

Протасова Татьяна Николаевна

кандидат социологических наук, доцент
кафедры социологических наук
Социально-психологического института
Кемеровского государственного университета
<https://orcid.org/0000-0001-7250-3449>

**СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
НАСЕЛЕНИЯ И ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
ВЛАСТИ В ИНТЕРНЕТ-
ПРОСТРАНСТВЕ:
ОСОБЕННОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ***

Аннотация:

Актуальность исследования определяется активным переходом разнообразных практик взаимодействия в виртуальное пространство. Любые виды активности пользователей имеют цифровые следы, что создает уникальные исследовательские возможности для социологического изучения социальной коммуникации. Цель исследования – раскрыть особенности инструментов социологического изучения социальной коммуникации населения и представителей власти в интернет-пространстве. В работе отражена научная дискуссия по вопросам совершенствования методических основ, способов и приемов сбора первичных данных, обоснована необходимость трансформации традиционных социологических методов и развития, апробации новых междисциплинарных инструментов сбора и обработки данных в интернет-пространстве. Гибридизация методик, использование аналитики социальных сетей позволяют получить данные, в том числе о реактивных, быстрых коммуникациях. Учет своевременной аналитической информации является обязательным условием формирования пространства диалога между населением и властью.

Ключевые слова:

социальная коммуникация, социальное и политическое взаимодействие, власть, население, интернет-пространство, инструменты социологического изучения, реактивные данные, аналитика социальных сетей

Protasova Tatiana Nikolaevna

PhD in Social Science, Associate Professor,
Sociological Sciences Department,
Social and Psychological Institute,
Kemerovo State University
<https://orcid.org/0000-0001-7250-3449>

**SOCIAL COMMUNICATION
OF THE POPULATION
AND GOVERNMENT
REPRESENTATIVES IN THE INTERNET
SPACE: FEATURES
OF SOCIOLOGICAL
RESEARCH TOOLS**

Summary:

The relevance of the research is determined by the active transition of various interaction practices into the virtual space. Any kind of user activity has digital traces, which creates unique research opportunities for the sociological study of social communication. The purpose of the study is to reveal the features of the tools for sociological study of social communication between the population and government officials in the Internet space. The paper reflects a scientific discussion on improving the methodological foundations, methods and techniques for collecting primary data, substantiates the need for transforming traditional sociological methods and development, testing new interdisciplinary tools for collecting and processing data in the Internet space. Hybridization of methods, the use of social network analytics allows you to get data, including about reactive, fast communications. Taking into account timely analytical information is a prerequisite for the formation of a space for dialogue between the population and the government.

Keywords:

social communication, social and political interaction, power, population, Internet space, sociological research tools, reactive data, social network analytics

В современном обществе наблюдается динамичное увеличение и ускорение различных форм социальных коммуникаций. Актуальная, своевременная информация лежит в основе принятия разного рода решений. Активно развивается интернет-пространство, формируя уникальную, относительно свободную от социального контроля и принуждения, неограниченную временем и расстоянием социально-коммуникационную среду, в которой все больше граждан, социальных групп, объединений вовлекаются в реактивные, быстрые коммуникации, позволяющие не только получать быстрый отклик в директивных взаимодействиях, но и выражать собственную точку зрения, комментировать других участников или объединяться в новые коллаборации. В условиях необходимости самоизоляции в связи с пандемией коронавирусной инфекции все

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант № 20-011-31737 на тему: «Новые инструменты изучения коммуникации власти и населения региона в условиях "реактивных" социальных и политических взаимодействий».

большее количество и разнообразие социальных практик перемещается в интернет-пространство, актуализируется взаимодействие населения в дистанционных формах.

