

Цифровая социология как ответ на вызовы информационной трансформации общества

УДК 316.3

DOI 10.26425/2658-347X-2026-9-1-16-28

Получено: 11.02.2026

Доработано после рецензирования: 16.04.2026

Принято: 23.04.2026

Крыштановская Ольга Викторовна

Д-р социол. наук, директор научного центра цифровой социологии «Ядов-центр»

ORCID: 0000-0001-5278-0940

E-mail: olgakryshst@yandex.ru

Российский государственный гуманитарный университет,
г. Москва, Россия

Сидорина Анастасия Витальевна

Директор по работе с клиентами

ORCID: 0000-0002-3405-6163

E-mail: sidnastia@yandex.ru

Исследовательский холдинг «РОМИР», г. Москва, Россия

Аннотация

Новые технологии оказывают всестороннее влияние на социальные процессы и отношения, трансформируя социальные институты, взаимодействия, нормы, паттерны и ценности общества. Рассмотрена трансформация инструментов социологии в цифровую эпоху цивилизации. Проанализированы возникновение и становление цифровой социологии как ответ на происходящие трансформационные процессы, которые в центр своего внимания ставят вопросы влияния хайтека на социальную реальность. Исследовано влияние четырех ключевых технологий, которые преобразуют изучение общества: коммуникационные сети, большие данные, алгоритмы и платформы. Все это формирует вызовы не только технического, но и методологического характера, ставит вопросы релевантности исследовательских инструментов текущим социальным процессам.

Цифровая социология сегодня фокусируется на пересмотре и актуализации эмпирических инструментов познания. Особое внимание уделено феномену больших данных,

которые создают как поле возможностей для социолога, так и огромное количество вывозов, связанных с вопросами репрезентативности и интерпретации результатов. Результатом осмысления этих сложных методологических процессов стало развитие подхода, который характеризуется комбинированием больших данных и «плотных» данных (англ. Thick Data), что позволяет достичь синергии двух противоположных направлений — симбиоза количественных и качественных решений в социологической науке. Дан обзор некоторых специфических методов изучения общества, связанных с расширением виртуального мира, сделан акцент на невозможности ухода науки в сторону одного из двух видов методов в силу взаимодополняющего и взаимообогащающего характера этих подходов.

Будущее социологии, по мнению авторов настоящего исследования, состоит в развитии междисциплинарных подходов, а также в синергии количественных и качественных методологических инструментов.

Ключевые слова

Цифровое общество, цифровая социология, коммуникационные сети, алгоритмы, платформы, большие данные, Thick Data, комплексные методы социологии, нетнография, анализ социальных сетей, цифровой сторителлинг, интент-анализ, необрузивные исследования, репрезентативность

Для цитирования

Крыштановская О.В., Сидорина А.В. Цифровая социология как ответ на вызовы информационной трансформации общества // Цифровая социология. 2026. Т. 9. № 1. С. 16–28.

© Крыштановская О.В., Сидорина А.В., 2026.

Статья доступна по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Digital sociology as a response to the challenges of societal digital transformation

Received 11.02.2026

Revised 16.04.2026

Accepted 23.04.2026

Olga V. Kryshstanovskaya

Dr. Sci. (Sociol.), Director of the Yadov-Center Scientific Center for Digital Sociology

ORCID: 0000-0001-5278-0940

E-mail: olgakrysht@yandex.ru

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

Anastasia V. Sidorina

Client Manager

ORCID: 0000-0002-3405-6163

E-mail: sidnastia@yandex.ru

ROMIR Research Center, Moscow, Russia

Abstract

New technologies have a comprehensive impact on social processes and relationships, transforming social institutions, interactions, norms, patterns, and values of society. The transformation of sociology tools in the digital era is considered. The authors analyze the emergence and formation of digital sociology as a response to the ongoing transformational processes, which focus on the impact of high-tech on social reality. The impact of four key technologies that transform the study of society (communication networks, big data, algorithms, and platforms) is investigated. All this creates challenges not only of a technical, but also of a methodological nature, and raises questions about the relevance of research tools to current social processes.

Digital sociology today focuses on the revision and actualization of empirical tools of cognition. Special attention is paid to the Big Data phenomenon, which creates both opportunities for sociologists

and a huge number of takeaways related to representativeness issues and results interpretation. The result of understanding these complex methodological processes lies in developing an approach characterized by the combination of Big Data and Thick Data, which makes it possible to achieve a synergy of two opposite directions, a symbiosis of quantitative and qualitative solutions in sociological science. An overview of some specific methods of studying society related to the expansion of the virtual world is given, and emphasis is placed on the impossibility of science moving towards one of the two types of methods due to the complementary and mutually enriching nature of these approaches.

The future of sociology, according to the authors, lies in developing interdisciplinary approaches, as well as in the synergy of quantitative and qualitative methodological tools.

Keywords

Digital society, digital sociology, new technologies, communication networks, algorithms, platforms, Big Data, Thick Data, mixed methods in sociology, netnography, social network analysis, digital storytelling, intent analysis, unobtrusive research, representativeness

For citation

Kryshstanovskaya O.V., Sidorina A.V. (2026) Digital sociology as a response to the challenges of societal digital transformation. *Digital sociology*. Vol. 9, no 1, pp. 16–28. DOI: 10.26425/2658-347X-2026-9-1-16-28



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В последние десятилетия цифровые технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни, кардинально трансформируя способы общения, обучения и работы. С появлением Интернета, мобильных устройств и социальных сетей мир стал более взаимосвязанным, а информация — доступной, как никогда ранее. Активное проникновение новых технологий в повседневную жизнь производит переконструирование мира, затрагивая все сферы жизни. Потребительское поведение, будучи одной из сторон социальной жизни, также претерпевает изменения на фоне цифровизации повседневности. Появление новых платформ для общения, покупки, банкинга, получения и обмена информацией трансформировало процессы взаимодействия людей друг с другом и потребителей — с продуктами и услугами.

Потребление сегодня — это не просто функциональное удовлетворение потребности, а часть социальной жизни, посредством которой происходят процессы идентификации и репрезентации личности и группы в обществе. Потребительские практики становятся неотъемлемой частью цифрового мира, так как процесс приобретения товаров и услуг все больше переходит в формат онлайн. При этом присутствие технологий носит многоаспектный характер, ведь с их помощью можно изучать личность потребителя, влиять на процесс принятия им решений о покупке, стать каналом коммуникации с покупателем, маркетплейсом, то есть местом, где совершается действие. В конечном итоге технологии становятся полноценным участником потребительского процесса, трансформируя классическое представление о действующем акторе в социологии, которым ранее мог быть только человек.

