органов государственного и муниципального управления с обозначенными выше субъектами общественных отношений выводит непосредственно к политической составляющей их деятельности.

В мировом общественном сознании изначально существовали и продолжают быть достаточно распространенными два основных подхода к пониманию места и содержания науки публичного управления среди других социальных наук. Первый подход определяет данную сферу гуманитарного знания как системное объединение концептов и исследовательских инструментов, разработанных другими науками, необходимое для рекомендаций практикам управления. Еще Г. Лассуэлл, отмечая междисциплинарную природу публичной политики, считал необходимым для рационализации публичного управления усиливать интеграцию политической науки с социологией, экономикой, правом и управлением бизнесом, что позволит повысить точность аргументации. Данная позиция признает публичное управление как некоторую интеграцию достижений различных наук, то, что Г. Лассуэлл называл «policy sciences». С этой точки зрения публичное управление как самостоятельная наука не существует. Оно является профессиональной деятельностью управленцев в государственных, муниципальных и неправительственных организациях, использующих достижения «policy sciences».

Второй подход, признавая роль других социальных наук (политической теории, экономики, истории, социологии, юриспруденции), тем не менее считает, что уже примерно 150 лет существует относительно молодая, но все более влиятельная самостоятельная наука, имеющая свой понятийный аппарат, свои концепты, своих теоретиков, способная предлагать практике общественного управления свои рекомендации. Причем эта связь с практикой является отличительной чертой науки публичного управления, когда теоретическое и экспертное знание выступают в тесной связи и ориентируются на конкретные потребности государственных, муниципальных и общественных организаций. Как писал

гуру науки публичного управления А. Вилдавски, эксперт-исследователь всегда должен говорить правду власть предержащим о возможных альтернативах предполагаемого государственного решения, даже если это может вызвать неприятие у лиц, принимающих решения (ЛПР).

Для данного подхода типично разделение теоретической области публичного управления как на общие концепты научного управления (теория организации, теории мотивации, административная теория), так и на специфические концепции, ориентированные именно на общественный сектор (теория бюрократии, концепция «нового государственного менеджмента», концепция «умного регулирования», сетевая концепция государственного управления, теория общественного выбора и др.).

Теория публичного управления. Одной из предпосылок возникновения и развития публичного управления как составной части социального управления является развитие совокупности теорий социального управления, и, соответственно их влияние на развитие публичного управления. Оказывая влияние на всю теорию публичного управления, развитие концепций нашел свое отражение в формировании, становлении, развитии как всей теории публичного управления, так и в пределах отдельных ее элементов.

Важной формообразующей предпосылкой была концепция административного менеджмента, которую сформировал А. Файоль в начале 20 века. За ее основу были выбраны такие базовые функции управления организацией как планирование, организация, распорядительство, координация и контроль.

Теория публичного управления в пределах структурного аспекта позволяет исследовать: управленческую роль государства, структуру и управленческие функции органов публичной власти. В прогностическом аспекте — следует остановиться на проблеме сочетания развития всей системы публичного управления с изменением правовых, организационных, нравственных, социальных, культурных норм.

Становление и развитие теории публичного управления неразрывно связан с влиянием и развитием других теорий и концепций, которые находятся в поле зрения ученых и практиков систем управления, среди которых: теория свободной общины, концепция политических сетей, концепция Public administration, концепция управления по целям, результатам, концепция «Governance», другие, а также основные модели территориальной организации власти.

Анализ этих теорий и концепций позволяет осуществить обобщения относительно основных проблем на сегодня, требующих научного изучения и практического решения, а именно:

- обеспечение предоставления необходимых услуг населению местной и центральной властью на партнерских началах, на основе равноправного участия;
- наличие потребности разграничения функций каждого субъекта публичного управления. Наиболее остро стоят здесь политические вопросы разграничения власти, ведь субъектами часто выступают участники с разным статусом, соответственно, с разными функциональными и компетенционными нагрузками;
- интегрирование государственных и негосударственных образований порождает целый ряд вопросов их взаимодействия, первую в части ответственности и статусных характеристик;
- наличие и развитие субъектно-статусных характеристик в публичном управлении;
- распределение функций субъектов публичного управления и их институциональное закрепление;
- в правовом аспекте наиболее остро встает вопрос конституционной регламентации компетенции субъектов публичного управления.

Важным вопросом развития публичного управления является распределение функций и их институциональное закрепление в разрезе существования основных моделей территориальной организации власти. В *англосаксонской модели* до 19 века формирование и развитие местного самоуправления проходил как институт государства. На местном уровне осуществляли свою деятельность местные муниципалитеты в пределах своей компетенции. *Континентальная (французская) модель* характеризуется иерархической системой подчинения, преобладающей контрольной функцией по субординационному принципу.

Эти концепции и теории социального управления, публичного управления, государственного управления формировали структурную, организационную, правовую основу для современных систем управления, определяли их качественное наполнение и направление развития. Динамика развития современного управления публичными институтами ориентируется на использование локальных и ситуационных моделей управления, гибких методов и подходов к управленческим решениям, экспертной среды; формирование и развитие сетевых институтов, коммуникационных моделей, количественных методов для обоснования решений и других инновационных для современного управления форм и методов деятельности.

Современные концепции публичного управления характеризуются смещением баланса между государственными и общественными институтами в сферу общих целей и задач, а соответственно и ответственности. Совместная деятельность всех субъектов общества требует новых форм сотрудничества, определение сфер и предметов деятельности каждого субъекта для эффективного сотрудничества. А также распределения функций и компетенций субъектов, становления и закрепления их статусных характеристик.

Сетевое политическое управление. Изучение сетей в публичной политике. Сетевой анализ публичной политики.

1. **Концепция политических сетей** возникла на основе американского и английского опыта. В 1950-1960-е гг. выработка государственной политики в США исследуется в аспекте управленческих структур в которых взаимодействуют бюрократия, конгрессмены и заинтересованные группы. Но именно в Великобритании, как подчеркивают Роде и Марш, концепция политических сетей выросла из теории межорганизационных отношений.

Концепция политических сетей имеет ряд источников и отправных точек:

- организационная социология и академическая теория бизнес-администрирования;
- социальный структурный анализ;
- институциональный анализ, теория общественного выбора и неоменеджеризм.

Сетевой подход к публичному управлению является отражением не только споров, которые ведутся между представителями различных управленческих теорий, но и ответом на изменения условий, в которых осуществляется управление общественными делами. Экология публичного управления за последние десятилетия существенно изменилась, что заставляет искать новые модели управления помимо рыночных и иерархических административных.

К пересмотру традиционных управленческих подходов, особенно касающихся взаимодействия с публичной сферой, привели:

- плюрализация общественных структур;
- сложность взаимоотношений между различными группами населения;
- высокий уровень общественных потребностей и ожиданий;
- большой масштаб неопределенности и риска;
- возросшее влияние международного фактора на внутреннюю политику государства;
- информатизация общества;
- падение доверия населения к центральным органам управления.

Теория политических сетей реконструирует отношения между государством и современным обществом. Синергетический эффект при сетевом взаимодействии складывается из конкуренции и кооперации множества акторов, по отдельности не способных справиться с решением определенных политических проблем.

С одной стороны, роль государства в сетях определяется в зависимости от оценки эффективности государственного участия при решении тех или иных вопросов. Она может быть большей или меньшей, но все же значимым для сетевой методологии является акцент на открытости государства перед гражданским обществом при формулировании, внедрении и реализации публичной политики.

С другой стороны, изменяется не только роль государства, но сама система принятия публичных решений, когда помимо государства множество других акторов включается в политический процесс.

Концепция политических сетей меняет ракурс рассмотрения государства как агента политики:

- в противоположность идее доминирующей роли государства в выработке политики, при сетевом подходе государство и его институты являются хотя и важным, но лишь одним из акторов производства политических решений;

- в противоположность идее относительной независимости государства в политике, в концепции политических сетей государственные структуры рассматриваются в качестве «сцепленных» с другими агентами политики и вынуждены вступать в обмен своими ресурсами с ними;

- в противовес идее государственного управления как иерархически организованной системы, сетевой подход предлагает новый тип управления — «руководство» (governance), общая характеристика которого нашла выражение в формуле «управление без правительства» или «руководство без правительства».

Концепция сетевого взаимодействия в политике и публичном управлении первоначально базировалась на инструментально-рациональном описании процесса принятия решений сетевыми акторами, обменивающимися своими ресурсами. Рациональное поведение в сетях и институциональное закрепление сетевых практик общения в правилах и достигнутых договорных соглашениях первоначально описывалось как достаточное для жизнедеятельности сети и для удовлетворения базовых интересов ее участников.

2. Понятие и виды политических сетей. По вопросу определения политической сети распространено мнение, что это понятие может быть сформировано путем определения участников, составляющих сеть, и характера отношений между ними. В отличие от понятий система или структура здесь акцент делается на активном и осознанном взаимодействии акторов, формирующих политическое решение и участвующих в его выполнении. Вместе с тем и рынок, и традиционное иерархическое управление не исключают этой активности и осознанности участников формирующихся связей. Следовательно, политические сети должны обладать какими-то качествами, которые отличали бы их как новую форму управления.

Для Р. Родса политические сети формируются в различных секторах политики современного государства (здравоохранение, сельское хозяйство, индустрия, образование и т.д.) и представляют собой комплекс структурных взаимоотношений между политическими институтами государства и общества. Он подчеркивает значение именно институциональной составляющей политической сети и ее ограниченность определенными секторальными интересами. Роде включает в рассмотрение и обмен ресурсами между членами сети в процессе налаживания отношений.

Т. Берцель, анализируя две школы в концепции политических сетей – немецкую и английскую – дает следующее определение: «Политическая сеть представляет собой набор относительно стабильных взаимоотношений по природе неиерархических и взаимозависимых, связывающих многообразие акторов, которые разделяют относительно политики общие интересы и которые обмениваются ресурсами для того, чтобы продвинуть эти интересы, признавая, что кооперация является наилучшим способом достижения общих целей». Политические сети обладают рядом характеристик, которые отличают их от иных форм управленческой деятельности в сфере публичных потребностей и интересов.

Во-первых, сети представляют собой такую структуру управления публичными делами, которая связывает государство, бизнес и гражданское общество. Эта структура эмпирически наблюдаема и теоретически описывается как множество разнообразных государственных, частных, общественных организаций и учреждений, которые имеют некоторый общий интерес.

Во-вторых, политическая сеть складывается для выработки соглашений в процессе обмена имеющимися у ее акторов ресурсами. Это означает, что существует взаимная заинтересованность участников сети друг в друге. Ресурсная взаимозависимость является, с точки зрения ряда авторов, центральной характеристикой сетевого взаимодействия. Ресурсы могут быть распределены неравномерно, но независимо от степени их концентрации и

определенного доминирования ряда участников сети последние вынуждены вступать во взаимодействие. Между участниками сети существует ресурсная зависимость. Как специально подчеркивает Якоб Торфинг, «между сетевыми акторами может быть асимметрическое распределение материальных и нематериальных ресурсов, но так как участие является добровольным и акторы свободны выйти из сети, никакой отдельный актор не может установить свою власть для иерархического контроля над другими».

В-третьих, важной характеристикой политической сети выступает общий кооперативный интерес. Многие исследователи подчеркивают эту черту особенно, так как она отличает данную регулятивную систему от рынка, где каждый участник преследует прежде всего свои собственные интересы.

В-четвертых, с точки зрения выработки политических решений участники сети не выстраиваются в некоторую иерархию, где какая-либо организация имеет преимущество с точки зрения ее властной позиции. Все участники сети равны с точки зрения возможности формирования совместного решения по интересующему вопросу. Здесь наблюдаются не вертикальные, а горизонтальные отношения.

В-пятых, сеть представляет собой договорную структуру, состоящую из набора контрактов, возникающих на основе согласованных формальных и неформальных правил коммуникации. В политических сетях действует особая культура консенсуса.

В целом политическая сеть представляет собой систему государственных и негосударственных образований в определенной сфере политики, которые взаимодействуют между собой на основе ресурсной зависимости с целью достижения общего согласия по интересующему всех политическому вопросу, используя формальные и неформальные нормы.

Ясно, что политические сети будут различаться по ряду критериев, к которым следует отнести характеристики сетей:

- число и тип участников сетей: потребности и интересы участников, их структурные характеристики, ресурсы, потенциал, уровень профессионализации, мировоззрение, полномочия и т.д.;

- характер институционализации: формальные и неформальные нормы, правила и практики взаимодействия, закрепленные в сетевом взаимодействии, характеристики установленного порядка в сети и его стабильности;

- сферу политики, в которой формируются сети: содержательная сторона деятельности сетей определяется характером сферы политики — экономической, финансовой, социальной, экологической, международной и т.д., но этот критерий связан также с особенностями формирования соответствующей политики, что выражается в структуре, институционализации, ресурсной зависимости в сетях и т.д.;

- распределение ресурсов между участниками сетей: уровень заинтересованности в ресурсах друг друга, интенсивность обмена ресурсами, тип обмена ресурсами, формальные и неформальные правила регулирования обмена ресурсами, уровень удовлетворенности обменом ресурсами и т.д.;

- структурные характеристики сети, определяемые характером отношений между акторами: границы сети (открытые/закрытые), тип членства (принудительный/свободный), структура связей (хаотическая/упорядоченная), интенсивность и сила отношений (частота и длительность), кластеризация в сетях, типы координации сетевого взаимодействия (иерархический, горизонтальные консультации, торг, изаимопересекающееся членство), уровень централизации, природа отношений (конфликтная, конкурентная, кооперативная) и т.д.;

- степень концентрации власти: она определяется ресурсами, потребностями и организационными характеристиками сети; выделяются четыре типа властных отношений применительно к публичной политике: захват публичных агентств бизнесом, автономия публичных акторов по отношению к организованным интересам, захват частных интересов государством, смешанный тип;

- используемые участниками сети стратегии: государство, например, может способствовать или препятствовать формированию сетей в политике, выделять привилегированные интересы и их ассоциации, предоставлять определенным организованным интересам монопольный доступ к публичным благам, субсидировать деятельность ассоциаций и т.д.

Профессиональные сети характеризуются преобладанием одного класса участников производства политических решений: профессиональных групп. Эти сети выражают интересы особой профессиональной группы и основаны на высокой степени вертикальной взаимозависимости, а также изолированы от других сетей. Профессиональные сети могут быть представлены в национальном масштабе, например, Национальная служба здравоохранения в Великобритании.

