

# Формирование политической повестки дня в виртуальных сообществах

## Shaping the political agenda in virtual communities

DOI: 10.12737/2587-6295-2026-10-1-238-249

УДК 323.2: 316.35

Получено: 29.12.2025

Одобрено: 20.02.2026

Опубликовано: 25.03.2026

### **Копылова П.С.**

Ассистент кафедры политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», младший научный сотрудник, ФГБОУ ВО «Государственный академический университет гуманитарных наук», г. Москва

e-mail: polya\_kopylova@mail.ru

### **Kopylova P.S.**

Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Junior Research Fellow, State Academic University for the Humanities, Moscow

e-mail: polya\_kopylova@mail.ru

### **Пахунова А.В.**

Бакалавр факультета социальных наук и массовых коммуникаций, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

e-mail: alina.pakx@mail.ru

### **Pakhunova A.V.**

Bachelor's Degree Student in the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

e-mail: alina.pakx@mail.ru

### **Черномордова А.А.**

Бакалавр факультета социальных наук и массовых коммуникаций, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

e-mail: staysiwork@internet.ru

### **Chernomordova A.A.**

Bachelor's Degree Student in the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

e-mail: staysiwork@internet.ru

## Аннотация

В статье рассматривается актуальная проблема формирования политической повестки дня в виртуальных сообществах. *Целью* исследования является систематизация теоретических оснований для последующего эмпирического исследования механизмов формирования политической повестки на цифровых платформах. Авторы проводят теоретико-методологический анализ ключевых понятий «виртуальное сообщество» и «повестка дня», раскрывая их трансформацию в цифровую эпоху. *Научная новизна* работы состоит в увязке классической теории установления повестки дня ((agenda-setting) М. Маккомбса и Д. Шоу) с моделями обратной повестки применительно (С.Т. Ким, Й.Х. Ли) к специфике российских виртуальных сообществ на платформах Telegram и ВКонтакте и в уточнении понятийного аппарата, описывающего сетевые формы политической коммуникации. *Методологической основой* исследования выступает сетевой подход (М. Кастельс, Ю. Хабермас), дополненный сравнительным анализом коммуникативных моделей двух платформ. Планируемая эмпирическая часть базируется на качественных методах (контент-анализ) и методах сетевой визуализации для выявления паттернов циркуляции политически значимой информации. *Теоретическая значимость* исследования заключается в развитии концептуального аппарата для анализа цифровой политической коммуникации, *практическая* – в выработке рекомендаций по мониторингу и интерпретации повестки в целях повышения эффективности публичных коммуникаций и цифровой грамотности. Статья носит характер теоретико-методологического исследования и задает основу для последующего эмпирического анализа динамики политической повестки на указанных платформах. В качестве *выводов* авторы отмечают, что на основе сетевого подхода (М. Кастельс, Ю. Хабермас) и типологии виртуальной социальности (Ю.Г. Рыков) выявляется специфика коммуникативного пространства, где интернет выступает не только инструментом, но и средой формирования новой социальной реальности.

**Ключевые слова:** виртуальные сообщества, политическая повестка дня, сетевая коммуникация, социальные сети, Telegram, ВКонтакте, политический дискурс.

## Abstract

This article examines the topical problem of political agenda setting in virtual communities. The aim of the study is to systematize the theoretical foundations for subsequent empirical research into the mechanisms of political agenda formation on digital platforms. The authors conduct a theoretical and methodological analysis of the key concepts of "virtual community" and "agenda," revealing their transformation in the digital age. The scientific novelty of the work lies in linking the classic agenda-setting theory (McCombs and Shaw) with reverse agenda models (S.T. Kim, Y.H. Lee) applied to the specifics of Russian virtual communities on the Telegram and VKontakte platforms, and in clarifying the conceptual apparatus describing network forms of political communication. The methodological basis of the research is the network approach (M. Castels, J. Habermas), supplemented by a comparative analysis of the communication models of the two platforms. The planned empirical part is based on qualitative methods (content analysis) and network visualization methods to identify patterns of circulation of politically relevant information. The theoretical significance of the research lies in the development of a conceptual framework for analyzing digital political communication, while the practical significance lies in the development of recommendations for monitoring and interpreting the agenda in order to improve the effectiveness of public communications and digital literacy. The article is theoretical and methodological in nature and provides a basis for subsequent empirical analysis of the dynamics of the political agenda on these platforms. In their conclusions, the authors note that, based on the network approach (M. Castells, J. Habermas) and the typology of virtual sociality (Yu.G. Rykov), the specifics of the communicative space are revealed, where the internet acts not only as a tool but also as an environment for the formation of a new social reality.