Все это породило новое направление исследований. В 1980-е гг. социология науки и техники сформулировала акторно-сетевую теорию (англ. actor-network theory), благодаря которой появился термин «актант», подразумевающий любое лицо, участвующее и формирующее социальное действие. Автор этой теории Б. Латур утверждал, что материальное и нематериальное схожи и что материальные объекты (не-люди) так же готовы к социальному действию, как и нематериальные (Латур, 2020). Эта теория стала базой для исследования социотехнических процессов, или процессов «гетерогенной инженерии».

О размывании виртуального и реального и, как следствие, переносе социальных структур, институтов в виртуальное пространство писал Ж. Бодрийяр в своей работе «Прозрачность зла»

(Бодрийяр, 2012). В цифровой среде экономическая сфера уже не требует инструментов рекламы, так как сама среда обеспечивает продвижение. Все это трансформирует потребительские практики, на основании которых создаются различные типологии поведения покупателей: социально-демографические, статусные ценностные параметры, стиль жизни, причем эти параметры становятся основой для того или иного паттерна поведения.

В конечном итоге встает вопрос о релевантном социологическом осмыслении и, следовательно, о создании новой системы социологических инструментов познания социальной реальности и поведения в ней. В данной статье мы рассмотрим некоторые из этих инструментов в ракурсе их использования для изучения потребительского поведения в цифровом обществе, а также их возможности и ограничения.

ОТ «СОЛОМЕННЫХ ОПРОСОВ» К ЦИФРОВОЙ СОЦИОЛОГИИ / FROM STRAW POLLS TO DIGITAL SOCIOLOGY

Первые опросы появились в Соединенных Штатах Америки (далее — США) еще в начале XIX в. Их называли «соломенными» (англ. straw polls), что является перефразированием известного афоризма «брось вверх солому, и ты увидишь, куда дует ветер». Случаи успешного предсказания с помощью таких опросов результатов выборов привели к чрезвычайному росту их популярности (Докторов, 2013). Историю становления опросных методик описывают многие авторы, например, Н.Ф. Кудрявцева (Кудрявцева, 2009).

На ранних этапах социологи измеряли градус общественного мнения четырьмя основными методами:

- опросом участников собраний, не связанных с выборами;
- опросом участников дискуссий, организованных для изучения электоральных установок;
- распространением в публичных местах бланков анкет;
- опросом избирателей, участвовавших в выборах сразу после их окончания.

Однако теперь «соломенные опросы» становятся все более редким явлением: они дороги, требуют участия многих профессиональных социологов, долго длятся. В настоящее время в социологии набрал силу другой тренд — перемещение опросных техник и методов в онлайн-формат. Социология сегодняшнего дня фокусируется на анализе «цифровых социальных объектов, явлений и процессов, которые составляют относительно

самостоятельную, особую сферу жизни общества», как писал В. Ницевич (Ницевич, 2018).

Рождение цифровой социологии связывают с появлением аналогичного термина в 2009 г., о котором писал Дж. Винн, рассуждая о роли новых информационных технологий в социологических исследованиях (Wynn, 2009). Р. Нил в 2010 г. утверждал, что выделение цифровой социологии в отдельную дисциплину связано не только с развитием Интернета, но и с усилением связи науки и бизнеса (Neal, 2010).

Ключевым событием для зарождающейся дисциплины стал выход в 2013 г. монографии Д. Лаптон «Цифровая социология», которая указывала на востребованность цифровой социологии в современной профессиональной практике: для практикующего социолога цифровые технологии становятся как инструментом проведения исследований, так и способом представления результатов исследования в публичной сфере (Lupton, 2013). Д. Лаптон подчеркивала, что виртуальное пространство меняет не только техники проведения опросов, но и саму социологическую жизнь, так как появляются новые возможности профессиональных коммуникаций между специалистами, обсуждения ими различных аспектов онлайн исследований.

Ученые из Великобритании и Австралии первыми стали исследовать саму дисциплину цифровой социологии. В 2012 г. члены Британской социологической ассоциации создали исследовательскую группу, которая занимается вопросами перспектив развития цифровой социологии. В Лондоне появляется первая магистерская программа по цифровой социологии. Изучением проекта цифрового общества начинают заниматься университеты в США, Великобритании, Италии, Германии. На базе Международной социологической ассоциации в 2020 г. формируется группа, которая занимается изучением теоретических, методологических, эмпирических аспектов новой области социологии.

Постепенно цифровые социологические исследования стали обсуждаться и в Российской Федерации (далее — РФ, Россия). Ученые посвящали свои труды особенностям трансформаций практики проведения эмпирических исследований (В.И. Дудина, Е.Ю. Журавлева, О.В. Крыштановская, И.А. Лавров) (Дудина, 2015; Журавлева, 2015; Крыштановская, 2018; Лавров, 2019). Кроме того, в российской научной среде выделилось отдельное направление по изучению больших данных и их применению в социологической практике (Ю.Н. Толстова, В.В. Волков, А.В. Одинцов, К. Губа) (Толстова, 2015; Волков,

2016; Одинцов, 2017; Губа, 2018). Становится очевидным, что развитие и проникновение цифровых технологий в социальную ткань повседневности требует от социологии пересмотра методологии познания социальной реальности (Щекотин, 2020).

В университетах России также появляются образовательные программы по цифровой социологии. С 2018 г. начинает издаваться журнал «Цифровая социология» на базе Государственного университета управления¹. В Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова открывается кафедра цифровой социологии, в Российском государственном гуманитарном университете — научный центр цифровой социологии^{2,3}.

«ЖИДКИЕ» РЕСПОНДЕНТЫ И СЕТЕВЫЕ ПУЗЫРИ / 'LIQUID' RESPONDENTS AND NETWORK BUBBLES

Можно говорить о наступлении нового этапа в развитии социологии как науки, так как цифровизация затрагивает все больше сфер общественной жизни, но пока не сформировалось постоянного виртуального пространства — мета-вселенной, которая больше не ограничивалась бы рамками только социологии или методов изучения общественного мнения. Меняется и природа самих акторов, действующих в цифровых мирах. Это потребовало и иного взгляда на респондента, который стал «жидким», текучим, поскольку за его аккаунтом теперь может таиться одна личность, а может несколько. При всей прозрачности цифровых аватаров информация о них почти никогда не верифицирована и может быть основана на сконструированных биографиях, по существу являющихся фейковыми. Эти «жидкие» респонденты могут перемещаться в виртуальном пространстве или оставаться стабильными, объединяться в группы, которые образуют «сетевые пузыри». Некоторые из этих сообществ живут длительное время, меняя состав своих фолловеров, при этом сохраняя смысловое ядро и ключевые позиции по некоторым важным вопросам. Другие паблики становятся бабочками-однодневками, возникая и погибая под влиянием сиюминутных настроений.