Межуправленческие сети формируются на основе представительства местных властей. Их отличительными характеристиками являются топократическое членство, явное исключение иных публичных союзов, широкий охват интересов, связанных со многими службами, ограниченной вертикальной взаимозависимостью (так как они не ответственны за оказание услуг), широкой горизонтальной структурой и способностью взаимодействовать со многими другими сетями.

3. Принципы сетевого подхода к анализу политики. Прежде чем приступить к рассмотрению особенностей применения сетевого подхода к анализу политики и формулированию соответствующих принципов, определим основные понятия, которые составляют концептуальный базис сетевой методологии.

К базисным понятиям сетевого подхода в социальных науках относят следующие:

- актер - взаимодействующий субъект, социальная единица сети;
- сеть, которая может быть определена как система акторов и отношений, посредством которых они связаны друг с другом;
- отношения в сети – форма отношений между акторами, принадлежащими к определенной группе, интерпретируемой как сеть.

Процесс становления и изменения качества сетей описывается с помощью трех ключевых терминов: сетеобразование, сети и сетевые структуры.

Сетеобразование, или формирование сети - общий термин, обозначающий активность, в результате которой создаются связи между людьми и организациями посредством регулярных встреч, конференций, новых коммуникационных технологий, таких как электронная почта и веб-форумы.

Сети образуются, когда связи между организациями или индивидами формализуются, то есть становятся регулярными и подчиненными принципу удовлетворения взаимных интересов. Формализация, безусловно, не предполагает возникновения иерархических структур управления.

Сетевые структуры возникают, когда активность сепаратно действующих элементов сети уже недостаточна. Сетевые структуры возникают тогда, когда участвующие в сети акторы осознают, что они лишь маленькие фрагменты большой общей картины. Сетевые структуры могут требовать самостоятельных действий индивидуальных членов, но при этом участники сети, берясь за решение сложных задач, неподъемных для независимо действующих организаций, трансформируются в новое целое.

В анализе политических сетей используются все указанные выше концепты, однако, подчеркивается их «политическая» специфика. В качестве примера можно обратиться к известной работе Д. Нока «Сравнивая политические сети: политика труда в США, Германии и Японии». Описывая структуру подобных отраслевых сетей, исследователь отмечает наличие в них четырех основных компонентов:

- политико-управленческих акторов: организованные группы – объединения граждан или чиновников, их «зонтичные» ассоциации и собственно государственные организации;
- политических интересов, которые могут проявляться по отношению как к отраслевым

объектам регулирования (образование, здравоохранение и т.п.), так и к отдельным управленческим проблемам (повышение зарплаты, условия деятельности малого бизнеса и т.д.);

- властных взаимоотношений, под которыми понимаются два базовых типа обмена ресурсами: информационный (идеями, фактами и т.д.) и материальный (деньгами, услугами и т.д.);

- совместно-коллективных действий, которые находят свое выражение в мобилизационных формах политической активности (создание коалиций или массовых движений), рекламных кампаниях (через СМИ или другие каналы).

Сетевой подход в политической науке отличает ряд существенных особенностей, определяющих его методологическую новизну среди прочих направлений политической науки:

- во-первых, это неиерархическое представление политического процесса;

- во-вторых, полноценный учет горизонтальных связей и отношений в политике и управлении;

- в-третьих, актуализация коммуникационного потенциала участников политического процесса.

Политические сети могут быть в общем случае определены как интегративные или гибридные структуры политического управления, включающие в себя множество возможных форм самоорганизации. К последним относят:

- субадминистративные структуры, определяемые Родсом, как «небольшие группы политических акторов, как публичных, так и частных, которые специализируются в конкретной сфере политического процесса»;

- так называемые железные треугольники, которыми принято называть устойчивые и достаточно близкие отношения между группами интересов, правительственными агентствами и законодательной властью (комитетами Конгресса) в США;

- «проблемные сети», группы, связанные общими представлениями, знаниями о проблемах политического управления;

- политические сообщества, представляющие собой стабильные сетевые образования, способные обеспечить успех переговорного процесса относительно выработки политической стратегии. Они также предполагают значительную степень коммуникативного родства элементов, образующих политическое сообщество: владение специальной лексикой; разделяемые представления; наличие позитивного опыта и пр.;

- коалиции в защиту интересов, состоящие из разнообразных акторов, принадлежащих как к публичному, так и частному сектору, объединенных общей системой убеждений (ценностей) и видением решения проблем;

- структуры реализации политики, понимаемые как самоорганизованные группы акторов, обеспечивающие необходимое участие представителей различных сфер общественной жизни для решения общей политической проблемы;

- дискурсивные сети, представляющие собой поле политического дискурса, в которых публичная политика возникает и переопределяется.

Обозначим основные теоретические *принципы сетевого подхода*.

1. Основная новация сетевого подхода заключается в отказе от представления о политическом управлении как процессе, основанном на принципе иерархического контроля и актуализации принципа горизонтальной координации. Меняется взгляд на политический процесс, как ставящий в основание выработки и имплементации политики государство и систему государственного управления. В сетевой теории политический процесс протекает в условиях децентрализованного или полицентричного общества.

2. Перенос фокуса исследования с анализа формальных организаций и нормативно-правовых институтов на неформальные связи и отношения в политике.

3. Признание наличия многочисленных, разнообразных и взаимосвязанных акторов, влияющих на решение политических проблем напрямую, либо через различные формы

представительства интересов.

4. В качестве важного принципа сетеобразования в политике также выступает самоорганизация, предполагающая учет синергетических постулатов.

5. С другой стороны, сети анализируются как особая форма координации наряду с политическим рынком, трактуемым, например, как система абсолютно свободной конкуренции политических партий, которые по меткому выражению Даунса «формулируют политику, чтобы выиграть выборы, а не выигрывают выборы, чтобы формулировать политику», и иерархией, представленной в виде бюрократической модели выработки и реализации политики. Политические сети – это механизм мобилизации политических ресурсов в ситуации, когда способности принимать политические решения рассеяны между не подчиненными друг другу, но взаимозависимыми частными и публичными акторами.

4. Координационное государство. От характеристик публичной сферы зависит выбор траектории развития государства, его политико-социальной и экономической сфер. В политической науке происходит переосмысление термина «государственное управление», которое включает новые расширяющиеся формы социального взаимодействия и партнерства, способные замещать государство в публичном управлении.

Вместо доминирования государства источником управления становятся саморегулирующиеся сети различных социальных организаций. Межорганизационные взаимосвязи образуют «совместный менеджмент, совместное руководство и совместное администрирование», которые устанавливают гармоничные отношения самых разнообразных социальных и политических структур. Партнерские отношения государства и общества выстраиваются на принципах взаимного доверия, культурного соответствия, совместного решения проблем, справедливости и автономности, сопоставимых ресурсов и комплиментарности в публичном пространстве.

Важнейшей функцией в государственном управлении становится функция координации, которая может быть определена как обеспечение совместных согласованных действий государства и граждан для достижения общей цели, согласование индивидуальной и групповой деятельности и локальных целей и задач с глобальной целью. Координация направлена на эффективное управление формированием, использованием и развитием компетенций участников широких взаимодействий, но и компетенции акторов вызревают при наличии эффективной системы координации в процессе государственного управления.

В совместном управлении проявляется способность самой системы координировать взаимодействия элементов с набором разнообразных стилей мышления и навыков (принцип эмерджентности). Координация помогает сократить дублирование, выявляет преимущества разнообразия, обеспечивает поддержку культуры сотрудничества, наставничества, обучение навыкам при выполнении особой роли руководства.

Координационное государство использует в формировании публичной политики взаимодействия со своими институтами, наделенными различными полномочиями и имеющими собственный интерес, который нельзя исключать из анализа:

- политическими партиями;
- публичными акторами;
- национальными общественными организациями;
- рыночными акторами, представляющими интересы коммерческих и бизнес-организаций;
- гражданскими общественными акторами, представляющими автономные гражданские организации, группы по интересам.

Для этого государство должно обеспечить выявление заинтересованных участников созданием механизмов их привлечения и выработкой механизмов участия в соуправлении, поскольку участие в политике в современном понимании не сводится к форме прямого представительного участия в избирательном процессе. Выборы лидеров, представляющих и пропагандирующих политику, совпадающую с приоритетами граждан — наиболее

распространенная форма вовлечения в политическую деятельность.

Новые формы работы требуют повышения динамизма органов государственного управления в удовлетворении потребностей граждан, институционализации механизмов определения политики гражданами и создание институтов, обеспечивающих участие, но не связанных напрямую с избирательным процессом, а дополняющих его. Изменение набора и содержания функций правительств происходит под влиянием растущей информатизации общества, глобализации и процессов демократизации.

Государства все больше отходят от непосредственного предоставления услуг населению, оставляя за собой роль координаторов этой сферы. Глобализация, коммерциализация, агломерация и корпоративизация изменяют и влияние бизнес-организаций на национальные государства, выражающееся в сужении пространства для маневра правительств в политике, информационных сбоях, превращает государство в участвующего партнера взаимодействий, отбирая у него патерналистскую роль. В процессах консультаций и переговоров в диалоговом режиме правительства вынуждены ставить вопросы по формированию политики в интересах незащищенного населения.

В целях обеспечения лояльности и поддержки диалог государственных органов с населением как потребителем услуг строится также на партнерских принципах. Для органов государственной власти становится нормой обслуживать население как клиентов и уважать граждан как тех, кому подотчетен государственный аппарат. Органы исполнительной власти, признавая силу представительных органов власти, за которыми остается функция окончательных решений, соглашаются на расширение участия общественности в работе постоянных комитетов и комиссий в сфере надзора за исполнением функций и поручений.

Видоизменяются технологии информирования о расходах государственных бюджетов для обеспечения открытости и прозрачности действий органов исполнительной власти организациям общественного сектора. Вводятся нормативные акты, определяющие формы гражданского участия, регламентируются взаимодействия органов исполнительной власти с населением правилами и положениями, проводятся мероприятия по развитию потенциала государственных органов и организаций гражданского сектора, направленные на упрочение политической приверженности и развитие практик руководства, обеспечивающих участие неправительственных структур в государственном управлении.

Публичная политика вырабатывается гражданскими объединениями, действующими совместно, которые:

- формируют условия для появления лидеров и активистов общественных объединений, осуществляющих деятельность на демократических ценностях, нормах, знаниях, представлениях;

- оказывают давление и принуждают государство к выполнению обязательств перед гражданами в рамках демократических процедур;

- предупреждают социальные конфликты переговорными практиками.

Группы интересов взаимосвязаны с широкими слоями населения, причем чем шире взаимодействия, тем разнообразнее обратная связь и реакция на запросы населения, а также прозрачность власти.

Общественность в рамках координационных структур и систем осуществляет влияние на заинтересованные стороны и принятие решений, а также борется за получение ресурсов для ведения социально значимых проектов. Общественные организации осуществляют и внешнее влияние на координационные структуры как контролеры, сторонники и инициаторы изменений, используя активное участие как право и ответственность. Право участия в управлении на законных основаниях, выбор своих представителей, осуществление влияния на различных уровнях, в различных учреждениях, процессах, сбалансированное влияние на уровне групп, а не отдельных людей, подкрепляется ресурсами и эффектами координации в пределах своей компетенции, необходимым доступом к информации, финансированию и технической поддержке.

Несмотря на то, что публичное управление чаще всего ассоциируется с политической сферой, следует отметить, что оно имеет и многие другие прикладные аспекты. Например, при работе с молодежью важно учитывать тренды коммуникационной активности студенчества в социальных сетях. И, соответственно, необходимо уметь организовывать мероприятия публичного управления, направленные на профилактику деструктивизма в молодежной среде. Важно обратить внимание именно на сетевой аспект этой работы. То есть, организацию работ с использованием социальных сетей.

В качестве примера можно привести организацию мероприятий по профилактике распространения среди студентов идей терроризма и экстремизма в университетской среде (Московский политех).

В университете разработана в качестве новой формы воспитательной работы по направлению профилактики и противодействия распространения идей экстремизма, такая форма, как проведение мероприятий с использованием интернет ресурсов, социальных сетей. Имеются в виду круглые столы, тренинги, конференции, тематические конкурсы литературных и творческих работ и т.п., на которые приглашаются к участию сторонние специалисты.

Распоряжением деканов факультетов за каждой учебной группой закреплен куратор/тьютор из числа преподавателей, которые обладают достаточным опытом для учета возрастных, психологических и когнитивных особенностей развития обучающихся. По данной проблематике ведется взаимодействие университета и органов МВД с целью формирования эффективной системы профилактики, препятствующей появлению экстремисткой и террористической идеологии в образовательной среде.

В качестве инструментов современной оперативной коммуникации кураторами/тьюторами учебных групп созданы беседы со студентами в мессенджере Телеграмм. Проводятся встречи студентов с лекторами, ораторами, гостями, представляющими различные социальные институты.

С целью предупреждения распространения экстремистской и террористической идеологии в современном обществе проводится работа, направленная на предупреждение вовлечения молодежи в экстремистскую деятельность. Принцип адресности в работе среди студентов реализуется с учетом таких индивидуальных характеристик молодежи, как возрастной состав, гендерная принадлежность, социальный статус, конфессиональная и этническая принадлежность, что позволяет сформировать социальный паспорт учебной группы в целом. Систематизация информации такого рода позволяет на ранних стадиях выявлять и предупреждать неконструктивное поведение со стороны обучающихся.

В целях профилактики экстремизма и улучшения психологического климата в многонациональной студенческой среде университета (включая иностранных граждан) предусмотрена организация и проведение таких новых форм социально-воспитательной работы, как проведение вебинаров, онлайн-лекций с участием специалистов вуза в области права, истории, религиоведения, культуры, педагогики, психологии и др.

Принцип учета групповых и индивидуальных форм работы со студентами реализуется через использование групповых форм работы при первичной профилактике и индивидуальных форм – при вторичной профилактике. На всех курсах внедрено проектное обучение, проводятся массовые, в том числе командные мероприятия. В качестве индивидуальной работы с иностранными студентами проводятся беседы, информирование посольств об успехах и сложностях, возникающих у иностранных студентов.

Принцип максимальной активности личности заключается в привлечении к профилактической работе самой молодежи. Активнее всего это проявляется через работу формальных и неформальных лидеров коллективов, представляющих собой команду старост и заместителей старост. Состав таких команд представлен, как правило, студентами с активной гражданской позицией, харизмой, имеющими авторитет в коллективе и не подверженными чуждому влиянию.

