

ОБЩЕСТВО. НАУКА.  
ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 314/316-042.4:004  
DOI 10.20339/AM.09-22.095

**Н.С. Зимова,**

канд. социол. наук, доцент  
Высшая школа современных социальных наук (факультет)  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
e-mail: nzimova@mail.ru

**Е.В. Фомин,**

старший преподаватель  
Высшая школа современных социальных наук (факультет)  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
e-mail: fominigor1@mail.ru

**Е.Д. Полянцева,**

магистрант  
Высшая школа современных социальных наук (факультет)  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
e-mail: liza.polyantseva25@gmail.com

ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА КАК НОВЫЕ АКТОРЫ  
СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

*Статья посвящена анализу феномена виртуальных сообществ, которые, возникая в социальных сетях, сегодня все чаще выходят за их границы, оказывая значительное влияние на социальную реальность. Опираясь на классические социологические теории малых групп Ч. Кули и Ф. Тенниса, а также новые подходы к изучению сетевых сообществ Г. Рейнгольда, Н. Байм, Б. Веллмана, авторами эксплицируется само понятие виртуального сообщества, выявляется его соотношение с реальными сообществами, предлагается типология современных виртуальных сообществ. В зависимости от степени влияния на социальную реальность авторы предлагают выделять «явно реальные (латентно виртуальные)»; «исключительно виртуальные»; «явно виртуальные (латентно реальные)» виртуальные сообщества. Используя метод кейс-стади, в статье рассматриваются примеры деятельности виртуальных сообществ третьего типа: финансового сетевого сообщества [r/wallstreetbets](https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/) на платформе Reddit и сообщества основателя «Мужского государства» В. Позднякова\* в «Телеграм». На конкретных примерах демонстрируются механизмы влияния на социальную реальность через такие инструменты, как перформансы, флешмобы, спам-атаки, интернет-акции. В результате авторы отмечают необходимость многомерного анализа виртуальных сообществ со стороны государственных органов, представителей бизнеса, исследовательских научных центров с целью их изучения и выработки механизмов адекватного реагирования на возможные вызовы.*

**Ключевые слова:** виртуальные сообщества, сетевые сообщества, общественная жизнь, социальные сети, пользователи, сетевые перформансы, сетевые флешмобы.

\* Деятельность незарегистрированного межрегионального объединения «Мужское государство» признана экстремистской и запрещена на территории России.

## VIRTUAL COMMUNITIES AS NEW ACTORS OF SOCIAL REALITY

**Natalya S. Zimova**, PhD, Docent, School of Contemporary Social Sciences at Lomonosov Moscow State University, e-mail: [nzimova@mail.ru](mailto:nzimova@mail.ru)

**Egor V. Fomin**, Senior Teacher, School of Contemporary Social Sciences at Lomonosov Moscow State University, e-mail: [fominegor1@mail.ru](mailto:fominegor1@mail.ru)

**Elizaveta D. Polyantseva**, graduate student, School of Contemporary Social Sciences at Lomonosov Moscow State University, e-mail: [liza.polyantseva25@gmail.com](mailto:liza.polyantseva25@gmail.com)

*The article is devoted to the analysis of the phenomenon of virtual communities that arise in social networks, today more and more often go beyond their boundaries, having a significant impact on social reality. Based on the classical sociological theories of small groups by Ch. Cooley and F. Tannis, as well as new approaches to the study of network communities by G. Reingold, N. Baym, B. Wellman, the authors explicate the very concept of a virtual community, reveal a relationship with real communities, and propose a typology modern virtual communities. Depending on the degree of influence on social reality, the authors propose to single out explicit-real (latent-virtual); exclusively virtual; explicit-virtual (latent-real) virtual communities. Using the case method, the article discusses examples of the activities of virtual communities of the third type: the community of the financial network r/wallstreetbets on the Reddit platform and the community of the founder of the "Men's State" V. Pozdnyakov\* in Telegram. Specific examples demonstrate the mechanisms of influencing social reality through such tools as speeches, flash mobs, spam attacks, and Internet promotions. As a result, the authors note the need for a multidimensional analysis of virtual communities by government agencies, business representatives, research centers in order to study them and develop mechanisms for an adequate response to possible challenges.*

**Key words:** virtual communities, network communities, public life, social networks, users, network performances, network flash mobs.

## Введение

Стремительное распространение информационно-коммуникационных технологий стало одним из факторов преобразования самого характера общественных отношений, детерминируя не только новые виртуальные формы социальной коммуникации, но и появление новых виртуальных общностей.