**Keywords:** virtual communities, political agenda, network communication, social networks, Telegram, VKontakte, political discourse.

### **Введение**

Современный цифровой ландшафт характеризуется доминированием виртуальных сообществ, которые стали не просто платформами для общения, но и мощными катализаторами формирования общественного мнения и социальных трендов. В этих динамичных онлайн-пространствах, где границы географии и времени размываются, активно формируется собственная «повестка дня» – совокупность тем и проблем, привлекающих наибольшее внимание пользователей. Изучение этого феномена имеет ключевое значение для понимания того, как конструируется социальная реальность в цифровой среде, как распространяется информация и формируются взгляды участников сетевого взаимодействия. В контексте данной статьи под виртуальным сообществом понимается устойчивая совокупность интернет-пользователей, объединенная общими интересами или целями и взаимодействующая преимущественно в цифровой среде, а под политической повесткой дня – набор тем, проблем и их атрибутов, которые в конкретный временной период воспринимаются как наиболее значимые в рамках политического дискурса виртуального сообщества.

Исследование повестки дня в виртуальных сообществах требует междисциплинарного подхода, интегрирующего наработки социологии, политологии и коммуникативистики. Несмотря на признанный потенциал социальных сетей как инструмента продвижения различных проектов, их интеграция в публичную сферу сопряжена с комплексом проблем. К ним относятся не только социально-психологические барьеры, такие как скептическое отношение к использованию сетей в образовательных целях, но и фундаментальные трансформации в механизмах формирования информационной повестки.

Классическая модель, согласно которой СМИ определяют значимость тем для аудитории, уступает место более сложным процессам, где сами пользователи становятся активными акторами-«памфлетистами» (Й. Бенклер). При этом в отечественной научной литературе, посвященной политическим коммуникациям в сети Интернет, еще недостаточно проработаны сравнительные характеристики различных платформ с точки зрения механизмов формирования политической повестки дня. В особенности это касается сопоставления телеграмм каналов и пабликов во ВКонтакте как различных по логике функционирования коммуникативных экосистем, что и формирует исследовательскую проблему настоящей работы. В качестве авторской гипотезы выдвигается предположение о том, что формирование политической повестки в сообществах Telegram и ВКонтакте подчиняется разным моделям: для Telegram характерна децентрализованная модель с доминированием эффекта обратной повестки, в то время как для ВКонтакте – более централизованная, алгоритмически опосредованная модель, релевантная классическим теориям формирования повестки дня.

Цель исследования состоит в изучении и систематизации теоретико-методологических подходов к изучению процесса формирования политической повестки дня в виртуальных сообществах на платформах Telegram и ВКонтакте.

### **Обзор научной литературы**

В условиях широкого распространения цифровых технологий и превращения информации в ключевой ресурс производства социальная структура стала более открытой и доступной для включения новых участников [4]. Возможность практически мгновенного обмена данными способствовала формированию масштабной коммуникационной среды, внутри которой индивиды получают более активную роль и становятся полноправными участниками сетевых процессов.

Мануэль Кастельс обращает внимание на тенденцию замещения прямых межличностных контактов взаимодействием в виртуальном пространстве, называя это культурой «реальной виртуальности». Он связывает ее развитие с разнообразием субкультур и расширенными возможностями самовыражения, которые обеспечивают социальные сети и виртуальные формы общения [4]. Развивая идеи М. Кастельса, Н.Е. Серкина указывает, что сетевое общество является наиболее адекватной моделью для понимания трансформирующихся общественных структур современности [10].

По мнению Л.В. Сморгунова и А.С. Шерстобитова, коммуникация, пришедшая на смену традиционным иерархическим моделям взаимодействия, отличается взаимной включенностью действий, неопределенностью, нестабильностью и возрастающей значимостью акторов, которые взаимодействуют на основе ресурсной взаимозависимости [13].

Активизация роли акторов в динамической сетевой среде привлекала внимание многих исследователей. Ю. Хабермас подчеркивал, что современное общество движется от индивидуального разума к разуму коммуникационному [15]. Как отмечает Е.Н. Чекушкина, «коммуникационный разум отрицает субстанционально-нормативный характер истины» [16], что означает: истина формируется не в изоляции, а в процессе согласования позиций. В концепции Ю. Хабермаса истинность суждения определяется достигнутым консенсусом между участниками взаимодействия, и сам поиск соглашения становится основой процесса познания. Следовательно, познавательная граница задается уровнем коммуникационной включенности группы, а акторы и достигнутое ими согласие выступают центральным элементом всей сети.