Профилактическая встреча «Формирование в обществе нетерпимого отношения в

экстремизму, неотвратимость наказания за совершение правонарушений и преступлений» организованная совместно с Комиссией по этнокультурному развитию Совета по делам национальностей и народной дипломатии при Правительстве Москвы и Центром профилактики религиозного и этнического экстремизма в образовательных организациях Российской Федерации. Встреча прошла в смешанном формате и вызвала большой интерес со стороны студентов и преподавателей вуза, это было видно и по вопросам к спикерам и по количеству участников (более 350 человек).

Существенным элементом работы по направлению публичного управления с использованием потенциала социальных сетей является взаимодействие с органами исполнительной власти в субъектах Российской Федерации, осуществляющих государственное управление в сфере образования. Вуз является активным участником мероприятий, приуроченных ко «Дню солидарности в борьбе с терроризмом».

Таким образом, соучастие общественности в координируемых государством взаимодействиях обеспечивает рост компетенций, культуры объективности и прозрачности, реальное влияние на решения, повышает способность оценки своей причастности к общему делу и ответственность, поддерживает независимость организаций и распространяет контроль на другие секторы взаимодействий, поддерживает отраслевые стандарты деятельности, приучает действовать быстро и эффективно.

Координационное государство дает равные возможности участия более широкому кругу людей, которые совместным обсуждением сформулируют новое. Диверсификация вертикали управления на принципах плюрализма, конкурентности, актуализации качеств народного представительства в органах власти и управления дает дорогу социально-политическим инновациям. Институционализация обратной связи позволяет государству своевременно улавливать тенденции развития общественных процессов, производить коррекцию управленческих решений, снимать накапливающееся в обществе напряжение, поддерживать доверие населения к государственным органам, обеспечивать право и возможность влияния граждан на принятие социально-значимых решений.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение публичного управления и назовите два подхода к его пониманию.
2. В чем состоит основа теории публичного управления?
3. Опишите теорию политических сетей.
4. Опираясь на концепцию политических сетей с точки зрения рассмотрения государства как агента политики, опишите концепцию сетевого взаимодействия в политике и публичном управлении.
5. Назовите характеристики, отличающие политические сети от иных форм управленческой деятельности в сфере публичных потребностей и интересов.
6. Перечислите существующие понятия «политическая сеть» как новой формы управления.
7. Назовите типы политических сетей по Р. Родсу.
8. Назовите базисные понятия сетевого подхода.
9. С помощью каких терминов описывается процесс становления и изменения качества сетей?
10. Назовите важнейшую функцию в государственном управлении.
11. Обозначьте основные теоретические принципы сетевого подхода.
12. В чем сущность координационного государства?

Список использованной литературы

1. Барабашев А.Г., Уткина В.В. Государственное управление в России: основные предметные области и тренды научных исследований//Вестник университета (Государственный ун-т управления). – М., 2014. – № 16. – С. 5–15.
2. Сетевой анализ публичной политики: учебник / под ред. Л.В. Сморгунова. - М.: ПГ-Пресс, 2013. - С.39-52, 67-72.
3. Frederickson G. The Repositioning of American Public Administration // PS. Political Science and Politics. 1999. Vol. 32. № 4. P. 705.
4. Knoke D. Political Networks. The Structural Perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. P. 7-8.
5. Brzel T. Organizing Babylon — on the Different Conceptions of Policy Networks // Public Administration. 1998. Vol. 76. № 2. P. 255.
6. Kelly R. An Inclusive Démocratie Polity, Représentative Bureaucracies? And the New Public Management // Public Administrative Review. 1998. Vol. 58. № 8. P. 205.
7. Peters G. Governance Without Government? Rethinking Public Administration //Journal of Public Administration: Research and Theory. 1998. Vol. 8. № 2.
8. Compston H. Policy Networks and Policy Change. Putting Policy Network Theory to the Test. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2009. P. 6-17.
9. Torfing J. Governance Network Theory: Towards a Second Generation // European Political Science. 2005. Vol. 4. № 3. P. 307.
10. Теория публичного управления: предпосылки к исследованию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scarplus.ru/interesno/teoriya-publichnogo-upravleniya-predposyilki-k-issledovaniya/>
11. Сетевой подход к политике и управлению [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nicbar.ru/politology/study/49-kurs-gosudarstvennaya-politika-i-upravlenie/499-lektsiya-9-setevoj-podkhod-k-politike-i-upravleniyu#ftn1>
12. Никовская Л.И., Якимец В.Н. Публичная политика в регионах России: характеристика типов и ресурс влияния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vestnik.mgimo.ru/fileserver/16/34_ni

Тема 9. Сетевое политическое участие

Сетевое политическое участие становится все более значимым в современном мире, особенно с развитием интернета и социальных сетей. Сетевые формы участия в политической жизни позволяют гражданам выражать свои мнения, объединяться для защиты своих интересов, участвовать в общественных дебатах и действовать в качестве влиятельных агентов изменения. В то же время, сетевое политическое участие может вызывать опасения в связи с возможностью манипуляции, фильтрации информации и создания пропаганды.

Исследование сетевого политического участия помогает лучше понимать, как граждане используют сетевые технологии для участия в политической жизни, какие формы участия наиболее эффективны и влиятельны, а также как сетевое политическое участие влияет на политические процессы и принимаемые решения. В данном контексте важно рассмотреть различные аспекты сетевого политического участия, такие как его формы, особенности, эффективность, возможности и ограничения, а также тенденции развития.

Сетевое политическое участие представляет собой один из важнейших аспектов современной политической жизни. Оно может включать в себя такие формы, как онлайн-обсуждения, подпись петиций, участие в онлайн-голосованиях, блогинг, использование социальных медиа и других сетевых технологий. В то же время, эффективность этих форм участия может зависеть от множества факторов, включая характер политической системы, доступность технологий, уровень гражданской активности и т.д.

Интерес к сетевому политическому участию продолжает расти, особенно в связи с усилением общественного давления на политические процессы и принимаемые решения. Исследование данной темы помогает выявить не только особенности сетевого политического участия, но и его взаимосвязь с другими аспектами политической жизни, такими как выборы, голосования, лоббирование интересов и т.д.

Несмотря на значительные достижения в области исследования сетевого политического участия, остается много вопросов, требующих дальнейшего изучения. В частности, важно изучить, как сетевые технологии влияют на процессы мобилизации и организации гражданского общества, а также на формирование и развитие политических партий и движений.

Одним из примеров сетевого политического участия является так называемый «кликтевизм» или «кликактивизм», который представляет собой активную деятельность групп людей в интернете, направленную на поддержку или выражение своего мнения по определенной проблеме. Часто такие группы объединяются в социальных сетях или форумах, где обсуждаются вопросы и принимаются совместные решения.

Сетевое политическое участие также может выражаться в активном участии в онлайн-кампаниях и петициях, направленных на изменение законодательства или решение конкретной проблемы. Такие кампании могут привлечь большое количество людей, которые выражают свое несогласие с политикой власти и становятся активными участниками социальных движений. В целом, сетевое политическое участие является одним из способов выражения гражданской позиции в современном мире, где все больше людей имеют доступ к интернету и могут быстро и эффективно общаться друг с другом в сети. Этот вид участия может стать мощным инструментом давления на власти и позволить гражданам оказывать влияние на принимаемые решения в своей стране или в мире в целом.

Сетевое политическое участие является актуальной темой в современной политической науке и практике. С развитием информационных и коммуникационных технологий сетевое участие становится все более распространенным и значимым для политической жизни общества. Сегодня в интернете действуют различные организации, сообщества, форумы и социальные сети, где граждане общаются, обсуждают политические вопросы, выражают свои мнения и участвуют в дискуссиях.

Сетевое политическое участие может проявляться как в форме онлайн-активизма и

мобилизации, так и в форме создания онлайн-петиций, блогов, форумов и других онлайн-платформ для обсуждения политических вопросов, и выражения мнений. Также в сетевом пространстве можно наблюдать активность различных групп интересов, которые объединяют людей на основе общих ценностей, интересов и убеждений.

Все это позволяет участвовать в политической жизни общества, не выходя из дома, и создает новые возможности для выражения своей позиции и влияния на принятие политических решений. Однако сетевое политическое участие также вызывает ряд вопросов, связанных с его эффективностью, легитимностью и влиянием на политические процессы в обществе.

Понятие «публичное пространство». Сетевые партии и группы интересов. Виртуальные партии. Медиакоммуникационные партии. Расширенные сети партий.

Публичное пространство – это сфера общественной жизни, в которой происходит обмен информацией, мнениями и идеями между людьми, а также происходят события, важные для общества в целом. В публичном пространстве люди выражают свои интересы и потребности, выступают с критикой и обсуждением действий государственных органов, общественных институтов и других участников общественной жизни.

Публичное пространство может представляться как физическое место, так и виртуальная среда, в которой люди могут общаться и обмениваться информацией. К таким местам могут относиться улицы, площади, парки, театры, музеи, социальные сети, блоги, форумы, новостные порталы и другие места, где люди могут общаться и обмениваться информацией.

Понятие публичного пространства является важным для понимания демократических процессов и общественной жизни, поскольку оно связано с свободой слова, свободой собраний и другими принципами, необходимыми для развития демократических институтов и гражданского общества.

Концепция публичного пространства предполагает наличие общественной сферы, в которой люди могут свободно общаться, выражать свои мысли и идеи, участвовать в обсуждении важных общественных вопросов и влиять на принимаемые решения. Публичное пространство является ключевым элементом демократического общества, поскольку оно предоставляет возможность для свободного обмена информацией и мнениями, а также для развития критического мышления и участия в принятии решений.

Однако публичное пространство не всегда является достаточно открытым и доступным для всех членов общества. В некоторых случаях оно может быть ограничено властными структурами или определенными социальными группами, что может привести к ограничению свободы выражения мнений и права на участие в общественной жизни.

Для обеспечения открытости и доступности публичного пространства важно развивать социальную инфраструктуру, создавать условия для свободного общения и взаимодействия между людьми, а также для участия в общественной жизни. Кроме того, необходимо содействовать развитию гражданского общества и поддерживать свободу выражения мнений и право на участие в принятии решений, чтобы обеспечить эффективное функционирование публичного пространства и укрепление демократических ценностей в обществе.

Понятие «публичное пространство» может использоваться в различных контекстах, таких как политика, социология, градостроительство и т.д. В каждом случае оно может иметь свои особенности и интерпретации. Например, в градостроительстве публичное пространство может рассматриваться как общественное пространство города, доступное для использования всеми гражданами.

В политической сфере публичное пространство – это общественная сфера, где общественное мнение формируется и обсуждается, а граждане могут выражать свои взгляды, участвовать в дискуссиях и дебатах. Публичное пространство может быть представлено как физическими местами (например, площади, парки, улицы), так и виртуальными (социальные сети, интернет-форумы).

В социологии понятие «публичное пространство» может рассматриваться в контексте общественной жизни и социального взаимодействия. Это может быть сфера общественных

отношений и общественных коммуникаций, где люди могут обмениваться информацией, идеями и мнениями.

Понятие «публичное пространство» в зависимости от контекста может иметь разные значения, но в целом оно обозначает общественное пространство, где происходит взаимодействие людей и формируется общественное мнение.

Сетевые партии и группы интересов – это новое явление в политике, которое стало возможным благодаря развитию технологий связи и информации. Эти политические организации строятся на основе сетевых отношений, которые позволяют им объединяться и действовать в интересах своих членов и сторонников.

Сетевые партии и группы интересов отличаются от традиционных партий и организаций тем, что они не имеют строгой вертикальной иерархии и не централизованы в своей структуре. Вместо этого, они представляют собой сеть независимых организаций и активистов, объединенных общей целью.

Сетевые партии и группы интересов активно используют интернет и социальные сети для мобилизации своих сторонников и организации политических акций. Это позволяет им быстро реагировать на изменения в политической обстановке и эффективно противостоять традиционным партиям и организациям.

Одним из наиболее известных примеров сетевой политической организации является движение «Пять звезд» в Италии, которое было создано в 2009 году и вышло на первое место на выборах в 2013 году. Это движение строится на принципах директ-демократии и открытости, и использует интернет-платформы для принятия решений и координации действий.

Сетевые партии и группы интересов являются важным феноменом в современной политике, и их роль, и значимость, вероятно, будут только расти в будущем.

Сетевые партии и группы интересов – это новая форма политической организации и участия, которая стала возможной благодаря развитию информационных и коммуникационных технологий. Они основаны на идее создания горизонтальных структур управления, в которых каждый участник имеет равные права и возможности для выражения своих идей и мнений. Это отличается от традиционных вертикальных структур, где власть и ресурсы сконцентрированы в руках небольшой группы лидеров.

Сетевые партии и группы интересов активно используют социальные сети, блоги и другие онлайн-инструменты для мобилизации и координации своей деятельности. Они могут привлекать большое количество сторонников и симпатизантов, включая людей, которые раньше не участвовали в политической жизни страны.

Однако, несмотря на свою активность и популярность, сетевые партии и группы интересов сталкиваются с определенными ограничениями, связанными, например, с трудностями в организации эффективного управления и координации деятельности, а также с недостатком ресурсов и доступа к средствам массовой информации.

Виртуальные партии – это политические организации, которые функционируют в онлайн-среде и не имеют физической организации. Они могут собираться вокруг общих идей и целей, используя Интернет для обмена информацией, координации действий и мобилизации поддержки. Примером виртуальной партии может служить шведская Пиратская партия, которая была создана в 2006 году и заявляла о защите прав на свободу информации и приватность в Интернете. Она использовала Интернет для мобилизации своих сторонников и распространения своих идей, что позволило ей выиграть несколько мест в Европарламенте. Виртуальные партии могут быть эффективными инструментами политической мобилизации и оказывать влияние на политический процесс, но они также могут сталкиваться с проблемами легитимности и отсутствия организационной структуры.

Медиакоммуникационные партии – это политические организации, которые используют средства массовой информации для коммуникации с избирателями и мобилизации поддержки. Они могут использовать телевидение, радио, печатные СМИ и Интернет, чтобы распространять свои идеи и сообщения. Примером медиакоммуникационной партии может

служить итальянская Партия Свободы, которая была создана медиамагнатом Сильвио Берлускони и использовала его медиаимперию для продвижения своих идей и кандидатов.