По данным опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в апреле 2020 г., в цифровую среду вовлечены 82 % россиян (в 2011 г. – 51 %). При этом ежедневно пользуются Интернетом 71 % опрошенных (в 2011 г. – 28 %). Совсем не пользуются им на сегодняшний день 18 % сограждан. Исследователи выявили изменение ряда практик использования Интернета во время самоизоляции в связи с распространением коронавирусной инфекции: по сравнению с февралем 2020 г. увеличилась доля россиян, использующих его для получения новостей о жизни в городе, стране или мире (89 % vs. 83 %); совершающих банковские переводы (78 % vs. 72 %); использующих его для обучения и самообразования (69 % vs. 63 %). По сравнению с результатами опроса, проведенного ВЦИОМ в 2018 г., увеличилась доля россиян, использующих Сеть для общения с близкими, родственниками или друзьями (89 % vs. 79 %); для досуга и развлечений (77 % vs. 71 %) [1].

Исследователи социальной коммуникации на просторах Интернета выделяют ее ключевые особенности:

- социальная неоднородность среды;
- разнообразие сервисов;
- несформированность норм;
- возможность сокращения социальной дистанции общения;
- более интенсивный характер коммуникаций;
- развитие новых коммуникативных стратегий;
- более высокая роль стереотипов в общении [2];
- возможность удовлетворить практически любые интересы;
- возможность самовыражаться удобным способом;
- анонимность;
- фактическое отсутствие цензуры;
- быстрое реагирование на изменения в социальной действительности;
- рост численности пользователей и масштабности сетевых сообществ;
- глобальность сетевых сообществ, которые выходят за рамки территориальных и временных ограничений [3, с. 160–162];
- «эффект присутствия» [4, с. 121];
- коммуникация основана на самопрезентации каждого пользователя, конструировании своего виртуального образа – симулякра [5], который может быть близок к реальному образу, а может с ним не совпадать [6, с. 360–361].

Поскольку действия пользователей, их высказывания фиксируются, имеют цифровые следы, возникает удобное, уникальное исследовательское поле. Интернет-пространство исследователями рассматривается как собрание ценной информации, размещенной отдельными пользователями, сообществами пользователей на форумах, в чатах, блогах, социальных сетях, сайтах и касающейся различных сфер их жизни (здоровья, общения, интересов, проблем территориального развития, политических предпочтений и пр.) [7].

На сегодняшний день особую значимость приобретает изучение социально-коммуникативных механизмов между представителями власти и населением региона в интернет-пространстве. Исследования демонстрируют, что население политически активно на коммуникативных просторах Интернета. Однако отмечается своеобразная хаотичная заинтересованность с акцентом на протестную оценку различных демонстраций власти. Происходит постепенное формирование инфосоциального коммуникативного ресурсного потенциала региона, что является условием реализации концепции электронного правительства (e-government) и дальнейшего перехода региональных систем управления к концепции электронного управления (e-governance) [8].

Формирование гражданского общества возможно на основе диалога между населением и представителями власти, на условиях сочетания возможностей политического и общественного управления. Для организации и поддержания подобного диалога необходимы специально организованные коммуникативные механизмы, площадки, а также проведение регулярных исследований общественного мнения, социальных настроений, массового сознания и пр. Практический опыт показывает, что многих проблем реализации реформ в России можно было избежать, организовав диалоговое пространство между властью и всеми заинтересованными сторонами [9, с. 7–8].

Сетевые процессы в социологии рассматриваются как отражение объективных социальных установок, складывающихся на протяжении значительного времени, недовольства или одобрения граждан в отношении определенных социальных и политических событий, принятых управленческих решений. Важно принимать во внимание, что социальные виртуальные сети являются источником реактивных данных, т. к. накапливают и отражают быструю, сиюминутную реакцию

населения на происходящие события. Реактивные (быстрые) данные сложно фиксировать при помощи стандартных социологических опросов, которые имеют дело с устоявшимися, выверенными социальными предпочтениями и ментальными моделями респондентов [10]. Н.М. Хазеева, определяя специфику социальных медиа как полноценного канала выражения мнения пользователей, уточняет, что мнения пользователей в Сети более поляризованы, откровенны, эмоциональны и критичны по сравнению с мнением всей целевой аудитории. Главная особенность социальных медиа – умение чутко улавливать новые тенденции и отражать общее доминирующее настроение, выявлять нереализованные потребности аудитории [11].

