



Time Strategies of Virtual Communities

Denis S. Martyanov¹ & Galina V. Lukyanova²

Saint Petersburg State University; Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences. Saint Petersburg, Russia

Received: 20 November 2022 | Revised: 23 February 2023 | Accepted: 17 March 2023

Abstract

The Internet has a significant impact on the perception of time and its organization. There is a growing body of literature that recognizes the importance of measuring social time in relation to the virtual communities of social media. The dynamics of communication in virtual communities largely depend on the time strategies that shape the content plan of a particular medium. Based on contemporary theories such as the concept of 'timeless time', we analyze the features of the temporal characteristics of the Internet, considering the multiple dimensions of time in virtual communities.

This study aims to identify time strategies depending on their types (e.g., belonging to the certain platform, or target audience). The research is based on posts from 99 politicized virtual communities on the Vk.com and Telegram platforms in 2022. We employ heatmaps and combine them with cluster analysis. As a result, certain patterns of temporal strategies within communities became apparent, depending on the hour, day of the week, and month. We also establish a connection between time strategies and the event context of 2022.

This article may be of interest to sociologists, political scientists, and researchers in cultural and communication studies who are interested in applied aspects of social time research.

Keywords

Social Time; Sociology of Time; Content Plan; Virtual Communities; Time Strategies; Temporal Strategies; Temporal Behavior; Social Media; Timeless Time; Chronopolitics; Cybertime



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: [dsmartyanov\[at\]mail.ru](mailto:dsmartyanov@mail.ru)

2 Email: [g.lukyanova\[at\]spbu.ru](mailto:g.lukyanova@spbu.ru)



Темпоральные стратегии виртуальных сообществ

Мартьянов Денис Сергеевич¹ & Лукьянова Галина Владимировна²

Санкт-Петербургский государственный университет; Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии Наук. Санкт-Петербург, Россия

Рукопись получена: 20 ноября 2022 | Пересмотрена: 23 февраля 2023 | Принята: 17 марта 2023

Аннотация

Авторы статьи рассматривают проблему измерения социального времени применительно к виртуальным сообществам социальных медиа «ВКонтакте» и «Телеграм». Динамика коммуникации в виртуальных сообществах во многом зависит от темпоральных стратегий, которые формируют контент-план конкретного медиа. В статье рассмотрены аспекты развития социологии времени как теоретической основы темпоральных исследований, коммуникативистский и политологический аспекты современных исследований в данной области. На основе современных теорий, таких как концепция «вневременного времени», проанализированы особенности темпоральных характеристик Интернета с учетом множественности измерений времени в виртуальных сообществах. Цель данного исследования – выявление особенностей темпоральных стратегий в зависимости от их типа (принадлежности к платформе, целевой аудитории и т. п.). Исследователи сделали тепловые карты постов 99 политизированных виртуальных сообществ на платформах «ВКонтакте» и «Телеграм» в 2022 году и дополнили их кластерным анализом. В результате стали очевидны некоторые закономерности темпоральных стратегий сообществ в зависимости от часа, дня недели и месяца. Показана связь между темпоральными стратегиями и событийным контекстом 2022 года. Статья может быть интересна социологам, политологам, культурологам и коммуникативистам, интересующимся прикладными аспектами исследований социального времени.

Ключевые слова

социальное время; социология времени; контент-план; виртуальные сообщества; темпоральные стратегии; темпоральное поведение; социальные медиа; вневременное время; хронополитика; интернет-время



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution” \(«Атрибуция»\)4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: [dsmartyanov\[at\]mail.ru](mailto:dsmartyanov@mail.ru)

2 Email: [g.lukiyanova\[at\]spbu.ru](mailto:g.lukiyanova@spbu.ru)



Введение

Редкое исследование, касающееся современных медиа и сети Интернет, не затрагивает хотя бы мельком динамический аспект современных социальных коммуникаций. Стандартным вступлением к статье или диссертации об информационных технологиях стали клише о «бурном росте», «взрывном развитии», «увеличении скорости». В то же время исследователи-коммуникативисты, ограничиваясь декларацией широких изменений в сфере технологий и общественной жизни, с куда большим интересом обращаются к аспектам формирования новой информационной среды, уникального интернет-пространства, всевозможных коммуникативных пространств, новых сообществ и идентичностей, концентрируясь на социальных и пространственных аспектах и тем самым оставляя исследование интернет-времени на концептуальной периферии.

Причины этому кроются отчасти в том, что темпоральные исследования в целом не обрели дисциплинарную автономность в социальных науках. Например, успехи такой отрасли как социология времени, которая и могла бы стать своеобразным флагманом для междисциплинарного развития темпорального анализа, оцениваются весьма противоречиво (Веселкова, 2003, с. 59). С одной стороны, данная тема пользуется очевидной популярностью, сдвиг в исследованиях от структуры к динамике отмечается в самых значительных теориях современности (Giddens, 1984), даже успели сформироваться определенные традиции и заметные очаги исследования в этой области в т.ч. в современной российской науке (Артемов, 2013; Веселкова, 2001; Штоммель, 2005). С другой стороны, социология времени так и не смогла сформировать единую, институционализированную и признанную область знания (Веселкова, 2003).

Отсутствие автономной институционализированной социологической дисциплины создает определенные помехи для перехода от традиционного структуралистского видения, делающего акцент на пространственном изменении, к междисциплинарным исследованиям в духе политологии времени или темпоральной коммуникативистики. В конечном счете большое количество эмпирических исследований в этой области привело бы к конвергенции спатиалистского и темпорального подходов и качественному обновлению теоретического фундамента.

Между тем концепция социального времени как основы для будущих исследований интернет-времени были заложены еще П.А. Сорокиным и Р.К. Мертоном, а истоки их творчества уходят корнями в концепции А. Бергсона и Э. Дюркгейма.



Социология времени как фактор исследования темпоральности в коммуникации

В основе ревизии категории времени в социологическом контексте лежит размежевание физического, метафизического, а также социального и психологического понимания времени. В этой связи примечательно достижение А. Бергсона, который ввел понятие «длительность» (*la durée*) – т. е. внутреннее, качественное время в противовес количественному времени, измеряемому при помощи часов (Bergson, 2001) (Артемов, 2013, с. 4). Э. Дюркгейм, на учеников которого А. Бергсон оказал серьезное влияние, пошел гораздо дальше, отнеся категорию времени к «социальным фактам», т. е. надындивидуальным феноменам, имеющим социальную природу и собственное существование и способным оказывать внешнее принуждение в отношении индивида. В связи с этим время представляет собой выражение ритма коллективной жизни, включающего в себя многообразные частные ритмы (Дюркгейм, 2018; Шубрт, 2016, с. 103). Время рассматривается в качестве категории коллективного сознания, наряду с пространством, количеством, причиной и т. п. (Шубрт, 2016). Отношения, которые выражены в этих категориях, осознаются людьми только посредством общества (Шубрт, 2015).

Рубежным же для социологии времени стал 1937 год, когда в свет вышла статья П.А. Сорокина и Р.К. Мертона, в своем заголовке введившая базовую категорию – «социальное время». Различая социальное время и календарное время, обретающее свою значимость только в процессе трансформации в социальное время, Сорокин и Мертон определяли последнее как «изменение или движение социальных феноменов в терминах других социальных явлений, взятых в качестве точек отсчета» (Sorokin & Merton, 1937, p. 618). П.А. Сорокин и Р.К. Мертон определяли социальное время как качественное, отражающее общие для группы нормы, ценности, верования и обычаи (Штомпель, 2005, с. 11).