Расширенные сети партий – это сетевые организации, которые объединяют несколько политических партий или организаций в рамках общей коалиции. Они могут использоваться для координации действий между партиями и объединения усилий в рамках общей цели. Примером расширенной сети партий может служить Европейская народная партия, которая объединяет несколько консервативных и центристских партий из разных стран Европы. Это позволяет ей координировать свои действия на европейском уровне и влиять на политические решения в Европейском парламенте.

Сетевые интеракции. Коллективные действия. Координационный механизм политического участия. Краудсорсинг как форма сетевого политического участия.

Сетевые интеракции – это процесс взаимодействия между участниками сети, в котором информация, ресурсы и знания обмениваются и передаются через сетевые связи. Они могут происходить как внутри организации, так и между организациями, группами и индивидуальными пользователями. Сетевые интеракции являются важной частью сетевой культуры и помогают участникам сети получать информацию, делиться знаниями и опытом, координировать действия и мобилизовывать ресурсы. Они могут происходить через различные средства коммуникации, такие как электронная почта, чаты, форумы, социальные сети и т.д.

Сетевые интеракции могут быть как формальными, так и неформальными. Формальные интеракции могут происходить в рамках определенных структур и организаций, например, в рамках рабочих групп или комитетов. Неформальные интеракции, с другой стороны, могут происходить свободно и не иметь четкой структуры или организации. Сетевые интеракции имеют значительное значение для развития сетевых организаций и сетевых сообществ. Они помогают участникам сети лучше понимать друг друга, сотрудничать и совместно решать проблемы. Кроме того, они могут способствовать развитию инноваций и новых идей, а также улучшению качества принимаемых решений.

Коллективные действия – это действия, которые осуществляются группой людей с целью достижения общей цели или решения общей проблемы. Они могут принимать различные формы, такие как митинги, забастовки, петиции, блокировки дорог и другие формы протеста и активизма. Коллективные действия являются важным инструментом гражданской активности и политической мобилизации. Они позволяют людям объединяться для защиты своих прав и интересов, выражения своих мнений и требований, а также оказания давления на правительство и другие властные структуры.

Однако коллективные действия могут сталкиваться с различными проблемами, такими как отсутствие единства в группе, противодействие со стороны правительства и других силовых структур, а также нарушение общественного порядка и безопасности. Для успешного проведения коллективных действий необходимо иметь четкую стратегию, организационную структуру и координацию между участниками. Также важно учитывать законодательные ограничения и правила поведения в общественных местах, чтобы избежать конфликтов с правоохранительными органами.

Коллективные действия могут быть как спонтанными, так и организованными. Спонтанные действия могут произойти в результате неожиданного события или вызвать резкую эмоциональную реакцию, например, массовые протесты после инцидента полицейского насилия. Организованные действия могут быть запланированы заранее и подготовлены соответствующим образом, например, митинги, забастовки и кампании гражданского неповиновения.

В современном мире социальные сети и Интернет создают новые возможности для коллективных действий, облегчая связь и координацию между людьми. Например, социальные сети могут использоваться для мобилизации людей на протесты или для сбора средств на благотворительные цели. Однако коллективные действия могут также приводить к конфликтам и нарушениям общественного порядка. В таких случаях правительство может использовать

силу, чтобы разрушить коллективные действия и восстановить порядок. Это может привести к конфликту между правительством и гражданскими организациями, а также к усилению недоверия к власти. В целом, коллективные действия могут иметь различные последствия для общества и для развития демократии. Они могут быть сильным инструментом для выражения гражданской позиции и изменения общественных отношений, но они также могут привести к социальной напряженности и конфликтам.

Координационный механизм политического участия – это процесс, который позволяет людям объединять свои усилия и ресурсы для достижения общей цели в рамках политической системы. Он может включать в себя различные формы координации, такие как лидерство, организация, коммуникация и мобилизация. Одной из форм сетевого политического участия является краудсорсинг, который представляет собой процесс сбора и использования знаний, идей, ресурсов и усилий группы людей через Интернет. Краудсорсинг может быть использован в политических кампаниях для сбора пожертвований, разработки платформы, создания контента и распространения информации.

Краудсорсинг может быть полезным инструментом для сетевого политического участия, так как он позволяет группе людей объединять свои знания и ресурсы, чтобы достичь общей цели. Однако, он также может иметь свои ограничения, такие как неравномерное распределение участия, проблемы с безопасностью и недостаток контроля со стороны организаторов.

Социальное движение – это форма коллективных действий, которая представляет собой организованную группу людей, объединенных общими целями и идеями. Социальные движения могут возникать в различных областях, таких как политика, экономика, культура или окружающая среда, и стремятся изменить текущее положение дел в соответствии с их целями. Примерами социальных движений могут служить движения за гражданские права, феминистское движение, движение Occupy Wall Street, движение Black Lives Matter и другие.

Одной из форм коллективных действий является протестное движение, которое представляет собой организованные действия, направленные на привлечение внимания к определенной проблеме или требованию. Протестные движения могут принимать различные формы, такие как митинги, демонстрации, забастовки, голодовки и другие. Другой формой коллективных действий являются группы давления, которые представляют собой группу людей, объединенных для достижения определенной цели, обычно влияния на политический процесс. Группы давления могут использовать различные методы, такие как лоббирование, петиции, обращения к законодательным органам и другие.

Кроме того, существуют и другие формы коллективных действий, такие как гражданское неповиновение, которое представляет собой форму протеста, при которой люди отказываются подчиняться определенному закону или правилу, считая его несправедливым. Также существуют формы коллективных действий, направленные на социальные и экономические изменения, такие как кооперативы, общественные организации и т.д.

Цифровые платформы как посредники гражданского участия. Понятие «капитализма платформ». Управление выбором граждан на основе «больших данных». Электронное голосование.

Цифровые платформы играют все более важную роль в облегчении гражданского участия и демократического управления. Они могут действовать как посредники между гражданами и государственными органами, облегчая взаимодействие и обмен информацией. Некоторые цифровые платформы также позволяют гражданам принимать участие в процессах принятия решений, собирать и анализировать данные и осуществлять мониторинг деятельности государственных органов. Например, одной из таких платформ является OpenGov, которая была создана в США и предоставляет гражданам доступ к информации о деятельности правительства, позволяет им подавать жалобы и предложения, а также участвовать в дискуссиях и голосованиях по конкретным вопросам.

Другим примером является платформа Change.org, которая позволяет гражданам

создавать и подписывать онлайн-петиции по различным социальным и политическим вопросам, обращаться к правительственным и частным организациям с запросами и предложениями, а также проводить кампании по повышению осведомленности и мобилизации поддержки.

Цифровые платформы также могут использоваться для организации сетевых кампаний, массовых мероприятий и других форм гражданского участия. Они могут объединять группы граждан, активистов и организаций вокруг общих целей и облегчать координацию и мобилизацию поддержки. Однако использование цифровых платформ для гражданского участия также может сталкиваться с проблемами доступности, неравенства и защиты данных, что требует постоянного обсуждения и совершенствования.

Цифровые платформы могут использоваться для проведения онлайн-консультаций и публичных дебатов, которые позволяют гражданам выражать свои мнения и влиять на принимаемые решения. Это особенно полезно для органов власти, которые могут получать обратную связь от широкой аудитории граждан и учитывать ее при принятии решений. Кроме того, цифровые платформы могут использоваться для проведения онлайн-голосований и опросов, которые позволяют гражданам выразить свою позицию по определенным вопросам и влиять на принимаемые решения. Это может увеличить уровень гражданского участия и укрепить демократические процессы.

«Капитализм платформ» – это термин, который используется для описания экономической модели, в которой компании-платформы, такие как Airbnb, Uber, Amazon и другие, доминируют в цифровой экономике, создавая новые возможности для предпринимательства и инноваций, но также вызывая обеспокоенность из-за своего влияния на традиционные отрасли и работу. Капитализм платформ основан на создании цифровых платформ, которые объединяют продавцов и покупателей, потребителей и производителей, взаимодействующих между собой и обменивающихся товарами, услугами и информацией. Эти платформы могут предоставлять доступ к большим рынкам, улучшать процессы поиска и сопоставления предложений и запросов, а также повышать качество и стандарты услуг и продуктов.

Однако капитализм платформ также вызывает вопросы о контроле данных, конкуренции и защите прав потребителей и работников. Критики указывают на то, что компании-платформы не всегда следуют правилам рынка и могут оказывать существенное влияние на рыночные условия, подавляя конкуренцию и усугубляя неравенство.

Управление выбором граждан на основе «больших данных» – это использование сбора, анализа и интерпретации больших объемов данных для управления выборным процессом. С помощью сбора информации о гражданах, их предпочтениях, поведении и социальном статусе можно создать более точные прогнозы и предсказания результатов выборов. Это может быть основой для принятия политических решений и стратегий во время кампаний.

Одним из инструментов управления выбором на основе «больших данных» являются социальные сети, такие как Facebook, которые могут собирать информацию о пользователе и использовать ее для настройки персонализированных рекламных кампаний или для прогнозирования голосования. Некоторые кампании могут использовать такие данные для настройки сообщений, которые будут наиболее эффективны для конкретной аудитории, что позволяет управлять выбором граждан.

Электронное голосование – это система, позволяющая гражданам голосовать на выборах, используя компьютерные технологии, вместо традиционного бумажного голосования. Это может быть через интернет, телефон или специальные устройства на избирательных участках. Электронное голосование имеет множество потенциальных преимуществ, таких как уменьшение затрат на организацию выборов, повышение скорости подсчета голосов и увеличение удобства для избирателей. Однако существуют опасения, связанные с безопасностью и подверженностью мошенничеству, так как электронные системы голосования могут быть взломаны или скомпрометированы хакерами.

Другим важным аспектом управления выбором граждан является использование алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта для анализа больших данных. Эти алгоритмы могут быть использованы для прогнозирования предпочтений избирателей, выявления тенденций и паттернов в голосовании, а также для определения наиболее эффективных стратегий кампании. Однако использование алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта в управлении выборами также может вызвать проблемы. Например, они могут стать причиной дискриминации и неравенства, если алгоритмы основываются на предвзятых данных или создают искаженные модели.

Еще одним способом управления выбором граждан является электронное голосование. Это процесс, при котором избирательный процесс проводится через интернет, обычно с использованием защищенной электронной системы. Электронное голосование может предоставить множество преимуществ, таких как повышение доступности для граждан, ускорение процесса и снижение стоимости. Однако электронное голосование также может быть подвержено риску хакерских атак и других форм манипуляции результатами голосования. Кроме того, существует опасность нарушения конфиденциальности голосования и утечки персональных данных граждан.

В целом, управление выбором граждан является сложной и многогранной проблемой, требующей внимательного и сбалансированного подхода, который учитывает, как преимущества, так и недостатки различных методов и технологий.

Вопросы для самопроверки:

1. Как определяется понятие «публичное пространство», и как оно связано с политическими процессами и сетевыми структурами в современном обществе?
2. Какие виды сетевых партий и групп интересов существуют, и как они используют публичное пространство для достижения своих целей?
3. Что такое виртуальные партии, и как они отличаются от традиционных политических партий и групп интересов? Какие преимущества и недостатки у виртуальных партий?
4. Что такое медиакоммуникационные партии, и как они используют сетевые технологии для коммуникации с избирателями и привлечения поддержки? Какие риски и преимущества связаны с использованием медиакоммуникационных партий в политической деятельности?
5. Какие виды сетевых интеракций существуют, и как они используются для координации коллективных действий и участия в политической жизни?
6. Как работает координационный механизм политического участия в сетевом пространстве, и какие преимущества и недостатки у него есть по сравнению с традиционными механизмами?
7. Что такое краудсорсинг, и как он используется в политической деятельности для привлечения граждан к коллективным действиям и участию в принятии решений?
8. Какие принципы и стратегии эффективного участия в сетевых интеракциях для достижения политических целей, и какие риски и ограничения существуют для таких форм участия в политике?
9. Какие функции выполняют цифровые платформы как посредники гражданского участия, и какие примеры таких платформ существуют в разных странах?
10. Что такое «капитализм платформ», и какие экономические и социальные последствия могут возникать из-за распространения цифровых платформ?
11. Как происходит управление выбором граждан на основе «больших данных», и какие риски и ограничения связаны с использованием таких методов?
12. Как работает система электронного голосования, и какие преимущества и недостатки у нее есть по сравнению с традиционными методами голосования?

Список использованной литературы

1. Абушенко А.А. (2018). Сетевое гражданское участие в России: проблемы и перспективы. Политическая наука, (4), 59-75.
2. Барышева Е.А. (2018). Сетевые формы участия граждан в политической жизни общества. Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки, (4), 55-69.
3. Верещагин Е. (2015). Сетевое участие граждан в России: история и современность. Гуманитарные науки и образование, (1), 89-95.
4. Войсунский А.Е. (2018). Гражданское участие в цифровую эпоху: сетевые формы и структуры. Социология власти, (1), 65-86.
5. Гаврилов К.В. (2017). Сетевое участие в политической жизни России. Молодой ученый, (8), 471-474.
6. Глазунов А.А., & Дементьева, А.А. (2018). Сетевое политическое участие в России и за рубежом. Вестник Омского университета. Серия «Политология», (4), 56-63.
7. Гусев Н.А. (2015). Сетевое участие граждан в социально-политической жизни общества. Гуманитарные науки и образование, (1), 95-101.
8. Дорошко А.Ю., & Розенберг, Л.Е. (2019). Сетевое гражданское участие в России: теоретические и методологические аспекты. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Политические науки, (2), 100-116.
9. Шмидт Э. Технократия и будущее демократии // Foreign Affairs. – 2018. – № 6. – С. 22-28.
10. Щеглова Н.А., Кравченко А.А. Сетевые технологии в политике и управлении: итоги 2018 года // Вестник СПбГУ. – 2019. – Т. 19. – №. 2. – С. 231-248.
11. Ярочкин В. Интернет и гражданское общество: к социологии сетевых коммуникаций. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2016. – 236 с.
12. Andersen R., Carpentier, N., & Schulz, W. (Eds.). Handbook of social media and communication research. Routledge, 2020.
13. Jenkins H., Ford S., & Green, J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. NYU Press, 2013.
14. «Сетевое участие: обзор и анализ современных тенденций» - статья на портале «Полит.ру»: https://polit.ru/article/2014/06/27/network_participation/
15. «Сетевое политическое участие в России: тенденции и перспективы» - исследование на сайте Института социологии РАН: <https://www.isras.ru/publ/1326.htm>
16. «Сетевое политическое участие в России: от теории к практике» - статья на портале "OpenDemocracy": <https://www.opendemocracy.net/ru/od-russia/network-political-participation-in-russia-from-theory-to-practice>
17. «Сетевые технологии и новые формы политического участия» - статья на портале "Politobzor.net": <https://politobzor.net/show-172482-setevye-tehnologii-i-novye-formy-politicheskogo-uchastiya.html>
18. «Как Интернет меняет политическое участие» - статья на портале "Svoboda.org": <https://www.svoboda.org/a/24744629.html>
19. «Политическое участие в условиях цифровой революции» - исследование на сайте Фонда общественного мнения: <https://fom.ru/Politika/12805>
20. «Сетевые технологии и политическое участие» - статья на портале "Politicalculture.ru": <https://politicalculture.ru/tekhnologii/setevye-tekhnologii-i-politicheskoe-uchastie/>
21. «Социальные сети и политическое участие в России» - исследование на сайте Центра исследований социальной сферы и общественного мнения: <http://www.cissmo.ru/news/44/336>
22. «Политическое участие в эпоху цифровизации: сетевые формы и вызовы» - статья на портале "Vestnik-rm.ru": <http://vestnik-rm.ru/news/2019-10-10/20321-politicheskoe-uchastie-v-epokhu-tsifrovizatsii-setevye-formy-i-vyzovy.html>

Тема 10. Глобальные политические сети

В конце XX века включение социальных агентов в «коммуникационную мультимедиа-систему» происходило, как в режиме on, так и off-line. Это привело к тому, что в начале нашего века информационная система способна реализовать социальную функцию только тогда, когда она непрерывно доступна и интерактивна. В результате, как указывал М. Кастельс, местности теряют свое культурное, историческое, географическое значение и реинтегрируются в функциональные сети, замещающие пространство мест.

