Galactica Media: Journal of Media Studies. 2026. No 3 | ISSN: 2658-7734
Новые медиа – новые коммуниканты | https://doi.org/10.46539/gmd.v8i3.746

Platform Sociality: Mediality as a Condition of Agency

Sophia V. Tikhonova[1], **& Alexey A. Kornievsky**[2]

Saratov State University. Saratov, Russia

Received: 29 March 2026 | Revised: 13 April 2026 | Accepted: 20 April 2026

Abstract

Contemporary digital platforms are transforming the structure of social reality by creating new forms of communication, interaction, and collective organization. In the conditions of a platform society, social relations are increasingly formed within media infrastructures where algorithms, interfaces, and user practices jointly determine the regimes of visibility, participation, and circulation of information. This development requires a reconsideration of the category of agency, since social action becomes closely connected with the medial conditions of its realization. The aim of this study is to provide a theoretical analysis of the phenomenon of platform sociality through the lens of mediality as a structural condition for the formation of communicative agency in digital society. The article demonstrates that platform mediality shapes specific regimes of communication in which both human and algorithmic communicative agents operate. The analysis shows that agency in the digital environment emerges as an operational effect of media infrastructure and manifests itself through the distribution of functions between visible interface agents and invisible algorithmic mechanisms that govern visibility and attention. The study concludes that platform sociality is formed through the interaction between algorithmic mechanisms and user practices, which often redefine the original architecture of platforms. The article may be of interest to researchers in digital media studies, social philosophy, sociology of communication, and platform studies.

Keywords

Platform Society; Platform Sociality; Mediality; Communicative Agency; Algorithmic Agents; Social Platforms; Media Infrastructure; Algorithmic Visibility; Digital Communication; Platform Studies

This work is licensed under a Creative Commons “Attribution” 4.0 International License
© 2026 Sophia V. Tikhonova, & Alexey A. Kornievsky

1 Email: segedasv[at]yandex.ru ORCID https://orcid.org/0000-0003-2487-3925
2 Email: kornievskyaa[at]yandex.ru ORCID https://orcid.org/0009-0007-9368-901X

Galactica Media: Journal of Media Studies. 2026. No 3 | ISSN: 2658-7734
New Media – New Communicants | https://doi.org/10.46539/gmd.v8i3.746

Платформенная социальность: медиальность как условие агентности

Тихонова Софья Владимировна[1], **Корниевский Алексей Анатольевич**[2]

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского. Саратов, Россия

Рукопись получена: 29 март 2026 | Пересмотрена: 13 апреля 2026 | Принята: 20 апреля 2026

Аннотация

Современные цифровые платформы трансформируют структуру социальной реальности, создавая новые формы коммуникации и коллективной организации. В условиях платформенного общества социальные отношения все чаще формируются внутри медиальных инфраструктур, где алгоритмы, интерфейсы и пользовательские практики совместно определяют режимы видимости, участия и распространения информации. Данные процессы приводят к необходимости переосмысления категории агентности, поскольку социальное действие оказывается тесно связано с медиальными условиями его реализации. Цель исследования заключается в теоретическом анализе феномена платформенной социальности через призму медиальности как структурного условия формирования коммуникативной агентности в цифровом обществе. В статье показано, что платформенная медиальность формирует специфические режимы коммуникации, в которых действуют как человеческие, так и алгоритмические коммуникативные агенты. Анализ демонстрирует, что агентность в цифровой среде возникает как операциональный эффект медиальной инфраструктуры и проявляется в распределении функций между видимыми интерфейсными агентами и невидимыми алгоритмическими механизмами управления вниманием. Сделан вывод о том, что платформенная социальность формируется в результате взаимодействия алгоритмических механизмов и пользовательских практик, которые нередко переопределяют первоначальную архитектуру платформ. Статья может быть полезна исследователям цифровых медиа, социальной философии, социологии коммуникации и платформенных исследований.

Ключевые слова

платформенное общество; платформенная социальность; медиальность; коммуникативная агентность; алгоритмические агенты; социальные платформы; медиальная инфраструктура; алгоритмическая видимость; цифровая коммуникация; платформенные исследования

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0
© 2026 Тихонова Софья Владимировна, Корниевский Алексей Анатольевич

1 Email: segedasv[at]yandex.ru ORCID https://orcid.org/0000-0003-2487-3925
2 Email: kornievskyaa[at]yandex.ru ORCID https://orcid.org/0009-0007-9368-901X

Введение

Современное понимание социальной реальности фокусируется на понятии платформ. Корпоративные стратегии цифровых компаний, стремившихся обеспечить устойчивое присутствие пользователей внутри собственных медиасред, привели к расцвету сайтов-платформ, аккумулирующих базовую социальную активность. Первоначально платформенные инфраструктуры создавались для того, чтобы удерживать аудитории вокруг сервисов, распространяющих медиаконтент. Музыкальные и видеопорталы, социальные сети и поисковые системы стремились добиться того, чтобы пользователь как можно дольше оставался внутри экосистемы, потребляя контент, генерируя данные и тем самым увеличивая коммерческую ценность платформы. Такая модель, основанная на логике постоянного расширения пользовательской базы и превращения медиапотребления в непрерывный поток взаимодействий, быстро вышла за рамки сферы развлечений. Платформы начали интегрировать различные виды коммуникации, от гражданско-политических до культурных, охватывающих все больше аспектов повседневной жизни. Концептуализация экспансии платформ осуществлялась в рамках теорий платформенного общества, основой которых стали работы Т. Гилеспи (2018), Дж. С. Андерссона и С. А. Ларсона (2018) и Х. ван Дийк и соавторов (2018). Платформа перестает быть просто площадкой для размещения информации и превращается в инфраструктуру организации социально-политической активности. На платформах коммуникационные практики пользователей начинают структурироваться алгоритмически управляемыми режимами участия, что приводит к формированию новых конфигураций социальности (van Dijck & Poell, 2013).

Если традиционные сообщества формировались на фундаменте относительно устойчивых социальных связей, предполагающих территориальную близость, институциональную принадлежность, профессиональную или культурную идентичность, то контингентности платформ представляют собой временные и динамические совокупности пользователей, объединенных алгоритмически выявленными совпадениями интересов, поведенческих паттернов и медиальных предпочтений. Иначе говоря, в платформенном обществе коллективные связи формируются не только через символические и институциональные структуры, но и через алгоритмически собираемые контингентности людей. Репертуар социального действия детерминирован медиальными условиями.

Именно поэтому активное обсуждение проблематики медиальности в гуманитарных и социальных науках пришлось на период расцвета платформенного общества. В доцифровую эпоху медиа преимущественно рассматривались как каналы передачи информации или средства массовой коммуникации, их структурное влияние на организацию социального опыта оставалось

менее заметным. С распространением платформенных инфраструктур стало очевидно, что социальные процессы разворачиваются внутри медиальных сред, которые задают правила видимости, взаимодействия и интерпретации информации. Цель статьи заключается в теоретическом анализе феномена платформенной социальности через призму медиальности как структурного условия формирования коммуникативной агентности в цифровом обществе. В рамках исследования предполагается показать, каким образом медиальность цифровых платформ структурирует формы участия пользователей, задает параметры видимости и взаимодействия в публичном дискурсе и тем самым формирует новые типы распределенной агентности, характерные для платформенной социальной реальности.

Медиальность платформенной социальности

Чтобы понять, почему платформенная социальность не сводится к совокупности цифровых взаимодействий, необходимо сначала различить социальность как совокупность отношений и медиальность как условие их технической и символической организации. Со времен М. Маклюэна социальная реальность информационного общества позиционируется как «глобальная деревня» или «новый трайбализм» именно потому, что электронные медиа делают избыточными громоздкие социальные институты, которые формализуют, стандартизируют интеракции микроуровня. Однако трещины платформенной социальности обнаруживают разнообразие и вариативность дистантной коммуникации, поддерживающей социальную реальность. На этом основании можно выделить два аналитических уровня дескрипции последней – социальность и медиальность.