В последние десятилетия в социальных сетях набирают популярность сообщества и группы разнообразной направленности — политической, экономической, религиозной, развлекательной, спортивной и др. Изначально появившись в интернете, они выходят за его границы, начинают вести активную деятельность и оказывать влияние на социальную реальность. Это ставит перед социологами новые нетривиальные вопросы изучения феномена виртуальных сообществ, выявления их функций, построения типологий, оценки их влияния на общественную жизнь.

В социологии понятие «сообщества» (community) принято рассматривать в двух смыслах. Во-первых, как географическую территорию, обладающую общей экономикой и системой управления (например, деревни, села, города, районы, регионы). Во-вторых, как социальные объединения с интенсивными отношениями участников, внутренними моральными устоями, эмоциональной включенностью и сплоченностью участников [1. С. 59–79].

В данном случае понятие «сообщество» можно разделить на два типа:

- ◆ контактные (реальные) сообщества, которые строятся на строгом членстве, ограничены в размерах, существуют в характеристиках пространства и времени, включают индивидов с реальными отношениями (семья, церковная община, студенческая группа, сотрудники предприятия);
- ◆ виртуальные (бесконтактные) сообщества, которые объединяют пользователей, не имеющих прямых или косвенных отношений друг с другом. Это незнакомые друг другу субъекты, которые не связаны географически и которые

организуются по различным основаниям: профессии, гендеру, возрасту, уровню образования, интересам.

## Результаты и обсуждение

## Характеристики виртуальных сообществ

В рамках классического подхода в социологии анализируются реальные сообщества. Так, автор теории малых групп Ч. Кули описал характеристики небольших сообществ с точки зрения тесных взаимных контактов «лицом к лицу» их членов, близко знакомых друг с другом и оказывающих друг на друга влияние. Связи внутри группы, по его мнению, невелики и прочны, взаимодействия активны, основаны на личном непосредственном контакте. Групповое развитие, как и социальная дисгармония и социальные конфликты, зависит от особенностей группового взаимодействия. Ч. Кули определял малую группу как «единую социальную ячейку, члены которой, разделяя общие интересы, связаны друг с другом и находятся во взаимозависимости, а изменения одной составляющей приводят к изменению состояния и других частей группы» [9].

Ф. Теннис считал, что именно в сообществах происходит реальная и органическая жизнь, а в обществе доминируют публичные деперсонифицированные отношения, основанные на рациональном обмене. Он говорил, что в сообществах люди похожи друг на друга, потому что признают одно и то же священным, имеют общие исторические корни, традиции, отвержены общим идеалам и ценностям [15. Р. 331–366].

Таким образом, в классической социологии смысл термина «сообщество» понимается в значении группы людей, объединенных общими интересами и целями, участвующих в каком-либо социальном взаимодействии и имеющих общие связи. При этом социокультурные характеристики доминируют над биологическими и физическими и являются ценностью для членов группы, выступая солидаризирующим группой фактором.

Современные социологические теории рассматривают термин «сообщество» применимо к изучению виртуальных

сообществ, которые в цифровую эпоху стали приобретать все большее распространение и влияние. Автор термина «виртуальные сообщества» Г. Рейнгольд определил их как «социальные агрегации, возникающие в сети, в которые включено большое количество людей в течение длительного времени, участвующие в публичных обсуждениях, выражающие эмоции, испытывающие чувства, что позволяет сформировать связи личностных отношений» [13. Р. 57–80]. Отметим, что данное взаимодействие не предполагает физических контактов. Г. Рейнгольд считает, что создание виртуальных сообществ в интернете неизбежно в современном мире и люди создают их подобно тому, как микроорганизмы создают свои колонии.

Другой подход к пониманию природы виртуальных сообществ отражен в работах Л. Гартона, С. Хейтронвайта, Б. Веллмана, которые используют термин «социальная сеть» как набор людей или организаций, связанных между собой набором социальных отношений, таких как дружба, совместная трудовая деятельность, информационный обмен, находящиеся в едином пространстве взаимодействия, включая киберпространство [10. Р. 21–22].

Так как понятия «виртуальное сообщество» и «социальная сеть» несут одно смысловое значение – агрегация людей, то вслед за Г. Рейнгольдом мы будем рассматривать их как взаимозаменяемые.