Социологические исследования социальных и политических коммуникаций в интернет-пространстве характеризуются следующими специфическими особенностями:

- не требуют больших финансовых затрат;
- позволяют получить информацию о быстрых реакциях населения, в том числе в режиме реального времени;
- ограниченность доступа к некоторым ресурсам (например, к форумам и чатам закрытых сообществ; закрытым профилям и пр.);
- актуальность вопросов этики использования личной информации в исследовательских целях;
- можно собирать созданную пользователями первичную информацию, не ориентированную на исследователя, не подверженную «эффекту социальной желательности». И, наоборот, можно организовать целенаправленный сбор информации;
- обязательность выбора социологом позиции по отношению к испытуемым (открытая/закрытая);
- учет контроля модератора, администратора сайта, форума и пр.;
- нет полного контроля за исследованием со стороны исследователя;
- учет распространенности недостоверной, фейковой информации.

В.В. Касьянов подчеркивает, что за каждым ником скрывается реальный человек, поэтому предлагает сочетать традиционные и интернет-исследования, чтобы охватить две стороны жизни, как офлайн, так и онлайн [12]. Необходимость сочетания онлайн- и офлайн-методов актуализируется неравномерностью охвата и интенсивности использования Интернета в разных регионах нашей страны, типах населенных пунктов, а также значимыми различиями в охвате половозрастных групп населения.

Изучая особенности социальной и политической коммуникации населения и представителей власти в интернет-пространстве, можно проводить анализ следующих объектов: сайтов, форумов, чатов и т. д. (например, форумов жильцов, сайта администрации территории); активности субъектов интернет-коммуникации: отдельных пользователей (анализ профилей в социальных сетях, посещаемых сайтов, оставленных комментариев, лайков, используемых интернет-ресурсов и т. п.), сообществ пользователей (анализ форумов, чатов, выступлений/заявлений от имени сообществ), органов власти (анализ официальных сайтов, страниц, выступлений в СМИ), представителей органов власти (официальная и неофициальная информация); конкретных тем, вопросов, персоналий, обсуждаемых на сайтах, форумах, в блогах, интернет-СМИ и пр.

Например, Е.В. Кузьмина на материалах исследования пятнадцати блоговых сообществ в Живом Журнале продемонстрировала их новые коммуникативные возможности для субкультур. Блоговые сообщества охарактеризованы как коммуникативные инструменты, используемые общественными инициативами в плане координации активностей и организации мероприятий в реальной жизни: от досуга до протестных акций. В работе рассмотрены примеры объединения инициатив, «идущих снизу» и организованных посредством Живого Журнала самими блогерами [13].

На основе контент-анализа комментариев в Интернете по тематике миграции нами в 2019 г. было проведено изучение взаимосвязи между оценкой места жительства и формированием миграционных установок. В результате были выделены потоки миграции из Кузбасса по целям переезда, установлены основные факторы формирования миграционных установок жителей региона (табл. 1), сделаны выводы о необходимости увеличения притягательности Кузбасса как места жительства со стороны региональных органов власти на основе учета мнений, оценок населения [14].

Таблица 1 – Основные аргументы комментаторов, выступающих за миграцию из Кузбасса, всего 330 комментариев, январь-ноябрь 2019 г.

Аргументы	Количество комментариев
Экологические проблемы	30
Отсутствие высокооплачиваемых рабочих мест, кроме сферы угледобычи; безработица	23

Переезд молодежи для получения образования, дальнейшей жизни в другом регионе	20
Бесперспективность региона, мало возможностей	14
Где-то там лучше	14
Виноваты власти, система распределения ресурсов в стране	14

М.В. Кибакин предлагает характеризовать первичную социологическую информацию, которая содержится в интернет-пространстве по степени открытости (открытая, частично закрытая, закрытая); особенностям технологического доступа; формату коммуникаций с субъектами интернет-деятельности (рекламная коммуникация, сетевая коммуникация свободного доступа многих респондентов одновременно, вертикальная коммуникация под руководством модератора, горизонтальная коммуникация с последовательным обсуждением тем); степени достоверности (достаточно достоверная, сомнительная, недостоверная) [15].