Б. Латур предлагает иной, но созвучный взгляд на природу сетевых взаимодействий. Он подчеркивает, что акторы характеризуются направленностью на действие, а не пассивным участием. По его словам, «акторы что-то делают, а не сидят на месте» [8], а сеть представляет собой «цепочку действий, где каждый участник выступает полноценным медиатором» [8].

Рассмотрение социальной коммуникации через призму сетевого подхода подразумевает существование некоторой проблемы, ради решения которой акторы вступают в сознательное взаимодействие. Подобной проблемой, побуждающей акторов к образованию сетей и взаимному ресурсному обмену, в случае данного исследования является выявление ключевых характеристик и закономерностей формирования политической повестки дня в виртуальных сообществах на платформах Telegram и ВКонтакте, что позволит не только расширить теоретическое понимание процессов цифровой социализации, но и предложить практические рекомендации по оптимизации взаимодействия в виртуальном пространстве.

В связи с этим в дальнейшем эмпирическом исследовании планируется использовать анализ пула политической направленности пабликов в мессенджере Telegram и социальной сети ВКонтакте с целью визуализации сетевого взаимодействия и выявления особенностей внутрисетевой коммуникации. На настоящем этапе работа носит преимущественно концептуально теоретический характер и направлена на обоснование указанных исследовательских процедур.

## Методы

Методологическим каркасом исследования является сетевой подход, базовой предпосылкой которого является переход от иерархических моделей коммуникации индустриального общества к горизонтальным, гетерогенным сетевым структурам информационной эпохи (М. Кастельс). Настоящая статья представляет собой первый, теоретико-методологический этап исследования, на котором обосновывается выбор конкретных методов для последующей эмпирической фазы. В качестве основного научного метода будущего эмпирического исследования избран сравнительный контент-анализ. Его применение предполагает реализацию следующей процедуры.

Первым этапом станет формирование выборочной совокупности, а именно выделение репрезентативной выборки политически ориентированных пабликов и сообществ во ВКонтакте, а также каналов в Telegram, осуществляемое по заданным критериям: тематическая направленность, размер аудитории и частота публикаций. Далее, на этапе определения единиц анализа и категоризации, в качестве ключевых единиц анализа будут выступать отдельные публикации (посты, сообщения). Для их кодирования разрабатывается система категорий, включающая тематические блоки (внутренняя/внешняя политика, экономика, протестная активность и т.д.), оценочную тональность, наличие мультимедийных элементов, а также показатели вовлеченности аудитории (лайки, репосты, комментарии). Следующим шагом является сбор и обработка данных, предполагающие автоматизированный или ручной сбор публикаций за определенный временной период. Последующий количественный и качественный анализ позволит выявить частоту и динамику упоминания ключевых тем на каждой платформе.

Заключительным этапом процедуры выступит сравнительный анализ и визуализация, в рамках которого будет проведено сопоставление полученных данных по двум платформам для выявления различий в тематических приоритетах, способах подачи информации и характере аудиторного вовлечения. Для анализа структурных связей между темами и сообществами планируется использование методов сетевой визуализации, например, построение графов цитирования и репостов. Следует отметить, что сложности, которые могут возникнуть в ходе исследования, связаны с динамичностью и объемом контента, а также с ограничениями доступа к API платформ. Представленная методологическая проработка позволяет системно подойти к эмпирической проверке выдвинутой гипотезы.

## **Результаты анализа**

### **Теоретические подходы к пониманию «виртуальных сообществ» и виртуальной социальности**

Понятие «виртуальные сообщества» хоть и появилось относительно недавно и является следствием распространения Интернета, но имеет достаточно четкое определение, которого в той или иной степени придерживается каждый автор и источник. Так, Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике<sup>1</sup> определяет «виртуальные сообщества», как новые виды сообществ, которые формируются и действуют в цифровом пространстве или же как объединение пользователей интернета в группы с общими интересами для совместной деятельности в онлайн-среде. Схожее определение термину дал и Г. Рейнгольд, дополнив его идеями о том, как благоприятно виртуальные сообщества могут сказаться на психологическом здоровье людей [19].