С этого высказывания следует, что **информационные сети способствуют глобализации социума, посредством разрушения территориальных границ**. Но, не имея надежных механизмов управления информационными процессами, глобализация сетей неконтролируема с точки зрения социокультурных перспектив. Отсутствие четкого понимания принципов диверсификации информационных каналов искажает информационное пространство, что не позволяет считать его прообразом социальной реальности. Частичное решение этой проблемы предложил Г. Почепцов, сформулировав аксиомы управления информационным пространством. Они указывают на характеристики информации, принятие во внимание особенностей которых позволит не только моделировать движение и комбинаторику информационных каналов, но и эффективно привлекать их к трансформации и контролю над социальными процессами. Сделаем некоторые выводы из приведенных исследователем аксиом. *Во-первых*, информационное пространство обладает безграничными возможностями по расширению и наполнению новым содержанием. *Во-вторых*, контроль над информационным пространством требует привлечения значительных человеческих и финансовых ресурсов. *В-третьих*, информационные взаимодействия структурированы, а поэтому влияют друг на друга с нередко непрогнозируемым результатом и социальными последствиями.

Приведенные принципы и положение уже давно вышли за пределы научно-исследовательских лабораторий, где впервые были реализованы в форме прародителя Интернета - сети ARPANET. В 2013 году мир IT-индустрии отмечал знаменательное событие: 20-летие разработки и внедрения промышленного стека протоколов TCP / IP. Именно он сегодня обеспечивает интеграцию компьютерных систем в глобальные сети. Французский исследователь С. Тиссерон показал, что это технологическое открытие привело к объединению социальных сетей в единую глобальную сеть Интернет. За счет этого происходит расширение опыта и объема знаний человека, растер его потребность в общении и пребывании в актуальном бытии online. Изменение форм проявления индивидуальности с сохранением автономности и открытости, желание представить свой социальный образ с фиксацией причастности к важным событиям и влиятельным людям стало не только общедоступным инструментарием человека XXI века, но и превратилось в основу его социальной сущности.

За последние годы информационные сети прошли путь от утилитарного инструмента военных и ученых до социокультурного феномена. Но открытыми остаются вопросы: что вызвало такое быстрое изменение ее статуса? Почему современное общество называют сетевым? Существует ли граница между реальным и виртуальным миром? Как эволюционируют формы бытия человека и общества? Отвечая на эти вопросы, философы, социологи, политологи сходятся к тому, что инновационные технологии (и в первую очередь сетевые) трансформировали социальное пространство. Что именно изменилось, и какое значение оно имело в дальнейшем, мыслители, как правило, понимают по-разному. В любом случае, очевидна качественная перестройка координат бытийности общества.

Глобализация и развитие социальных сетей. Глобализация - процесс создания открытого общества, характеризующийся не только дальнейшим развитием мирового рынка как сферы устойчивых товарно-денежных отношений между различными странами, но и интернационализацией производства, социальных, гуманитарных процессов, изменением роли национальных государств и отношений между ними.

Наиболее характерной чертой глобализации Дж. Метьюз (президент фонда Карнеги) считал информатизацию, а Гжегож В. Колодко – известный польский экономист, глава исследовательского проекта центра TIGER (Transformation, Integration and Globalisation Economic Research) при Академии предпринимательства и менеджмента в Варшаве – развитие Интернет-экономики.

Интернет, экспоненциально выросший за последние 10-15 лет, является важнейшим рычагом глобализации. Он содействует модификации экономического роста, превращению его в глобальный информационно-инновационный процесс. Создание Интернета как глобальной и в то же время децентрализованной иерархической информационной сети, не имеющей единого управляющего органа, инициировало виртуальную революцию, существенно ускорило глобализацию. Его можно характеризовать и как институт рыночной экономики, способствующий сокращению транзакционных, а также организационно-плановых издержек, развитию социального потенциала и экономической глобализации. Это глобальная (охватывающая весь мир), не находящаяся под контролем отдельных корпораций или государств информационная система и общественная производительная сила.

К основным социально-экономическим параметрам всемирной сети Internet относятся:

- **бесплатная процедура доступа.** Большинство фирм бесплатно предоставляют пользователям общую информацию: новости, прогноз погоды, сведения из энциклопедий и словарей и т.д. Плата взимается только за информацию по специальному заказу, например, за сравнительный анализ привлекательности различных инвестиций, товаров, услуг и т.д., выполненный независимыми экспертами. В последнее время ряд крупных провайдеров в западных странах отказались от платы за доступ в Интернет (компенсируя свои расходы за счет рекламы);

- **универсальность и простота доступа в сеть.** Хотя в протоколах используется английский язык, пользователю не обязательно владеть им в совершенстве, поскольку надпись на экране можно прочесть несколько раз, заглянуть в словарь, воспользоваться автоматическим переводом и т.д.;

- **расширение телефонной сети и снижение тарифов на услуги (к сожалению, последнее не относится к России).** Так, в США местные телефонные разговоры предоставляются бесплатно, поэтому компьютеры в компаниях и в домохозяйствах могут быть подключены к Интернету большую часть дня (в России введение повременной оплаты на местных линиях с 2001 года несколько затормозило распространение Интернета);

- **освобождение пользователей от особого налогообложения.** Всемирная торговая организация, в частности, не рекомендует вводить каких-либо налогов на осуществление коммерческой деятельности в сети. Отдельные страны также придерживаются такой позиции.

Межправительственные сети. В настоящее время в мире функционирует множество межправительственных институтов, которые представляют собой глобальные политические сети. К наиболее крупным и известным относятся, например, Организация Объединенных Наций, созданная 24 октября 1945 года и в настоящий момент насчитывающая 193 участника, Всемирный банк, членами которого являются 188 государств, Европейский союз и Организация Североатлантического договора (НАТО), объединяющие по 28 стран. Всего на данный момент в мире насчитывается около 5 тыс. межправительственных организаций (МПО). Анализ этих институтов выявляет поразительное сходство их характеристик с основными положениями теории политических сетей. Они различаются по функциям, государствам-членам и критериям членства, имеют различные цели, обычно изложенные в коллективном договоре или уставе. Некоторые МПО существуют для обеспечения нейтральной переговорной площадки или урегулирования споров. Другие созданы для реализации взаимных интересов, разрешения конфликтов и улучшения международных отношений, содействия международному сотрудничеству по таким вопросам, как защита окружающей среды, соблюдение прав человека, социального развития (образование, здравоохранение), экономической кооперации. Некоторые из них имеют более общий характер, в то время как другие возникают вокруг конкретных

проблем или сфер деятельности (например, Интерпол или Международная организация по стандартизации). К наиболее распространенным типам относятся:

- всемирные организации, которые в целом открыты для всех государств, отвечающих определенным критериям (ООН, Всемирная торговая организация, Международный валютный фонд и др.);

- региональные организации, открытые для государств конкретного региона или континента (Европейский союз, Совет Европы, Африканский союз, Организация американских государств и т.д.);

- экономические организации (Организация экономического сотрудничества и развития, Организация стран — экспортеров нефти);

- военные блоки (НАТО, Организация договора о коллективной безопасности);

- культурные, этнические, религиозные организации (Содружество наций, Лига арабских государств, Франкофония, Организация исламского сотрудничества).

Естественно, многие государства одновременно являются членами нескольких межправительственных организаций. Например, на рис. 17 представлено членство европейских государств в различных межправительственных организациях.

Являются ли межправительственные организации сетевыми по принципам взаимодействия членов? По сути, они представляют собой формы сетевой организации международных отношений, которые являются структурами глобального управления.

Глобальное управление – процесс совместного политического руководства, объединяющий национальные правительства, многосторонние государственные учреждения и гражданское общество для достижения общих целей.

Оно обеспечивает стратегическое направление и руководит коллективными усилиями по решению глобальных и локальных задач. Теория политических сетей уже давно стала применяться исследователями для анализа, например, системы управления Европейского союза. Используя сетевую методологию, мы можем предположить, что межправительственные организации представляют собой кластеризованные структуры глобальной сети. Государства – члены организаций обладают более стабильными и прочными сетевыми отношениями между собой, а сами организации могут характеризоваться высокой степенью сплоченности. Но как анализировать всю глобальную сеть межправительственных отношений?

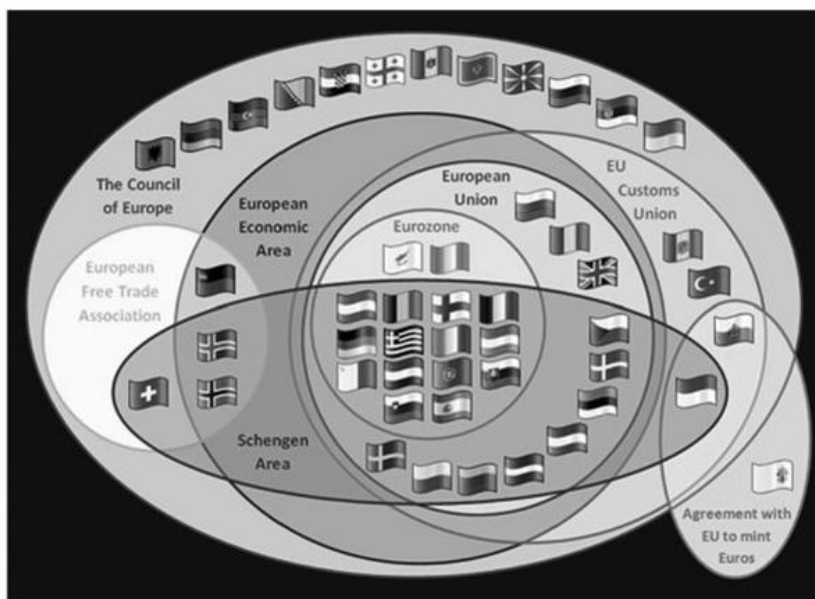


Рис. 17. Членство государств Европы в различных межправительственных организациях

В этом контексте появляется понятие *многоуровневого управления*. В его основании лежит признание существования взаимно пересекающихся компетенций различных управленческих уровней, а также акцент на взаимодействии участников на разных уровнях управления (как минимум наднациональном, национальном и субнациональном). По мнению Л. Хууге и Г. Маркса, определяющие характеристики многоуровневого управления заключаются в следующем:

Процесс принятия решений не монополизирован национальными государствами, а наоборот, находится в сфере совместной компетенции акторов на различных уровнях.

Коллективное принятие решений государствами подразумевает значительную потерю контроля над этим процессом для отдельно взятых национальных правительств.

Политические уровни скорее пересекаются или соприкасаются, нежели тесно включены друг в друга. В то время как национальные уровни сохраняют свою значимость для определения политических стратегий национальных правительств, концепция многоуровневого управления не подразумевает, что национальный уровень полностью включен в наднациональный. Субнациональные акторы действуют как на национальном, так и на наднациональном уровне, а национальные правительства не монополизируют право на установку связей между местными и наднациональными акторами.

В научной литературе сложилось относительное согласие о том, что глобальное управление представляет собой многоуровневое управление, если соблюдаются два важных условия. *Во-первых*, глобальный уровень должен быть автономным. Он должен быть больше, чем просто межправительственная координация, без делегирования полномочий на наднациональный уровень. Пока международные отношения структурированы по принципу консенсуса, в соответствии с которым стратегии акторов реализуются только до тех пределов, о которых они договорились, не имеет смысла говорить о многоуровневой системе управления. Система суверенных национальных государств не является политическим агентом за пределами национального государства со значительной автономией или полномочиями, даже если некоторые из государств действительно тесно сотрудничают.

Во-вторых, глобальный уровень должен быть частью системы, которая характеризуется взаимодействием различных уровней, а не работать независимо от других уровней управления. Прежде, чем мы сможем говорить о многоуровневой системе управления, она должна быть представлена как система, включающая в себя некоторую форму дифференциации. В этом смысле теория политических сетей удачно вписывается в эту концепцию. В то же время если ориентироваться на сетевую методологию, межправительственные организации выступают лишь формами взаимодействия акторов, которые не являются исключительными. С точки зрения трансправительственного сотрудничества государство выглядит фрагментированным. Ключевыми акторами могут выступать не правительства как один институт, а разные государственные органы, а также чиновники различного уровня в национальных министерствах. Они координируют политику трансграничного формата при периодическом, но не постоянном наблюдении со стороны национальных министерств иностранных дел. Между тем ныне такая координация не только дополняет, но и отчасти замещает координацию на уровне высшего исполнения.