Специфика взаимодействия заинтересованных сторон в условиях интернет-пространства требует пересмотра отдельных аспектов применения традиционных для социологии методов сбора первичной информации.

Все более широкое применение получает, например, онлайн-формат проведения социологических опросов. Онлайн-опрос обладает рядом преимуществ: снижение стоимости и длительности полевого этапа исследования, автоматизация процесса формирования баз данных, упрощение доступа к некоторым группам респондентов, минимизация ошибок маршрутизации у интервьюеров, больший контроль процесса заполнения анкеты, возможность использования при опросе аудио- и видеоматериалов и др. Однако онлайн-формат проведения опроса ставит перед исследователями новые вызовы: проблема достижения высокого уровня отклика, контроля качества получаемых данных, удержания респондентов в процессе заполнения анкеты и др. [16, с. 3]. Соответственно, в социологии прорабатываются такие аспекты, как влияние дизайна онлайн-анкеты на качество получаемых данных [17]; влияние разных элементов электронного приглашения на увеличение доли откликов в онлайн-опросах [18]; влияние процедуры сбора данных в лонгитюдных исследованиях с использованием компьютерных технологий на ошибку «неответов», на ошибку измерения, а также технические вопросы [19] и пр.

Метод наблюдения в онлайн-формате также имеет свои особенности. В зависимости от степени включенности исследователя, возможны три вида наблюдения как социологического онлайн-метода: включенное наблюдение (исследователь сам становится активным членом сообщества пользователей); пассивное наблюдение (исследователь наблюдает активность пользователей «со стороны», не влияя своим присутствием на их поведение); пассивно-включенное наблюдение (имеет промежуточный характер; исследователь активен, работает в пределах группы, но не участвует в ее жизни в полной мере, не влияет на систему ценностей группы, реализуемые цели) [20].

В современных социологических исследованиях все шире используется математический аппарат и активнее внедряются информационные технологии. Облачные вычисления предоставляют исследователям выбор инструментов, в том числе в области анализа больших данных (Big Data). Коммуникация представителей власти и населения на сегодняшний день имеет множество цифровых следов (документы, обращения граждан в различные организации через систему обратной связи, ответы официальных лиц, комментарии и др.), которые можно фиксировать, хранить, обрабатывать и анализировать в любом объеме, что имеет огромную ценность для социологов. Интернет-пространство предоставляет неограниченные вычислительные и запоминающие возможности. Для обработки данных в больших масштабах разрабатывается соответствующее программное обеспечение, применяются технологии искусственного интеллекта. Меняются подходы к организации и проведению социологических исследований: нет необходимости в выборке, кураторстве данных, гипотезе, есть возможности делать выводы почти в реальном времени на основе всей доступной эмпирики [21].

На основе больших данных С.В. Романчуковым, О.Г. Берестневой, Л.А. Петровой сформирован массив данных для построения искусственной нейронной сети, предназначенной для поиска взаимосвязей между социальными и экономическими параметрами развития регионов Российской Федерации [22].

О.В. Крыштановской проведено социологическое исследование российской политической элиты и ее активности в социальных сетях (на примере социальной сети «Твиттер») методом анализа базы данных, содержащей информацию об аккаунтах, подписках и размере аудитории, содержании публикуемых материалов представителей российского истеблишмента [23]. Автор отмечает, что принимающие решения группы не склонны к прозрачности и общительности: чем выше сетевые показатели группы политической элиты, тем меньше у нее объем властных полномочий. Данная закономерность нашла отражение в таблице 2 [24].

Таблица 2 – Индексы активности в «Твиттере» и популярности групп политической элиты

Группа элиты	Групповой индекс активности	Групповой индекс популярности
Государственная Дума	1,96	9 349,4
Совет Федерации	5,00	7 682,1
Губернаторы	1,27	11 528,0
Администрация Президента	1,28	19 593,0
Правительство	0,64	273 114,0

Перспективным направлением развития социологических сетевых исследований социальной коммуникации населения и власти является адаптация методов интеллектуального контент-анализа (технологии группы Web Mining) и автоматизированного анализа текстов (Text Mining). Для этого разрабатываются специальные алгоритмы анализа текстов, цель которых заключается в том, чтобы вычленил смысл, сгруппировать их с похожими по содержанию текстами, получить некую количественную оценку. С помощью данного метода можно, например, выявить мейнстрим, оценить остроту социальной проблемы, определить эмоциональную тональность коммуникации [25]. Данные методы в социологических исследованиях позволяют использовать любые объемы анализируемых данных без значительного увеличения времени для их обработки; выявлять неявные связи, которые могут быть недоступны при ручном анализе.