Представляет интерес подход Ю.Г. Рыкова к анализу «виртуальной социальности». Автор рассматривает данный термин через призму разграничения двух типов социального действия, предложенного Юргеном Хабермасом: целерационального и коммуникативного. Целенаправленное воздействие предполагает манипулятивное влияние, а также действия, направленные на удовлетворение целей и желаний другого объекта. Интернет-пространство – идеальная среда для мобилизации людей и создания необходимой парадигмы, а за счет масштаба распространение необходимых трендов становится простым, быстрым и легко контролируемым.

Второй же тип предполагает непосредственный контакт акторов и возможность найти единомышленников. Этот концептуальный разрыв позволяет выделить два принципиально различных подхода к использованию Интернета. Важно отметить, каким образом Ю.Г. Рыков операционализирует данную концепцию в анализе интернет-коммуникаций [12].

---

<sup>1</sup> Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике. – М. 2007. [Электронный ресурс]. URL: [http://information\\_society.academic.ru](http://information_society.academic.ru). См. подробнее: <https://investfuture.ru/dictionary/tolkovyy-slovar-po-informacionnomu-obshchestvu-i-novoy-ekonomike/word> (дата обращения: 10.12.2025).

В первом случае, Интернет рассматривается преимущественно как инструмент для организации социального взаимодействия, которое, тем не менее укоренено и находит свое выражение в реальном, физическом пространстве. В этом контексте, виртуальная среда служит лишь средством для координации действий, направленных на достижение конкретных целей в оффлайне. Примерами такого использования могут служить разнообразные акции гражданского неповиновения, от мирных флешмобов до масштабных протестных митингов, организуемые через платформы социальных сетей, такие как Facebook<sup>2</sup> и Twitter<sup>3</sup>. В рамках этого подхода социологи могут исследовать влияние Интернета на различные социальные подсистемы, включая политику, экономику и образование, а также его воздействие на повседневную жизнь пользователей, где он видоизменяет устоявшиеся формы коммуникации.

Однако существует и второй тип использования Интернета, который разворачивается исключительно в рамках виртуального пространства. Здесь цель социального взаимодействия заключается не в достижении оффлайн-результатов, а в самой виртуальной коммуникации, в неформальном общении, обмене мнениями и построении социальных связей, существующих только в цифровой среде. Таким образом, предметом социологического анализа становится само социальное пространство, возникающее и развивающееся в мире виртуальных коммуникаций. В этом случае, Интернет выступает не просто инструментом, а средой, где формируется новая социальная реальность. Это открывает перед социологами целый спектр исследовательских возможностей, связанных с изучением особенностей виртуальной социальной жизни. Таким образом, изучение виртуальных сообществ как особого типа социальности создает теоретическую основу для рассмотрения того, как в этих цифровых пространствах конструируется и поддерживается политическая повестка дня. При этом важно учитывать и более широкий контекст цифровой трансформации, в том числе формирование цифровой политической философии, которая изучает влияние информационных технологий и искусственного интеллекта на переосмысление политических процессов и институтов в условиях цифровизации [5].

При изучении Интернета как социальной среды важным является упоминание понятия «повестка дня». Термин «повестка дня» был дан в 1968 г. журналистами и социологами М. Маккомбсом и Д. Льюис Шоу [18]. Ученые в разгар политической кампании провели исследование. С помощью контент-анализа они выявили темы, наиболее обсуждаемые журналистами, а с помощью опроса не определившихся с выбором избирателей, узнали ключевые, по мнению жителей населенного пункта, вопросы, волнующие население США. Связь оказалась более чем прямой, результаты совпали почти что полностью (повестка двух местных и трёх национальных газет, двух телевизионных сетей и двух новостных журналов сопоставлялась с ответами опрошенных). Данное исследование позволило ученым, придерживающимся эмпирико-функциональной теории, сделать вывод, что СМИ хоть и не формируют мнение людей касательно того или иного вопроса, но задают повестку дня. В последующих работах в рамках данной традиции были выделены различные уровни установления повестки дня, включая повестку атрибутов и повестку связей, что позволяет анализировать не только отбор тем, но и способы их интерпретации и взаимной увязки в медиадискурсе. Эффект не связан с внедрением конкретных сообщений и убеждений индивидам, он связан с преданием значимости имеющейся повестке [6]. Таким образом, медиа формируют отражение социума в собственном публичном поле через свои каналы коммуникации, распространяя с помощью людей необходимые темы все больше и больше.