Дюркгеймианское влияние прослеживалось и в контексте структуралистской логики интерпретации времени, система которого, согласно Сорокину и Мертоу, изменяется «в зависимости от социальной структуры» (Sorokin & Merton, 1937, p. 621). При этом в дальнейшем складывается представление о взаимовлиянии и взаимоопределении социального времени и социальных акторов (Веселкова, 2001).

В творчестве Сорокина развитие получил и близкий по значению концепт социокультурного времени. Социокультурное время синхронизирует последовательность отдельных феноменов, облегчая пульсацию и ритмы социокультурных систем (Sorokin, 1943, p. 172; Шубрт, 2015, с.7). Переноса эту идею на почву более современных трендов, впитавших в себя аспекты интернет-культуры, киберкультуры, необходимо отметить, что в киберпространстве неизбежно влияние техники, которая, становясь фактором культуры, формирует и пульсацию новых социокультурных систем.



Идеи о влиянии социальной структуры на социальное время были развиты Ж. Гурвичем, предложившим концепцию множественности времени. Гурвич определил в качестве субъектов как концептуализации, так и количественного определения времени разнообразные «сообщества, структурированные группы, социальные классы и глобальные общества» (Gurvitch, 1963, p. 174). Общества и классы стремятся к контролю над социальным временем. Гурвич говорит о том, что множественность в особенности присуща «глобальным обществам и социальным классам, каждый из которых устанавливает свою объединяющую иерархию социальных времен и находит одну из точек своей специфики в той или иной градации» (Gurvitch, 1963, p. 174). Гурвич показывает, что структурирование временных осей может вестись каждой группой и в связи с каждым видом общественной деятельности (Gurvitch, 1963, p. 174). В то же время общество стремится к унификации многообразия времен (Шубрт, 2015, с. 8).

Среди восьми типов времени, которые выделяет Гурвич, первым описывается «время большой продолжительности и замедленного движения, когда прошлое проецируется в настоящее и будущее» (Gurvitch, 1963, p. 175). Этот тип Гурвич соотносит с движущимися в пределах этого времени родственными и локальными группами, крестьянским классом и патриархальным обществом, в чем напрашивается параллель с тённисовским *Gemeinschaft* (Тённис, 2002). Эта параллель весьма интересна, поскольку тённисовское противопоставление городских обществ эпохи индустриализации (*Gesellschaft*) сельским общинам (*Gemeinschaft*) демонстрирует идеальные типы принципиально разных социальных структур, для которых были бы логичны разные ритмы коллективной жизни. Следовало бы также дополнить эту мысль параллелью с «публикой» и «массами» Г. Тарда (Тард, 2015), которые образуют разные по динамике группы уже не по принципу «места», а по классовому принципу.

Близкий к *Gemeinschaft* тип описан также у Гурвича как отстающее время, характерное для феодального общества. Вид времени, близкий к тённисовскому *Gesellschaft* — обманчивое время «неожиданности», сочетающее большую продолжительность и медленность с внезапными кризисами. Его Гурвич соотносит со временем больших городов и политической «общественности». Тип времени, связанный с массами, характеризуется Гурвичем как спонтанное, нерегулярное время. В числе прочих российско-французский социолог выделяет также циклическое время, лишённое случайности.

Ряд современных авторов также отмечает влияние типа общности на темпоральность и темпоральные стратегии поведения (Зборовский & Амбарова, 2014, с. 16). Групповые темпоральные стратегии задают вектор и скорость развития сообществ, служат механизмом их образования и внутренней интеграции (Зборовский & Амбарова, 2014, с. 16).

Несмотря на то, что институционализации социологии времени, как отмечалось выше, так и не произошло, социологические теории времени



создали теоретическую базу, объединившую социальные и темпоральные аспекты. Теоретическое обоснование взаимовлияния коммуникации, времени и информационных пространств открывает путь к выявлению взаимосвязей между отдельными переменными как в отношении традиционной, так и онлайн-коммуникации, а интернетизация социальных процессов, характерная для рубежа XX и XXI веков может таким образом быть исследована с помощью экстраполяции подходов изучения «традиционного» социального времени.

Вторая половина XX века во многом поменяла подходы к исследованию пространств и общностей, что привело к возникновению категорий «информационное пространство», «виртуальные сообщества» и т. п. Эта тенденция иллюстрирует рост числа концепций, ставящих в основу формирования социальной системы коммуникативный фактор. Медиа, перефразируя известную формулу М. Маклюэна, стало не только сообщением, но стержнем любой социальной структуры и детерминантой социальных фактов. В связи с этим интересным представляется вопрос о том, как социальное время обуславливается коммуникацией.

Время в информационную эпоху

Развитие Интернета способствовало возникновению целого ряда виртуальных феноменов и описывающих их категорий, номинально противопоставленных «реальным». Наряду с популярным термином «киберпространство» возник и дополняющий его термин «кибервремя» (или интернет-время), так же подчеркивающий «особенность» виртуального времени в отношении реальной темпоральности. Несмотря на относительно частое ее использование, развернутой конвенциональной концептуализации категория не получила, хотя ряд теорий и представляет интерес для их применения в эмпирических исследованиях.

Трансформация времени в связи с технологическими изменениями была очевидна задолго до наступления интернет-эпохи. Фактор «ускоряющегося времени» как неотъемлемой части сначала современности, а затем постсовременности описывался на протяжении всего XX века теоретиками от представителей чикагской социологической школы до последователей теории постиндустриализма.

Так, Р.Э. Парк отмечал ускорение и скорость как важнейшую характеристику современного общества (Парк, 2009, с. 250). Ему вторил постиндустриалист Э. Тоффлер, видевший причину шока от смены типа культур в сильно ускоряющемся темпе социальных перемен (Тоффлер, 2002). Это феномен получил название «культурный лаг».

С возникновением Интернета темпоральное измерение стало предметом рассмотрения в междисциплинарном пространстве социальных наук. Здесь можно отметить как работы по теоретическому анализу современного обще-



ства в условиях развития информационных технологий, так и эмпирические исследования, важная часть которых посвящена темпоральному поведению (Lukyanova, Martyanov & Budko, 2020).

Исследование времени как фактора социального взаимодействия в современном обществе стало основой широко известных концепций «текущей современности» З. Баумана (Бауман, 2008) и «мобильного общества» Дж. Урри (Urry, 2007). Логика работ о времени варьируется от декларирования факта уменьшения важности времени (Zalot, 2013) до трансформации времени как важнейшего элемента новой повседневной культуры.

Фундаментальным концептом, описывающим трансформации феномена времени, является 'вневременное время' М. Кастельса. Кастельс фиксирует трансформацию времени: «линейное, необратимое, измеримое, предсказуемое время разбивается в сетевом обществе» (Castells, 2010, p. 463). Доминирующей формой социального времени в сетевом обществе становится вневременное время (Castells, 2010, p. 465).

Специфика вневременного времени заключается в том, что оно порождает пространство потоков, которое является доминирующей пространственной формой сетевого общества (Castells, 2010, p. 448). Пространство потоков «растворяет время, разупорядочивая последовательность событий и делая их одновременными... Пространство многочисленных мест, разбросанных, фрагментированных и разъединенных, демонстрирует разнообразные темпоральности, от наиболее примитивного доминирования природных ритмов до самой строгой тирании времени» (Castelles, 2010, p. 497). В контексте исследования Интернета ключевым представляется тезис Кастельса «время локально» (Castelles, 2010, p. 460). Таким образом, согласно классику, в современном обществе пространство организует время. Этот тезис заслуживает проверки в ходе эмпирического исследования.