Социальность относится к отношениям между людьми и группами. Она фиксирует то, *кто взаимодействует*, *в каких отношениях* и *в каких институциональных рамках*. В цифровом обществе социальность проявляется в сетевых сообществах, цифровых платформах, онлайн-идентичностях, виртуальных сообществах, экономике внимания и новых формах коллективного действия.

Медиальность, напротив, относится к способу существования и организации коммуникации. Это характеристика среды и формы передачи смысла, через которую социальные взаимодействия становятся возможными. Медиальность описывает *как именно* осуществляется коммуникация: через какие медиумы, интерфейсы, алгоритмы, технические и символические структуры. В цифровом обществе медиальность включает алгоритмические платформы, интерфейсы социальных сетей, цифровые архивы, базы данных, визуальные и интерактивные формы представления информации.

Таким образом, различие между этими двумя концептами можно сформулировать следующим образом: социальность описывает отношения между субъектами, тогда как медиальность описывает медиальные условия, в которых

эти отношения возникают и разворачиваются. Социальность отвечает на вопрос о содержании социального взаимодействия (что происходит), медиальность – о его структуре и форме (как происходит и в чём выражается).

В цифровом обществе это различие становится наглядным – медиальные инфраструктуры начинают активно участвовать в формировании самой социальности. Поэтому в современных исследованиях все чаще говорят о медиализированной или платформенной социальности, где социальные отношения неразрывно связаны с медиальными инфраструктурами. Медиальность в таком случае выступает как условие и форма организации социальности, тогда как социальность остается содержанием самих взаимодействий.

В научных исследованиях нынешнего десятилетия понятие медиальности заметно меняет свой статус: оно больше не сводится к свойству отдельного медиума или канала передачи сообщения, а понимается как условие формирования опыта, знания и социальной коммуникации (Hug & Leschke, 2021; Jensen & Schirrmacher, 2024). Если в более ранних теориях медиа акцент часто ставился на репрезентации или передаче содержания, то в новых работах медиальность мыслится как способ организации самой культурной и социальной реальности (Hug, T. & Leschke, 2021).

Т. Хуг и Р. Лешке осуществляют демаркацию концептов, различая «медиализацию» и «медиатизацию» следующим образом (2021). Первая обозначает фундаментальную включенность мира в медиальные инфраструктуры и формы опосредования, тогда как вторая относится к более конкретным процессам воздействия медиа на отдельные социальные сферы, институты и практики. Это различение важно потому, что оно смещает разговор о медиальности с уровня описания отдельных средств коммуникации на уровень анализа медиасреды, внутри которой вообще становятся возможны дискурс, восприятие и социальное действие.

В исследованиях интермедиальности также наблюдается отказ от схем, сводящих медиальность к имманентной характеристике конкретного медиума. Медиальность раскрывается через переходы, комбинации и трансформации между различными медиальными формами (He & Bruhn, 2023). Особенно показательно, что междисциплинарный пересмотр интермедиальности строится вокруг категорий сочетания, репрезентации и преобразования медиа, то есть вокруг отношений, а не сущностей (He & Bruhn, 2023). Цифровая среда радикализирует этот сдвиг, поскольку в ней интермедиальность предстает общим принципом существования цифровых форм, в которых медиумы постоянно смешиваются, перекодируются и переформатируют друг друга (Fusillo & Lino, 2024). Поэтому медиальность в цифровую эпоху следует понимать не как принадлежность к определенному носителю, а как режим циркуляции форм и способов восприятия.

Философский статус понятия медиальность обосновывается категориальным анализом понятийного ряда «медиа», «медиация», «медиальность»

(Bennke & Pinchevski, 2022). Различие между процессом опосредования и собственно медиальностью как структурным качеством медиума позволяет освободить медиальность от семантического сопряжения с вторичным эффектом коммуникации и определить её как более фундаментальную категорию, описывающую отношения между знаком, носителем и воспринимающим субъектом. Это различие Дж. Беннке и А. Пинчевски возводят к традициям философствования Гегеля и Аристотеля, показывая, что вопрос о медиуме нельзя свести к техническому каналу или нейтральному посреднику (2022).

Линию аргументации Беннке и Пинчевски развивает М. Данг-Ан (2024). Соединение проблематики медиальности с индексикальностью и семиотическими медиапрактиками позволяет ему перейти к пониманию медиальности как способа действия со знаками, при котором индексальные указания, контекстуальные привязки и материальные условия коммуникации становятся частью самого значения.

Если ранние подходы концентрировались на медиуме как носителе, а более поздние – на интермедиальных переходах, то сегодня в центре оказывается медиальность как структура опосредования и как операциональная среда обращения со знаками. Новое понимание медиальности можно определить как объединение трех планов: онтологического, где медиа задают условия опыта; реляционного, где важны формы опосредования; и прагматического, где знаки действуют внутри конкретных медиапрактик.

Существенность этого поворота особенно заметна на фоне различия между «медиа» и «медиальностью». В классических теориях коммуникации медиа нередко рассматривались инструментально – как средства передачи уже готового содержания. Однако современная медиафилософия исходит из того, что медиум генеративен: он не просто переносит смысл, а задает форму восприятия, ритм взаимодействия, режимы включения и исключения. В этом смысле медиальность обозначает не вещь, а способ действия медиума, его способность организовывать поле опыта еще до того, как в нем возникнет конкретное сообщение. Платформы обнажили эту логику. В печатной культуре или в эпоху телевидения медиальная инфраструктура была имплицитной и потому слабо тематизировалась. Сегодня социальные процессы определяются не только намерениями акторов и не только содержанием сообщений, но и архитектурой медиальной среды, внутри которой эти сообщения существуют. Платформы сделали медиальность наблюдаемой как социальный факт.

Не менее важно и то, что цифровая культура разрушила прежнее представление о медиуме как о чем-то единичном и технически локализуемом. Платформы соединяют текст, изображение, видео, звук, программный код, интерфейс и алгоритмическую обработку в одном пространстве. Поэтому медиум сегодня все труднее описывать как отдельное устройство или канал; точнее говорить о сложной медиальной конфигурации, где разные формы

выражения и разные режимы обработки данных действуют совместно. Именно отсюда растет интерес к интермедиальности и мультимодальности: исследователи стремятся понять, как различные медиальные слои взаимодействуют друг с другом и как из этого взаимодействия возникает новый тип культурной формы.

Наконец, понятие медиальности оказалось востребованным потому, что изменился сам уровень анализа общества. Если индустриальная модерность побуждала изучать прежде всего институты, классы, нормы и коммуникационные процессы, то платформенная современность требует анализа сетей, интерфейсов, потоков и алгоритмов. Социальное больше нельзя мыслить вне его технической и медиальной организации. Поэтому обращение к медиальности означает не модный теоретический жест, а попытку описать базовый уровень социальной реальности. В этом смысле медиальность стала центральным понятием именно тогда, когда медиа окончательно превратились из посредников в инфраструктуру мира.

Коммуникативные агенты

Медиальность задает инфраструктурные условия коммуникации, тогда как коммуникативные агенты позволяют описать конкретные формы действия внутри этой среды. В последние годы наблюдается активное применение этого понятия к анализу искусственных систем, алгоритмов и цифровых интерфейсов. Одним из ключевых направлений исследований является анализ взаимодействия человека и искусственного (нечеловеческого) агента в контексте повседневной коммуникации. В работе Э. Мервин показано, что пользователи способны воспринимать искусственный интеллект как полноценного участника общения и раскрывать ему личную информацию на уровне, сопоставимом с взаимодействием с человеком (Merwin et al., 2025). Коммуникативный агент здесь определяется через способность вступать в доверительное взаимодействие и выполнять функции социального партнера в диалоге.