Организация трансправительственных сетей – плоская, горизонтальная, а не иерархическая. Формально внутри сети никто никому не подчинен. Это предполагает действие принципа субсидиарности (то есть решения непосредственно вырабатываются теми агентами, которые ответственны за их имплементацию) и поощряет дифференциацию в подходе к местным проблемам, а не навязывание единообразного политического решения сверху. Нет и легитимной инстанции по разрешению споров между акторами, тогда как сотрудничество в целом носит необязательный характер и не сопровождается репутационными издержками в случае выхода из него. Трансправительственные сети подразумевают такое сотрудничество на международной арене, которое чиновники из национальных администраций осуществляют

напрямую, с одобрения национальных лидеров, вступая в горизонтальные контакты между собой поверх разделяющих страны границ. В таком режиме можно действовать быстрее, более гибко и с меньшими издержками, нежели в рамках традиционных международных организаций, в основе деятельности которых лежат документально оформленные межправительственные договоренности.

Транснациональные и корпоративные сети. Анализ восточно-азиатских деловых сетей показывает институционально-культурное происхождение организационных форм. Но он показывает также и пределы рыночной теории деловых организаций, этноцентрически укорененной в англосаксонском опыте. Так, обладающая определенным весом влиятельная интерпретация Уильямсона о возникновении крупной корпорации как лучшего пути сокращения неопределенности и минимизации транзакционных издержек путем интернализации сделок внутри корпорации просто не выдерживает никакой критики, если сопоставить ее с эмпирическими свидетельствами захватывающего процесса капиталистического развития в Азиатско-тихоокеанском регионе, основанном на сетях, внешних по отношению к корпорации.

Аналогичным образом процесс экономической глобализации, основанной на формировании сетей, кажется, противоречит также и классическому анализу Чандлера, который приписывает подъем крупной, объединяющей несколько производственных единиц (multi-unit) корпорации растущему размеру рынка и доступности коммуникационной технологии, которая позволяет большой фирме держаться на таком широком рынке, пожиная плоды экономии на масштабе производства и размахе операций и интернализируя их внутри фирмы. Чандлер распространил свой исторический анализ экспансии крупных фирм на рынке США на подъем мультинационального предприятия в ответ на глобализацию экономики, на этот раз путем использования усовершенствованных информационных технологий. Судя по большей части литературы последних двадцати лет, мультинациональное предприятие с его дивизиональной централизованной структурой было организационным выражением новой глобальной экономики. Единственные дебаты по этому вопросу развернулись между теми, кто подчеркивал устойчивость национальных корней мультинационального предприятия, и теми, кто рассматривал новые формы предприятия как истинно транснациональные корпорации, вытесняющие интересы и обязательства любой специфической страны, несмотря на их историческое происхождение. Однако эмпирический анализ структуры и практики крупных корпораций с глобальным охватом показывает, что оба видения устарели и должны быть заменены концепцией возникновения международных сетей фирм и субединиц фирм, как базовой организационной формы информационно-глобальной экономики. Дитер Эрнст суммировал существенный объем доступных свидетельств, касающихся формирования межфирменных сетей в глобальной экономике, и считает, что большая часть активности в ведущих отраслях организована вокруг пяти различных типов сетей (электроника и автомобилестроение были самыми передовыми отраслями в распространении этой организационной структуры). Эти пять типов сетей следующие:

- *сети поставщиков*, которые определены так, чтобы включать субподряды, соглашения по первоначальному производству оборудования (OEM-Original Equipment Manufacturing) и первоначальному проектированию (ODM - Original Design Manufacturing) между клиентом («центральной компанией») и поставщиками промежуточных производственных вложений;

- *сети производителей*, которые определяются так, чтобы включать все соглашения по совместному производству, которые позволяют конкурирующим производителям объединять свои производственные мощности, финансовые и кадровые ресурсы, чтобы расширить свои продуктовые портфели и географический охват;

- *потребительские сети*, которые определяются как форвардные связи производственных компаний с дистрибьюторами, рыночными каналами, посредниками, создающими добавленную стоимость, и конечными пользователями на главных экспортных рынках либо на внутренних рынках;

- *коалиции по стандартам*, которые инициируются теми, кто устанавливает потенциальные глобальные стандарты с выраженной целью заключить как можно больше фирм в рамки стандартов на их собственные товары или стандарты интерфейса;

- *сети технологической кооперации*, которые способствуют приобретению продуктового дизайна и производственной технологии, поощряют совместное производство и разработку процессов, позволяют делиться общим научным знанием и результатами НИОКР.

Однако формирование этих сетей не подразумевает кончины мультинационального предприятия. Эрнст, соглашаясь с рядом наблюдателей по этому предмету, считает, что сети либо имеют центр в крупном мультинациональном предприятии, либо формируются на базе альянсов и кооперации между такими предприятиями. Кооперативные сети мелких и средних предприятий существуют (например, в Италии и в Восточной Азии), но они играют второстепенную роль в глобальной экономике, по крайней мере, в ключевых отраслях. Олигополистическая концентрация, как кажется, растет или поддерживается в большинстве секторов главных отраслей не только несмотря на сетевую форму организации, но и благодаря ей. Дело в том, что вход в стратегические сети требует либо значительных ресурсов (финансовых, технологических, рыночной доли) либо альянса с крупным игроком сети.

Мультинациональные предприятия еще сильно зависят от своей национальной базы. Идея о том, что транснациональные корпорации (*transnational corporations*) являются «гражданами мировой экономики», по-видимому, не соответствует действительности. Однако сети, сформированные мультинациональными корпорациями, пересекают национальные границы, идентичности и интересы. Как отмечалось выше, мультинациональные предприятия не только вовлечены в сети, но все чаще сами организуются в децентрализованных сетях. Гошал и Бартлетт, суммируя свидетельства трансформации мультинациональных компаний, определяют современную мультинациональную корпорацию как «межорганизационную сеть» или, точнее, как «сеть, которая встроена во внешнюю сеть». Этот подход критически важен для нашего понимания, поскольку, как гласит аргументация, характеристики институциональных сред, где расположены различные компоненты корпорации, фактически формируют структуру и динамику внутренней сети корпораций. Мультинациональные корпорации действительно являются держателями богатства и технологии в глобальной экономике, поскольку большинство сетей структурировано вокруг таких корпораций. Но в то же время они внутренне дифференцированы в децентрализованных сетях, а внешне зависят от их членства в комплексной, сложной, меняющейся структуре взаимосцепленных сетей, по формулировке Имаи, международных сетей. Кроме того, каждый компонент таких сетей, внутренний и внешний, встроен в специфическое культурно-институциональное окружение (нации, регионы, местности), которое в различной степени затрагивает сеть. В целом, сети асимметричны, но каждый единичный элемент сети едва ли сможет выжить сам по себе или навязать свой диктат. Логика сети более могущественна, чем силы в сети. В ситуации асимметричной взаимозависимости управление неопределенностью становится определяюще важным.

Почему сети занимают центральное место в современной экономической конкуренции? Эрнст утверждает, что главнейшими источниками этого процесса организационной трансформации являются два фактора: глобализация рынков и вложений и драматические технологические изменения, которые заставляют быстро стареть оборудование, а фирмы - неустанно обновлять информацию о процессах и продуктах. В таком контексте кооперация есть не только способ разделить между собой затраты и ресурсы, но также страховой полис против неудачного технологического решения: от последствий такого решения должны также пострадать и конкуренты, поскольку сети всеохватны и взаимно переплетены.

Довольно интересно, что предложенное Эрнстом объяснение возникновения международного сетевого предприятия повторяет аргумент рыночных теоретиков, которых я пытался персонализировать в лице Чандлера - для классиков и в лице Уильямсона - для неоклассических экономистов новой волны. Рыночные характеристики и технология полагаются ключевыми переменными, однако в анализе Эрнста организационные эффекты

полностью противоположны тем, которые ожидаются в традиционной экономической теории: в то время как предполагалось, что размер рынка стимулирует формирование вертикальной корпорации, объединяющей несколько производственных единиц, глобализация конкуренции растворяет крупную корпорацию в паутине мультинаправленных сетей, которая и становится реальной операционной единицей. Рост трансакционных издержек, связанных с повышением технологической сложности, не приводит к интернализации трансакций внутри корпорации, но приводит к экстернализации трансакций и разделению затрат через сеть, очевидно увеличивая неопределенность, но заодно делая возможным распространение и разделение риска неопределенности. Либо широко распространенное объяснение деловой организации, основанное на неоклассической рыночной теории, неверно, либо доступные свидетельства о возникновении деловых сетей ошибочны.

Таким образом, сетевое предприятие, господствующая форма деловой организации в Восточной Азии, кажется, расцветает в различных институционально-культурных контекстах в Европе, так же, как и в Соединенных Штатах. В то время как крупная, объединяющая несколько производственных единиц корпорация, иерархически организованная вокруг вертикальных командных линий, плохо приспособлена к информационно-глобальной экономике. Глобализация и информационализация кажутся структурно связанными с сетями. Означает ли эта тенденция, что мы движемся к азиатской модели развития, которая должна заменить классическую англосаксонскую модель корпорации? Культуры и институты продолжают формировать организационные требования новой экономики во взаимодействии между логикой производства, меняющейся технологической базой и институциональными чертами социальной среды. Обзор культур бизнеса в пределах Европы показывает вариации в организационных структурах, особенно по сравнению с отношениями между правительствами и фирмам.

Архитектура и состав деловых сетей, формируемых по всему миру, находится под влиянием национальных характеристик обществ, в которые такие сети встроены. Например, содержание деятельности и стратегия электронных фирм в Европе сильно зависит от политики Европейского Союза в отношении сокращения технологической зависимости от Японии и США. Но союз Siemens с IBM и Toshiba в микроэлектронике продиктован технологическими императивами. Формирование сетей высокотехнологичных производств вокруг оборонных программ США есть институциональная характеристика американской промышленности, и эта характеристика имеет тенденцию исключать иностранное партнерство. Постепенному поглощению северо-итальянских индустриальных округов крупными итальянскими фирмами благоприятствовало соглашение между правительством, большими фирмами и профсоюзами, касающееся удобства и уместности стабилизации и консолидации производственной базы, сформированной в 1970-х годах при поддержке региональных правительств, где господствовали левые партии. Иными словами, сетевое предприятие все больше становится интернациональным (не транснациональным), и его поведение будет происходить из управляемого взаимодействия между глобальной стратегией сети и национально/регионально укорененными интересами ее компонентов.

Поскольку большинство мультинациональных фирм, участвующих во множестве сетей, зависит от конкретных продуктов, процессов и стран, новую экономику нельзя больше характеризовать как сконцентрированную в мультинациональных корпорациях, даже если они продолжают совместно осуществлять олигополистический контроль над большинством рынков. Это происходит потому, что корпорации трансформировались в паутину множественных сетей, встроены во множественность институциональных окружений. Власть еще существует, но она осуществляется случайным образом. Рынки еще торгуют, но чисто экономическим расчетам препятствует их зависимость от нерешаемых уравнений со слишком большим числом переменных. Рука рынка, которую институциональные экономисты пытались сделать видимой, снова стала невидимой, но на этот раз ее структурная логика не

только управляется спросом и предложением, но находится также под влиянием скрытых стратегий и неизвестных открытий в глобальных информационных сетях.

Глобальные сети публичной политики, критерии (разнообразие, открытость, адаптивность, скорость реакции, субсидиарность, легитимность).

Глобальные сети публичной политики (GPPN) – это то, что можно считать новым действующим лицом на мировой арене. Негосударственные образования в том смысле, что они не являются государствами и не обязательно включены в юридическом смысле, они могут брать на себя международную роль даже без официального статуса международной или многосторонней организации / учреждения. Эти сети состоят из различных субъектов из гражданского общества, правительств, правительственных агентств, промышленности, отраслевых групп и, возможно, многосторонних организаций / учреждений. Их деятельность охватывает ряд этапов политического процесса, помимо предложений по политике или лоббирования, включая определение повестки дня, формулирование политики, переговоры, выработку правил, координацию, реализацию и оценку. Их опыт часто играет важную роль в глобальных дебатах и нормах установлении.

Успешные глобальные сети публичной политики характеризуются следующими ключевыми показателями:

Разнообразие, которое заключается в трехстороннем характере сетей, состоящих из государственного сектора, гражданского общества и бизнеса, что позволяет формировать различные институциональные механизмы. В контексте экономической, социальной и культурной глобализации участие частного сектора стало играть решающую роль для поиска эффективных решений международных проблем. В то же время политическая либерализация детерминировала быстрый рост транснациональных коалиций неправительственных организаций, которые должны быть вовлечены в формирование политики.

Открытость и гибкость глобальных сетей публичной политики предлагают управленческие механизмы, адаптивные к постоянно изменяющейся среде и открытые для новых участников. Различные подходы к процессам выработки политики и разнообразие культурных и социальных аспектов чаще требуют признания и интеграции.

Скорость, заключающаяся в быстром реагировании на вызовы внешней среды. Сети обладают значимым потенциалом, чтобы оперативно выявлять проблемы, выстраивать варианты решений и разрабатывать конкретный план действий, а также форсировать усилия различных акторов для реализации политики. Кроме того, сети могут оказать давление на традиционные институты с тем, чтобы они реагировали быстрее и эффективнее.

Субсидиарность и легитимность глобальных политических сетей, позволяющие эффективно реагировать на потребности в делегировании политических процессов на те уровни управления, которые могут наиболее эффективно формулировать и реализовывать политические решения. Они предоставляют средства реализации соглашений и публичной политики на различных уровнях принятия решений. Через открытую архитектуру, которая закрепилась с развитием Интернета, участие в сетях на нескольких уровнях облегчается, что ведет к повышению легитимности и в конечном счете к развитию общих глобальных норм и ценностей.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое «глобализация»?
2. Назовите основные социально-экономические параметры всемирной сети Internet.
3. Что из себя представляют межправительственные сети?
4. Назовите основные типы межправительственных сетей.
5. Дайте определение глобального управления и в чем его сущность.
6. Что лежит в основании многоуровневого управления?
7. Перечислите характеристики многоуровневого управления.
8. Что такое «организация трансправительственных сетей»?
9. Объясните понятие «мультинациональное предприятие» и его значимость в современной экономике.
10. Объясните точку зрения Гошала и Бартлетта о современной мультинациональной корпорации.
11. Почему сети занимают центральное место в современной экономической конкуренции?
12. Что такое «глобальные сети публичной политики»? Назовите их ключевые показатели.

Тест по главе 3.