В отечественной научной литературе вопросы конструирования реальности средствами массовой коммуникации с опорой на гипотезу установления повестки дня анализируются, в частности, в работе Е.Г. Дьяковой и А.Д. Трахтенберга. Авторы демонстрируют, каким образом

---

<sup>2</sup> Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

<sup>3</sup> Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

медиатизированное распределение внимания делает одни проблемы социально значимыми, в то время как другие маргинализируются [2]. Ученые выдвигают тезисы о том, что люди не могут фокусироваться на нескольких вещах одновременно, потому в момент появления иного яркого события, внимание невольно переключается. Также исследователи уделяют внимание позитивистской концепции, в которой трудности вызывает определение объективной реальности, вследствие чего возникает вопрос о измерении степени влияния на реальность.

Важно отметить, что по мнению М.В. Мамонова политические силы, используя СМИ, оказывают наибольшее влияние на определение того, какие проблемы и темы кажутся нам важными, даже если мы с ними напрямую не сталкиваемся [9]. Эти «ненавязчивые» проблемы становятся значимыми для нас благодаря активной работе СМИ и политиков. Многие из этих проблем формируют то, что называется «межличностной повесткой дня» – темы, которые мы обсуждаем друг с другом. Гипотеза установления повестки дня говорит о том, что СМИ успешно определяют приоритетность важных, но неочевидных тем в нашем сознании. Однако они не могут игнорировать реальные, личные проблемы, с которыми мы сталкиваемся, и не могут создать приоритеты, если для этого нет никаких оснований.

Встраивание анализа «виртуальных сообществ» в проблематику установления «повестки дня» формирует относительно новую исследовательскую область, в которой медиалогика цифровых платформ задает иные правила конструирования публичного внимания. Интересный тезис высказал профессор Гарвардской школы права Й. Бенклер, отметив, что благодаря Интернету каждый человек может стать памфлетистом [1]. Его слова подкрепляют вышеописанные явления и подтверждают факт того, что Интернет дает возможность каждому не только стать автором, но и распространить идеи совершенно любого характера.

Также вопрос объединения повестки дня и социальных сетей в своей работе поднимали С.Т. Ким и Й.Х. Ли, исследуя влияние Интернета и традиционных СМИ на публичный дискурс и процесс принятия политических решений, особое внимание уделяется «эффекту обратной повестки дня». Он описывает процесс, в котором онлайн-дискуссии могут влиять на традиционные представления в средствах массовой информации. Ким и Ли описывают трехэтапный процесс формирования повестки дня при использовании Интернета. Первой ступенью становится формирование повестки дня при посредничестве Интернета, когда онлайн-дискуссии возникают как «всплеск»: кто-то в анонимном блоге/на своей странице и т.д. осветил тему, а посредством ее распространения через другие страницы тема стала популярна [17].

Д.И. Каминченко в своей работе уделяет внимание тому факту, что благодаря интернету акторами формирования повестки дня выступают не только СМИ [3]. Также исследователь раскрывает влияние повестки дня на политическое сознание общества. Влияние информационной повестки дня на сознание людей сложно переоценить. Исследование автора, основанное на контент-анализе, показало, что политические новости в одном из онлайн-СМИ можно разделить на "Мировую", "Внешнюю" и "Внутреннюю политику", причем "Мировая" и "Внешняя" преобладают. Результаты исследования помогают лучше понимать политическое содержание информационной повестки дня современных онлайн-СМИ.

Понимание механизмов формирования повестки дня в интернете критически важно для развития критического мышления и осознанного участия в общественной жизни. Осмысление механизмов формирования повестки дня в интернете важно как для развития критического отношения к информационным потокам, так и для формирования более сбалансированного и инклюзивного публичного пространства. Дальнейшие исследования в этой области позволят лучше понять влияние интернета на общественное мнение и разработать эффективные инструменты для управления информационными потоками в цифровой эпохе.

## **Специфика и характерные особенности формирования повестки дня в виртуальных сообществах (на примере ВК и ТГ)**

Формирование повестки дня в виртуальных сообществах является ключевым процессом в современном цифровом пространстве. Такие платформы, как ВКонтакте и Telegram, выступают в роли мощных инструментов для распространения информации, формирования общественного мнения и влияния на социально-политические и культурные процессы. Указанные особенности цифровых платформ целесообразно рассматривать в контексте теории установления и обратного установления повестки дня, а также концепции сетевого общества, что позволяет выявить различия в логике циркуляции политически значимой информации на разных площадках.

Несмотря на общую цель, заключающуюся в консолидации пользователей вокруг определенных тем, механизмы и характер формирования повестки в этих экосистемах имеют принципиальные различия, обусловленные их изначальным предназначением, архитектурой и политикой модерации.