В образовательных исследованиях понятие коммуникативного агента связывается с возможностью искусственных систем участвовать в педагогической коммуникации. В работе З. Цуй, посвященной использованию ChatGPT в обучении иностранным языкам, ИИ рассматривается как агент, чья эффективность определяется качеством интеракции с пользователем, а не только техническими возможностями системы (Cui et al., 2025). В этой перспективе важнейшим признаком агента становится способность поддерживать устойчивый коммуникативный обмен. Она дополняется коммуникативной компетентностью: исследования показывают, что эффективные агенты должны обладать набором коммуникативных навыков, включающих управление взаимодействием, выражение эмпатии и способность поддерживать диалог (Qin, 2025).

Другой блок исследований сосредоточен на технологических свойствах нечеловеческих агентов. В работах по взаимодействию человека и машин устанавливается, что современные коммуникативные агенты, такие как чат-боты, голосовые ассистенты и социальные роботы, функционируют как самостоятельные участники коммуникационных процессов и требуют разработки специальных методик исследования их взаимодействия с людьми (Greussing, 2022). В этом русле коммуникативный агент определяется через его способность участвовать в диалоговых структурах и поддерживать процесс интерпретации сообщений. Впрочем, зачастую действия агентов выходят за рамки одной лишь интерпретации (Алиев, 2025).

В исследованиях многоагентных систем акцент переносится на способность искусственных агентов взаимодействовать друг с другом. В работе Г. Ли и соавторов предлагается модель коммуникативных агентов, взаимодействующих друг с другом через языковую коммуникацию для решения сложных задач (2023). В данном контексте коммуникативный агент определяется через способность к автономному обмену информацией и совместному решению задач.

Рассмотренные определения позволяют выделить несколько основных признаков нечеловеческого коммуникативного агента. Во-первых, это способность участвовать в диалогическом взаимодействии и интерпретировать сообщения. Во-вторых, коммуникативная компетентность, выражающаяся в способности поддерживать социально значимые формы взаимодействия. В-третьих, обладание определенной степенью автономности, позволяющей агенту инициировать и поддерживать коммуникацию. В-четвертых, способность координировать действия участников коммуникации и влиять на их поведение. Эти признаки позволяют сформулировать обобщающее определение коммуникативного агента как гибридного актора коммуникации, который может быть как человеческим, так и технологическим.

Важно отметить, что поведение коммуникативных агентов не является спонтанным результатом работы алгоритмов. Напротив, оно формируется в процессе длительного проектирования, в рамках которого сначала моделируются формы человеческой коммуникации, а затем параметры поведения искусственных систем постепенно приближаются к выявленным моделям взаимодействия. Рассмотрим этот процесс на примере трех исследований, посвященных симуляции коммуникативных агентов.

В приводившейся выше работе Ли и соавторов выдвигается архитектура CAMEL, предназначенная для изучения взаимодействия коммуникативных агентов в рамках симулированного общества (2023). Она представляет собой схему сценариев общения, которая создается прежде всего как инструмент исследования: она позволяет генерировать данные о коммуникации агентов и анализировать их «когнитивные» процессы, связанные с кооперацией и распределением ролей. Реализация этой схемы основана на том, что модели-

рование направлено на воспроизведение в поведении нечеловеческих коммуникативных агентов структур человеческого взаимодействия – распределения функций, диалоговой координации и согласования целей.

Схожую логику демонстрирует исследование Дж. С. Парк и соавторов, посвященное генеративным агентам, моделирующим человеческое поведение в виртуальной среде (2024). В этой работе искусственные агенты создаются как симулякры человеческого поведения, способные взаимодействовать друг с другом в социальной среде, напоминающей повседневную жизнь. Для этого предлагается архитектура, в которой агенты накапливают воспоминания, формируют планы действий и рефлексируют над прошлым опытом. Благодаря этому они могут инициировать разговоры, строить социальные связи и координировать совместные действия. Ключевой особенностью данной модели является то, что поведение агента не задается напрямую, а выводится из реконструкции типичных человеческих коммуникационных практик.

И, наконец, используется архитектура систем, в которых коммуникативные агенты формируются через воспроизведение психологических механизмов человеческого поведения. В подобных моделях агент наделяется структурой мотиваций, эмоций и целей, позволяющей ему участвовать в коммуникации более «естественным» образом. Например, в рамках проектов, развивающих архитектуру генеративных агентов, моделируются базовые потребности, эмоциональные состояния и социальные отношения, которые влияют на диалоговые стратегии и формы взаимодействия между агентами (Wang, 2023). В результате коммуникация искусственных систем начинает воспроизводить характерные паттерны человеческого общения.

Все три исследования сходятся в том, что искусственные агенты не просто встраиваются в цифровую коммуникацию, а воспроизводят и усиливают уже существующие медиальные стандарты платформенного взаимодействия. Следовательно, анализ агентности в платформенном обществе неизбежно оказывается анализом медиально организованных форм действия.

Проектирование коммуникативных агентов в этих архитектурах проходит два ключевых этапа. На первом этапе создаются модели человеческой коммуникации, в которых исследуются механизмы кооперации, диалога и формирования социальных связей. На втором этапе параметры поведения искусственных систем постепенно калибруются в соответствии с выявленными стандартами человеческого взаимодействия.

В результате коммуникативные агенты оказываются встроенными в ту же архитектуру платформенной коммуникации, которая изначально формировалась для организации неформального человеческого общения, воспроизводящего стандарты офлайна: обмен короткими сообщениями, поддержание социальных связей, обсуждение событий и координация повседневных действий. Именно поэтому большинство платформенных сервисов, от социальных сетей до мессенджеров, организованы вокруг функций публикации, комментиро-

вания, реакции и репоста, которые имитируют и усиливают структуры межличностного диалога.

В результате цифровые платформы воспроизводят логику микросоциального взаимодействия, характерную для межличностной и малой групповой коммуникации. Платформенная среда не просто служит каналом передачи информации, а формирует специфическую модель социальной коммуникации, в которой микросоциальные взаимодействия становятся основным механизмом производства контента и организации публичности. Лайки, комментарии, реакции и подписки представляют собой технологически стандартизированные формы межличностного отклика, благодаря которым межличностная коммуникация масштабируется до уровня массовых сетевых сообществ. В этом смысле платформы можно рассматривать как медиальные инфраструктуры, которые переводят повседневное микросоциальное общение в алгоритмически управляемое пространство цифровой публичности.

Нечеловеческие агенты распознаваемы для человека именно благодаря симуляции человеческих коммуникативных форм. Их архитектура воспроизводит структуры диалога, эмпатии и кооперации, укорененные в человеческой социальности. Поскольку стремление к взаимодействию и распознаванию партнера по коммуникации является нейрофизиологически обусловленной установкой человека, искусственные агенты получают возможность восприниматься как участники общения, имитируя привычные модели межличностного взаимодействия. Тем самым агентность в цифровой среде предстает не как индивидуальное свойство отдельного субъекта, а как результат включенности в уже структурированную медиальную среду. В контексте платформенной коммуникации агентность можно определить как способность акторов инициировать, поддерживать и модифицировать коммуникативные процессы внутри медиальной среды. Однако в цифровом обществе агентность не является изначально присущим субъекту свойством. Она возникает как результат включенности акторов в конкретную медиальную инфраструктуру, которая задает формы возможного действия. Медиальность определяет режимы видимости, допустимые форматы взаимодействия, способы циркуляции сообщений и механизмы координации участников. Именно через эти структурные условия медиальная среда формирует пространство потенциальных действий, внутри которого и проявляется агентность. Таким образом, агентность следует понимать не как автономную характеристику субъекта, а как операциональный эффект медиальности – способность действовать, возникающую в результате взаимодействия между актором, интерфейсом и алгоритмической архитектурой платформенной коммуникации. На этом основании коммуникативный агент может быть рассмотрен как точка пересечения социального действия и платформенной инфраструктуры.