¹ Цифровая социология. Государственный университет управления. Режим доступа: <https://guu.ru/science/scientific-journals/digital-sociology/> (дата обращения: 09.02.2026).

² Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. Кафедра цифровой социологии. Режим доступа: <https://vshssn.msu.ru/managements/kafedra-cifrovoj-sociologii> (дата обращения: 09.02.2026).

³ Российский государственный гуманитарный университет. Научный центр цифровой социологии «Ядов-центр». Режим доступа: <https://rsuh.ru/education/yadov/> (дата обращения: 09.02.2026).

Эти стремительные процессы меняют и идентичность участников сетевых процессов, так как возникновение сообществ аватаров или цифровых двойников реальных людей и организаций вызывает необходимость осмысления их нового статуса и позиции. Традиционная стратификация общества дополняется стратификацией сетевой, которая базируется на неравенствах нового типа и осознания этих изменений самими акторами. Таким образом, новая дисциплина ставит перед исследователями вопросы не только методического характера, но и вызывает потребность осмысления последствий всех процессов, сопровождающих цифровизацию общества, включая природу возникающих виртуальных акторов и типов их взаимодействий. Однако прежде чем говорить о новых или видоизмененных исследовательских методах, важно обозначить те ключевые технологии, которые катализируют процессы трансформации социума.

ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ТРАНСФОРМИРУЮЩИЕ ФОКУС СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ / KEY TECHNOLOGIES TRANSFORMING THE FOCUS OF MODERN SOCIOLOGICAL SCIENCE

Современная цифровая социология активно исследует влияние сетевого мира на социальные практики. Австралийский социолог Н. Селвин выделил четыре ключевые технологии, которые должны быть в центре внимания социологов: коммуникационные сети, большие данные, алгоритмы и платформы. Эти технологии, по его мнению, не только формируют инфраструктуру цифрового общества, но и оказывают значительное влияние на идентичность людей и их повседневную жизнь (Selwyn, 2019).

Переоценить роль и степень влияния коммуникационных сетей кажется невозможным: социальные мессенджеры трансформировали способы, уровень и динамику взаимодействия между людьми, сообществами и обществом в целом. С одной стороны, они создали безграничное поле возможностей для связи и коммуникации, в том числе позволяют формировать новые социальные связи, а с другой — сформировали риски, связанные с поляризацией мнений и позиций.

Большие данные стали инструментом сбора и анализа огромных объемов информационных потоков о человеке, его привычках, паттернах, социальных связях. Это данные стали основой изучения социальных процессов, поиска взаимосвязей и корреляций, многие из которых носят латентную форму и не являются очевидными

в рамках применения традиционных методов исследований. Алгоритмы оказывают влияние на процесс принятия решений и активно применяются в самых различных сферах, от маркетинга и заканчивая социальной политикой. Алгоритмические системы требуют критического осмысления их роли и влияния на общество.

Платформы (например, Google, «ВКонтакте») создали новые формы коммуникации между людьми и группами людей. Они не только предоставляют пространство для общения, но и управляют тем, как информация распространяется и воспринимается. Цифровая социология рассматривает влияние этих технологий на социальные отношения и структуры. Она направлена на критическое осмысление процессов цифровизации, датификации и алгоритмизации, что включает изучение того, как меняются ценности, нормы, идентичности индивидов и сообществ, а также того, как они влияют на социальную динамику в целом. Н. Селвин подчеркивает необходимость интеграции цифровых методов в социологические исследования для более глубокого понимания современных социальных явлений (Selwyn, 2019). Это требует от социологов не только освоения новых инструментов анализа данных, но и разработки теоретических рамок для понимания сложных взаимодействий между технологиями и обществом.

Цифровая социология становится важным направлением в исследовании социальных изменений в условиях стремительного технологического прогресса. Она предлагает новые методологии и подходы для изучения влияния технологий на человеческие отношения и общественные структуры, причем мы являемся свидетелями начала пути в этом направлении.

ОНЛАЙН-ОПРОСЫ И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ / ONLINE SURVEYS AND BIG DATA

В настоящее время самыми популярными методами количественных исследований становятся онлайн- и телефонные опросы. Однако оба метода сталкиваются с проблемами репрезентативности выборки, проблемой отказов и не-ответов, упрощением структуры анкеты и самих вопросов во избежание потери внимания «жидкого» респондента.

Отдельным направлением становятся неотбрузивные методы социологических исследований, которые предполагают полное исключение контакта исследователя с объектом изучения с целью нивелирования влияния на его мнение. Ранее мы уже писали об этой

проблеме на страницах журнала «Цифровая социология» (Крыштановская, 2018).

Наиболее яркими примерами подобных методов являются контент-анализ, а также наблюдение с закрытой позицией. Сегодня характерно использование социологами гибридных технологий, сочетающих традиционные методы (опрос, интервью, анкетирование) с новыми подходами, основанными на анализе больших данных. Все это сопровождается ростом междисциплинарности: социология активно интегрируется с такими науками, как информатика, статистика и др.

Большие данные стали широко доступны ученым, когда появилась возможность открытого взаимодействия пользователей с цифровыми платформами. Это стало одним из ключевых факторов обновления методологической базы социологической науки. Появление больших данных в социологии стало результатом сочетания технологических, социальных и методологических изменений, произошедших за последние несколько десятилетий. Они являются мощным инструментом анализа социальных явлений, позволяя исследователям собирать, хранить и анализировать огромные объемы информации о людях, их поведении и взаимодействиях. Возникновение и развитие больших данных осуществлялось в контексте развития информационных технологий, социальных сетей, а также способов обработки и хранения больших объемов информации.