ВКонтакте как социальная сеть ориентирована на создание универсальной медиасреды, объединяющей развлечение, общение и потребление контента. Это способствует формированию эмоционально насыщенной повестки, воздействующей на широкие слои аудитории через визуальный контент (видео, клипы, сторис) и алгоритмические рекомендации. Платформа эффективна для популяризации культурных трендов, мемов и массовой мобилизации вокруг общих интересов.

Значимость Telegram как канала политической коммуникации подтверждается и результатами анализа, проведенного российскими исследователями. В работах А.В. Синицина, В.А. Соловьева [12; 14] подчеркивается, что Telegram обладает низким порогом входа в производство новостного контента, высокой скоростью его распространения и возможностью формирования устойчивых дискурсивных сообществ вокруг политически нагруженных тем. Эти особенности делают платформу одним из ключевых инструментов конструирования политической повестки в российском онлайн пространстве. При этом, как показывают исследования сетевой структуры образовательных и общественно-политических проектов в Telegram, распространение контента и формирование повестки в значительной степени опираются на механизмы взаимного цитирования и ссылок между каналами, которые образуют тематические сообщества с различной степенью централизации взаимодействия [7].

Основное различие между платформами заключается в способе управления контентом. ВКонтакте использует централизованную алгоритмическую систему, которая персонализирует ленту новостей на основе взаимодействий пользователей (лайки, репосты, комментарии) и платного продвижения. Это создает курируемое информационное пространство, где видимость тем сильно зависит от алгоритмов платформы и строгой модерации контента.

Изучение механики распространения контента во ВКонтакте представлен в исследовании Копыловой П.С. и Тарунтаевой В.В. [6], который показывает, что алгоритмическая структура платформы ориентирована на поддержание массовой видимости наиболее обсуждаемых тем, формируя тем самым «медиатизированный» вариант повестки дня. ВКонтакте отличается высокой степенью формальности каналов коммуникации и большим объемом пользовательских взаимодействий, что влияет на скорость и характер политической мобилизации.

В отличие от этого, Telegram функционирует по децентрализованной модели, свободной от алгоритмического курирования ленты новостей. Распространение контента происходит через подписки на каналы, пересылку сообщений и перекрестные ссылки между сообществами. Такая структура предоставляет администраторам каналов значительную автономию в формировании повестки и обеспечивает минимальные ограничения контента, способствуя созданию свободного, но часто поляризованного информационного пространства. Также отмечает, что отсутствие алгоритмической фильтрации контента способствует органическому росту внимания к темам, которые в условиях традиционных СМИ могли бы остаться маргинальными. Исследования

сетевых взаимодействий Telegram-каналов показывают, что несмотря на общую децентрализованную структуру, внутри платформы формируются четкие тематические кластеры (например, образовательные, политологические, просветительские), а центральные позиции в сети занимают проекты, активно сотрудничающие друг с другом [7].

Скорость и характер распространения информации также различаются. ВКонтате способствует постепенному, «вирусному» распространению контента, зависящему от пользовательской активности и рекомендательных алгоритмов. В Telegram резонансные сообщения могут распространяться мгновенно, охватывая большую аудиторию за счет репостов, что делает платформу эффективным инструментом в ситуациях, требующих оперативной реакции.

Важным аспектом является тип контента и характер аудитории. ВКонтате ориентирован на визуальное восприятие и развлекательный компонент, что формирует повестку, направленную на массовое вовлечение. Его аудитория зачастую формируется алгоритмами. Аудитория Telegram более целевая: подписка на канал является осознанным выбором, что способствует формированию лояльных сообществ вокруг конкретных тем или идеологий, а контент носит более аналитический и текстоцентричный характер.

### **Выводы**

Классическая теория установления повестки дня претерпела фундаментальную трансформацию в цифровой среде. В соответствии с сетевым подходом М. Кастельса, современное общество характеризуется переходом к гетерогенной сетевой структуре, где каждый пользователь становится активным актором. Формирование повестки представляет собой нелинейный, динамический процесс, в котором традиционная роль СМИ как «привратников» значительно ослабевает. Проведенный теоретический анализ и разработанный методологический инструментарий позволяют перейти к проверке авторской гипотезы. Предполагается, что эмпирические данные подтвердят существование двух различных моделей: для Telegram будет характерна децентрализованная модель с сильным влиянием эффекта обратной повестки, а для ВКонтате – более централизованная, алгоритмически управляемая модель, сходная с классическим формированием повестки дня.