Видимое и невидимое

В структуре платформенной коммуникации коммуникативных агентов можно условно разделить на видимые и невидимые. Видимые агенты представлены интерфейсно оформленными системами: чат-ботами, голосовыми ассистентами, виртуальными помощниками и другими интерактивными сервисами, с которыми пользователь вступает в непосредственное диалоговое взаимодействие. Их архитектура ориентирована на симуляцию человеческих коммуникативных практик: использование естественного языка, воспроизведение эмпатических реакций, поддержание диалога и имитацию индивидуального стиля общения. Главная функция интерфейсов сводится к симуляции человекоподобного взаимодействия и маскировке скрытых вычислительных процессов платформы. Благодаря интерфейсу такие агенты становятся для пользователя узнаваемыми партнерами коммуникации, выступая в роли медиаторов повседневного взаимодействия (Paudyal & Wong, 2019). Интерфейс визуален, и визуальность является главным аргументом реальности его онтологического статуса. Люди, прекрасно осведомленные о виртуальном характере цифровых процессов, благодаря визуальности легко его игнорируют, предпочитая оставаться на позициях наивного антропоморфизма.

Невидимые коммуникативные агенты, которые не представлены напрямую в пользовательском интерфейсе, функционируют не менее эффективно. К ним относятся алгоритмы рекомендаций, системы ранжирования контента, механизмы модерации и другие элементы платформенной инфраструктуры. Они не участвуют в диалоге с пользователем, а организуют режимы видимости коммуникации: определяют, какие сообщения становятся доступными пользователю, какие темы получают распространение и какие взаимодействия усиливаются или, наоборот, подавляются. Алгоритмическая селекция вполне управляема в ручном режиме через настройку систем модерации; применительно к ней «машинное» отнюдь не равнозначно «нейтральному» или «объективному». Алгоритмическая инфраструктура платформ обладает специфической властью конструировать режимы видимости, определяя, что попадает в поле зрения пользователя, а что подвергается угрозе невидимости (Jacobsen, 2023). Эти невидимые механизмы формируют структурные условия публичного дискурса.

В целом работа платформ зависит от агентов обоих видов: видимые обеспечивают симуляцию межличностного общения, невидимые агенты формируют структурные условия коммуникации, управляя потоками информации и распределением внимания в цифровой среде. Результатом их «симбиоза» становится многослойная система платформенной медиальности.

Необходимо отметить, что невидимые алгоритмические агенты функционируют прежде всего как механизмы видимости внутри цифровой экосистемы. Их ключевая задача состоит в том, чтобы в ней перераспределять внимание пользователей, обеспечивая циркуляцию и приоритетное отображение

контента, созданного ее участниками. Такая логика имеет исторические основания и восходит к формированию концепта Web 2.0, в рамках которого рост сети стал связываться прежде всего с ростом пользовательского контента. Основная ценность платформ начала рассматриваться как результат активности самих пользователей, которые производят тексты, изображения, комментарии и другие формы медиаматериалов, непрерывно пополняя информационное пространство платформы.

В этих условиях алгоритмы направляют пользовательское внимание преимущественно на контент, созданный внутри платформенной среды, усиливая его распространение через системы рекомендаций, ленты новостей и персонализированные подборки. Внешние источники информации при этом часто оказываются вторичными по отношению к внутреннему контенту, а платформы симулируют самореферентность.

Подобная архитектура платформенной коммуникации имеет двойственный эффект. С одной стороны, алгоритмическая ориентация на внутренний контент усиливает групповую динамику мезоуровня, формируя устойчивые коммуникативные кластеры пользователей. Персонализированные рекомендации, фильтрация информации и ранжирование сообщений приводят к тому, что пользователи преимущественно сталкиваются с контентом, подтверждающим уже существующие взгляды и интересы. В результате внутри сетевых сообществ усиливается эффект эхокамер, при котором коммуникация воспроизводит и усиливает внутренние позиции группы, снижая вероятность столкновения с альтернативными точками зрения. Платформенные алгоритмы в этом случае выступают механизмами стабилизации групповой идентичности и усиления однородности внутригруппового дискурса.

Различие между видимыми и невидимыми агентами показывает, что платформенная агентность распределена между интерфейсно распознаваемыми участниками общения и скрытыми алгоритмическими механизмами управления вниманием. В этом состоит одна из ключевых особенностей платформенной медиальности: она действует одновременно как форма взаимодействия и как режим селекции видимого.

Люди против алгоритмов

Однако платформенная архитектура никогда не функционирует в полностью замкнутом режиме. Чтобы понять реальные пределы алгоритмической организации социальности, необходимо перейти от проектной логики платформ к тем пользовательским практикам, которые ее трансформируют. Эндогамная модель алгоритмической видимости была характерна для начала второго десятилетия нынешнего века, когда наблюдался интенсивный рост крупнейших из известных сервисов социальных сетей. Последние интенсивно эксплуатировали идею максимальной самоэкспансии, претендуя на роль

всеобъемлющих «Вселенных». По мере роста и конкуренции числа платформ стала отрабатываться концепция кроссплатформенных связей. Де-факто это означало моделирование всех уровней социальных взаимодействий. Платформа становится своего рода экспериментальной моделью общества, где предполагаемые сценарии коммуникации заранее закладываются в архитектуру интерфейсов и алгоритмов.

Однако именно в моменты сбоев или ошибок такого моделирования становится заметно существование более сложных ансамблей социальных связей, не сводимых к платформенной логике. Они обнаруживаются тогда, когда пользователи начинают обходить алгоритмические ограничения, формируют неожиданные сети взаимодействий, используют интерфейсы не по назначению или переносят коммуникацию на другие платформы и офлайн-среды. Эти практики показывают, что реальные социальные связи обладают большей вариативностью и гибкостью, чем предполагают алгоритмические модели. История развития социальных платформ демонстрирует, что архитектура цифровых сервисов редко реализуется строго в соответствии с первоначальным замыслом разработчиков. В результате цифровая платформа становится пространством постоянного напряжения между проектной логикой разработчиков и спонтанной социальной динамикой пользовательских сообществ.

Пользовательские практики по трансформации платформ можно условно разделить на три типа. *Пользовательские инновации* возникают тогда, когда аудитория самостоятельно изобретает новые способы использования функционала платформы, не предусмотренные разработчиками. Так формируются новые коммуникационные форматы, которые впоследствии могут быть институционализированы в интерфейсе. *Демографические захваты платформ* происходят в случаях, когда конкретная социальная группа начинает доминировать в пользовательской базе сервиса и тем самым изменяет его культурную и языковую структуру. Наконец, *транснациональные сети* формируются тогда, когда распределенные по миру сообщества используют платформы для поддержания устойчивых социальных связей через границы государств, создавая инфраструктуры транснациональной коммуникации. Рассмотрим их подробнее.

