

Слабые связи на защите GameStop: поведенческий аспект

Научный руководитель – Милехин Андрей Владимирович

Бнатов Д.А.¹, Казачинский А.А.², Милехин О.А.³

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социального конструирования, Москва, Россия, *E-mail: Bnatov.dan@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия, *E-mail: tricar5@icloud.com*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия, *E-mail: milehino@mail.ru*

Современная социология сталкивается с возрастанием интенсивности коммуникативных систем, в основном сети Интернет. Цифровая коммуникация порождает новые возможности для самоорганизации социальных общностей, которые привлекают исследователей-социологов.

Эпидемия COVID-19 серьезно изменила конфигурацию отношений «человек-экономика-общества». Общество удаленной работы и жизни в формате самоизоляции стали драйверами для перехода коммуникационных потоков в социальные сети, в связи с этим объем отслеживаемого цифрового следа значительно возрос. Открытый характер данных позволяет собрать данные и оценки характер дискурса его участников.

Социальное взаимодействие в социальных сетях формирует общие рамки понимания тех или иных процессов или феноменов. Благодаря обмену информацией у индивидов формируется общая матрица восприятия ситуация, которая может обуславливать его готовность к тем или иным действиям.

В связи со сложностью экономической ситуации многие предприятия с традиционной моделью ведения бизнеса не смогли адаптироваться к реалиям пандемии. По рыночным законам они должны были прекратить своё существование, однако инцидент с компанией GameStop явным образом показал возможности слабых социальных связей для мобилизации общества по социально важным вопросам. Компания выжила и приумножила собственный капитал, благодаря мобилизации пользователей социальных сетей.

Наше исследование проводилось с использованием открытых данных социальных сетей для оценки влияния процессов коммуникации («Social Listening») на данной платформе на динамику стоимости акций GameStop. С помощью методов обработки текста и метаинформации об активности был проведен сравнительный между событиями в социальных сетях и на фондовой бирже США.

На основе этих данных нами была построена модель, описывающая динамику социального диалога и поведения покупателей на рынке акций для проверки зависимости интенсивности коммуникации и ситуации на рынке ценных бумаг. Также было проанализировано влияние инфлюенсеров, которые способствовали мобилизации социальных сил во время данного инцидента.

Источники и литература

- 1) Granovetter M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*. 78 (6): 1360–1380.
- 2) Кислицына Анастасия Алексеевна Маркетинг влияния в современных политических кампаниях // Общество: политика, экономика, право. 2019. №8 (73).

- 3) Matt Phillips and Taylor Lorenz (2021) “Dumb Money” Is on GameStop, and It’s Beating Wall Street at Its Own Game // New York Times Business 27.01.2022 (<https://www.nytimes.com/2021/01/27/business/gamestop-wall-street-bets.html>) Просмотров: 28.02.2021