Одна из гипотез, выдвинутых Г. Рейнгольдом, заключается в том, что чем больше неформальных сообществ будет исчезать из социальной реальности, тем больше будет возникать сообществ виртуальных. Раньше площадками, на которых велись дискуссии и проходило непринужденное общение, были светские салоны, кафе, трактиры, магазины, городские площади, церкви. При наступлении цифровой эпохи общественные пространства стали исчезать, изменился их характер, они переместились в интернет. Цифровые технологии стали дешевы, доступны, просты в обращении, вошли в моду, став символом прогрессивного образа жизни [6. С. 333–335]. Таким образом, нехватка взаимодействия в неформальных публичных сообществах, угасание в пространстве реальной жизни является причиной создания и развития виртуальных сообществ.

Косвенным подтверждением выдвинутого Г. Рейнгольдом предположения является наблюдаемый сегодня бум социальных сетей и виртуальных сетевых сообществ, которые охватывают все измерения общественного интереса: экономическое, политическое, социальное, образовательное, досуговое, игровое и культурное, в которых объединившиеся пользователи могут себя реализовать.

Центральным понятием в теории виртуальных сообществ является понятие виртуальных «умных толп» (smartmob). Их особенность в том, что они «состоят из людей, способных действовать согласованно, даже не зная друг друга. Люди, составляющие умные толпы, сотрудничают невиданным прежде

образом благодаря имеющимся у них устройствам, которые обеспечивают связь и вычисления» [14. Р. 221–223]. Умные толпы – не просто теоретический конструкт, они выступают как реально действующие образования, способные к действиям (политическим, экономическим и др.) в реальной жизни.

У пользователей, соединенных друг с другом при помощи персональных компьютеров и мобильных устройств, появляется эмерджентный общественный разум и «спонтанный интеллект». В виртуальных умных толпах отсутствует управляющий административный орган, сама организация децентрализована. Координация поддерживается беспроводным мобильным доступом в интернет и регулярным текстингом онлайн.

В этом плане интересен подход С. Джонсона, который сравнивает виртуальные сообщества, действующие в крупных городских агломерациях, с муравьиными колониями: «Отдельный муравей настолько глуп, насколько это возможно. Соедините их вместе должным образом, и вы получите спонтанный интеллект. Мобильные телефоны и другие ИКТ образуют пространство умной толпы, живущей по законам демассовизированного общества» [11. Р. 6].

Эту идею поддерживает Н. Байм. Рассуждая в духе классических теорий малых групп, она делает акцент на эмоциональном аспекте, отмечая, что участие пользователей в онлайн-сообществах способствует развитию у них чувства привязанности к группе. Наличие эмоционального контакта трансформирует обычную группу по интересам в интернете в виртуальное сообщество, которое является сообществом единомышленников [8. Р. 118–121]. Она выделяет пять ключевых характеристик онлайн-сообщества:

- ◆ чувство пространства (пользователи не зависят от географического местоположения, но формируют свой уникальный «виртуальный мир», который ограничивается интернет-платформой);
- ◆ общие практики;
- ◆ общие интересы и поддержка (пользователи оказывают взаимную эмоциональную, материальную, информационную поддержку, признают личные и профессиональные заслуги друга);
- ◆ общая идентичность;
- ◆ межличностные отношения (позволяют формировать отношения между ранее неизвестными индивидами внутри группы).

Выделенные черты виртуальных сообществ во многом схожи с реальными сообществами, что ставит сложный исследовательский вопрос о корректности их соотношения. Анализ публикаций показывает, что в социологии на сегодняшний день не сложилось единого взгляда на этот вопрос. Ряд исследователей считает, что виртуальные сообщества лишь «дублируют» различные социальные группы вне интернета. К примеру, Н. Байм, проведя анализ фанатских сообществ, пришла к выводу, что виртуальное сообщество –

всего лишь продолжение коммуникации членов реального сообщества с помощью технических средств [8. Р. 134–137].

Другие авторы постулируют независимость виртуальных сообществ от реальных прототипов. Классик теории социальных сетей Б. Веллман отмечает, что виртуальные сообщества не являются альтернативными сообществами по отношению к сообществам в социальной реальности. Современные технологии позволяют создавать обширные, слабо ограниченные, фрагментарные сообщества пользователей, имеющих общие интересы и проблемы. Они могут быть более разнообразными в гендерном, этническом, социальном, экономическом статусе, не требуют плотных связей и похожи на кластеры, в которых происходит специализированное взаимодействие, а каждый индивид формирует собственный портфель социальных связей [7. Р. 143–146].