В качестве новых инструментов онлайн-диагностики и исследования социальной коммуникации в социологии апробируют аналитику социальных сетей – междисциплинарную исследовательскую область, которая направлена на объединение, расширение и адаптацию методов анализа социальных медиа. Технически анализ социальных сетей является приложением математической теории графов к социологическим данным. Для анализа социальных сетей, как правило, используются специализированные программные продукты (чаще набор инструментов замерителей для обеспечения гибридности методики).

Анализировать социальные сети можно по разным параметрам и с разными исследовательскими целями. Например, при изучении связанных структур пользователей (групп, сообществ) можно выявить специфику отношений, взаимодействий, структуру социальных связей между членами онлайн-сообщества, между членами разных сообществ, установить общие интересы, составить «типичный портрет» представителя тематического сообщества [26]. Анализ социальных сетей подходит для изучения структуры публичных дискуссий, социального влияния и выявления лидеров мнений, тестирования моделей распространения информации, слухов, новостей, а также на основе анализа лонгитюдных данных, динамики сетей, сообществ, процессов их эволюции и факторов формирования [27].

В качестве инструментов анализа социальных сетей исследователями апробируются построение тематического профиля онлайн-сообщества, который позволяет определить содержательное наполнение тем, обсуждаемых в рамках данного сообщества; вычисление и анализ показателя уровня вовлеченности аудитории в активности компании, который измеряется в процентном соотношении действий к охвату [28]; создание типологии социальных связей; ролевое моделирование (выявление различных типов влияния, подражания и вдохновения; классификации моделей поведения, траекторий и результатов влияния; построение иерархической структуры соответствующих субтипам ролевых моделей поведения микроуровня) [29]; нетнография/сетевая этнография (инструмент сбора и анализа качественных данных для изучения ценностей, идентичностей, виртуальной культуры онлайн-сообществ, моделей поведения пользователей и отношений между ними) [30].

Изучение профилей в социальных сетях предоставляет широкую информацию о социальных связях, интересах пользователей. Например, исследователи социальных сетей установили, что на выбор людей влияет выбор их «друзей» по сети во многих социальных сферах. Таким образом выявляется приоритетная цепочка сетевых зависимостей в социокоммуникативном пространстве виртуального общества [31].

Профайлинг в социальных сетях – это метод «чтения человека» на основе его профиля в социальных сетях, представляющий собой систему социально-психологических методик по диагностике личностных особенностей человека, его мотивационно-ценностной сферы и прогнозу сценариев развития ситуаций и отношений, поступков, моделей поведения и общения. Диагностика, оценка и прогнозирование поведения человека происходят на основе анализа профиля пользователя в социальных сетях, который рассматривается как автопортрет, содержащий информацию о личности, продуктах деятельности, характеристиках внешности, поведении, привычках, круге общения и пр. В результате исследователь может определить вероятное поведение конкретного человека, членов сообщества в значимых, с точки зрения задач исследования, ситуациях. Анализ проводится по следующим элементам профиля и интернет-активности поль-

зователя: личные сведения; фото-, аудио-, видеофайлы; статусы; тексты постов, репосты; трафик; геолокация; группы/сообщества; друзья; лайки; лингвистика профиля; хештеги и др. Профайлинг в социальных сетях может применяться для изучения социальной коммуникации населения и власти с целью профилактики и управления конфликтами, прогнозирования поведенческих реакций и протестных действий отдельных людей, групп, сообществ, например, для организации системы оперативной диагностики угроз деструктивного информационно-психологического воздействия террористической направленности, рисков вовлечения в экстремистскую и террористическую деятельность целевых групп [32].