В качестве источников появления больших данных можно выделить следующие:

- развитие Интернета с начала 1990-х гг., когда он стал доступным для широкой аудитории пользователей, что, в свою очередь, сформировало огромные потоки цифровой информации;
- развитие мобильных технологий позволило в режиме реального времени аккумулировать большие массивы данных об их пользователях, включая информацию о геолокации, предпочтениях и действиях в социальных сетях;
- социальные платформы начали агрегировать информацию о взаимодействии людей, так как пользователи активно делились мнениями, своими оценками, эмоциями, предпочтениями, формируя абсолютно уникальный набор данных;
- формирование большого массива данных потребовало релевантных ресурсов по их хранению и обработке, что стало стимулом к развитию технологий хранения данных, таких как Hadoop и NoSQL, — эти технологии не только выступили инструментом хранения, но и обеспечили кодировку, формализацию и анализ данных, что ранее было невозможно традиционными реляционными базами данных;

– машинное обучение (искусственный интеллект) стало инструментом анализа социальных паттернов и трендов, причем надо понимать, что эти процессы только начали развиваться, но идут они настолько стремительными темпами, что научное сообщество просто не успевает осмысливать их и подвергать интерпретации.

Большие данные произвели существенную трансформацию конъюнктуры социальных исследований, так как значительно увеличили объем информации, который способен описывать разнообразные социальные процессы и явления. Такое влияние больших данных не могло остаться вне поля зрения социологов: Американская ассоциация исследователей общественного мнения (далее — AAPOR) выпустила отчет, в котором был произведен детальный анализ феномена больших данных, их специфических характеристик, методических возможностей, а также этических проблем, связанных с их использованием⁴.

Л. Василенко и Н. Мещерякова определяют большие данные как слабо структурированные социальные массивы информации большого объема и значительного многообразия, увеличивающиеся в размерах и многообразии в реальном времени (Василенко, 2021). К большим данным относятся:

- данные социальных сетей;
- персональные данные;
- сенсорные данные;
- транзакционные данные;
- административные данные.

Большие данные обладают существенным преимуществом: они открывают социологу возможность поиска корреляций и построения многофакторных моделей, построенных на матрицах взаимосвязей между переменными. Вопрос о корректности такого рода моделей крайне высок в силу опасности неверной интерпретации или обнаружения большого числа ложных связей, которые не имеют причинно-следственного характера. В данном случае успешность применения больших данных в социологических исследованиях зависит от способности социолога-исследователя извлекать смыслы из массива неструктурированной информации. Ценность больших данных для исследователя заключается не в объеме, а в полноте и разнообразии данных.

Л.А. Василенко и Н.Н. Мещерякова указывают на два заблуждения, связанных с большими данными (Василенко, 2021):

⁴ Джапек Л., Крейтер Ф., Берг М. Отчет AAPOR о больших данных: 12 февраля 2015. Режим доступа: https://aapor.org/wp-content/uploads/2022/11/BigDataTaskForceReport_FINAL_2_12_15_b.pdf (дата обращения: 09.02.2026).

– чем больше объем данных, то ниже доля ошибок в таких данных — это абсолютно ошибочное суждение, так как в больших данных любые ошибки множатся кратно;

– данные сами формируют готовые выводы и умозаключения, что является причиной возникновения множества ложных корреляций.

В отчете AAPOR сделан разбор типичных ошибок в отношении больших данных, а также приведены способы элиминирования их. Первое заблуждение преодолевается обращением к общей теории ошибок⁵. Решение второй проблемы возможно методами традиционной социологии, развивая теорию и методы комплексного анализа больших данных.

Рост объема и уровня использования больших данных не снижает потребности использовании традиционных опросных методик, а, напротив, даже усиливает их ценность для социологической науки. Большие данные позволяют собрать данные о множествах объектах, но по узкому кругу вопросов, которые имеют достаточно простую структуру. Этого рода информацию называют «плоскими данными», у которых нет глубины проникновения в намерения и мотивы личности. Их сильная сторона заключается в возможностях строить большие матрицы и обнаруживать корреляции, что потенциально может открыть такие взаимосвязи между изучаемыми объектами, которые другими методами выявить затруднительно или даже невозможно. Различия между описываемыми типами данных говорят о преимуществах комплексных подходов в исследованиях⁶.

Новые технологии позволяют не только хранить и обрабатывать данные, но и автоматически получать уже готовое (или почти готовое) знание при помощи алгоритмов машинного, в том числе глубокого, обучения. На основании такого подхода формируются определенные заключения о связях и строятся прогностические модели.

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И SNA / SOCIAL NETWORK ANALYSIS AND SNA

Еще одним базовым методом цифровой социологии является анализ социальных сетей, который направлен на изучение динамики и структуры виртуальных сообществ. Текущее разнообразие видов связей позволяет обращаться к математиче-

ской теории графов — SNA (Рыков, 2017). Сетевые структуры анализируются в данном случае как узлы (это могут быть люди, вещи, институции) и ребра, устанавливающие отношения между акторами-узлами. Наиболее популярным индикатором в данном методе является показатель плотности, определяемый как текущее число соединений участника с другими по отношению ко всем возможным потенциальным соединениям, которые он может иметь в данной структуре. Другой показатель, индикатор центральности, отражает положение участника в системе взаимодействий в анализируемой сетевой структуре.

Поскольку современное программное обеспечение позволяет совершать парсинг (скачивание) данных из социальных сетей, перед социологами открылись возможности получать не только простые «плоские» данные (типа пола, возраста, даты регистрации аккаунта, локации), но и что-то существенно более сложное, например, мнения людей по отношению к происходящим событиям, их оценки происходящего, ценностные установки и нарративы, которые позволяют идентифицировать их как членов содержательных множеств, имеющих разное мировоззрение. Именно такого рода данные создают иную платформу для аналитической работы, хотя и требуют дополнительных процедур кодировки данных, прежде чем подвергнуть их контент- или фрейм-анализу.

КОМПЛЕКСНЫЕ МЕТОДЫ ЦИФРОВОЙ СОЦИОЛОГИИ / COMPREHENSIVE METHODS OF DIGITAL SOCIOLOGY

Обществоведам недостаточно одних лишь больших данных, несмотря на огромное число возможностей данного метода, так как в конечном счете большие данные не отвечают на один из ключевых вопросов любого исследования — «Почему?». Снятие этих ограничений возможно за счет симбиоза количественных и качественных методов исследования. В социологии наряду с подходом больших данных формируется другой подход, основанный на так называемых «плотных данных» (англ. Thick Data), которые делают акцент на использовании инсайтов социального поведения и социальной среды. Плотные данные являются результатом применения качественных методов исследования, таких как этнографическое наблюдение, глубинное неструктурированное интервью, контекстуальный анализ, помещенных в онлайн-среду.