В таком разнообразии виртуальных сообществ можно выделить два типа, которые являются отражением первичной реальности уже сложившихся групп и сообществ, самостоятельно возникших и стихийно развившихся в интернете. Так, Н.К. Тальнишних, опираясь на идеи М. Кастельса, определяет их как «реально-виртуальные» и «виртуально-реальные». По ее мнению, «первый служит в качестве дополнительного, технически-продвинутого средства для успешного функционирования группы, уже сложившейся в социуме. Второй – возникает и развивается, собственно, в виртуальном пространстве, приобретая относительную самостоятельность от социума. Если «реально-виртуальные» сообщества включают членов, в большинстве случаев знакомых друг с другом в реальной жизни, то «виртуально-реальные» группы объединяются вокруг общей темы/цели/практики, консолидируя людей по совершенно иным принципам. [5. С. 43–47].

Именно вторую категорию сообществ ряд авторов характеризует как собственно виртуальное сообщество, в то время как «реально-виртуальные» сообщества во многом остаются отражениями складывающихся в первичной реальности социальных групп и институтов.

Некоторые виртуальные сообщества, возникшие в интернет-пространстве, иерархически не организованы и аморфны. В дальнейшем они слабо влияют на социальную реальность и сами остаются относительно независимыми от нее. К экономическим, социальным и политическим событиям данные сообщества индифферентны.

Однако сегодня появляются виртуальные сообщества, оказывающие существенное влияние на социальную реальность. Они остро реагируют на экономические, социальные, политические, духовные события в общественной жизни. Особенностью таких сообществ является их ситуативность, или мобильность. Под мобильными ситуативными умными виртуальными сообществами мы понимаем группы пользователей с возможностью быстрой самоорганизации и перехода от онлайн-коммуникации к объединениям в социальной реальности для конкретных со-

гласованных действий. Это достигается за счет двух условий – наличия мобильных устройств и знания географического местоположения пользователя, его мобильной геолокации. Каждый участник умного виртуального сообщества выступает узлом, соединяющим социальные связи остальных участников.

Обобщив рассмотренные подходы, можно выделить следующие типы виртуальных сообществ в зависимости от их взаимодействия с социальной реальностью – происхождения и влияния на социальную реальность (табл.): явно реальные (латентно виртуальные); исключительно виртуальные; явно виртуальные (латентно реальные).

Таблица

Типы онлайн сообществ и их характеристики

Тип онлайн-сообществ	Характеристики	Названия (URL / кол-во подписчиков, в тыс.)
Явно реальные (латентно виртуальные)	Были созданы и функционируют в социальной реальности, но перенесли свою деятельность в соцсети, имеют строгую иерархическую структуру в общественной жизни. Слабо реализованы в социальных сетях	Государственная дума РФ. URL: <a href="https://vk.com/duma">https://vk.com/duma</a> (334). ФК «Спартак-Москва». URL: <a href="https://vk.com/fcsm_official">https://vk.com/fcsm_official</a> (1 206). Burger king Russia. URL: <a href="https://vk.com/burgerking">https://vk.com/burgerking</a> (2 010). Большой театр России. URL: <a href="https://vk.com/bolshoihteatre">https://vk.com/bolshoihteatre</a> (155). ПАО Роснефть. URL: <a href="https://vk.com/rosneft">https://vk.com/rosneft</a> (94 000)
Исключительно виртуальные	Были созданы и функционируют только в соцсетях, отсутствует иерархия, управление децентрализовано, состав непостоянен и аморфен	Леонардо Дайвинчик. URL: <a href="https://vk.com/dayvinchik?from=top">https://vk.com/dayvinchik?from=top</a> (15 000). Лепна. URL: <a href="https://vk.com/lepragram">https://vk.com/lepragram</a> (5 000). Кинопоиск. URL: <a href="https://vk.com/kinopoisk">https://vk.com/kinopoisk</a> (2 600). Видеоприколы. URL: <a href="https://vk.com/prikoli_video">https://vk.com/prikoli_video</a> (679). Опасная природа. URL: <a href="https://vk.com/opasnayapriroda">https://vk.com/opasnayapriroda</a> (215)
Явно виртуальные (латентно реальные)	Были созданы и функционируют в соцсетях, но выступают активными деятелями социальной жизни, оказывают влияние на общественную жизнь. Конфликты с реальными (слабо виртуальными) сообществами	Nemagia-Life. URL: <a href="https://www.youtube.com/user/Brizgli-vii1">https://www.youtube.com/user/Brizgli-vii1</a> (1 000). Команда Навального. URL: <a href="https://vk.com/teamnavalny">https://vk.com/teamnavalny</a> (240). «Мужское государство»*