Потенциально полезной для исследования социальной коммуникации в информационном обществе является вебометрика – метод сбора первичных социологических данных посредством изучения содержания интернет-контента, сервисов и удобства технологических решений обращения к нему пользователей. Для апробации технологии вебометрики исследовательская группа под руководством М.В. Кобакина провела в 2020 г. социологическое исследование «Социальная насыщенность сайтов органов государственной власти и местного самоуправления московского региона». Результатом стало социологическое описание интернет-контента сайтов органов власти по таким параметрам, как содержание, привлекательность, удобство доступа к интернет-контенту посетителей (населения); выявлены недостатки для проведения эффективной информационной политики. Исследователи сделали вывод о релевантности вебометрики как социологического метода социальной диагностики [33].

При изучении социальной коммуникации населения и власти одним из интересных исследовательских инструментов может стать технология краудсорсинга – организации коммуникативной онлайн-площадки, основанной на привлечении непрофессиональных участников (использовании времени, интеллектуальных или других ресурсов «толпы», большого количества людей) к обсуждению, генерации идей по решению тех или иных задач. Профессиональным исследователям необходимо четко сформулировать задачу, предложить участникам решить ее, а затем заниматься отбором наиболее перспективных предложений [34].

Социокультурное пространство Интернета задает множественность контекстов социальной коммуникации населения и представителей власти, что открывает новые возможности ее исследования. В современной социологии актуализируется научное осмысление цифровой трансформации содержания и специфики традиционного методического инструментария социологических исследований в интернет-пространстве, ставятся задачи освоения и применения новых инструментов, методов дистанционного сбора первичной информации. Социология активно осваивает исследовательский инструментарий других наук (информатики, математики, связи, психологии и пр.) и получает новые гибридные методики. Сочетание онлайн- и офлайн-методов расширяет исследовательские возможности, позволяет организовать уникальное исследовательское поле, получить актуальную информацию об эффективности инструментов коммуникации, действиях властей, мнениях, проблемах, реакциях населения, делать прогнозы событий и т. д., что может способствовать формированию пространства диалога между населением и властью, построению «живой» среды непрерывной социальной и политической коммуникации без традиционных посредников и интерпретаторов социальных и политических практик.

Ссылки:

1. Сеть как спасение: аналитический обзор [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. 07.04.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/set-kak-spasenie> (дата обращения: 11.11.2020).
2. Буторина Е.П. Русский язык в деловой интернет-коммуникации. М., 2013. 206 с.
3. Саенко Л.А., Егоров М.В. Интернет-пространство как фактор формирования сетевого сообщества // Историческая и социально-образовательная мысль. 2015. Т. 7, № 1. С. 159–162.
4. Ганский П.Н. Интернет-пространство как особая коммуникационная среда и его влияние на современные общества // Теория и практика общественного развития. 2015. № 17. С. 118–121.
5. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / пер. с фр. А. Качалова. М., 2015. 240 с.
6. Protasova T.N., Rassokina I.Yu. Self-Presentation on Networks: Features of Virtual Image Formation Depending on Age // International Conference on Communicative Strategies of Information Society (CSIS 2018). Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2019. Vol. 273. P. 360–365. <https://doi.org/10.2991/csis-18.2019.73>.
7. Касьянов В.В. К вопросу о специфике методов социологии Интернета // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. Т. 9, № 3-2. С. 120–124. <https://doi.org/10.17748/2075-9908-2017-9-3/2-120-124>.
8. Богданов В.С. Информатизация регионального управления: проблемы и перспективы // Вестник Института социологии. 2018. Т. 9, № 2. С. 27–47. <https://doi.org/10.19181/vis.2018.25.2.507>; Россия: реформирование властно-управленческой вертикали в контексте проблем социокультурной модернизации регионов / А.В. Тихонов [и др.]. М., 2017. 432 с.
9. Шилова В.А. Коммуникативное поле управления: теория, методология, практика. М., 2015. 204 с.
10. Россия: реформирование властно-управленческой вертикали... С. 269–270.
11. Хазеева Н.М. Социальные медиа: Vox Populi или специфика нового канала изучения мнения потребителей // Онлайн исследования в России 3.0. М., 2012. С. 139–149.
12. Касьянов В.В. Указ. соч. С. 123.