Сравнительный анализ ВКонтате и Telegram на концептуальном уровне выявил две принципиально различные модели:

1) ВКонтате функционирует на основе централизованной алгоритмической модели. Персонализированная лента, строгая модерация и акцент на визуальный контент ориентируют платформу на формирование массовой, эмоционально заряженной повестки.

2) Telegram реализует децентрализованную модель с автономией администраторов каналов. Отсутствие алгоритмического курирования и минимальная модерация создают условия для оперативного распространения информации и формирования альтернативных нарративов.

Практическая значимость работы связана с возможностью последующей верификации эффекта «обратной повестки дня», когда инициатива в установлении значимости тем переходит от традиционных СМИ к сетевым сообществам, на основе предложенного теоретико-методологического каркаса.

Таким образом, формирование повестки дня в виртуальных сообществах представляет собой сложный процесс, отражающий тенденции становления сетевого общества. Понимание специфики этих платформ как различных коммуникативных экосистем необходимо для анализа современных социально-политических процессов и развития цифровой грамотности.

## Благодарность

Статья подготовлена в Государственном академическом университете гуманитарных наук в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

## Литература

1. Бенклер Й. Богатство сетей: как социальное производство преобразует рынки и свободу / пер. с англ. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 503 с.
2. Дьякова Е.Г., Трахтенбург А.Д. Проблемы конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза agenda-setting // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 1999. – № 1. – С. 142-160.
3. Каминченко Д.И. Информационная повестка дня современных сетевых СМИ: политический аспект // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. – 2019. – Т. 46. - № 3. – С. 576-584.
4. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М.: Высшая Школа Экономики (ВШЭ), 2000. – 609 с.
5. Козьякова Н.С. Формирование цифровой политической философии в современном обществе // Журнал политических исследований. - 2024. Т. 8. - №. 3. - С. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2024-8-3-76-85>.
6. Копылова П.С., Тарунтаева В.В. (2024). Онлайн-сообщества ВКонтакте: разность контента и близость аудитории // Власть. – 2024. – №32(2). – С. 96-104. <https://doi.org/10.24412/2071-5358-2024-2-96-104>.
7. Копылова П.С., Ухин К.А. Сетевая структура образовательных общественно-политических и иных проектов в TELEGRAM: взаимочитирование как инструмент продвижения // Журнал политических исследований. - 2025. - Т. 9. - №. 2. - С. 111-122. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2025-9-2-111-122>.
8. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с.
9. Мамонов М.В. Роль политических субъектов в формировании приоритетов межличностной "повестки дня" россиян // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2008. – Т. 4. - № 3. – С. 97-105.
10. Рыков Ю.Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. 16. - № 4. – С. 44-60.
11. Серкина Н.Е. Понятие сетевого общества М. Кастельса // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2019. – №2. – С. 161-169.
12. Синицина А.В. Измерение и моделирование эффекта сплочения в русскоязычных социальных медиа после начала СВО: анализ социальных мотиваций // Политическая наука. – 2025. – № 1. – С. 203-218. <http://www.;> DOI: 10.31249/poln/2025.01.09.
13. Сморгунов Л.В., Шерстобитов А.С. Политические сети: Теория и методы анализа. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2014. – 320 с.
14. Соловьев В.А. Динамика идеологической поляризации в пространстве русскоязычных Telegram-каналов: моделирование методами машинного обучения // Политическая наука. – 2025. – № 1. – С. 240-259. <http://www.> DOI: 10.31249/poln/2025.01.11.
15. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2001.
16. Чекушкина Е.Н. Коммуникативная теория Ю. Хабермаса и культура информационного общества // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №1. – С. 25-27.

17. Kim S.T., Lee Y.H. New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting // *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. – 2006. – № 50 (3). – P. 175–205.
18. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 1972. – P. 176–187.
19. Rheingold H. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1993; Rheingold H. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (2nd Edition), 2000.