Одним из наиболее ярких примеров пользовательских инноваций является эволюция коммуникативных практик в Twitter. Многие базовые формы коммуникации внутри сервиса возникли не как результат интерфейсного проектирования, а как спонтанные пользовательские практики. В частности, формат ретвита первоначально существовал как текстовая конвенция “RT @user”, которую пользователи вручную добавляли к сообщениям для цитирования чужих твитов. Лишь после того, как эта практика стала массовой, платформа интегрировала ее в собственный интерфейс (Boyd, Golder & Lotan, 2010). Анализ большого массива сообщений показал, что ретви-

тирование функционировало как особая форма разговорного взаимодействия, позволяющая включать третьих участников в коммуникацию и расширять аудиторию диалога, т.е. переводить коммуникацию из межличностного формата в групповой.

Похожим образом формировалась и практика использования хештегов. Первоначально они возникли как пользовательская стратегия маркирования тем и событий. Со временем эта практика превратилась в устойчивый медиальный механизм организации сетевой публичности: хештеги функционируют как специфические цифровые аффордансы, создающие структуры «моментальной связанности» (momentary connectedness), которые позволяют пользователям временно объединяться вокруг событий, проблем или дискуссий (Rathnayake & Suthers, 2018). Таким образом, ключевые механизмы навигации и коллективного обсуждения внутри платформы сформировались снизу.

В ряде случаев трансформация касается не отдельных функций платформы, а ее социального назначения. Специфически известный сервис OnlyFans создавался как инструмент монетизации эксклюзивного контента для различных категорий авторов – музыкантов, фитнес-тренеров, блогеров. Однако пользователи быстро адаптировали инфраструктуру сервиса для распространения взрослого контента и построения новых моделей цифрового труда. Согласно исследованиям цифровой экономики, именно практики секс-работников превратили OnlyFans в ключевую платформу онлайн-монетизации интимного контента, формируя экосистему кроссплатформенного самобрендинга и распределенной аудитории (McCluskey, 2023; Di Cicco & Beraldo, 2025).

Инновационная динамика наблюдалась и в развитии российской социальной сети ВКонтакте. Хотя изначально ВК создавалась как социальная сеть для общения студентов и во многом копировала раннюю модель англоязычной сети, пользовательские практики быстро трансформировали сервис в крупнейшую площадку обмена аудио- и видеоконтентом. Возможность прикреплять медиаматериалы к публикациям привела к тому, что платформа фактически стала выполнять функции неформального стримингового сервиса. Этот обмен привел к быстрому росту сети до того, как компания начала постепенно легализовывать медиаконтент и выстраивать отношения с правообладателями (Kiriya, 2019).

Теперь перейдем к демографическим захватам, способным радикально переопределять социальную функцию медиасервисов. Особенно наглядно такая функция проявляется в случаях, когда транснациональные мигрантские сообщества фактически присваивают платформы, созданные для иной аудитории, превращая их в инфраструктуру поддержания диаспоральных связей. Как отмечает Дж. Марлоу, именно социальные медиа играют ключевую роль в формировании транснациональных коммуникационных пространств

мигрантов, позволяя им одновременно поддерживать связи с родиной и участвовать в политической и социальной жизни принимающих обществ (2019). При этом цифровые платформы становятся ареной, где мигранты могут как «подрывать», так и воспроизводить существующие структуры власти и коммуникации.

К примерам мигрантского присвоения можно отнести историю социальной сети Friendster. Платформа была запущена в США в 2002 году и изначально ориентировалась на американскую аудиторию. Однако уже через несколько лет разработчики обнаружили, что значительная часть трафика поступает из Юго-Восточной Азии, прежде всего из Филиппин, поскольку позволяла поддерживать повседневную коммуникацию между трудовыми мигрантами и их семьями. Сетевой эффект приглашений способствовал тому, что Friendster постепенно превратился в инфраструктуру транснационального общения филиппинских мигрантов, а значительная часть пользовательской базы сместилась в сторону азиатских стран (Garcia, Mavrodiev & Schweitzer, 2013). Более того, в определенный период филиппинские пользователи составляли значительную долю всей аудитории платформы, что существенно изменило ее географическую структуру и динамику развития.

Похожая динамика наблюдалась и в истории социальной сети Orkut, созданной компанией Google в 2004 году. Первоначально площадка задумывалась как экспериментальная сеть для пользователей из США, однако ее доминирующим «населением» быстро оказались бразильские пользователи. Через систему приглашений бразильские мигранты начали активно привлекать друзей и родственников из Бразилии, формируя плотные онлайн-сообщества. Со временем португальский язык стал лидирующим языком коммуникации внутри сети, а сами сообщества Orkut превратились в пространство повседневной социальной жизни бразильских пользователей (Lisboa & Coutinho, 2011). В определенный период более трех четвертей пользователей платформы были связаны с Бразилией, что фактически превратило Orkut в национальную социальную сеть страны (Fragoso, 2006).

Более современный пример подобной трансформации связан с аудиосервисом Clubhouse, который в 2021 году внезапно стал пространством интенсивной транснациональной коммуникации. Изначально приложение задумывалось как нишевая платформа для технологических предпринимателей и инвесторов Кремниевой долины. Однако благодаря системе приглашений и особенностям аудиоформата платформа была быстро апроприирована пользователями из различных диаспор. В частности, пользователи из материкового Китая и жители Тайваня и Гонконга использовали Clubhouse для обхода цензуры «Великого китайского файервола», обсуждая запрещенные политические темы.

Социальные платформы развиваются не только в соответствии с архитектурными решениями разработчиков, но и в результате коллективного присво-

ения технологических возможностей различными социальными группами. Мигрантские сообщества оказываются особенно мощными агентами такой трансформации в силу острой потребности в поддержании транснациональной социальной связности.

Алгоритмические механизмы платформ нередко концептуализируются как монолитная и самодостаточная система власти. Между тем исследования последних лет убедительно свидетельствуют об ином: алгоритмическая власть по необходимости неполна, ситуативна и постоянно подрывается социальными практиками, которые она не способна ни предвидеть, ни исчерпывающим образом кодифицировать. Этот аспект платформенной социальности концептуализирован Ф. Феррари и М. Грэмом, вводящими понятие «трещин» (fissures) в качестве аналитического инструмента для описания уязвимых мест в архитектуре алгоритмической власти: «трещины суть моменты, когда алгоритмы не способны управлять так, как это было задумано их создателями» (Ferrari & Graham, 2021).

Концепт трещин принципиально переформатирует вопрос о соотношении технологической инфраструктуры и социального действия. Алгоритм выступает здесь не как внешняя, дистанцированная от общества сила, а как постоянно оспариваемый и незавершенный социотехнический артефакт. Сопротивление работников платформ (манипуляции рейтинговыми метриками, массовая координация для принудительного запуска механизмов surge pricing или создание неформальных рабочих объединений в мессенджерах) обнаруживает, что за гладкой поверхностью кода всегда скрываются лакуны, в которые проникает социальная жизнь, не поддающаяся алгоритмизации (Ferrari & Graham, 2021).

Если в рассмотренных выше примерах транснациональные сети проявлялись прежде всего как формы коллективного и диаспорального присвоения платформ, то на микроуровне они обнаруживаются в практиках транснациональной заботы. Здесь платформенная инфраструктура поддерживает уже не только циркуляцию публичной коммуникации, но и воспроизводство повседневного семейного соприсутствия. Алгоритмы, предназначенные для роста активности платформы, могут усиливать именно те социальные сети, которые обладают наибольшей плотностью связей, а диаспоры отличаются именно этим признаком. В результате платформенная архитектура постепенно воспроизводит структуру транснациональных диаспорных отношений, основанных на лично-семейных связях, реализующихся в новых практиках так называемой транснациональной заботы. Теоретизация последней была осуществлена в рамках концепции полимедиа, предложенной М. Мадиану и Д. Миллером (2012). Исследуя филиппинских матерей-мигранток, работающих в Великобритании и оставивших детей на родине, авторы показали, что современные коммуникационные технологии создают сложную медиасреду, в которой различные каналы связи используются

для поддержания эмоциональных отношений на расстоянии. В условиях полимедиа выбор конкретной платформы, например, видеозвонка, голосового сообщения или текстового чата, приобретает социальное и моральное значение. Мигранты используют разные медиа для выражения различных форм заботы, эмоциональной близости или дисциплины в семейных отношениях.