В современной социологии наблюдается формирование двух подходов к сбору и анализу данных: большие данные позволяют выявлять

⁵ Джапек Л., Крейтер Ф., Берг М. Отчет AAPOR о больших данных: 12 февраля 2015. Режим доступа: https://aapor.org/wp-content/uploads/2022/11/BigDataTaskForceReport_FINAL_2_12_15_b.pdf (дата обращения: 09.02.2026).

⁶ Джапек Л., Крейтер Ф., Берг М. Отчет AAPOR о больших данных: 12 февраля 2015. Режим доступа: https://aapor.org/wp-content/uploads/2022/11/BigDataTaskForceReport_FINAL_2_12_15_b.pdf (дата обращения: 09.02.2026).

закономерности и тенденции, а плотные — понимать причины и мотивы, формирующие эти тенденции. Лишь использование обоих подходов позволяет социологу получить полную и всестороннюю картину социального явления и его причин. О необходимости слияния количественных и качественных методов в исследовательской парадигме пишет Л.А. Василенко, которая подчеркивает, что смешение методов требует от исследователя четко разработанного алгоритма действий (Василенко, 2019). Один из подходов, описывающих методологию симбиоза количественных и качественных решений, был предложен ученым Д. Емельняком (Jemielniak, 2020).

НЕТНОГРАФИЯ / NETNOGRAPHY

Важным инструментом цифровой социологии стал относительно новый метод исследования — нетнография. Термин был введен канадским социологом Р. Козинецом в 2002 г. и определялся как направление этнографии, специализирующееся на изучении онлайн-сообществ (Kozinets, 2002). Источником информации в данном случае выступает сетевая среда, позволяющая анализировать поведение в интернет-пространстве.

Р. Козинец выделяет четыре направления нетнографии, каждое из которых имеет свои уникальные характеристики и методы исследования (Kozinets, 2022):

- аналитическая нетнография фокусируется на выявлении и объяснении значений систем и практик, связанных с определенными группами, что позволяет исследователям выявить и понять глубокие культурные контексты и социальные взаимодействия в онлайн-сообществах;
 - автонетнография базируется на феноменологическом опыте самого исследователя: ученый, с одной стороны, выступает в качестве наблюдателя за сообществом, а с другой — применяет свой социальный опыт для анализа социальных явлений (таким образом, потребитель выступает одновременно и объектом, и субъектом социального анализа);
 - цифровая нетнография ставит своей задачей интерпретацию данных с учетом социального контекста явления — в основе подхода объединяются различные методы анализа данных, в том числе цифровые технологии обработки текстов и подсчета социальных связей;
 - гуманистическая нетнография акцент делает на социальных и индивидуальных случаях.
- Указанные направления подчеркивают разнообразие методов и подходов в рамках нетнографии

(включенное онлайн-наблюдение, видеосъемка, сбор и анализ документов, интроспекция, анализ социальных связей, кейс-стади и т.д.), позволяя исследователям адаптировать свои стратегии к целям конкретных проектов и особенностей изучаемых сообществ.

СТОРИТЕЛЛИНГ / STORYTELLING

В арсенале социологии появилось еще одно направление, представляющее собой разновидность биографического метода, — цифровой сторителлинг (De Jager, 2017). В основе сторителлинга находится изложение историй, содержащих нарративы. Деятельность по обмену историями в виртуальном мире становилась все более популярной, пока не достигла уровня стандарта, применяемого как в образовательной, так и в исследовательской практике. Сторителлинг постепенно становился все более театральным, что способствовало рождению отдельного направления — социологии перформанса, родоначальником которого считают Дж. Александера, который использовал концептуальные разработки И. Гофмана (Александр, 2013; Гофман, 2000). Сторителлинг, используя импликацию через повествование, акцентирует внимание на использовании символов в конкретных социально-исторических ситуациях, а не на их значении и отношениях между собой.

Через такие элементы историй, как сюжет, персонажи, авторская подача, латентные моральные ценности, ученые получили возможность анализировать фреймы, то есть прикоснуться к глубинам самого процесса смыслообразования. Изучение чужих историй породило целую семью методов, которые объединяются понятиями цифрового сторителлинга и перформанса, которые превратили большие массивы неструктурированных данных социальных сетей в единый нарративный поток с использованием средств мультимедийности и анимации (Фархатдинов, 2011). Такие возможности, предоставленные виртуальным миром исследователям, остро поставили вопрос необходимости развивать специальное программное обеспечение, способное автоматически осуществлять нейросемантическое кодирование, а также интерпретировать доминирующие коннотации сообщений. Основное развитие этих методов было связано с образовательной деятельностью, о чем пишут российские ученые (Назарова, 2018; Грушевская, 2017; Анюхина, 2017).

ИНТЕНТ-АНАЛИЗ / INTENT ANALYSIS

Еще одной техникой, которая получила распространение в связи с цифровыми возможностями сетей, стал интент-анализ, который претендует на роль значимого инструмента при изучении целей и мотивов респондентов посредством анализа речи или текстов (Дридзе, 1984). Задача интент-анализа — это выявление скрытых мотивов, то есть интенций, намерений говорящего, анализ психологического состояния (Павлова, 2017). Изначально метод был разработан в психологической науке, однако широкое применение получил и в других областях, связанных с маркетингом, коммуникациями.

В доцифровую эпоху возможности этого метода были ограниченными, так как требовали разбора публичной речи говорящего, формирующей дискурс. Социальные сети настолько расширили поле публичности, что теперь в распоряжении социолога имеются огромные массивы информации, которые можно подвергать интенциональному анализу. Наблюдатели публичных перформансов участников сети теперь смогли типологизировать интенции, вычленили смысловые доминанты, неосознанные мотивы, латентные фреймы и др., что существенно расширило горизонты цифровой социологии, которая активно интегрирует лингвистические, психологические, экономические, исторические и прочие знания. Важным направлением в развитии междисциплинарного знания стали работы, посвященные изучению психологии политики (Гаврилова, 2008).

ЦИФРОВЫЕ ПАНЕЛИ / DIGITAL PANELS

Трансформацию в цифровой среде испытали и онлайн-опросы (как онлайн-анкетирование, так и все прочие виды интервью). Все более популярными становятся онлайн-фокус-группы, онлайн-форумы. Дистанционный формат взаимодействия позволяет проводить исследование в более оперативные сроки, сокращать время и пространство между исследователем и исследуемыми, увеличивать выборки без роста расходов. Именно эти факторы способствовали тому, что онлайн-анкетирование получило такое широкое распространение и стало использоваться не только профессиональными социологами, но и любителями.