Источник: составлено авторами данной статьи

### Протестные акции виртуальных сообществ

Сконцентрируем наше внимание на последнем типе – на сообществах, которые возникли в сетевом пространстве, но сегодня оказывают значительное влияние на общественную жизнь. Это влияние, как правило, достигается за счет консолидированного объединения членов сообщества. В результате

активные действия виртуального сообщества могут как выходить за сетевое пространство и реализовываться в пространстве общественной жизни (шествия, пикеты, митинги, собрания), так и проходить исключительно в интернет-пространстве, реализовываясь в виде сетевых флешмобов, перформансов, буллинга, спам-атак. Именно этот тип виртуальных сообществ сегодня остается наименее изученным исследователями. Требуется пристальное изучение данных сообществ, выявление их функций, оценка их влияние на социальную жизнь.

Чаще всего исследователи делают акцент на политической направленности данных сообществ, отмечая сам факт того, что сообщество создано в виртуальной среде, но реализует и проявляет себя в общественной жизни путем реальных социальных действий. Однако в последнее время появляются примеры влияния виртуальных сообществ и на другие сферы социальной реальности, что требует расширения исследовательского ракурса.

Приведем несколько примеров. Пользователи сообщества *r/wallstreetbets* на платформе *Reddit* зимой 2021 г. искусственно разогнали на мировых биржах цены акций убыточных компаний, создавая их дефицит на фондовом рынке [4]. За несколько дней розничные непрофессиональные инвесторы с «Волл-стрит-бетс» разогнали цены акций сети магазинов видеоигр *GameStop* на 800%, на сотни процентов выросли акции *MicroVision*, *AMC*, *Nokia*, *Naked Brand*, *BlackBerry*, *Bed Bath & Beyond*, *Express*.

Пользователи покупали акции себе в убыток с целью противостоять крупным рыночным игрокам — хедж-фондам, венчурным компаниям, банкам, которых они называют «медведями», «китами», «бумерами».

Инвестиционные компании зарабатывали на стратегии снижения цен акций, но акции были выкуплены частными инвесторами с *Реддит*. Сложилась ситуация, в которой пользователи держали убыточные акции у себя на счетах, не выставляя их на продажу, вызывая на рынке кратный рост их стоимости. В результате компании потеряли миллиарды долларов.

Пользователи-бунтари крайне негативно и оппозиционно высказываются о сложившейся системе финансовых инструментов, стратегий, управляющих фондами, рыночной системе отношений в целом. Например, в ветке сообщений о покупке акций *GameStop* они пишут следующее<sup>1</sup>.

«Управляющие компаниями это просто кучка упрямых старомодных бумеров, у которых есть миллиарды долларов и которые не хотят понимать, что мир изменился» [3].

«Я не чувствую себя вором, когда беру деньги у этих богатых жадных и жирных менеджеров хедж-фондов. Я их не жалею, потому что они представители отсталого прошлого» [3].

«К черту старых бумеров в *Мелвин Кэпитал* (самый крупный фонд, зарабатывающий на падении акций — *примеч. ред.*).

Эти старые ублюдки не могут справиться с моим стальным характером. Я буду покупать еще больше акций. Они будут целовать мои ноги, а потом сгорят в аду» [3].

Чтобы не допустить разорения, инвестиционные компании пытались стабилизировать ситуацию, организовав массированные кампании по дискредитации «Волл-стрит-бетс». Были выпущены материалы, в которых утверждалось, что происходящее на финансовом рынке — сговор с целью манипуляции. Применялся пиар на ТВ, в финансовых изданиях, реклама на *YouTube*, были куплены фермы шиллов (аккаунт-ботов) в социальных сетях.

Однако никакого видимо эффекта на бунтарей это не произвело. Они провозгласили себя *Apes with diamond hands*, т.е. «обезьянами, у которых в руках алмазы» и сумели построить «культ» вокруг акций непопулярных компаний. Алмазы — это и есть новые возможности, которые предоставляют сегодня социальные сети для быстрого и скоординированного объединения с целью реальных действий, а обезьяны — это пользователи, которые пользуются этими возможностями, как правило, для развлечения или для проведения деструктивных акций и перформансов.

На платформе *Reddit* сообщество *r/wallstreetbets* относится не к тематике инвестиций, бизнеса, макроэкономики, а к теме интернет-культуры и мемов. Беседы в сообществе разделены на темы инвестиций, шуток, потерь на покупках акций, дискуссий, мировых новостей.