Теоретические исследования онлайн-времени обогатили научный вокабуляр не вполне разработанными концептами вроде «кибервремя», «виртуальное время», «кибертемпоральность», «электронная темпоральность» и др. (Laguerre, 2004, p. 225). Как правило, эти слова необходимы для того, чтобы подчеркнуть отличие виртуального времени от реального, а также связать временное измерение с социальными трансформациями, характерными для сетевого общества.

Использование термина «кибервремя» характерно для анализа того, как время в Интернете становится важным фактором глобализации (Lee & Whitley, 2002). Термином кибервремя Л. Стрейт также обозначает тип метавремени, который может быть структурирован так, как пожелает программист (Strate, 1996). Данная мысль показывает, насколько большими в сравнении с другими медиа возможностями обладает Интернет для управления временем.



Управление временем

Укрепление медиа в качестве фундаментального фактора конструирования коммуникативных пространств, структурирования аудиторий и образования виртуальных сообществ означает еще и усиление фактора медиа как основы формирования социального времени.

Впрочем, фактор общества, стремящегося к унификации множественности времен, остается значимым и для Интернета. Исследования интернет-трафика, проводимые Google Analytics, отмечают темпоральные колебания в использовании Интернета. Более того, можно даже говорить об «онлайн-часе пик» как аналоге телевизионного прайм-тайм. Однако рост значимости стриминговых сервисов как замены традиционного телевидения показывает совпадение по времени часа пик в Интернете с телевизионным прайм-тайм (Wong, 2016), что подтверждает предположение большей релевантности факторов конструирования социального времени, выходящих за рамки виртуального мира – в первую очередь, таких как рабочее время.

Политика управления временем в условиях капитализма, осмысленная через призму философии М. Фуко и Дж. Агамбена, интерпретируется как хронополитика – властный способ управления течением времени (Попов, Полякова, Шадрин & Яркеев, 2021, с. 6). Для основанной на интернет-технологиях цифровой темпоральности характерно «существование множественности хронобиополитик, каждая из которых производится сетью актантов... Сетевые биополитики формулируют собственные моральные императивы, позволяющие модифицировать и/или замещать общее «часовое» время, с помощью собственных ритмов, измеряемых цифровыми гаджетами» (Попов, Полякова, Шадрин & Яркеев, 2021, с. 6).

Реализация множества подобных хронополитик требует специальных пространств, где бы они могли осуществляться. М. Кастельс различает пространство потоков, для которого характерно вневременное время, и ограниченные «места». Событие в виде опубликованной пабликом новости или другого приглашения к дискуссии образует специфическую коммуникативную локацию, которая формирует динамику коммуникации, а череда этих «событий» в контексте альтернативных сообщений других пабликов определяют (или ограничивают) длительность коммуникации.

События в условиях социальных сетей и мессенджеров становятся не только единицами, последовательность которых образует время (Штомпель, 2005, с. 11), но и факторами образования дискретных коммуникативных пространств, существующих внутри сообществ, пабликов и каналов. Они выступают в роли своеобразных фукольдианских лодок, которые выбирает в качестве образа места (или «место без места») в условиях текучей современности З. Бауман (Бауман, 2008, с. 108). Таким образом, темпоральность социальных сетей образуется на нескольких уровнях – локальном уровне обсуждения единичного события, «среднем» уровне канала, который задает



динамику данных событий, и метауровне платформы, которая создает общее для всех пабликов, сообществ и каналов пространство.

Рассмотрение Интернета не как единого киберпространства, а как множества кибермест неизбежно приводит к мысли о дифференцированном характере протекания времени в этих киберместах, различной динамике коммуникации.

Темпоральное поведение индивидов (Абрамова, 2014) может задаваться самими медиа, аудиторией в целом и объективными факторами. Медиа могут определять темпоральное поведение через частность новостей, формирование правил коммуникации аудитории, модерацию и т. п. Причинами в различиях темпорального поведения со стороны аудитории медиа могут выступать различные стратегии темпорального поведения, определяемые комплексом факторов.

Если стратегия темпорального поведения, как и любая другая стратегия, представляет собой лишь недетализированный план (вектор достижения поставленной цели), то контент-план конкретизирует магистральное направление и связан с непосредственной реализацией как общей цели, так и отдельных задач. Контент-план представляет собой график публикаций для пабликов в социальных сетях, блогов или сайтов, который составляется на определенный период времени редакцией (Сеничкина & Дроботова, 2021, с. 69). Контент-план предотвращает угрозу перенасыщения новостями, а также служит своеобразным информационным якорем, который не дает потребителю забыть о канале или паблике (Сеничкина & Дроботова, 2021, с. 70).

Понятие контент-плана должно учитывать совокупность факторов, связанных с множественностью социального времени. Выработка контент-плана требует учета технологических аспектов медиасреды, социального времени конкретной аудитории, коммуникативных особенностей диалога в конкретном сообществе.

Успешный контент-план словно бы предугадывает темпоральные ожидания аудитории, слегка преобразуя и систематизируя их.

Современный мир, предполагающий множественность пространств, общностей и времен, требует учета комплекса факторов, влияющих на темпоральное поведение аудиторий и предопределяющих эффективные темпоральные стратегии. Интернет-пространство пронизано эклектикой мульти-темпоральности, связанной с разностью мест проживания, рабочих графиков и персональных суточных ритмов.

Эпоха Веба 2.0 и постбраузерного Интернета, выразившегося в развитии интернет-приложений, ярким примером которых являются мессенджеры, отличается от «первого Веба». Для Интернета прошлого века и рубежа тысячелетий были характерны виртуальные сообщества, напоминающие классические общины, но основанные на общности интересов. Центральное место в них



занимали собственно члены сообщества, которые на своих форумах и персональных страницах сами могли реализовывать темпоральные стратегии.

Для коммерциализированного «второго Веба» уже характерно преобладание экономически детерминированных общностей, темпоральность которых инициируется администрацией. Предположим, что это же характерно и для «постбраузерного» Интернета.

Российское киберпространство в связи с этим представляет собой очень интересный для исследования кейс. С одной стороны, это информационное пространство является «полувключенным» в мировой Интернет. Помимо традиционного языкового фактора здесь идет речь о том, что в России с некоторых пор заблокированы многие крупные западные интернет-ресурсы, традиционно доминирующие в мировом коммуникативном пространстве. С другой стороны, большое количество аналогичных ресурсов продолжают свою деятельность. Интерес представляет и наличие собственных крупных интернет-платформ, самым ярким примером которых является сеть «ВКонтакте», создающих возможность для формирования специфической темпоральности, действующей по всей стране – Интернета, над которым не заходит Солнце.

Россия представляет собой протяженное географическое пространство, отдельные регионы в котором существуют в собственном темпоральном ритме. Таким образом, единое информационное пространство существует в условиях разных часовых поясов, что должно обуславливать специфические темпоральные стратегии.

Эмпирическое исследование динамики коммуникации в социальных сетях должно выявить как общий тренд темпоральности, характерный для этого типа интернет-платформ, так и особенности реализации контент-планов, реализующих темпоральные стратегии редакций онлайн-публиков.

Методы

Данное исследование входит в более широкий проект, посвященный изучению политизированных сообществ. В выборку данного проекта были включены 3 блока виртуальных сообществ в мессенджере «Телеграм» и социальной сети «ВКонтакте», соответствующих следующим требованиям – открытость, возможность комментирования, популярность. В первом блоке оказались сообщества средств массовой информации, часть из которых (по 5 медиа) для повышения сравнительного аспекта исследования дублировали СМИ в сети «ВКонтакте» и мессенджере «Телеграм». Изначально в этом блоке было 30 сообществ.