Цифровизация социологии не только предоставила колоссальные новые возможности для исследователей, но и создала проблемы, связанные с репрезентативностью выборки. Попытка решения этих проблем вызвала к жизни

новый инструмент — онлайн-платформы, которые сегодня широко используются всеми крупнейшими российскими полстерами: исследовательским холдингом «РОМИР», Всероссийским центром изучения общественного мнения, Фондом «Общественное мнение», «ГФК-Русь»^{7,8,9,10}. Эта тема стала обсуждаться и в профессиональном сообществе социологов и экономистов: различные мнения высказывали по этому вопросу Д. Добринская, А. Вайсбург, О. Вилкова, Г. Окушова (Добринская, 2019; Вайсбург, 2020; Вилкова, 2020; Окушова, 2021). Анкеты стали оцифрованными, их распространение перешло на специальные платформы, по которым происходит рассылки. Наличие онлайн-платформ, на базе которых происходит распространение анкет, не гарантирует отбора респондентов, случайность которого доказана, поэтому вопросы репрезентативности выборок в онлайн-исследованиях остаются одной из проблемных зон социологии. Выходом из этой ситуации является «возврат к человеку» в исследованиях (то есть обращение к методам, которые предполагают наличие контакта с респондентом) или применение специальных потребительских панелей, в основе структуры которых лежит значительное число интерконнектов, обеспечивающих репрезентативность выборки по множеству параметров и нивелирование смещения выборки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Динамичное становление цифрового общества ставит перед социологами вызовы, связанные не только с созданием и использованием новых инструментов сбора и анализа данных, но и с концептуализацией самих подходов к выборочным исследованиям. Цифровая социология представляет собой динамично развивающуюся область, которая активно использует современные приемы парсинга самых разнообразных данных, организации их кодировки и хранения, а также интерпретации и осмысления полученных результатов. Важнейшими аспектами этой дисциплины являются интеграция традиционных методов с новыми подходами, основанными на анализе

⁷ Институт Человека «РОМИР». Платформенные решения для сбора и анализа данных. Режим доступа: <https://www.romir.ru/for-clients/resources/platform-solutions> (дата обращения: 09.02.2026).

⁸ Всероссийский центр изучения общественного мнения. Опросы в интернете с помощью панели ВЦИОМ. Режим доступа: <https://wciom.ru/o-kompanii/metodlaboratorija/metody-issledovaniy/oprosy-v-internete-s-pomoshchju-paneli-vciomonlain?ysclid=mdty70ecc7479506260> (дата обращения: 09.02.2026).

⁹ Фонд «Общественное мнение». Режим доступа: <https://fom.ru/> (дата обращения: 09.02.2026).

¹⁰ ГФК-Русь. Режим доступа: <https://www.scanner.icmr.ru/> (дата обращения: 09.02.2026).

больших данных, и применение инновационных методов, таких как цифровой сторителлинг или интент-анализ.

Современные социологи сталкиваются с вызовами, связанными с репрезентативностью выборок и интерпретацией данных, что подчеркивает необходимость сочетания количественных и качественных методов. Неотрузивные исследования, такие как контент-анализ и онлайн-наблюдение, позволяют минимизировать влияние исследователя на респондентов, обеспечивая более объективные результаты. Использование таких технологий, как машинное обучение и алгоритмический анализ, открывает новые горизонты для изучения сложных социальных явлений и паттернов поведения. Однако важно помнить о необходимости критического осмысления этих технологий и противоречий, которые возникают на пути развития науки и требуют дополнительных усилий профессионалов для методологического фундирования их использования.

Отражением этих сложных процессов стало развитие подхода, который характеризуется комбинированием больших данных и Thick Data, позволяя достичь синергии двух противоположных направлений, что подразумевает необходимость калибровки данных, использующих качественные методы для проверки количественных выводов, и контекстуализации паттернов, позволяющей добавить глубину к итогам статистического анализа с помощью

качественных исследований (Губа, 2018). Такой подход помогает исследователям не только выявлять закономерности в поведении людей, но и понимать их причины, что значительно повышает качество социологических исследований и увеличивает прогностические возможности общественных наук.

Формируется устойчивый спрос на обогащение и обновление теоретического и методологического арсенала цифровой социологии в академической и образовательной среде, о чем пишет О.Ю. Тевлюкова (Тевлюкова, 2024). На рынке труда возникают новые профессиональные ниши, связанные с анализом и обработкой больших данных, что, в свою очередь, требует подготовки релевантной профессиональной подготовки.

Социологические инструменты в цифровой социологии не только расширяют методологический арсенал исследователей, но и способствуют более глубокому пониманию изменений в социальных структурах и взаимодействиях элементов социума. Это направление требует постоянного обновления знаний и навыков социологов, а также междисциплинарного подхода к изучению влияния новых технологий на повседневную жизнь. В силу этого цифровая социология становится важным инструментом для анализа и интерпретации современного общества в условиях стремительного технологического прогресса, свидетелями которого мы являемся.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александр, Дж. Смыслы социальной жизни: Культурсоциология / Дж. Александр. — М.: Праксис, 2013. — 640 с. — ISBN 978-5-901574-96-6.
- Анюхина, А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа / А. М. Анюхина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 2(24). — С. 146–150. — EDN YRGIGD.
- Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. — Москва: Добросвет. 2012. — 257 с. — ISBN 978-5-98227-617-9.
- Вайсбург, А. В. Обзор современных электронных количественных опросных методов социологических исследований / А. В. Вайсбург // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2020. — № 55. — С. 185–195. — DOI 10.17223/1998863X/55/19. — EDN MBOOJA.
- Василенко, Л. А. Применение гибких исследовательских подходов в социологии управления / Л. А. Василенко // Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В. А. Ядова): сборник материалов, Москва, 28–30 ноября 2019 г. — Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2019. — С. 523–528. — EDN FBVPCL.
- Василенко, Л. А. Социология цифрового общества / Л. А. Василенко, Н. Н. Мещерякова. — Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2021. — 226 с. — ISBN 978-5-4387-1043-1. — EDN UQJHJQ.
- Вилкова, О. В. К вопросу о научной осмысленности применения веб-скрейпинга как метода сбора данных в социологических исследованиях / О. В. Вилкова // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2020. — № 54. — С. 163–175. — DOI 10.17223/1998863X/54/16. — EDN RWXNFR.
- Волков, В. В. Проблемы и перспективы исследований на основе Big Data (на примере социологии права) / В. В. Волков, Д. А. Скугаревский, К. Д. Титаев // Социологические исследования. — 2016. — № 1(381). — С. 48–58. — EDN VSLWVL.