В рамках этих практик формируется особый эффект «соприсутствия». Даже находясь на другом континенте, родители могут постоянно присутствовать в повседневной жизни семьи через непрерывные видеочаты, обмен фотографиями и голосовыми сообщениями. Некоторые матери-мигрантки оставляют видеосвязь включенной на многие часы, создавая ощущение фонового присутствия в доме, несмотря на физическую дистанцию. Анализируя использование WhatsApp пакистанскими мигрантами в Европе, исследователи показывают, что постоянный обмен голосовыми сообщениями, фотографиями, стикерами и видеозвонками формирует устойчивую эмоциональную среду, позволяющую поддерживать родительские роли на расстоянии (Haider & Hussain, 2025). В этом случае цифровые коммуникации становятся механизмом символического воспроизводства семейной близости: отец или мать продолжают участвовать в воспитании детей, несмотря на физическую разлуку.

Сходным образом платформы используются в практических формах заботы, связанных с уходом за пожилыми родственниками. Исследование О. Таводзеры показывает, что семейные группы в WhatsApp могут функционировать как своеобразный «виртуальный дом», где распределенные по разным странам родственники координируют уход за родителями, оставшимися на родине (2025). В таких чатах обсуждаются медицинские вопросы, распределяются финансовые обязательства и принимаются решения о найме сиделок или обращении к врачам.

Более широкую теоретическую рамку для анализа этих процессов предлагает концепция «циркуляции заботы», разработанная Л. Балдассар и Л. Мерлой. Авторы показывают, что забота в транснациональных семьях распределяется между различными членами семьи и перемещается между странами через финансовые переводы, эмоциональную поддержку и организацию повседневных практик ухода (Baldassar & Merla, 2014). Цифровые технологии играют ключевую роль в этой циркуляции, поскольку позволяют поддерживать постоянную коммуникацию и быстро реагировать на возникающие кризисы. Следует, однако, отметить, что сама по себе тема «цифровой эмпатии» не столь беспроблемна, как может показаться на первый взгляд (Aliev, 2026).

Все рассмотренные примеры указывают на один и тот же результат: платформы задают условия коммуникации, но не исчерпывают социальную динамику, которая в них разворачивается. Поэтому платформенную социальность

следует понимать как поле постоянного напряжения между медиальной инфраструктурой, алгоритмической регуляцией и практиками коллективного присвоения. В лакунах-трещинах платформ обнаруживается офлайн-социальность мезо- и макроуровня. На мезоуровне это профессиональные солидарности, неформальные сети взаимопомощи и квазипрофсоюзные структуры, возникающие между курьерами или водителями вокруг конкретных географических хабов (стоянок, кафе, районных чатов), – структуры, невидимые для платформенного алгоритма, но операционально определяющие коллективные тактики его обхода. На макроуровне трещины указывают на действие более широких социальных сил: классовых антагонизмов, миграционных цепочек, этнических солидарностей и исторически сложившихся режимов труда, которые платформа наследует из офлайновых пространств, но которые не в состоянии полностью ни поглотить, ни нейтрализовать. Таким образом, трещины суть не технические сбои, а социальные прорывы – точки, в которых доцифровой мир предъявляет себя цифровому.

Выводы

Проведенный анализ показывает, что платформенная социальность формируется на пересечении двух взаимосвязанных процессов: медиализации социальной реальности и развития коммуникативных агентов, обеспечивающих функционирование цифровых инфраструктур. Платформы перестали быть лишь техническими каналами передачи информации и превратились в сложные социотехнические среды, в которых алгоритмы, интерфейсы и пользовательские практики совместно формируют условия социального взаимодействия. В этом смысле медиальность выступает не просто характеристикой медиума, а базовым условием организации современного социального опыта.

Одним из ключевых результатов исследования является выявление структурной связи между платформенной медиальностью и формированием новых типов агентности. Коммуникативные агенты, как человеческие, так и алгоритмические, образуют гибридную сеть акторов, в которой распределяются функции производства, интерпретации и координации сообщений. Видимые агенты, реализованные через интерфейсы чат-ботов, голосовых ассистентов и других интерактивных систем, обеспечивают симуляцию межличностного взаимодействия. Невидимые агенты, такие как алгоритмы ранжирования, модерации и рекомендаций, формируют режимы видимости коммуникации и структурируют информационные потоки. Их совместная работа создает многослойную архитектуру платформенной коммуникации, в которой социальные связи оказываются тесно переплетены с медиальными механизмами управления вниманием.

Платформенная социальность не является полностью детерминированной алгоритмической архитектурой. Хотя платформы стремятся моделиро-

вать и регулировать различные уровни социального взаимодействия, реальные практики пользователей постоянно модифицируют эти модели. Примеры появления ретвитов и хештегов в Twitter, трансформации функционала OnlyFans или превращения ВКонтакте в крупный медиахостинг демонстрируют, что пользовательские сообщества способны переопределять первоначальную логику платформ. Аналогичным образом транснациональные мигрантские диаспоры используют цифровые сервисы для поддержания распределенных форм семейной и социальной жизни, формируя новые практики транснациональной заботы.

Таким образом, платформы функционируют как экспериментальные модели социальной реальности, в которых алгоритмическое проектирование постоянно сталкивается с разнообразием человеческих практик. Именно в этих точках столкновения возникают «трещины» платформенной архитектуры, моменты, когда алгоритмическая логика оказывается неспособной полностью контролировать социальное поведение. Эти трещины выявляют устойчивость доцифровых форм социальности: профессиональных солидарностей, миграционных сетей, этнических и семейных связей, которые продолжают действовать внутри цифровых инфраструктур и нередко подрывают их алгоритмическую регуляцию.

В этом контексте медиальность следует рассматривать как структурное свойство медиальной среды и медиальных форм, через которые осуществляется коммуникация, восприятие и производство смысла. Платформенная социальность оказывается результатом постоянного взаимодействия между алгоритмическими механизмами управления коммуникацией и социальными стратегиями пользователей, стремящихся адаптировать цифровые инструменты к собственным потребностям.

Перспективы дальнейших исследований связаны с более детальным анализом взаимодействия между различными типами коммуникативных агентов и социальными структурами, возникающими в цифровой среде. Особого внимания требует изучение того, каким образом алгоритмические режимы видимости влияют на формирование коллективных идентичностей, распределение информационного внимания и трансформацию публичной сферы. Анализ этих процессов позволит глубже понять механизмы формирования платформенного общества и выявить пределы алгоритмической регуляции социальной жизни.

Заявления авторов

Согласие с политиками и положениями сетевого издания

Все авторы данной рукописи были уведомлены и согласны с действующими политиками и положениями сетевого издания, изложенными на веб-сайте.

Оригинальность и эксклюзивность рукописи

Все авторы подтверждают, что рукопись является оригинальной, ранее не публиковалась ни полностью, ни частично и не находится на рассмотрении для публикации в других изданиях.

Авторство и вклад (CRediT)

С. В. Тихонова: методология, концептуализация; А. А. Корниевский: формальный анализ, редактирование.

Политика в отношении препринтов и предыдущих версий

Авторы подтверждают, что нет препринта/рабочей версии.

Конфликт интересов

Конфликтов нет.