Во второй блок изначально включили 50 сообществ политических акторов – органов государственной власти, лидеров общественного мнения, политических партий и неофициальных политических групп разнообразного идеологи-



ческого характера. Часть данных сообществ также пересекалась в сети «ВКонтакте» и в «Телеграме».

В третий блок, с учетом событий 2022 года, были включены непересекающиеся сообщества (каналы и паблики), посвященные тематике специальной военной операции на Украине. В этот блок изначально включили 30 сообществ.

В ходе реализации проекта часть сообществ по разным причинам перестала соответствовать изначальным требованиям (в т.ч. были заблокированные сообщества), в связи с чем машинный анализ был проведен по 99 сообществам.

Временной диапазон исследования – с 1 января 2022 по 31 октября 2022. Всего было собрано 742196 постов с информацией о дате и времени публикации из 99 виртуальных политизированных сообществ (45 телеграм-каналов и 54 групп «ВКонтакте»). Полученные данные о времени опубликования постов были закодированы по нескольким основаниям: (1) час; (2) время суток (раннее утро: 5-8, среднее утро: 8-10; позднее утро: 10-12; полдень: 12-13; середина дня: 13-15; поздний день: 15-17; ранний вечер: 17-19; середина вечера: 19-20; поздний вечер: 20-20; ночь: 22-00; глубокая ночь: 00-03; предрассветная ночь: 03-05); (3) день недели; (4) номер недели в году; (5) месяц.

Для закодированных по каждому из критериев данных в программной среде R были созданы тепловые карты. Тепловые карты – это метод графического представления данных с использованием цветов для визуализации значений переменных. Изменение цвета по оттенку или насыщенности дает очевидные визуальные подсказки об интенсивности публикаций в определенный отрезок времени. В рамках данного исследования тепловые карты были дополнены кластерным анализом, что позволило классифицировать темпоральное поведение и выявить темпоральные стратегии виртуальных политизированных сообществ.

Результаты эмпирического исследования

С учетом часа и времени суток. В первую очередь, необходимо отметить несколько сообществ, для которых типичен интенсивный, практически непрерывный характер коммуникации. К таким сообществам относятся средства массовой информации, ориентирующиеся на круглосуточное освещение происходящих событий в стране и мире: например, Russia Today на русском, РБК, «Коммерсант», «РИА Новости». Среди персонализированных сообществ схожее поведение демонстрируют военные корреспонденты или комментаторы СВО, такие как Борис Рожин (эксперт Центра военно-политической журналистики, автор телеграм-канала Colonelcassad), военкоры, пишущие для телеграм-канала «Операция Z: Военкоры Русской Весны», сообщество Юрия Подолыки и Михаила Онуфриенко.

Как мы и предполагали, большую роль играет географический фактор. Отдельную группу образуют сообщества, работающие в других часовых поясах: например, группа губернатора Сахалинской области Валерия Лимаренко или



группа государственного информационного агентства Китая «Синьхуа Новости | Xinhua News». Их основная активность приходится на ночные часы европейской части России. Более того, китайское медиа демонстрирует «чередующуюся» активность: 1 час более активного постинга, другой – менее активного. Таким образом, с одной стороны, системность «Синьхуа Новости» говорит о наличии определенного контент-плана, а с другой – данное сообщество ориентируется в первую очередь на темпоральность редакции и в меньшей степени на целевую аудиторию.

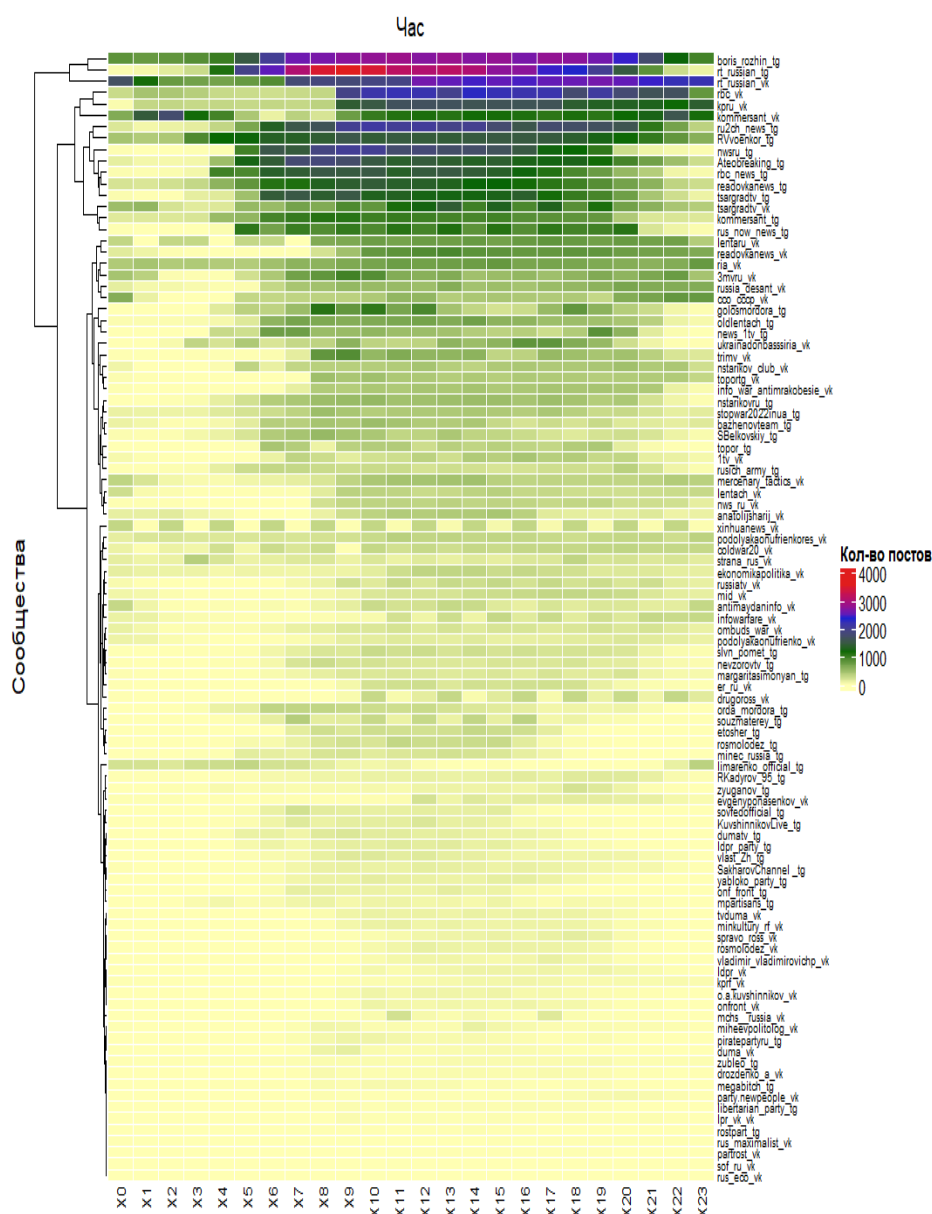


Рисунок 1. Тепловая карта виртуальных сообществ в разрезе часа

Figure 1. Heat map of virtual communities by hour



Интересным представляется различие паттернов темпорального поведения одних и тех же сообществ, представленных на разных платформах. К примеру, телеканал «Царьград» публикует сообщения в «Вконтакте» (в том числе и в ночное время) гораздо чаще, чем в «Телеграме». Схожее поведение можно обнаружить и у Russia Today, «Коммерсанта». Изначально можно было предположить обратную тенденцию, поэтому объяснение лежит в плоскости догадок и может быть связано со спецификой работы конкретной администрации каналов и пабликов, либо же приоритетом одной платформы над другой.