- Гаврилова, М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации / М. В. Гаврилова // Политическая лингвистика. — 2008. — № 1(24). — С. 22–28. — EDN JVZAPJ.
- Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. — Москва: Канон-Пресс-Ц, 2000. — 304 с. — ISBN 5-93354-006-4.
- Грушевская, В. Ю. Применение метода цифрового сторителлинга в проектной деятельности учащихся / В. Ю. Грушевская // Педагогическое образование в России. — 2017. — № 6. — С. 38–44. — DOI 10.26170/po17-06-05. — EDN ZDLZWX.
- Губа, К. Большие данные в социологии: новые данные, новая социология? / К. Губа // Социологическое обозрение. — 2018. — Т. 17, № 1. — С. 213–236. — DOI 10.17323/1728-192X-2018-1-213-236. — EDN XNYZFF.
- Добринская, Д. Е. Цифровое общество в социологической перспективе / Д. Е. Добринская // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. — 2019. — Т. 25, № 4. — С. 175–192. — DOI 10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192. — EDN QPHJEN.
- Докторов, Б. З. От соломенных опросов к постгэллаповским опросным методам: научные работы / Б. З. Докторов. — Москва: Директ-Медиа, 2013. — 72 с. — ISBN 978-5-4458-2861-7. — EDN SULUYL.
- Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Т. М. Дридзе. — Москва: Наука, 1984. — 270 с.
- Дудина, В. И. Социологическое знание в контексте развития информационных технологий / В. И. Дудина // Социологические исследования. — 2015. — № 6(374). — С. 13–22. — EDN UAXUCJ.
- Журавлева, Е. Ю. Социология в сетевой среде: к цифровым социальным исследованиям / Е. Ю. Журавлева // Социологические исследования. — 2015. — № 8(376). — С. 25–33. — EDN UFZIQP.
- Крыштановская, О. В. Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху / О. В. Крыштановская // Цифровая социология. — 2018. — Т. 1, № 1. — С. 4–8. — DOI 10.26425/2658-347X-2018-1-4-8. — EDN YSZPRB.
- Кудрявцева, Н. Ф. Опрос, который изменил опросы / Н. Ф. Кудрявцева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2009. — № 87. — С. 160–167. — EDN KKPXSL.
- Лавров, И. А. Цифровая социология и современные методы изучения политической элиты / И. А. Лавров // Вестник университета. — 2019. — № 6. — С. 173–179. — DOI 10.26425/1816-4277-2019-6-173-179. — EDN DCBHWA.
- Латур, Б. Пересборка социального / Б. Латур. — Москва: ВШЭ, 2020. — 384 с. — ISBN 978-5-7598-0819-0.
- Назарова, О. С. Цифровой сторителлинг как современная образовательная практика / О. С. Назарова // Гуманитарная информатика. — 2018. — № 15. — С. 15–28. — DOI 10.17223/23046082/15/2. — EDN VTYTEV.
- Ницевич, В. Ф. Цифровая социология: теоретико-методологические истоки и основания / В. Ф. Ницевич // Цифровая социология. — 2018. — Т. 1, № 1. — С. 18–28. — DOI 10.26425/2658-347X-2018-1-18-28. — EDN YSZPRR.
- Одинцов, А. В. Социология общественного мнения и вызовы Big Data / А. В. Одинцов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2017. — № 3(139). — С. 30–43. — DOI 10.14515/monitoring.2017.3.04. — EDN ZQQENZ.
- Окушова, Г. А. Цифровой этикет и регламенты в коммуникативном порядке социально- сетевого пространства / Г. А. Окушова // Общество: социология, психология, педагогика. — 2021. — № 1(81). — С. 24–27. — DOI 10.24158/spp.2021.1.3. — EDN GXLBYN.
- Павлова, Н. Д. Интент-анализ: основания, процедура, опыт использования / Н. Д. Павлова, Т. А. Гребенщикова. — Москва: Институт психологии РАН, 2017. — 151 с. — ISBN 978-5-9270-0350-1.
- Рыков, Ю. Область интернет-исследований в социальных науках / Ю. Рыков, О. Нагорный // Социологическое обозрение. — 2017. — Т. 16, № 3. — С. 366–394. — DOI 10.17323/1728-192X-2017-3-366-394. — EDN YTHMKS.
- Тевлюкова, О. Ю. Востребованность цифровой социологии как сферы профессиональной деятельности / О. Ю. Тевлюкова // Вестник экономики, права и социологии. — 2024. — № 3. — С. 228–231. — DOI 10.24412/1998-5533-2024-3-228-231. — EDN UAALHJ.
- Толстова, Ю. Н. Социология и компьютерные технологии / Ю. Н. Толстова // Социологические исследования. — 2015. — № 8(376). — С. 3–13. — EDN UFZIOR.
- Фархатдинов, Н. Питер Сноу. «Перформанс общества» / Н. Фархатдинов // Социологическое обозрение. — 2011. — Т. 10, № 1-2. — С. 75–78. — EDN NYKOAD.
- Щекотин, Е. В. Цифровые технологии в социальных науках: предмет и метод цифровой социологии / Е. В. Щекотин // Социология и право. — 2020. — № 1(47). — С. 49–59. — DOI 10.35854/2219-6242-2020-1-49-59. — EDN EVEDKP.
- De Jager, A. Digital storytelling in research: A systematic review / A. De Jager // The Qualitative Report. — 2017. — Vol. 22, No. 10. — Pp. 2548–2582. — DOI 10.46743/2160-3715/2017.2970.
- Jemielniak, D. Thick Data: Doing Digital Social Sciences / D. Jemielniak. — Oxford University Press, 2020. — 208 p.
- Kozinets, R. V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities / R. V. Kozinets // Journal of Marketing Research. — 2002. — Vol. 39, No. 1. — Pp. 61–72. — DOI 10.1509/jmkr.39.1.61.18935.
- Kozinets, R. V. Netnography: Understanding Networked Communication Society / R. V. Kozinets // The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. — SAGE, 2022.
- Lupton, D. Digital sociology: critical perspectives / D. Lupton. — Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013. — 249 p. — ISBN 978-1138022768.