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-28-03014, https://rscf.ru/project/25-28-03014/

This research was supported by the Russian Science Foundation, grant no. 25-28-03014, https://rscf.ru/project/25-28-03014/

Использование генеративного ИИ и вспомогательных инструментов

Статья имеет преимущественно теоретический характер, генеративный ИИ при её подготовке не использовался.

Разрешения на использование (тексты, изображения, карты, иллюстрации)

Все материалы, защищённые авторским правом, воспроизводятся с разрешения правообладателя; соблюдаются условия лицензии (включая Creative Commons).

Благодарности и вклады без авторства

Отсутствуют.

Список литературы

Aliev, R. T. (2026). The Faceless Interface: Digital Empathy, Care, and the Other within the Logic of the Metasimulacrum. *International Journal of Philosophical Studies*, 1–19. https://doi.org/10.1080/09672559.2026.2625457

Andersson Schwarz, J., & Larsson, S. (2018). A platform society. In S. Larsson & J. Andersson Schwarz (Eds.), *Developing platform economies: A European policy landscape* (pp. 114–140). European Liberal Forum.

Baldassar, L., & Merla, L. (2014). *Transnational Families, Migration and the Circulation of Care: Understanding Mobility and Absence in Family Life*. Routledge.

Bennke, J., & Pinchevski, A. (2022). *Media, Mediation, Mediality*. University of Massachusetts Amherst. https://doi.org/10.7275/9MTB-CJ51

Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10. https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.412

Cui, Z., Yang, H., & Xu, H. (2025). The Effects of Interaction Scenarios on EFL Learners' Technology Acceptance and Willingness to Communicate with AI. *Behavioral Sciences*, 15(10), 1391. https://doi.org/10.3390/bs15101391

Dang-Anh, M. (2024). Handling signs medially: On mediality and indexicality in semiotic media practices. In M. Luginbühl & J. G. Schneider (Eds.), *Pragmatics & Beyond New Series* (Vol. 348, pp. 220–245). John Benjamins Publishing Company. https://doi.org/10.1075/pbns.348.09dan

Di Cicco, M., & Beraldo, D. (2025). Sex work as cross-platform self-branding. Challenges and strategies of OnlyFans' content creators in a precarious ecosystem. *Platforms & Society*, 2, 29768624251359797. https://doi.org/10.1177/29768624251359797

Ferrari, F., & Graham, M. (2021). Fissures in algorithmic power: Platforms, code, and contestation. *Cultural Studies*, 35(4–5), 814–832. https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1895250

Fragoso, S. (2006). *WTF a crazy Brazilian invasion* (F. Sudweeks, H. Hrachovec, & C. Ess, Eds.; pp. 255–274). Murdoch University.

Fusillo, M., & Lino, M. (2024). Inter-mediality in Digital Media Environment. *New Techno-Humanities*, 4(1), 58–64. https://doi.org/10.1016/j.techum.2024.11.002

Garcia, D., Mavrodiev, P., & Schweitzer, F. (2013). Social resilience in online communities: The autopsy of friendster. *Proceedings of the First ACM Conference on Online Social Networks*, 39–50. https://doi.org/10.1145/2512938.2512946

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press.

Greussing, E. (2022). Researching interactions between humans and machines. In P. J. Schulz & P. Cobley (Eds.), *Theories and Models of Communication* (pp. 431–450). De Gruyter Mouton.

Haider, S. I., & Hussain, I. (2025). Digital Dialogues of Displacement: Exploring the Role of Whatsapp in Addressing Family Reunification Challenges and Transnational Parenthood Among Pakistani Migrants in Italy. *Italian Sociological Review*, 15(3), 649–670. https://doi.org/10.13136/ISR.V15I3.979

He, C., & Bruhn, J. (2023). Introduction to Re-considering Intermediality across Disciplines: New Directions. *European Review*, 31(S1), S1–S6. https://doi.org/10.1017/S1062798723000467

Hug, T., & Leschke, R. (2021). On the Medialization of the World and the Mediatization of Discourse: Explorations between the Poles of Conceptual Politics in Medial Infrastructures and Concept-analytical Differentiations. *Media Theory*, 5(1), 59–88. https://doi.org/10.70064/mt.v5i1.912

Jacobsen, B. N. (2023). Regimes of recognition on algorithmic media. *New Media & Society*, 25(12), 3641–3656. https://doi.org/10.1177/14614448211053555

Jensen, S. K., & Schirrmacher, B. (2024). Stronger together: Moving towards a combined multimodal and intermedial model. *Multimodality & Society*, 4(4), 445–467. https://doi.org/10.1177/26349795241259606

Kiriya, I. (2019). Evolution of the Russian Digital Media Market: Legitimacy of the Illegal. In M. Friedrichsen & Y. Kamalipour (Eds.), *Digital Media Transformation: Emerging Technologies and Emerging Markets* (pp. 235–245). https://doi.org/10.1007/978-3-030-14902-4_17

Li, G., Hammoud, H. A. A. K., Itani, H., Khizbullin, D., & Ghanem, B. (2023). *CAMEL: Communicative Agents for "Mind" Exploration of Large Language Model Society* (Version 2). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2303.17760

Lisboa, E. S., & Coutinho, C. P. (2011). Informal Learning in Social Networks: A Study of the Orkut Social Network. *Issues In Educational Research*, *21*(2), 162–174.

Madianou, M., & Miller, D. (2012). *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. Routledge.

Marlowe, J. (2019). Social Media and Forced Migration: The Subversion and Subjugation of Political Life. *Media and Communication*, *7*(2), 173–183. https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1862

McCluskey, M. (2023). OnlyFans: The Celebritization of Online Sexual Labour. *Canadian Graduate Journal of Sociology and Criminology*, *6*(1). https://doi.org/10.15353/cgjsc-rcessc.v6i1.5029

Merwin, E. R., Hagen, A. C., Keebler, J. R., & Forbes, C. (2025). Self-Disclosure to AI: People Provide Personal Information to AI and Humans Equivalently. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, *5*, 100180. https://doi.org/10.1016/j.chbah.2025.100180

Park, J. S., O'Brien, J., Cai, C. J., Morris, M. R., Liang, P., & Bernstein, M. S. (2023). Generative Agents: Interactive Simulacra of Human Behavior. *Proceedings of the 36th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology*, 1–22. https://doi.org/10.1145/3586183.3606763

Park, J. S., Zou, C. Q., Kamphorst, J., Egan, N., Shaw, A., Hill, B. M., Cai, C., Morris, M. R., Liang, P., Willer, R., & Bernstein, M. S. (2024). *LLM Agents Grounded in Self-Reports Enable General-Purpose Simulation of Individuals* (Version 2). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2411.10109

Paudyal, P., & Wong, B. L. W. (2019). Algorithmic transparency of conversational agents. *CEUR Workshop Proceedings*, *2327*, 8.

Qin, J., Nan, Y., Li, Z., & Meng, J. (2025). Effectiveness of Communication Competence in AI Conversational Agents for Health: Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, *27*, e76296–e76296. https://doi.org/10.2196/76296

Rathnayake, C., & Suthers, D. D. (2018). Twitter Issue Response Hashtags as Affordances for Momentary Connectedness. *Social Media + Society*, *4*(3), 2056305118784780. https://doi.org/10.1177/2056305118784780

Tawodzera, O. (2025). 'Mum Added You' Managing Transnational Aged Care Arrangements Through Family WhatsApp Groups. *Global Networks*, *25*(1), e12504. https://doi.org/10.1111/glob.12504

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, *1*(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Van Dijck, J., Poell, T., & Waal, M. de. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.