Пользователи считают, что низкий уровень жизни, мировые кризисы, распространение эпидемии выгоден крупным капиталистам, потому единственная возможность исправить ситуацию — уничтожить старый капиталистический мир как пережиток прошлого.

Пользователи «Волл-стрит-бетс» полностью меняют правила игры на финансовых рынках, они игнорируют экономические законы. Они не опираются на фундаментальные показатели компаний, показательно выбрасывают книги профессиональных инвесторов, переделывают цитаты, и даже делают мемы с директором Федеральной резервной службы (ФРС), в которых он выступает Иисусом Христом.

Следует сказать и о буме брокерских услуг и инвестиционных инструментов среди населения по всему миру. Так, в США, по данным *Deloitte*, за 2021 г. было открыто более 10 млн новых брокерских счетов [12]. По данным Московской биржи, в 2021 г. на ее торговых площадках стало более 28 млн частных инвесторов [9].

В большинстве своем пришедшие на рынок — цифровые обезьяны, представители нового поколения Z («зумеры»), которые с ранних лет пользуются цифровыми устройствами и одним кликом заказывают еду, вызывают такси, читают книги, смотрят фильмы и даже ходят на свидания. Такой же подход они пытаются перенести и в использование сложных финансовых инструментов. Они не готовы ждать, быть терпеливыми, усваивать сложившуюся иерархию и встраиваться в нее. Они выступают с революционных, оппозиционных и протестных позиций по отношению к сформировавшейся иерархии на

<sup>1</sup> В этой и следующих цитатах из постов в интернет-сообществах оригинальная орфография и пунктуация сохранена. — *Примеч. ред.*

рынке ценных бумаг. Они критикуют миропорядок как устаревший и заявляют о своем активном участии в нем.

Сегодня крупные фонды начали анализировать сообщества непрофессиональных трейдеров в социальных сетях, чтобы предсказывать их поведение и обезопасить себя от скоординированных атак.

В отечественном интернет-пространстве также появляются примеры активных протестных акций со стороны виртуальных сообществ. Основатель и лидер движения «Мужское государство»\* В. Поздняков, продвигающий идеи патриархата и национализма, летом и осенью 2021 г. организовал массированные атаки на ряд крупных компаний России с целью блокировки их работы.

В. Поздняков, продвигающий идеи патриархата и национализма, летом и осенью 2021 г. организовал массированные атаки на ряд крупных компаний России с целью блокировки их работы.

В. Поздняков призвал своих подписчиков парализовать работу сервисов Яндекс, магазина «ВкусВилл», сетей ресторанов «Тануки» и «Ёбидоёби». Призывы он аргументировал тем, что данные компании продвигают на территории России идеи мультикультурализма, феминизма, русофобии. Он призвал своих подписчиков совершать атаки до тех пор, пока представители компаний официально не извинятся *«перед русской нацией за навязывание ей чуждых ценностей»*.

**«ВНИМАНИЕ ВСЕМ!!!** Объявляю полную мобилизацию!!! Если до завтрашнего дня 19:00 по МСК – яндекс еда не выполнит наши требования, мы начнем полностью парализовывать курьерскую сеть яндекс еды ложными заказами через рандомные московские рестораны и общепиты! Сначала в Москве. Потом перейдем и на Питер! Запасайтесь симкартами! И будьте всецело готовы к наступлению!!! Давим на тануки до конца. До талого пацаны!!!» [2].

Сама схема онлайн-нападения выглядела следующим образом: пользователи делали многочисленные заказы продуктов доставкой с возможностью оплаты наличными по факту получения, а потом отказывались от них; ставили низкие рейтинги на сервисах скачиваний приложений AppStore и PlayMarket, сервисах доставки «Яндекс.Еда» и «Деливери»; писали отрицательные отзывы на сайтах компаний, организовывали DDOS-атаки на веб-сервисы; делали звонки в ФСБ о минировании ресторанов.

Поздняков в своих призывах к организованным акциям использует милитаризованную лексику:

**«ВНИМАНИЕ ВСЕМ СОЛДАТАМ!!!** Скоро выйдет очень важный пост! У Тануки найдена ахилесова пята по которой мы нанесем сокрушающий удар!!! Все, детские игры закончились. Пора переходить к более радикальным действиям. ... Мы будем ставить их на колени и заставим платить ещё сильнее!» [2].

Атаки на сайты крупных компаний Поздняков сравнивает с военными действиями, а своих подписчиков с солдатами: *«будьте всецело готовы к наступлению!!!», «нанести сокрушающий удар»* [2]. Себя Поздняков считает руководителем и полководцем, которому отведена как главная стратегическая роль в управлении сообществом, так и медийная роль, направленная на самопиар в социальных сетях и СМИ<sup>2</sup>.