Примечательно, что внизу тепловой карты (Рис. 1) оказались слабо институционализованные сообщества – идеологизированные группы (сообщество зеленых «Экология России», радикальное сообщество «Максималист»), «любительское» сообщество «Силы специальных операций», а также большое количество партийных сообществ, которые испытывают определенные проблемы (либо партии, находящиеся в состоянии кризиса, как «Партия роста», либо «партийные» сообщества, которые в настоящий момент заблокировали в России). Показательно и попадание в эту часть карты сообщества партии «Новые люди», которая, несмотря на прохождение в Государственную Думу, не смогла предложить действенный контент-план для своего сообщества.

Отметим также преобладание в нижней части карты пабликов «Вконтакте», которые существенно превосходят в количестве каналы «Телеграм». Хотя «Вконтакте» и создает широкие возможности для развития успешных современных пабликов с плотным графиком публикаций, именно эта социальная сеть насыщена слабо активными («полумертвыми» или «спящими») сообществами.

Можно сделать вывод, что в условиях социальных сетей политизированные сообщества требуют четко продуманного контент-плана и не оставляют пространства для функционирования классических виртуальных сообществ в духе «первого Веба» (a la Gemeinschaft).

По итогам кластерного анализа (Рис. 2) можно выделить несколько кластеров, отражающих темпоральное поведение политизированных виртуальных сообществ с учетом части ежесуточной активности. Большинство «институциональных» и «персонализированных» сообществ публичных политиков попадают в один кластер «Рабочие часы». Их активность в основном приходится на дневное время: позднее утро (10-12), середина дня (13-15), поздний день (15-17), ранний вечер (17-19). Отдельный кластер составляют «ночные» часы (с 22 до 5 часов утра). В это время, как уже отмечалось, в обычно активны СМИ, главная задача которых заключается в постоянном непрерывном информировании своей аудитории.

При внимательном изучении тепловых карт можно заметить, что основное время публикации сообщений и большая активность в группе «Союз красных групп» (в настоящий момент заблокирована на территории РФ)



фиксируется с 22 до полуночи. Похожее поведение у сообщества «ВДВ Армия России». Большую активность, нежели в другое время, можно обнаружить и у группы «Информационная война» и партии «Другая Россия». С осторожностью можно предположить, что администраторы данных групп занимаются наполнением контента в свободное от работы время. В связи с этим интересно было бы рассмотреть то, как недельная динамика влияет на темпоральные стратегии виртуальных сообществ.

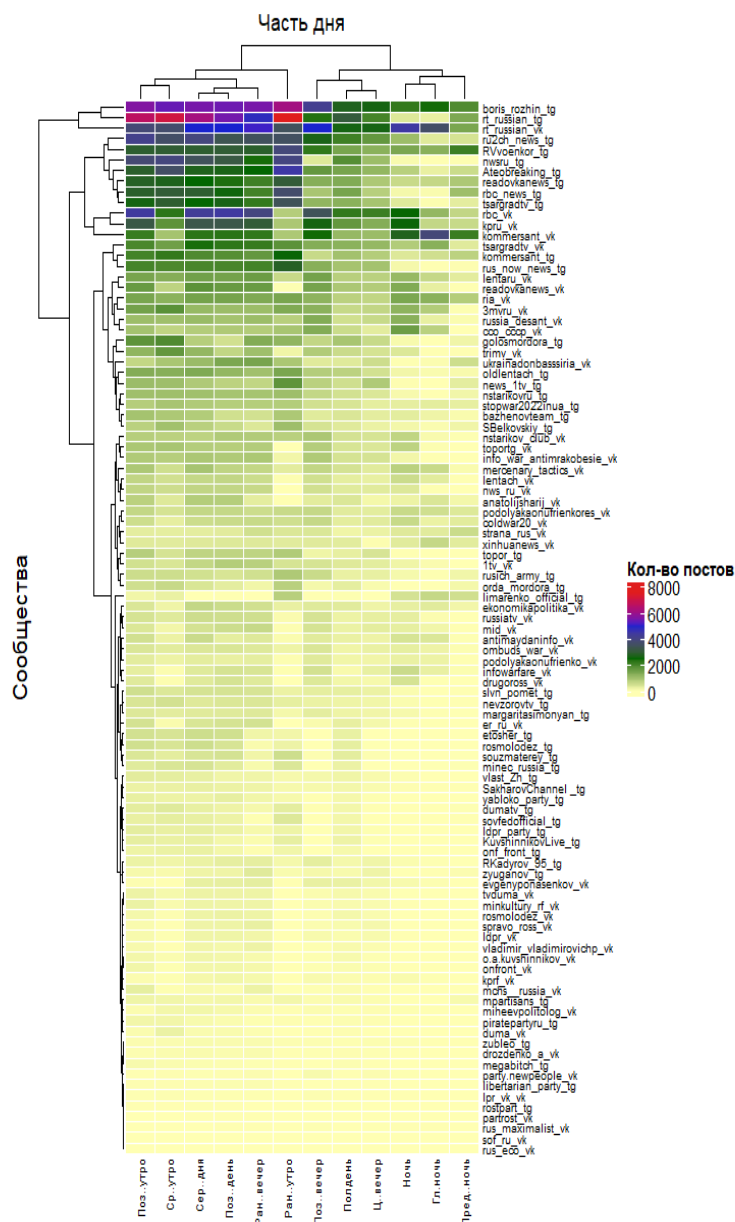


Рисунок 2. Тепловая карта виртуальных сообществ в разрезе части ежесуточной активности по результатам кластерного анализа

Figure 2. Thermal map of virtual communities by part of daily activity from cluster analysis



День недели. Концепция кибервремени в некоторых исследованиях играет объяснительную роль для исследования стирания границ между рабочими днями и выходными (Laguerre, 2004, 224). Наше исследование позволяет проверить, насколько это правомерно для политизированных сообществ в России.