Wang, Z., Chiu, Y. Y., & Chiu, Y. C. (2023). *Humanoid Agents: Platform for Simulating Human-like Generative Agents* (Version 1). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2310.05418

Алиев, Р. (2025). Алгоритмическая шизофрения: Метасимуляционная трансформация реальности в цифровую эпоху. *Логос*, (4), 229–250. https://doi.org/10.17323/0869-5377-2025-4-229-250

References

Aliev, R. (2025). Algorithmic Schizophrenia: Metasimulatory Transformation of Reality in the Digital Age. *Philosophical Literary Journal Logos*, 35(4), 229–250. https://doi.org/10.17323/0869-5377-2025-4-229-250 (In Russian).

Aliev, R. T. (2026). The Faceless Interface: Digital Empathy, Care, and the Other within the Logic of the Metasimulacrum. *International Journal of Philosophical Studies*, 1–19. https://doi.org/10.1080/09672559.2026.2625457

Andersson Schwarz, J., & Larsson, S. (2018). A platform society. In S. Larsson & J. Andersson Schwarz (Eds.), *Developing platform economies: A European policy landscape* (pp. 114–140). European Liberal Forum.

Baldassar, L., & Merla, L. (2014). *Transnational Families, Migration and the Circulation of Care: Understanding Mobility and Absence in Family Life*. Routledge.

Bennke, J., & Pinchevski, A. (2022). *Media, Mediation, Mediality*. University of Massachusetts Amherst. https://doi.org/10.7275/9MTB-CJ51

Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10. https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.412

Cui, Z., Yang, H., & Xu, H. (2025). The Effects of Interaction Scenarios on EFL Learners' Technology Acceptance and Willingness to Communicate with AI. *Behavioral Sciences*, 15(10), 1391. https://doi.org/10.3390/bs15101391

Dang-Anh, M. (2024). Handling signs medially: On mediality and indexicality in semiotic media practices. In M. Luginbühl & J. G. Schneider (Eds.), *Pragmatics & Beyond New Series* (Vol. 348, pp. 220–245). John Benjamins Publishing Company. https://doi.org/10.1075/pbns.348.09dan

Di Cicco, M., & Beraldo, D. (2025). Sex work as cross-platform self-branding. Challenges and strategies of OnlyFans' content creators in a precarious ecosystem. *Platforms & Society*, 2, 29768624251359797. https://doi.org/10.1177/29768624251359797

Ferrari, F., & Graham, M. (2021). Fissures in algorithmic power: Platforms, code, and contestation. *Cultural Studies*, 35(4–5), 814–832. https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1895250

Fragoso, S. (2006). *WTF a crazy Brazilian invasion* (F. Sudweeks, H. Hrachovec, & C. Ess, Eds.; pp. 255-274). Murdoch University.

Fusillo, M., & Lino, M. (2024). Inter-mediality in Digital Media Environment. *New Techno-Humanities*, 4(1), 58–64. https://doi.org/10.1016/j.techum.2024.11.002

Garcia, D., Mavrodiev, P., & Schweitzer, F. (2013). Social resilience in online communities: The autopsy of friendster. *Proceedings of the First ACM Conference on Online Social Networks*, 39–50. https://doi.org/10.1145/2512938.2512946

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press.

Greussing, E. (2022). Researching interactions between humans and machines. In P. J. Schulz & P. Cobley (Eds.), *Theories and Models of Communication* (pp. 431–450). De Gruyter Mouton.

Haider, S. I., & Hussain, I. (2025). Digital Dialogues of Displacement: Exploring the Role of Whatsapp in Addressing Family Reunification Challenges and Transnational Parenthood Among Pakistani Migrants in Italy. *Italian Sociological Review*, 15(3), 649–670. https://doi.org/10.13136/ISR.V15I3.979

He, C., & Bruhn, J. (2023). Introduction to Re-considering Intermediality across Disciplines: New Directions. *European Review*, 31(S1), S1–S6. https://doi.org/10.1017/S1062798723000467

Hug, T., & Leschke, R. (2021). On the Medialization of the World and the Mediatization of Discourse: Explorations between the Poles of Conceptual Politics in Medial Infrastructures and Concept-analytical Differentiations. *Media Theory*, 5(1), 59–88. https://doi.org/10.70064/mt.v5i1.912

Jacobsen, B. N. (2023). Regimes of recognition on algorithmic media. *New Media & Society*, 25(12), 3641–3656. https://doi.org/10.1177/14614448211053555

Jensen, S. K., & Schirrmacher, B. (2024). Stronger together: Moving towards a combined multimodal and intermedial model. *Multimodality & Society*, 4(4), 445–467. https://doi.org/10.1177/26349795241259606

Kiriya, I. (2019). Evolution of the Russian Digital Media Market: Legitimacy of the Illegal. In M. Friedrichsen & Y. Kamalipour (Eds.), *Digital Media Transformation: Emerging Technologies and Emerging Markets* (pp. 235–245). https://doi.org/10.1007/978-3-030-14902-4_17

Li, G., Hammoud, H. A. A. K., Itani, H., Khizbullin, D., & Ghanem, B. (2023). *CAMEL: Communicative Agents for "Mind" Exploration of Large Language Model Society* (Version 2). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2303.17760

Lisboa, E. S., & Coutinho, C. P. (2011). Informal Learning in Social Networks: A Study of the Orkut Social Network. *Issues In Educational Research*, *21*(2), 162–174.

Madianou, M., & Miller, D. (2012). *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. Routledge.

Marlowe, J. (2019). Social Media and Forced Migration: The Subversion and Subjugation of Political Life. *Media and Communication*, 7(2), 173–183. https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1862

McCluskey, M. (2023). OnlyFans: The Celebritization of Online Sexual Labour. *Canadian Graduate Journal of Sociology and Criminology*, 6(1). https://doi.org/10.15353/cgjsc-rcessc.v6i1.5029

Merwin, E. R., Hagen, A. C., Keebler, J. R., & Forbes, C. (2025). Self-Disclosure to AI: People Provide Personal Information to AI and Humans Equivalently. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 5, 100180. https://doi.org/10.1016/j.chbah.2025.100180

Park, J. S., O'Brien, J., Cai, C. J., Morris, M. R., Liang, P., & Bernstein, M. S. (2023). Generative Agents: Interactive Simulacra of Human Behavior. *Proceedings of the 36th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology*, 1–22. https://doi.org/10.1145/3586183.3606763

Park, J. S., Zou, C. Q., Kamphorst, J., Egan, N., Shaw, A., Hill, B. M., Cai, C., Morris, M. R., Liang, P., Willer, R., & Bernstein, M. S. (2024). *LLM Agents Grounded in Self-Reports Enable General-Purpose Simulation of Individuals* (Version 2). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2411.10109

Paudyal, P., & Wong, B. L. W. (2019). Algorithmic transparency of conversational agents. *CEUR Workshop Proceedings*, *2327*, 8.

Qin, J., Nan, Y., Li, Z., & Meng, J. (2025). Effectiveness of Communication Competence in AI Conversational Agents for Health: Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, *27*, e76296–e76296. https://doi.org/10.2196/76296

Rathnayake, C., & Suthers, D. D. (2018). Twitter Issue Response Hashtags as Affordances for Momentary Connectedness. *Social Media + Society*, 4(3), 2056305118784780. https://doi.org/10.1177/2056305118784780

Tawodzera, O. (2025). 'Mum Added You' Managing Transnational Aged Care Arrangements Through Family WhatsApp Groups. *Global Networks*, 25(1), e12504. https://doi.org/10.1111/glob.12504

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Van Dijck, J., Poell, T., & Waal, M. de. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.

Wang, Z., Chiu, Y. Y., & Chiu, Y. C. (2023). *Humanoid Agents: Platform for Simulating Human-like Generative Agents* (Version 1). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2310.05418