- Neal, R. *Expanding Sentience: Introducing Digital Sociology* / R. Neal. — Lulu Press, Inc., 2010. — 150 p. — ISBN 978-0557726219.
- Selwyn, N. *What is Digital Sociology?* / N. Selwyn. — Cambridge: Polity Press, 2019. — 152 p. — ISBN 978-1509527113.
- Wynn, J. Digital Sociology: Emergent Technologies in the Field and the Classroom / J. Wynn // *Sociological Forum*. — 2009. — Vol. 24, No. 2. — Pp. 448–456. — DOI 10.1111/j.1573- 7861.2009.01109.x.

REFERENCES

- Alexander, J. (2013). *The meanings of social life: Cultural Sociology*. Moscow: Praxis, 2013. (In Russian).
- Anyukhina, A. M. (2017). The phenomenon of multimedia long-read and digital storytelling in online media. *Znak: A Problematic Field of Media Education*, 2(24), 146–150. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2012). *Transparency of evil*. Moscow: Dobrosvet. (In Russian).
- De Jager, A. (2017). Digital storytelling in research: A systematic review. *The Qualitative Report*, 22(10), 2548–2582. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2017.2970>
- Dobrinskaya, D. E. (2019). Digital society in a sociological perspective. *Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science*, 25(4), 175–192. (In Russian). <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192>
- Doktorov, B. Z. (2013). *From straw polls to post-Collapse survey methods: scientific papers*. Moscow: Direct-Media. (In Russian).
- Drizde, T. M. (1984). *Textual activity in the structure of social communication*. Moscow: Nauka. (In Russian).
- Dudina, V. I. (2015). Sociological knowledge in the context of information technology development. *Sociological Research*, 6(374), 13–22. (In Russian).
- Farkhatdinov, N. (2011). Peter Snow. “Performance of society”. *Sociological Review*, 10(1-2), 75–78. (In Russian).
- Gavrilova, M. V. (2008). Methods and techniques of political communication research. *Political Linguistics*, 1(24), 22–28. (In Russian).
- Grushevskaya, V. Yu. (2017). Application of the digital storytelling method in students’ project activities. *Teacher Education in Russia*, 6, 38–44. (In Russian). <https://doi.org/10.26170/po17-06-05>
- Guba, K. (2018). Big Data in sociology: new data, new sociology? *Sociological Review*, 17(1), 213–236. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-1-213-236>
- Hoffman, I. (2000). *Presenting oneself to others in everyday life*. Moscow: Canon-Press-C. (In Russian).
- Jemielniak, D. (2020). *Thick Data: Doing Digital Social Sciences*. Oxford University Press.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72. <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>
- Kozinets, R. V. (2022). Netnography: Understanding Networked Communication Society. In: *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE.
- Kryshtanovskaya, O. V. (2018). Contactless sociology: new forms of research in the Digital Age. *Digital Sociology*, 1(1), 4–8. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2018-1-4-8>
- Kudryavtseva, N. F. (2009). The poll that changed polls. *Proceedings of the Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen*, 87, 160–167. (In Russian).
- Lavrov, I. A. (2019). Digital sociology and modern methods of studying the political elite. *Vestnik Universiteta*, 6, 173–179. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-6-173-179>
- Latour, B. (2020). *The reassembly of the social*. Moscow: HSE Publ. House. (In Russian).
- Lupton, D. (2013). *Digital sociology: critical perspectives*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Nazarova, O. S. (2018). Digital storytelling as a modern educational practice. *Humanitarian Informatics*, 15, 15–28. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/23046082/15/2>
- Neal, R. (2010). *Expanding Sentience: Introducing Digital Sociology*. Lulu Press, Inc.
- Nitsevich, V. F. (2018). Digital sociology: theoretical and methodological origins and foundations. *Digital Sociology*, 1(1), 18–28. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2018-1-18-28>
- Odintsov, A. V. (2017). The sociology of public opinion and the challenge of Big Data. *Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3(139), 30–43. (In Russian). <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.3.04>
- Okushova, G. A. (2021). Digital etiquette and regulations in the communicative order of the social network space. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogy*, 1(81), 24–27. (In Russian). <https://doi.org/10.24158/spp.2021.1.3>
- Pavlova, N. D., Grebenshchikova, T. A. (2017). *Intent analysis: grounds, procedure, experience of use*. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Science. (In Russian).
- Rykov, Yu., Nagorny, O. (2017). The field of Internet research in social sciences. *Sociological Review*, 16(3), 366–394. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-3-366-394>

Selwyn, N. (2019). *What is Digital Sociology?* Cambridge: Polity Press.

Shchekotin, E. V. (2020). Digital technologies in social sciences: the subject and method of digital sociology. *Sociology and Law*, 1(47), 49–59. (In Russian). <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2020-1-49-59>

Tevlyukova, O. Yu. (2024). The relevance of digital sociology as a field of professional activity. *Bulletin of Economics, Law and Sociology*, 3, 228–231. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/1998-5533-2024-3-228-231>

Tolstova, Yu. N. (2015). Sociology and computer technologies. *Sociological Research*, 8(376), 3–13. (In Russian).

Vaisburg, A. V. (2020). Review of modern electronic quantitative survey methods of sociological research. *Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political Science*, 55, 185–195. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/1998863X/55/19>

Vasilenko, L. A. (2019). Application of flexible research approaches in the sociology of management. In: *The future of sociological knowledge and the challenges of social transformations (on the occasion of the 90th anniversary of the birth of V. A. Yadov): Collection of Materials, Moscow, November 28–30, 2019*. Moscow: Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences. (In Russian).

Vasilenko, L. A., Meshcheryakova, N. N. (2021). *Sociology of digital society*. Tomsk: National Research Tomsk Polytechnic University. (In Russian).

Vilkova, O. V. (2020). On the question of the scientific meaningfulness of the use of web scraping as a method of data collection in sociological research. *Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, 54, 163–175. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/1998863X/54/16>

Volkov, V. V., Skugarevsky, D. A., & Titaev, K. D. (2016). Problems and prospects of Big Data-based research (using the example of the sociology of law). *Sociological Research*, 1(381), 48–58. (In Russian).

Wynn, J. (2009). Digital Sociology: Emergent Technologies in the Field and the Classroom. *Sociological Forum*, 24(2), 448–456. <https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2009.01109.x>

Zhuravleva, E. Yu. (2015). Sociology in a networked environment: towards digital social research. *Sociological Research*, 8(376), 25–33. (In Russian).