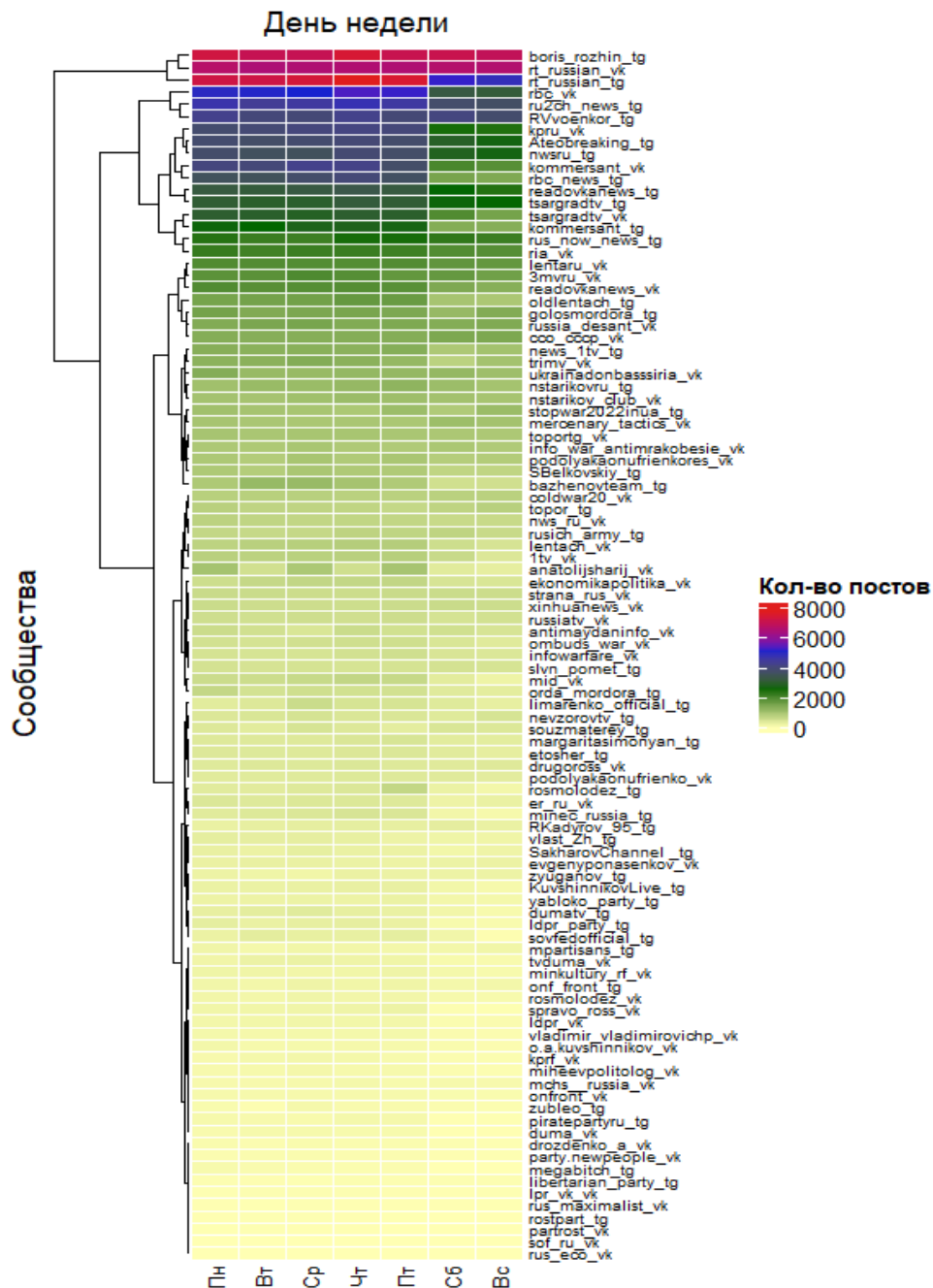


Рисунок 3. Тепловая карта виртуальных сообществ в разрезе дня недели

Figure 3. Heat map of virtual communities by day of the week



С учетом дня недели (Рис. 3) обнаруживаются схожие стратегии темпорального поведения, что и в разрезе часа и времени суток. По-прежнему наибольшую активность демонстрируют военные корреспонденты и Russia Today, Readovka, «РИА Новости», телеграм-канал телеканала «Царьград». В этих сообществах новости публикуются ежедневно с одинаковой интенсивностью. Для остальных виртуальных политизированных сообществ характерно снижение интенсивности информационного воздействия в выходные дни. В целом выделяются два четко очерченных кластера – рабочие дни и выходные дни. Именно этот фактор детерминирует объем публикуемого контента. Большая часть сообществ намеренно снижает уровень информационного давления на аудиторию, создавая возможность «отдохнуть». Таким образом, российское интернет-пространство живет не по какому-то новому «кибервремени», а исходит из параметров общего социального времени.

Можно заметить, что в некоторых сообществах выделяются отдельные дни недели с максимальным количеством постов. На общем фоне обращает на себя внимание телеграм-канал «Росмолодежи», где большая часть публикаций приходится на пятницу. Интерес представляет и группа Анатолия Шария, основная часть сообщений которого публикуется по понедельникам, средам и пятницам. «Дума ТВ» публикует материалы по вторникам и средам, что объясняется графиком проведения пленарных заседаний Государственной Думы РФ (это также подтверждает доминирование «социального времени» над «кибервременем»). Примечательно, что антивоенные проукраинские сообщества, такие как телеграм-каналы «Соловьиный помет», «Союз матерей», «НевзоровТВ», «Медиапартизаны», задействуют «крейсерскую» стратегию, для которой характерна ровная, в одном темпе коммуникация в течение всего времени. Тем не менее на общем фоне снижения медиаактивности в выходные дни других сообществ становится особенно заметна их деятельность. Можно предположить, что это попытка перехвата повестки во время отсутствия публикаций других участников.

С учетом недели/месяца. Вполне ожидаемо, что в разрезе месяца (Рис. 4), в 2022 году можно выделить 4 временных кластера, связанных не столько с сезонностью, сколько с происходившими в эти промежутки времени событиями:

1. Январь-февраль 2022 г. – характеризуется умеренной медиаактивностью, многие ситуативные сообщества, такие как каналы военкоров или антивоенные сообщества, еще не созданы;
2. Март-май 2022 г. – начало проведения СВО, максимальная медиаактивность;
3. Июнь-август 2022 г. – спад медиаактивности;
4. Сентябрь-октябрь 2022 г. – начало частичной военной мобилизации, взрывы на трубопроводе «Северный поток», взрыв на Крымском мосту и другие события в значительной мере повлияли на увеличение публикационной активности.