13. Кузьмина Е.В. Сообщества в Живом Журнале – новые коммуникативные возможности для субкультурных групп и общественных инициатив // Журнал исследований социальной политики. 2011. Т. 9, № 3. С. 365–390.
14. Протасова Т.Н. Оценка места жительства как фактор формирования миграционных установок жителей Кузбасса // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4, № 4. С. 367–375. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2019-4-4-367-375>.
15. Кибакин М.В. Особенности социологических онлайн-исследований рисков финансового поведения населения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» // Цифровая социология. 2019. Т. 2, № 1. С. 32–38. <https://doi.org/10.26425/2658-347x-2019-1-32-38>.
16. Терентьев Е.А., Нефедова А.И., Груздев И.А. Влияние визуализации опросного инструментария в онлайн-исследованиях на качество данных // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 1–15. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.5.01>.
17. Там же. С. 3.
18. Мавлетова А.М., Малошонок Н.Г., Терентьев Е.А. Влияние элементов приглашения на увеличение доли откликов в онлайн-опросах // Социология: 4М. 2014. № 38. С. 72–95.
19. Терентьев Е.А., Мавлетова А.М., Косолапов М.С. Интервьюирование с помощью компьютерных технологий в лонгитудных обследованиях домохозяйств // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 47–64. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.03>.
20. Касьянов В.В. Указ. соч. С. 121.
21. Мещерякова Н.Н. Методология познания цифрового общества // Цифровая социология. 2020. Т. 3, № 2. С. 17–26. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-2-17-26>.
22. Романчуков С.В., Берестнева О.Г., Петрова Л.А. Обучение нейронной сети, моделирующей социально-экономическое развитие региона // Цифровая социология. 2019. Т. 2, № 2. С. 34–40. <https://doi.org/10.26425/2658-347x-2019-2-34-40>.
23. Крыштановская О.В. Элита в сетях: новые формы обратной связи в цифровую эпоху // Цифровая социология. 2019. Т. 2, № 2. С. 4–11. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2019-2-4-11>.
24. Там же. С. 10.
25. Рыков Ю., Нагорный О. Область интернет-исследований в социальных науках // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16, № 3. С. 366–394.
26. Startseva N., Khlopotov M.V., Ivanov S.E. Analysis of the Audience of Childfree Communities in Social Network “VKontakte” // eGose’17: Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society Challenges in Eurasia. September 2017. P. 107–112. <https://doi.org/10.1145/3129757.3129776>.
27. Рыков Ю., Нагорный О. Указ. соч.
28. Телевной А.Д., Хлопотов М.В. Исследование тематических профилей и способов расчета вовлеченности аудитории в сообщества социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки. 2018. Т. 10, № 2. URL: <https://esj.today/PDF/43ITVN218.pdf> (дата обращения: 25.11.2020).
29. Карпова А.Ю. Практика междисциплинарных исследований по индивидуальной и групповой радикализации молодежи // Молодежь XXI века: образ будущего: материалы научной конференции. СПб., 2019. С. 79–81.
30. Рыков Ю., Нагорный О. Указ. соч.
31. DiMaggio P., Garip F. Network Effects and Social Inequality // Annual Review of Sociology. 2012. Vol. 38. P. 93–118. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.012809.102545>.
32. Карпова А.Ю. Указ. соч.
33. Кибакин М.В. Вебометрика как диагностический инструментарий цифровой социологии: содержание, предназначение, опыт использования // Цифровая социология. 2020. Т. 3, № 1. С. 12–18. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-1-12-18>.
34. Масланов Е.В. Краудсорсинг в науке: новый элемент научной инфраструктуры // Философия науки и техники. 2018. Т. 23, № 1. С. 141–155. <https://doi.org/10.21146/2413-9084-2018-23-1-141-155>.

Редактор, переводчик: Арсентьева Ирина Ильинична