1. Публичное управление включает элементы:
 - : описания, объяснения и понимания систем
 - +: все ответы правильные
 - : практическое использование знания разных научных направлений для улучшения политико-административных систем
 - : нормативной рефлексии ценностей, норм и стандартов, применимых к государственному регулированию и государственной политике
2. Концепция политических сетей возникла на основе американского и английского опыта. В 1950-1960-е гг. выработка государственной политики в США исследуется в аспекте управленческих структур, в которых взаимодействуют бюрократия, конгрессмены и заинтересованные группы. Но именно в Великобритании, как подчеркивают Роде и Марш, концепция политических сетей выросла из:
 - : теории божественных начал
 - +: теории межорганизационных отношений
 - : подражание старшим
 - : подражание во всем руководителю
3. Концепция политических сетей имеет ряд источников и отправных точек:
 - +: все ответы правильные
 - : организационная социология и академическая теория бизнес-администрирования;
 - : социальный структурный анализ;
 - : институциональный анализ, теория общественного выбора и неоменеджеризм
4. Теория политических сетей реконструирует отношения между:
 - +: государством и современным обществом
 - : природой и техникой
 - : государством и религией
 - : позитивизмом и конформизмом

5. Публичное управление как некоторая интеграция достижений различных наук, то, что называется «policy sciences». С этой точки зрения публичное управление как самостоятельная наука не существует. Оно является профессиональной деятельностью управленцев в государственных, муниципальных и неправительственных организациях, использующих достижения «policy sciences». Кто высказал данную позицию:

- + : Г. Лассуэлл
- : А. Вилдавски
- : А. Файоль
- : Таня Берцель

6. По мнению Тани Берцель, «идеи, верования, ценности, идентичность и доверие действительно не только имеют значение для политических сетей; они являются конструктивными для логики взаимодействия между членами сети». Общее моральное измерение поведения в сетях поставило перед исследователями вопрос о том, как оно достигается. Совместное понимание проблемы, доверие друг к другу, общие идеи и ценности и их выражение в определенных правилах сетевого поведения становится предметом какого анализа:

- : коллегияльного
- : коллективного
- : конструктивного
- + : специального

7. Теория публичного управления выполняет ряд функций, среди которых важнейшими являются:

- + : объяснительная, информационная, системообразующая и прогностическая
- : дидактическая, организационная, аналитическая
- : коммуникативная, проектировочная
- : содержательно-объяснительная, аналитическая

8. По мнению Х. Хакансон и Я. Иохансон, «Сеть состоит из акторов и отношений между ними, а также...»:

- : из ресурсов
- + : из определенных действий, ресурсов и зависимостей между ними
- : из взаимоотношений внутри акторов
- : из членов компании

9. Сегодня в мире функционирует множество межправительственных институтов, которые представляют собой глобальные политические сети (межправительственные сети), которые на данный момент в мире насчитывают около 5 тыс. межправительственных организаций (МПО). Некоторые МПО существуют для:

- + : обеспечения нейтральной переговорной площадки или урегулирования споров
- + : для реализации взаимных интересов, разрешения конфликтов и улучшения международных отношений, содействия международному сотрудничеству по таким вопросам, как защита окружающей среды, соблюдение прав человека, социального развития (образование, здравоохранение), экономической кооперации и т.д.
- : для снижения уровня оптимизации
- : для организации и проведения опросов

10. Кто автор определения: «Политическая сеть представляет собой набор относительно стабильных взаимоотношений по природе неиерархических и взаимозависимых, связывающих многообразие акторов, которые разделяют относительно политики общие интересы и которые обмениваются ресурсами для того, чтобы продвинуть эти интересы, признавая, что кооперация является наилучшим способом достижения общих целей»:

+: Таня Берцель

-: Р. Родс

-: Лоренц Отуул

-: Роде и Марш

Список использованной литературы

1. Бергер П., Лукман Т. (1995) Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум. - 323 с.
2. Бернейс Э. (2012) Манипуляция общественным мнением: как и почему // Политические исследования. - № 4. - С. 149-159.
3. Доука С.В. (2014) Практика использования онлайн-сетей // Социологические исследования. - № 1. - С. 137-145.
4. Дряева Э. (2017) Самопрезентация российских политиков в социальных сетях: современное состояние и перспективы.
5. Кураева С.А. К методологии исследования социальных сетей // Научные труды Московского гуманитарного университета. - 2017. - № 5.
6. Сазанов В.М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз. – М.: Лаборатория СВМ, 2010. – 180 с.
7. Силаева В.Л. (2008) Интернет как социальный феномен // Социологические исследования. - № 11. - С. 101-107.
8. Социальные сети. Учебное пособие / сост. И.А. Шахова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2015.
9. Хаустов Д.С. (2012) Теорема Томаса и особенности конструирования социальной реальности через массовые коммуникации // Социологические исследования. - № 7. - С. 29-36.
10. Шюц А. (2003) Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / сост. А.Я. Алхасов; пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение». – 336 с.
11. Digital in 2017 global overview 2017.
12. Milward B., Provan K.G. Measuring Network Structure // Public Administration. 2002. Vol. 76. Issue 2.
13. Peters Guy B. Political Institutions, Old and New // Goodin R. E., Klingemann H.-D. A New Handbook of Political Science. N.Y.: Oxford University Press, 1996.
14. Rhodes R. Policy Network. A British Perspective // Journal of Theoretical Politics. 1990. Vol. 2. No 3.
15. Доверие, сотрудничество, сплоченность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/832228/sotsium/doverie_sotrudnichestvo_splochennost#280
16. Роль социальных сетей в современном коммуникационном процессе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.com/1813643/rol_sotsialnyh_setey_sovremennom_kommunikatsionnom_protseesse?ysclid=lfkux0ilwn854423836
17. Сетевые политические отношения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/832226/sotsium/setevye_politicheskie_otnosheniya#631
18. Социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть
19. Социальная сеть как элемент институциональной структуры сервисного государства

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=7444&ysclid=1f12cvuebi548183942>

20. Типология отношений в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/1561073/sotsiologiya/tipologii_otnosheniy_sotsialnyh_setyah?ysclid=1f1208osea470758280

21. Чертков А.С. Социальные сети: новые возможности для креативной экономики / А.С. Чертков//Устойчивое развитие: геополитическая трансформация и национальные приоритеты: Материалы XIX Международного конгресса с элементами научной школы для молодых ученых. В 2-х томах, Москва, 30–31 марта 2023 года / Отв. редакторы выпуска: А.В. Семёнов, П.Н. Кравченко. Том 1. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2023. – С. 1718-1724.

22. Чертков А.С. Органы власти будут создавать и вести официальные страницы в соцсетях. – URL: <http://duma.gov.ru/news/54785/> (дата обращения: 26.05.2023). – Текст: электронный.

Заключение

В учебнике «Теория социальных сетей» рассмотрены социальные сети специфическая как общественная структура, состоящая из важных частей, каждая из которых не может существовать без другой: социальные объекты (пользователи, группы людей, сообщества, организации) и связи – социальные взаимоотношения – между ними, установленные контакты, поддерживаемые высокотехнологичными сервисами и компаниями. В главах учебника содержится толкование социальной сети как сообщества людей, объединенных общими интересами (или частью интересов), каким-либо общим делом или изъявившими желание для коммуникации на выбранной ими виртуальной площадке. В общефилософском контексте под социальной сетью понимают множество социальных объектов и определенное множество отношений (контактов) между ними.

Ускоренное развитие социальных сетей, масштабирование наиболее успешных электронных сервисов и площадок, создание новых медиа, массовое вовлечение в соцсети огромного числа пользователей, особенно молодежи, свидетельствует о важности данного направления в развитии экономики и культуры каждого государства, участники коммуникационного процесса которых объединены глобальными интернет-сетями в единую информационную систему по обмену разнообразным контентом.

Благодаря развитию в экономике Российской Федерации нового креативного сектора, успешно внедряются IT-технологии, механизмы электронной коммерции, сервисы обмена информационными потоками, мультимедийные системы, набирает популярность увлечение нейронными и другими сетями. Социальные сети мультиплицируют свои достижения и расширяют свою аудиторию, имея неоспоримые преимущества на фоне иных средств массовой информации:

- доступность интернет-технологий для каждого интернет-пользователя, как создателя, так и потребителя стороннего контента;
- простота овладения базовыми пользовательскими навыками, которые не требуют особых трудозатрат и специальных знаний;
- возможность монетизации уникального контента пользователей на различных мультимедийных площадках;
- отсутствие креативных и технологических ограничителей для внедрения новейших цифровых достижений (нейронные сети и др.).

По предварительным подсчетам в России насчитывается более 64 млн авторов социального контента, которые создают более 1,2 млрд сообщений в месяц. Особенностью медийного пространства Российской Федерации с февраля 2022 года стало введение особого режима регулирования работы социальных сетей западных технологических конгломератов и сервисов, деятельность которых было приостановлено в связи с нарушением российского законодательства в связи с проведением специальной военной операции на территории Украины.

Социальные сети оказывают влияние на многие стороны жизни общества, при умелом использовании они могут служить достижениям прогресса социокультурной динамики, технологий и цифровой экономики. Вместе с тем, социальные сети несут угрозу в случае распространения недобросовестной и фейковой информации.

Имеются примеры, когда при помощи социальных сетей решались политические вопросы, в том числе выборы глав государств. Следовательно, на исходы будущих политических кампаний и событий социальные сети будут оказывать непосредственное влияние. Владение огромными базами персональной информации о пользователях цифровых ресурсов, размещаемых в интернет-сетях, гарантирует их владельцам конкурентные преимущества не только с точки зрения получения коммерческого дохода, но и политические дивиденды в период значимых общественно-политических событий, военных конфликтов, информационных

войн, обсуждений жизненно-важных этапов развития общества.

Современные технологии позволяют пользователем социальных сетей быстро собирать необходимую информацию, оперативно ее передавать, получать и интерпретировать, хранить огромные базы данных. Социальные сети стали обязательным составляющим элементом жизнедеятельности общества. Они послужили стимулом для развития новых медиа, активизации конвергентных процессов в СМИ, телекоммуникациях и информационных технологиях.

В конечном итоге, целесообразно конкретизировать, что социальная сеть - особый вид сайта со страницами пользователей, где они могут размещать персональную информацию и общаться с другими участниками сообщества. Одна из примечательных особенностей любой социальной сети, как и блога, возможность создания контента самими пользователями (user-generated content / UGC). Любая социальная сеть ставит главной целью создание комфортных условий для построения взаимоотношений пользователей и их коммуникации. Это, а также возможности современных веб-технологий, позволили создавать социальные сети различного типа и направленности. Однако их универсальной общепринятой классификации не существует. Специалисты в области интернет-маркетинга часто предлагают различные варианты типологии сетей. Целью таких классификаций является разработка эффективных стратегий продвижения в зависимости от специфики той или иной социальной сети.

Понятно, что подходы к методам продвижения в универсальной сети (сети для общения) будут существенным образом отличаться от методов продвижения в специализированных сетях (профессиональных или сетей для обмена контентом). Кроме того, изучение персональных профилей в соцсетях, комментариев, лайков и многого другого, помогает составить картину основных предпочтений пользователей и за счет этого проводить более эффективную таргетированную рекламную кампанию.

Первой социальной сетью можно считать Facebook (сеть запрещена в России), созданный Марком Цукербергом в 2004 году. С тех пор количество подобных проектов возросло в десятки и сотни раз. Сегодня точное количество соцсетей никому не известно. По одним данным их около 404, по другим 350. Проблема с подсчетом заключается в том, что помимо крупных сетей международного уровня существуют национальные и мелкие проекты, заброшенные сайты подобного рода и т.д.

В России примерно половина пользователей Интернета обязательно пользуется возможностями социальных сетей. В среднем, россиянин тратит на них более двух часов ежедневно. Количество пользователей и персональных профилей постоянно растет.

Глоссарий

API - интерфейс для создания или программирования приложений, который представляет собой готовый программный код в виде сервиса. API используется для того, чтобы упростить процесс создания приложений.

Audience Growth Rate (AGR) — показатель темпов роста аудитории сообщества. Рассчитывается по формуле: $\text{количество новых подписчиков} / \text{общее количество подписчиков} \times 100 \%$.

Amplification Rate (AR, коэффициент распространения) — показатель виральности, то есть распространения контента с помощью репостов. Рассчитывается по формуле: $\text{репосты} / \text{количество постов} \times 100\%$.

A/B-тестирование (сплит-тестирование) — способ определить наиболее успешную стратегию рекламной кампании. Для этого используются такие переменные, как креатив, аудитория, место размещения рекламы. Путем комбинирования и изменения данных параметров и определяется наиболее удачный вариант рекламы.

B2B (Business To Business) — продажа товаров или услуг брендам, магазинам, компаниям.

B2C (Business To Consumer) — продажа товаров или услуг конечному потребителю.

UGC, user generated content — фото, видео, отзывы и другой контент о бренде, создаваемый и распространяемый пользователями. UGC часто используется для продвижения товаров через Фейсбук (запрещен в России) и укрепления доверия к бренду.

LAL, look-a-like — технология, которая позволяет отыскать похожую аудиторию, используя при этом исходную базу.

CPM / CPC (Cost Per Mille / Cost Per Click) — стоимость одной тысячи показов рекламы / клика по объявлению, где происходит оплата за переход.

CPL (Cost Per Lead) — стоимость одного лида. Если заявки обрабатываются в соцсетях, рассчитывают по формуле: $\text{сумма расходов} / \text{количество лидов}$.

CTR (click-through rate) — метрика, которая показывает эффективность рекламы. Рассчитывается в процентном отношении: $\text{число кликов по объявлению} / \text{число показов} \times 100 \%$.

Engagement (вовлечение) — единица реакции пользователей. Лайк, дизлайк, комментарий, сохранение в закладки – любая реакция аудитории относится к вовлечению.

Engagement Volume (объем вовлечения) — общее количество всех единиц реакций.

Engagement Rate (ER) — коэффициент вовлеченности аудитории. Одна из формул по которой можно рассчитать вовлеченность: $(\text{сумма всех реакций подписчиков} / \text{количество постов} / \text{количество подписчиков}) \times 100\%$. Так как здесь не учитывается множество факторов, используют несколько видов метрики:

Engagement Rate by Reach (ERR) — коэффициент вовлеченности по охвату. Рассчитывается по формуле: $\text{количество всех реакций аудитории} / \text{охват} \times 100 \%$.

Daily Engagement Rate (ERday) — показатель средней вовлеченности в день за выбранный период времени. Рассчитывается по формуле: $\text{количество реакций за один день} / \text{количество подписчиков} \times 100\%$.

Engagement Rate of Post (ERpost) — коэффициент вовлеченности по выбранному посту. Он отображает процент активных пользователей по каждой публикации. Рассчитывается по формуле: $\text{все реакции поста} / \text{количество подписчиков} \times 100\%$.