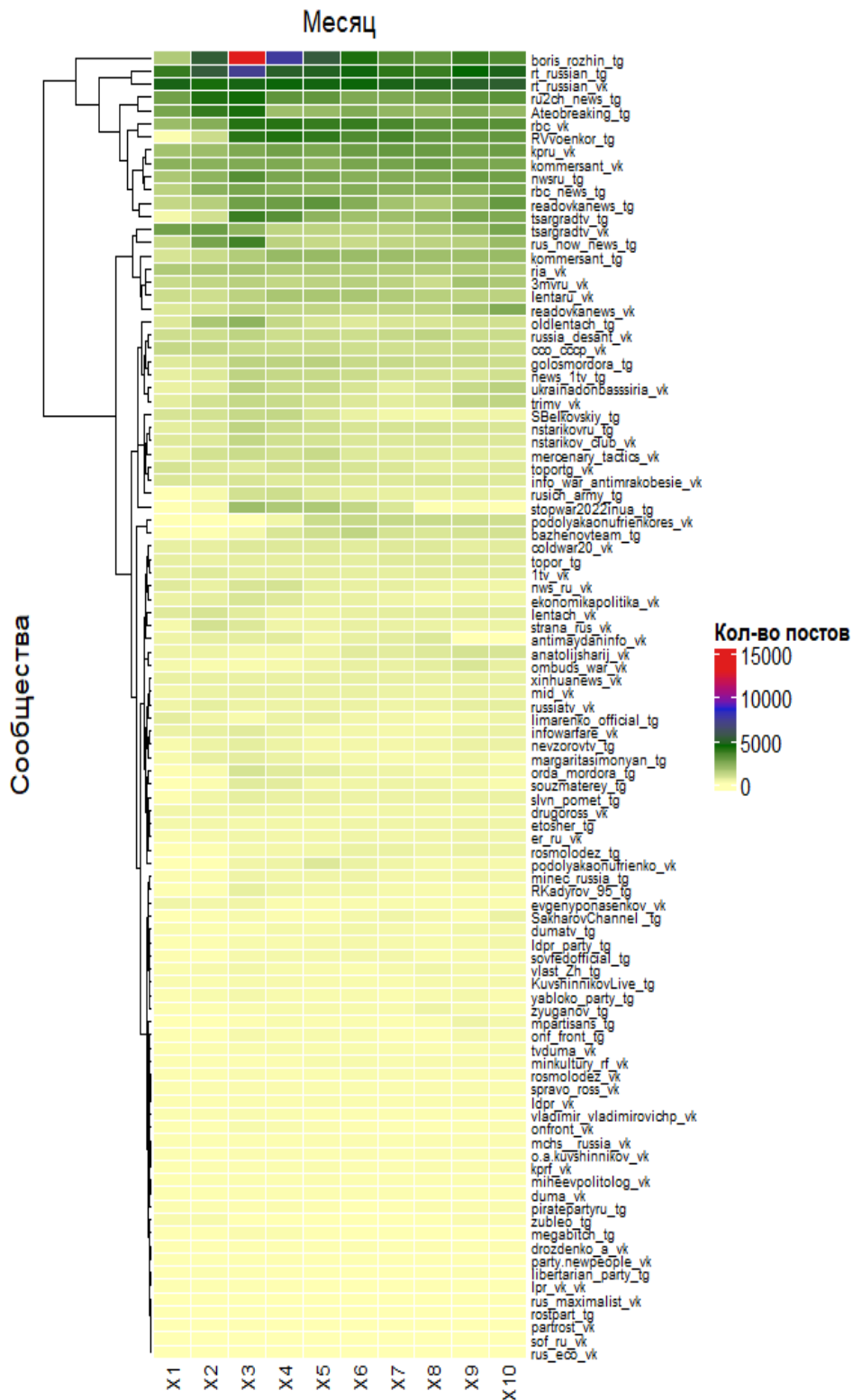


Рисунок 4. Тепловая карта виртуальных сообществ в разрезе месяца

Figure 4. Heat map of virtual communities by month



Таким образом, можно сделать вывод, что для большей части виртуальных политизированных сообществ одним из основных факторов, определяющих темпоральное поведение, является ситуативный или контекстный фактор. В данном случае проведение СВО, объявление частичной военной мобилизации, действия других международных акторов повлияли на частоту и количество публикуемых материалов.

Наибольшую активность антивоенных сообществ, попавших в выборку («Нет войне», «Союз матерей»), можно заметить в первые месяцы проведения СВО с дальнейшим существенным спадом. Примечательно, что некоторые из сообществ, так или иначе посвященных теме СВО (антивоенные и военкоры), были созданы только после 24 февраля 2022 г, что позволяет охарактеризовать их как ситуативные.

Дискуссия

Эмпирическое исследование выявило особенности влияния платформ как специфических интернет-пространств на темпоральные стратегии медиа, что косвенно подтверждает кастельсовскую мысль о пространстве как факторе, обуславливающем темпоральность. В то же время в условиях доминирования социальных сетей и «новостных» мессенджеров центральную роль в формировании темпоральности политизированного Интернета играют не столько планы администраций отдельных сообществ, сколько общая повестка дня, сохраняющая свою актуальность, несмотря на очевидные процессы сегментации сети Интернет. Основываясь на результатах анализа тепловых карт, можно заключить, что в 2022 году стержневым событием, которое задавало динамику общения в политизированном Интернете в России, стала специальная военная операция. Наравне со средствами массовой информации схожие темпоральные стратегии реализуют военные корреспонденты или комментаторы СВО, публикующие материалы ежедневно в круглосуточном режиме. Таким образом, темпоральные стратегии должны учитывать факторы «больших событий» как основы формирования повестки дня.

Подобное измерение темпоральности приводит к формированию массовых типов темпоральности, близких к типу «неожиданности» и «спонтанному» типу в классификации Гурвича.

Не лишним будет напомнить, что проведение специальной военной операции стало определенным триггером для блокировки многих ресурсов, перехода части сообществ в «закрытый режим», что также сказалось на общем характере коммуникации в русскоязычном сегменте Интернета, поэтому важным фактором темпоральных стратегий выступают в т.ч. и институциональные условия.

В то же время необходимо отметить, что анализ динамики сообществ выявляет индикаторы институционализации (и деинституционализации) коммуникативных практик отдельных политических акторов. Это, в свою



очередь, может свидетельствовать о реальной деятельности последних. Примером этого служат лидеры и политические партии, обладающие формальным статусом, либо оспаривающие его, но при этом не формирующие заметную медийную активность.

Коммуникация в условиях «Веб 2.0» и «постбраузерного Интернета» в виде приложений показывает, что крупные сообщества должны наполнять свой контент с использованием очень насыщенного контент-плана, дополняемого за счет экстренных событий, попадающих в повестку дня. Современный Интернет все больше приобретает черты кастельсовских потоков, а не кибермест. В связи с этим социальная темпоральность *a la* Gemeinschaft если и была заметным интернет-феноменом в эпоху «зари Интернета», в настоящий момент не является распространенной (по крайней мере, на исследованной выборке).

В качестве перспектив дальнейших исследований можно отметить выявление закономерностей между коммуникацией внутри сообществ (в комментариях) и темпоральными стратегиями администраций каналов и пабликов. Это позволило бы более четко дифференцировать современные типы интернет-коммуникации как реализующие темпоральность «элитарных» «публичных сфер» и «массовых» онлайн-площадок. Интерес также представляет сопоставление политизированных и неполитизированных медиа, поскольку, как показывает анализ, даже специализированные сообщества (такие как феминистские каналы или паблики «зеленых») стараются сохранять собственную повестку дня, становясь своеобразными информационными гетто. Еще одной перспективой видится сравнение темпоральности платформ разных интернет-эпох (форумов, блогов, социальных медиа и мессенджеров).

Благодарности

Исследование выполнено в рамках проекта № 122101100040-8 «Особенности современного политического дискурса и механизмы взаимодействия в виртуальных сообществах ВКонтакте и Telegram», реализуемого в Институте научной информации по общественным наукам РАН по итогам отбора научных проектов, поддержанных Министерством науки и высшего образования РФ и Экспертным институтом социальных исследований

Список литературы

- Bergson, H. (2001). *Time and Free Will: An Essay on the Immediate Data of Consciousness*. Courier Corporation.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture* (2nd ed.). Wiley.



- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press.
- Gurvitch, G. (1963). Social Structure and the Multiplicity of Times. In E. A. Tiryakian (Ed.), *Sociological Theory, Values, and Sociocultural Change: Essays in Honor of Pitirim A. Sorokin* (pp. 171–184). Free Press. <https://doi.org/10.4324/9781315129976-9>
- Laguerre, M. (2004). Virtual Time. *Information, Communication & Society*, 7(2), 223–247. <https://doi.org/10.1080/1369118042000232666>
- Lee, H., & Whitley, E. A. (2002). Time and Information Technology: Temporal Impacts on Individuals, Organizations, and Society. *The Information Society*, 18(4), 235–240. <https://doi.org/10.1080/01972240290075084>
- Lukyanova, G., Martyanov, D., & Budko, D. (2020). Factors of Temporal Behavior in Online Media: What Shapes Time on Internet? In D. A. Alexandrov, A. V. Boukhanovsky, A. V. Chugunov, Y. Kabanov, O. Koltsova, & I. Musabirov (Eds.), *Digital Transformation and Global Society* (pp. 91–104). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65218-0_7
- Sorokin, P. A. (1943). *Sociocultural Causality, Space, Time: A Study of Referential Principles of Sociology and Social Science*. Russell-Russell INC.
- Sorokin, P. A., & Merton, R. K. (1937). Social Time: A Methodological and Functional Analysis. *American Journal of Sociology*, 42(5), 615–629. <https://doi.org/10.1086/217540>
- Strate, L. (1996). Cybertime. In L. Strate, R. L. Jacobson, & S. B. Gibson (Eds.), *Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment* (pp. 351–377). Hampton Press.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Polity.
- Wong, J. I. (2016, June 7). *The internet has developed its own prime time, and it's coming for TV*. Quartz. <https://qz.com/701016/the-internet-has-developed-its-own-prime-time-and-its-coming-for-tv>
- Zalot, M. C. (2013). Buying “Time” on eBay: Cybertime, Nostalgia, and Currency in Online Auctions. *Atlantic Journal of Communication*, 21(1), 17–28. <https://doi.org/10.1080/15456870.2013.743317>
- Амбарова, П. А. (2014). Понятие и типология темпоральных стратегий поведения социальных общностей. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1, Проблемы образования, науки и культуры*, 123(1), 123–139.
- Артемов, В. А. (2013). Эскиз социологической концепции социального времени. *Социологические исследования*, 11, 3–9.
- Бауман, З. (2008). *Текущая современность*. Питер.
- Веселкова, Н. (2003). Социология времени и Жорж Гурвич. *Рубеж*, 18, 50–64.
- Веселкова, Н. В. (2000). Существует ли социология времени? *Русский социологический форум*, 1–2, 4.
- Дюркгейм, Э. (2018). *Элементарные формы религиозной жизни: Тотемическая система в Австралии. Элементарные формы*.
- Зборовский, Г. Е., & Амбарова, П. А. (2014). Управление темпоральными стратегиями поведения профессиональных общностей: Проблемы и возможности. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*, 10(5), 15–21.
- Парк, Р. Э. (2009). Современное общество. *Вопросы социальной теории*, 3, 240–259.