### References

1. Benkler J. *Bogatstvo setej: kak social'noe proizvodstvo preobrazuyet rynki i svobodu* [The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom]. Moscow: HSE Publishing House, 2020. 503 p. (In Russian).
2. Dyakova E.G., Trahtenburh A.D. Problemy konstruirovaniya real'nosti v protsessah massovoj kommunikatsii: gipoteza agenda-setting [Problems of constructing reality in mass communication: the agenda-setting hypothesis]. *Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossijskoj akademii nauk* [Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences]. 1999, I. 1, pp. 142–160. (In Russian).
3. Kaminchenko D.I. Informatsionnaya povestka dnya sovremennykh setevykh SMI: politicheskij aspekt [Information agenda of modern online media: political dimension]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Politologiya* [Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: History. Political Science]. 2019, V. 46, I. 3, pp. 576–584. (In Russian).
4. Castells M. *Informatsionnaya epoha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow: Higher School of Economics Publishing House, 2000. 609 p. (In Russian).
5. Koz'yakova N. S. Formirovanie cifrovoj politicheskoy filosofii v sovremennom obshchestva. [The formation of digital political philosophy in modern society]. *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Political Studies]. 2024, V. 8, I. 3, pp. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2024-8-3-76-85> (In Russian).
6. Kopylova P.S., Taruntaeva V.V. Onlajn-soobshchestva VKontakte: raznost' kontenta i blizost' auditorii [Online communities in VKontakte: content diversity and audience proximity]. *Vlast'* [Authority]. 2024, V. 32, I. 2, pp. 96–104. <https://doi.org/10.24412/2071-5358-2024-2-96-104> (In Russian).
7. Kopylova P.S., Uhin K. A. Setevaya struktura obrazovatel'nyh obshchestvenno-politicheskikh i inyh proektov v TELEGRAM: vzaimocitirovanie kak instrument prodvizheniya. [The network structure of educational socio-political and other projects in TELEGRAM: mutual citation as a tool for promotion]. *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Political Studies]. 2025, V. 9, I. 2, pp. 111-122. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2025-9-2-111-122> (In Russian).
8. Latour B. *Peresborka social'nogo: vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu* [Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory]. Moscow: HSE Publishing House, 2014. 384 p. (In Russian).
9. Mamonov M.V. Rol' politicheskikh sub"ektov v formirovanii prioritetov mezhlichnostnoj "povestki dnya" rossiyan [The role of political actors in shaping interpersonal agenda priorities of Russians]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS* [Political Expertise: POLITEX]. 2008, V. 4, I. 3, pp. 97–105. (In Russian).
10. Rykov Yu.G. Virtual'noe soobshchestvo kak social'noe pole: neravenstvo i kommunikativnyj kapital [Virtual community as a social field: inequality and communicative capital]. *Zhurnal sotsiologii i*

- sotsial'noj antropologii [Journal of Sociology and Social Anthropology]. 2013, V. 16, I. 4, pp. 44–60. (In Russian).
11. Serkina N.E. Ponyatie setevogo obshchestva M. Kastel'sa [The concept of the network society in M. Castells' theory]. Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta [Bulletin of the Maykop State Technological University]. 2019, I. 2, pp. 161–169. (In Russian).
  12. Sinitsina A.V. Izmerenie i modelirovanie effekta splocheniya v russkoyazychnykh social'nykh media posle nachala SVO: analiz social'nykh motivatsij [Measuring and modeling cohesion effects in Russian-language social media after the beginning of the SMO: analysis of social motivations]. Politicheskaya nauka [Political Science]. 2025, I. 1, pp. 203–218. DOI: 10.31249/poln/2025.01.09 (In Russian).
  13. Smorgunov L.V., Sherstobitov A.S. Politicheskie seti: teoriya i metody analiza [Political Networks: Theory and Methods of Analysis]. Moscow: Aspekt Press, 2014. 320 p. (In Russian).
  14. Solov'ev V.A. Dinamika ideologicheskoy polarizatsii v prostranstve russkoyazychnykh Telegramkanalov: modelirovanie metodami mashinnogo obucheniya [Dynamics of ideological polarization in Russian-language Telegram channels: machine learning based modeling]. Politicheskaya nauka [Political Science]. 2025, I. 1, pp. 240–259. DOI: 10.31249/poln/2025.01.11 (In Russian).
  15. Habermas J. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie [Moral Consciousness and Communicative Action]. Saint Petersburg: Nauka, 2001. (In Russian).
  16. Chekushkina E.N. Kommunikativnaya teoriya Yu. Habermasa i kul'tura informatsionnogo obshchestva [J. Habermas' communication theory and the culture of the information society]. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and Practice of Social Development]. 2014, I. 1, pp. 25–27. (In Russian).
  17. Kim S.T., Lee Y.H. New functions of Internet mediated agenda-setting: agenda-rippling and reversed agenda-setting. Korean Journal of Journalism & Communication Studies. 2006, V. 50, I. 3, pp. 175–205.
  18. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly. 1972, V. 36, I. 2, pp. 176–187.
  19. Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1993; Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier (2nd Edition). 2000.