В. Поздняков открыто проявляет нацеленность на результат, неготовность идти на компромиссы: *«пора переходить к радикальным действиям»*. Свои протестные атаки он позиционирует как правильные, а позиция врагов как ложная и заблуждающаяся, которую можно исправить, уничтожив. В. Поздняков не рассматривает варианты мирного дипломатического решения конфликта: *«Мы будем ставить их на колени сразу и заставим платить ещё сильнее!»* [2]. Написание писем владельцам компаний, официальные обращения в правоохранительные органы, привлечение внимания общественности последователями Позднякова не рассматриваются.

В результате атак сеть ресторанов «Ёбидоёби» удалила контент, ресторан «Тануки» был вынужден закрыть возможность оплаты товаров курьеру наличными, сайт компании стал работать с перебоями, Яндекс.Еда отключила собственных курьеров от ресторана «Тануки» по Москве.

Можно говорить также о появлении горизонтально ориентированных институционально неоформленных сообществ с одним лидером, не имеющих юридической регистрации, штата сотрудников, помещений. Например, Поздняков расценивает подписчиков как своих сотрудников: *«Внимание моему отделу программистов!! Сотрудники Касперского и Яндекса срочно активизируйте свою работу! Задачи должны быть выполнены немедленно!!!»* [2]. Его сообщество имеет гибкую организацию, которая способна быстро перестраиваться и реагировать на возникающие проблемы.

## Заключение

Приведенные примеры демонстрируют далеко не все возможности влияния виртуальных сообществ на социальную реальность, но подтверждают необходимость их многомерного анализа государственными органами, крупными компаниями, исследовательскими лабораториями с целью изучения их сущности, протекающих в них процессов и выработки механизмов адекватного реагирования на возникающие с их стороны вызовы. Это особенно важно в современном мире, где виртуальные сообщества

<sup>2</sup> Корелина О. «Мужское государство» атаковало еще одну сеть японских ресторанов – «Тануки» – за фото с темнокожим мужчиной и символикой ЛГБТ. Компания отказалась удалять снимки. Кто-то заявил в ФСБ о минировании ее заведений // Meduza\*. URL: <https://meduza.io/feature/2021/08/30/muzhskoe-gosudarstvo-atakovalo-esche-odnu-set-yaaponskih-restoranov-tanuki-za-foto-s-temnokozhim-muzhchinoy-i-simvoliko-lygbt> (дата обращения: 18.05.2022).

\*\* Средство массовой информации, выполняющее функции иностранного агента.

являются не только неотъемлемой частью информационных и интернет-технологий, но и все активнее проникают во все жизненные процессы общества, изменяя его институциональное устройство и социокультурное пространство.

Таким образом, подводя итоги исследования, можно выделить причины создания и бурного развития виртуальных сообществ:

- ◆ нехватка неформальных публичных мест, в которых граждане могут непринужденно общаться на социальные, политические, экономические темы;
- ◆ невозможность открытого непринужденного взаимодействия в публичных местах, угасание пространства реальной жизни;
- ◆ отсутствие возможности создавать сообщества, вступать в союзы, клубы по интересам в реальной жизни.

Также важно отметить возрастание общественной солидарности, которая может реализоваться в приобретении

отдельных пользователей к действиям виртуальных сообществ в интернет-пространстве. Данные действия, как правило, носят антисоциальный характер и проявляются в виде флешмобов, протестных виртуальных и реальных акций, перформансов, спам-атак и др. Стоит учитывать, что большинство членов виртуальных сообществ являются представителями поколения Z, которые по-новому интерпретируют социальную иерархию и, не желая встраиваться в нее, активно используют возможности интернет-технологий для изменения социального устройства. Количественный рост данных виртуальных сообществ как политической, так и иной направленности постепенно осложняет управление обществом. Задача современной социологии состоит в том числе в отслеживании таких виртуальных сообществ, строительстве их типологии, выявлении их функции, оценивании их влияния на общественную жизнь.