- Попов, Д. В., Полякова, Н. Б., Шадрин, А. А., & Яркеев, А. В. (2021). Хронополитика как политическая онтология времени (Биополитический аспект). *Вестник Удмуртского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика*, 31(1), Article 1. <https://doi.org/10.35634/2412-9550-2021-31-1-5-18>
- Сеничкина, Е. А., & Дроботова, О. О. (2021). Контент-план как эффективный инструмент управления контентом в социальных сетях. *Маркетинговые инновации в современном мире. Сборник научно-практических статей Всероссийской (национальной) научно-практической конференции*, 67–71.
- Тард, Г. (2015). *Общественное мнение и толпа*. ЛЕНАНД.
- Тённис, Ф. (2002). *Общность и общество: Основные понятия чистой социологии*. Владимир Даль.
- Тоффлер, Э. (2002). *Шок будущего*. АСТ.
- Штомпель, Л. А. (2005). Время в Интернете. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки*, 4, 10–16.
- Шубрт, И. (2015). Концепция социального времени в социологии—Перспективный подход или теоретический тупик? *Социологические исследования*, 4, 3–11.
- Шубрт, И. (2016). Идея времени как социальной категории Э. Дюркгейма: Взгляд на одну теоретическую загадку. *Социологические исследования*, 8, 98–106.

References

- Ambarova, P. A. (2014). The concept and typology of temporal strategies of behavior of social communities. *Izvestia Ural Federal University. Series 1, Problems of Education, Science, and Culture.*, 123(1), 123–139. (In Russian).
- Artemov, V. A. (2013). A Sketch of sociological conceptualizing of social time. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 11, 3–9. (In Russian).
- Bauman, Z. (2008). *Fluid modernity*. Piter. (In Russian).
- Bergson, H. (2001). *Time and Free Will: An Essay on the Immediate Data of Consciousness*. Courier Corporation.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture* (2nd ed.). Wiley.
- Durkheim, D. (2018). *Elementary Forms of Religious Life: The Totemic System in Australia*. Elementarnye formy. (In Russian).
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press.
- Gurvitch, G. (1963). Social Structure and the Multiplicity of Times. In E. A. Tiryakian (Ed.), *Sociological Theory, Values, and Sociocultural Change: Essays in Honor of Pitirim A. Sorokin* (pp. 171–184). Free Press. <https://doi.org/10.4324/9781315129976-9>
- Laguerre, M. (2004). Virtual Time. *Information, Communication & Society*, 7(2), 223–247. <https://doi.org/10.1080/1369118042000232666>
- Lee, H., & Whitley, E. A. (2002). Time and Information Technology: Temporal Impacts on Individuals, Organizations, and Society. *The Information Society*, 18(4), 235–240. <https://doi.org/10.1080/01972240290075084>



- Lukyanova, G., Martyanov, D., & Budko, D. (2020). Factors of Temporal Behavior in Online Media: What Shapes Time on Internet? In D. A. Alexandrov, A. V. Boukhanovsky, A. V. Chugunov, Y. Kabanov, O. Koltsova, & I. Musabirov (Eds.), *Digital Transformation and Global Society* (pp. 91–104). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65218-0_7
- Park, R. E. (2009). Contemporary society. *Voprosy socialnoy teorii*, 3, 240–259. (In Russian).
- Popov, D. V., Poliakova, N. B., Shadrin, A. A., & Iarkeev, A. V. (2021). Chronopolitics as a Political Ontology of Time (Biopolitical Aspect). *Bulletin of Udmurt University. Series Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 31(1), Article 1. <https://doi.org/10.35634/2412-9550-2021-31-1-5-18> (In Russian).
- Senichkina, E. A., & Drobotova, O. O. (2021). Content plan as an effective tool for content management in social networks. *Marketing innovations in the modern world. Collection of Scientific and Practical Articles of the All-Russian (National) Scientific and Practical Conference*, 67–71. (In Russian).
- Shtompel, L. A. (2005). Time on the Internet. *Bulletin of Higher Education Institutes. Northern-Caucasus Region. Social Sciences*, 4, 10–16. (In Russian).
- Sorokin, P. A. (1943). *Sociocultural Causality, Space, Time: A Study of Referential Principles of Sociology and Social Science*. Russell-Russell INC.
- Sorokin, P. A., & Merton, R. K. (1937). Social Time: A Methodological and Functional Analysis. *American Journal of Sociology*, 42(5), 615–629. <https://doi.org/10.1086/217540>
- Strate, L. (1996). Cybertime. In L. Strate, R. L. Jacobson, & S. B. Gibson (Eds.), *Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment* (pp. 351–377). Hampton Press.
- Subrt, I. (2015). Concept of social time in sociology – promising approach or a theoretical impasse? *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 4, 3–11. (In Russian).
- Subrt, I. (2016). Conception of time as a social category by Burkheim – view on a theoretical conundrum. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 8, 98–106. (In Russian).
- Tarde, G. (2015). *Public opinion and the crowd*. LENAND. (In Russian).
- Toffler, E. (2002). *Shock of the Future*. AST. (In Russian).
- Tönnies, F. (2002). *Community and Society: Basic Concepts of Pure Sociology*. Vladimir Dal. (In Russian).
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Polity.
- Veselkova, N. (2003). The Sociology of Time and Georges Gurvitch. *Rubezh*, 18, 50–64. (In Russian).
- Veselkova, N. V. (2000). Does the Sociology of Time Exist? *Russian Sociological Forum*, 1–2, 4. (In Russian).
- Wong, J. I. (2016, June 7). *The internet has developed its own prime time, and it's coming for TV*. Quartz. <https://qz.com/701016/the-internet-has-developed-its-own-prime-time-and-its-coming-for-tv>
- Zalot, M. C. (2013). Buying “Time” on eBay: Cybertime, Nostalgia, and Currency in Online Auctions. *Atlantic Journal of Communication*, 21(1), 17–28. <https://doi.org/10.1080/15456870.2013.743317>
- Zborovsky, G. E., & Ambarova, P. A. (2014). Management of Temporal Strategies of Behavior of Professional Communities: Problems and Possibilities. *National Interests: Priorities and Security*, 10(5), 15–21. (In Russian).