Engagement Rate by Views (ERview) — коэффициент вовлеченности по просмотрам. Отображает процент людей, которые проявили интерес к посту. Рассчитывается по формуле: $\text{количество реакций на один пост} / \text{количество просмотров} \times 100\%$.

Love Rate - показатель уровня привлекательности. Рассчитывается по формуле: $\text{сумма всех лайков} / \text{количество подписчиков} \times 100\%$.

Talk Rate - показатель уровня общительности. Рассчитывается по формуле: $\text{сумма всех комментариев} / \text{количество подписчиков} \times 100\%$.

Post Rate - частота добавления постов за определенный промежуток времени.

Content Rate - частота генерации контента. Учитывает не только посты, а весь размещенный контент за определенный период времени: опросы, видео, инфографики и так далее.

Response Rate - коэффициент отклика. Метрика показывает процент вопросов, на которые пользователи получают ответы за определенный промежуток времени. Рассчитывается по формуле: $\text{количество ответов} / \text{количество вопросов} \times 100\%$.

Response Time - среднее время отклика на сообщения пользователей.

ROI (Return of Investments) — коэффициент возврата инвестиций. Показывает рентабельность вложений. Рассчитывается по формуле: $\text{чистая прибыль} / \text{затраты} \times 100\%$. Чистая прибыль — это сумма, которую получает организация за выбранный период времени за вычетом общих вложений и издержек. Результат выше 100% говорит о прибыльности вложений, ниже 100% — об убыточности.

ROMI (Return of Marketing Investments) — коэффициент возврата маркетинговых вложений. Рассчитывается по формуле: $\text{прибыль} / \text{затраты на маркетинг} \times 100\%$. Прибыль здесь — это доходы от маркетинга за вычетом расходов на маркетинг.

ROAS (Return on Ad Spend) — коэффициент возврата рекламных вложений. Рассчитывается по формуле: $\text{доход от рекламной кампании} / \text{затраты на рекламную кампанию} \times 100\%$.

Negative Feedback - негативные реакции. Это дизлайки, скрытия постов, жалобы на контент, гневные комментарии пользователей. Их надо учитывать отдельно от позитивных реакций, так как негатив быстрее укажет на тонкие места в SMM, а значит поможет избежать отписок и раздражающего контента, выявить оптимальную частоту постинга и поработать над репутацией.

Авторворонка - целый комплекс сообщений и продающих страниц, которые превращают потенциального клиента в реального.

Активность - это поведение пользователей, например, лайк, комментирование, репост записи, ее сохранение.

Алгоритм - последовательность действий и операций, которые приводят к решению конкретной задачи.

База - список аккаунтов для работы в социальной сети.

Бан - блокировка аккаунта пользователя за нарушение правил площадки. Или ограничение прав пользователя администратором сообщества. И в том, и другом случае бан может быть временным или постоянным.

Виральность - свойство поста, которым хочется делиться. Другими словами, виральность — это сарафанное радио. Пост увидел один человек, скинул другу, тот переслал своему другу и пошло-поехало.

Геотаргетинг - способ размещения рекламы, позволяющий показывать ее пользователям из заданного города или региона. В геотаргетинге социальной сети ВКонтакте, например, существует даже функция исключения — возможность исключить конкретный регион или город из списка.

Динамический ретаргетинг - инструмент, позволяющий показывать рекламу тем пользователям, которые совершили какое-то действие на сайте. Наверняка вы сталкивались с ситуацией, когда зашли на сайт билетного оператора, чтобы узнать ближайшие концерты, а затем наткнулись в своей ленте на баннер с понравившимся вам концертом. Технология показывает динамические объявления, в котором собраны уже просмотренные пользователем товары и близкие им по свойствам.

Дневной лимит - сумма средств в сутки, при достижении которой показ рекламных объявлений приостанавливается. Возобновляются показы в начале следующих суток, с полуночи до часу ночи.

Инфоповод - событие, способное вызвать интерес у большого количества пользователей.

Карусель - термин, обозначающий рекламный пост с картинками-карточками. К каждому изображению можно написать индивидуальное название, указать цену, добавить кнопку с призывом к действию.

Кликбейт - способ оформления заголовка, который искажает факты, манипулирует эмоциями читателя, утаивает ключевую информацию о содержимом поста. Кликбейт может обеспечить максимальное количество переходов, но больше вредит – он раздражает пользователей, когда они не находят релевантного содержания.

Лента активности - новостная лента, которая сообщает о действиях пользователя, видимых для его друзей или участников группы.

Лид - пользователь, который заинтересовался продуктом или услугой и оставил свои контактные данные путем звонка, регистрации, заполнения анкеты, оформления заказа.

Лид-магнит - инструмент для привлечения лидов, благодаря которому пользователь получает бесплатную услугу или товар. Выделяют 3 варианта лид-магнитов:

- бесплатный информационный продукт — вебинар, обучающее видео;
- бесплатный период пользования продуктом или услугой — один бесплатный урок, месяц для тестирования сервиса;
- бонус — скидка на какой-то товар или услугу.

Марафон - тренинг пользователей в социальной сети. Марафон может быть платным или бесплатным, длится от 3 до 30 дней в среднем. В это время участники марафона получают новые знания, выполняют задания, прокачивают себя и общаются с другими участниками и менторами.

Масштабирование - увеличение количества действий рекламной кампании. При этом соблюдаются все КРІ.

Модерация - проверка постов или комментариев на предмет их соответствия тематике группы, а также правилам оформления публикаций. Модерация может занимать от нескольких минут до нескольких часов. При нарушении каких-либо правил объявление не будет показываться, а вы получите уведомление в рекламном кабинете.

Премодерация - способ управления контентом, когда модератор проверяет все сообщения пользователей перед публикацией. Помогает избежать появления рекламных, провокационных или оскорбительных комментариев.

Накрутка - способ искусственного увеличения количества подписчиков, лайков или охватов публикаций. Накрутка происходит за счет:

- ботов — пустых аккаунтов, созданных при помощи специальных программ;
- фейков — аккаунтов ненастоящих людей с неверной информацией, а также взломанных страниц реальных пользователей;
- офферов — реальных людей, которые за отдельную плату готовы выполнять какие-либо действия.

Участие в накрутке приводит к блокировке аккаунта.

Общий лимит - сумма денежных средств, при достижении которой показ объявлений прекращается. Чтобы возобновить показ, требуется увеличить лимит, а затем запустить кампанию снова.

Охват - количество людей, которые увидели вашу рекламную запись. Выделяют 3 вида охвата:

- органический — подписчики сообщества, которые увидели пост после его выхода;
- рекламный — количество людей, которые увидят пост после того, как вы продвинули его;
- виральный (актуален для ВКонтакте) — количество просмотров, полученных после распространения информации подписчиками. Это может происходить через репост или при комментировании и сопутствующем отображении в ленте друзей.

Парсинг - сбор базы целевой аудитории по заданным критериям с помощью специальных сервисов.

Пиксель - инструмент, позволяющий отслеживать конверсии и собирать пользователей, которые зашли на нужный сайт с рекламного объявления. Пиксель позволяет измерить эффективность рекламы и изучить поведение людей.

Плейсмент - место для демонстрации рекламы, деталей и таргетингов.

Переходы - число переходов по объявлению, которые совершили пользователи. Если человек уже переходил по какой-то рекламе, то с другого устройства она ему показываться не будет.

Показы - число рекламных объявлений, которые в соцсети увидели пользователи. Эти данные можно посмотреть в рекламном кабинете.

Постинг - публикация текстов, изображений, аудио- и видеозаписей в социальных сетях. Автопостинг (отложенный постинг) представляет собой публикацию записей в автоматическом режиме в выбранное время и выбранный день. Для отложенного постинга используются встроенные функции социальных сетей либо специальные сервисы.

Кросспостинг - автоматическое, полуавтоматическое или ручное размещение одного и того же контента на разных площадках.

Репост - одно из ключевых действий в социальной сети, позволяющее поделиться чужим постом с сохранением ссылки на источник.

Фейк - искусственно созданная страница с использованием вымышленной информации или данных другого человека.

Фильтрация базы - процесс выбора аккаунтов, соответствующих целевой аудитории. Фильтровать базу можно по хэштегам, количеству подписчиков и подписок, активности, количеству постов, наличию аватара и т.д.

Флайт - один из периодов длительной рекламной кампании.

Чат-бот - программа для общения, которая является имитацией человека. Напоминает автоответчик, однако в виртуальной среде. Чат-бот может быть запрограммированным на конкретные команды и ответы, а может быть обучаемым — в этом случае в систему встроен искусственный интеллект, который постоянно пополняет базу знаний после общения с пользователями.

Лимит - сумма, при достижении которой рекламные объявления перестают показываться. Лимит устанавливается вручную в рекламном кабинете.

Прометей - алгоритм искусственного интеллекта ВКонтакте, который помогает продвигать создателей уникального и интересного контента. Страницы с уникальным контентом и активной беседой пользователей в комментариях ВКонтакте наделяет значком «Огонь Прометея». Такая метка действует 7 дней, посты в это время получают повышенный охват среди других релевантных пользователей. Благодаря алгоритму «Прометей» можно многократно увеличить количество подписчиков.

Промопост - публикация, которую можно продвигать за пределами сообщества. Промопост может полностью повторять оригинальный пост, но будет содержать отметку «Реклама».

Ставка - стоимость рекламы, указанная в рекламном кабинете. Вы можете указать ставку за клики, показы или переходы.

ТГБ (текстово-графический блок) — формат рекламного объявления с заголовком, картинкой и кратким описанием. Показывается в левой части страницы ВКонтакте.

Умная лента - специальный алгоритм, который определяет выдачу новостей в ленте исходя из интересов пользователей. Раньше ВКонтакте все посты отображались в хронологическом порядке. Однако, с 2016 года в социальной сети появилась умная лента. Теперь в новостях пользователей отображаются те посты, которые им нравятся. Это выставляет в настройках, где можно указать, хотите ли вы видеть сначала новое или интересное. Выбор есть у каждого пользователя.

Биллинг - система выставления счета клиенту за продаваемые компанией товары или оказываемые услуги.

Супер-гео - один из видов таргетинга на Facebook*. Его суть заключается в том, что на карте выбирается точка, а показ рекламы ограничивается минимальным радиусом в 1000 метров.

Уникальная кликабельность - процент людей, увидевших рекламу и перешедших по ссылке в этой рекламе. Является приблизительной метрикой и вычисляется, как отношение количества уникальных кликов по ссылке к охвату.

SFS (shout out for shout out) — упоминание за упоминание, взаимовыгодный пиар.

Авторег - аккаунт, который был зарегистрирован автоматически с целью совершить одноразовое действие.

Гивевей, гив, giveaway - конкурс с розыгрышем призов, для участия в котором нужно выполнить несколько требований. Самое простое — подписка на аккаунты спонсоров конкурса. Могут быть как индивидуальные, так и групповые.

Донор - аккаунт, чья целевая аудитория максимально подходит для раскрутки вашего. Донором может быть не только аккаунт с аудиторией, но и с контентом.

Маска - возможность наложить на лицо во время съемки какой-либо фильтр или элемент. Например, движущиеся усы, ушки кота и прочее. Маска помогает разнообразить контент и сделать его более развлекательным.

Масслайкинг - массовое, чаще всего автоматизированное оставление лайков на постах других пользователей с целью привлечения внимания к своему аккаунту.

Масслукинг - массовый автоматизированный просмотр сторис с целью повысить видимость своего аккаунта.

Массфолловинг - термин, обозначающий массовую подписку на большое количество аккаунтов для привлечения новых клиентов. Массфолловинг можно выполнять как вручную, так и при помощи специальных программ.

Обмен - обмен действиями с другими аккаунтами. Например, взаимоподписка или взаимолайки на фотографиях. Обмены используют для увеличения количества подписчиков. Однако, продаж они не приносят.

Стикеры - динамические или статические наклейки, которые можно добавлять в Stories. В меню стикеров отображены самые популярные, для добавления других можно воспользоваться поиском. Стикеры помогают оживить публикацию и привлечь к ней больше внимания.

Стоп-слова - слова, использующиеся для исключения из базы коммерческих профилей. Ищут стоп-слова в описании профиля. Также термин стоп-слов используется в парсинге во ВКонтакте.

Продвигаемые учетные записи - аккаунты, которые рекомендуют пользователю рекламодатели. Такие записи можно увидеть в ленте новостей на главной странице, в разделе «Кого читать» или поиске.

Моменты - подборка Твиттера с самыми интересными событиями.

Ретвит - отправка понравившегося сообщения всем читателям своего микроблога.

Твипл - термин, обозначающий активного пользователя. Такие люди посвящают социальной сети слишком много времени.

Тренд - новость или пост, который обсуждают много людей.

Фоллоубэк - подписка на пользователя, которая происходит в ответ на его подписку.

Brand Takeover - фуллскрин-баннер, который появляется на экране при входе в приложение, и представляет собой статичную 3-5 секундную рекламу.

In-feed Native Video - реклама, всплывающая в ленте во время просмотра пользователем контента.

Hashtag Challenge - баннер в разделе поиска, рассказывающий о самых последних активностях.

Pacing - скорость открутки бюджета на рекламу. Она может быть стандартной — в этом случае бюджет распределяется равномерно, и ускоренной, когда деньги будут потрачены в максимально сжатые сроки.

Дополненная реальность (AR) — способ продвижения своего бренда через стикеры, маски и другие креативы. В России данный формат пока не доступен.

Рек - новинка, попавшая в словарь терминов социальных сетей.

Атака тысячников - ситуация, когда злоумышленники быстро создают 1000 тем в группе, которые, тем самым вытесняя остальные темы форума. Вытесненные темы автоматически удаляются сервисом.

Гости - посетители страницы на Одноклассниках.

Конструктивный мульт - страница, которая создается для работы или общения в группах.

Маска - термин, обозначающий пользователя, не имеющего аватара.

Невидимка - возможность просматривать страницы пользователей, не отображаясь при этом в разделе «Гости». Это платная услуга.

ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В.А. Чвякин, А.С. Чертков

Учебник

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.



ISBN 978-5-907607-31-6



9 785907 607316 >

Усл. печ. л. 9,1.
Объем издания 2,4 МВ
Оформление электронного издания:
НОО Профессиональная наука, mail@scipro.ru
Дата размещения: 10.07.2023 г.
URL: http://scipro.ru/conf/socialnetworks_23.pdf