## Литература

1. Добринская Д.Е. Сообщества в эпоху интернета // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2018. Т. 24. № 4. С. 59–79.
2. Официальные каналы Позднякова В. // «Бутылка». ([https://t.me/shvabra\\_otb\\_1](https://t.me/shvabra_otb_1)), «Поздняков 2.0» (<https://t.me/doktorvlad>), «Доктор Владис» (<http://t.me/doktorvladis>) (дата обращения: 18.05.2022).
3. Официальный канал Russia today. URL: [https://t.me/rt\\_russian](https://t.me/rt_russian) (дата обращения: 19.05.2022).
4. Официальный сайт сообщества «Волл-стрит-бетс» на Reddit на дату обращения имеет 12 158 036 подписчиков. URL: <https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/> (дата обращения: 22.05.2022).
5. Тальнишних Н.К. Культура «сетевых сообществ»: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 2004. 128 с.
6. Тённис Ф. Общность и общество // Социологический журнал. 1998. № 3/4. С. 333–357.
7. Шмерлина И.А. Социологический реализм в версии раннего Питирима Сорокина // Социологический журнал. 2019. Том 25. № 3. С. 142–156.
8. Baym N.K. Personal connections in the digital age. John Wiley & Sons, 2015. P. 196.
9. The rise of newly empowered retail investors How they're changing customer expectations and investing dynamics: A report from the Deloitte Center for Financial Services. 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financialservices/us-the-rise-of-newly-empowered-retail-investors-2021.pdf> (дата обращения: 19.05.2022).
10. Garton L., Haythornthwaite C., Wellamn B. Studying Online Social Networks // Journal of Computer-Mediated Communication. 1997. Vol. 3. No. 1. P. 29.
11. Johnson S. Emergence: The connected lives of ants, brains, cities, and software. Simon and Schuster, 2002. P. 288.
12. MOEX Московская биржа. Статистика по клиентам за 2021 год. 2021. URL: <https://www.moex.com/s719> (дата обращения: 17.05.2022).
13. Rheingold H. A slice of life in my virtual community // Global networks: Computers and international communication. 1993. P. 57–80.
14. Rheingold H. The Virtual Community, revised edition: Homesteading on the Electronic Frontier. MIT Press, 2000. P. 447.
15. Wellman B., Gulia M. Net-surfers don't ride alone: Virtual communities as communities // Networks in the global village. Routledge, 2018. P. 331–366.

## References

1. Dobrinskaya, D.E. Communities in the era of the Internet. *Bulletin of the Moscow University. Series 18: Sociology and Political Science*. 2018. Vol. 24. No. 4. P. 59–79.
2. Official channels of V. Pozdnyakov: "Bottle" ([https://t.me/shvabra\\_otb\\_1](https://t.me/shvabra_otb_1)), "Pozdnyakov 2.0" (<https://t.me/doktorvlad>), "Doctor Vladis" (<http://t.me/doktorvladis>) (accessed on: 18.05.2022).
3. Official channel Russia today. URL: [https://t.me/rt\\_russian](https://t.me/rt_russian) (accessed on: 19.05.2022).
4. The official website of the Wall Street Beats community on Reddit has 12,158,036 followers on demand. URL: <https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/> (accessed on: 22.05.2022).
5. Talnishnikh, N.K. Culture of "network communities": Author's Thesis of Dis. ... Cand. Sc. (Philosophy). Rostov n/D, 2004. 128 p.
6. Tönnies, F. Community and Society. *Sociological Journal*. 1998. No. 3/4. P. 333–357.
7. Shmerlina, I.A. Sociological realism in the version of the early Pitirim Sorokin. *Sociological journal*. 2019. Vol. 25. No. 3. P. 142–156.
8. Baym, N.K. Personal connections in the digital age. John Wiley & Sons, 2015. P. 196.
9. The rise of newly empowered retail investors How they're changing customer expectations and investing dynamics: A report from the Deloitte Center for Financial Services. 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financialservices/us-the-rise-of-newly-empowered-retail-investors-2021.pdf> (accessed on: 19.05.2022).
10. Garton, L., Haythornthwaite, C., Wellamn, B. Studying Online Social Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1997. Vol. 3. No. 1. P. 29.
11. Johnson, S. Emergence: The connected lives of ants, brains, cities, and software. Simon and Schuster, 2002. P. 288.
12. MOEX Moscow Exchange. Client statistics for 2021. URL: <https://www.moex.com/s719> (accessed on: 17.05.2022).
13. Rheingold, H. A slice of life in my virtual community. In: *Global networks: Computers and international communication*. 1993. P. 57–80.
14. Rheingold, H. The Virtual Community, revised edition: Homesteading on the Electronic Frontier. MIT Press, 2000. P. 447.
15. Wellman, B., Gulia, M. Net-surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In: *Networks in the global village*. Routledge, 2018. P. 331–366.