

EDN: SWCVYK

УДК 338.46:004.738.5:655.4

**A DIGITAL PUBLISHING PLATFORM AS A SOCIAL ARCHITECTURE
FOR THE COMMERCIALIZATION OF CREATIVE CONTENT:
THE CASE OF ZELLULOZA.RU**

Nikolay N. Kalmykov*

MGIMO University, Moscow, Russian Federation

Received 17.05.2026, approved after reviewing 30.05.2026, accepted 20.08.2026

Abstract. The article examines a digital publishing platform as a designed environment for commercial, communicative, reputational, and contractual interaction in the creative economy. The case is Zelluloza.ru, a Russian platform combining online reading, author self-publishing, paid access to literary works, ranking mechanisms, feedback tools, and a contractual framework for author–platform interaction. The study determines how interfaces, rules, commercial incentives, reputational signals, and feedback mechanisms structure user actions and interaction patterns. The methodology includes a qualitative case study, structural and functional analysis of open platform sections, analysis of author and reader routes, and interpretation through two-sided markets, platform ecosystems, digital affordances, and social architecture. The study relies only on publicly available materials and does not examine personal data, payment data, correspondence, closed statistics, or commercial reporting. The article argues that a digital publishing platform is not merely a website, an online bookstore, or a technical channel for selling electronic books. It functions as a social architecture that distributes participant roles, creates conditions for trust, organizes the visibility of works, connects creative activity with content commercialization, and supports repeated interaction. The main result is a diagnostic matrix covering interface, contractual, commercial, reputational, communicative, content-related, and partner dimensions of platform organization. The approach can support analysis of digital services in creative industries and diagnostics of platform environments in online commerce and cultural production.

Keywords: digital publishing platform, Zelluloza.ru, author self-publishing, content commercialization, online commerce, creative industries, platform economy, reader behavior, reputational mechanisms, digital environment.

Citation: Kalmykov, N. N. (2026). A digital publishing platform as a social architecture for the commercialization of creative content: the case of Zelluloza.ru. In: Trade, service, food industry. Vol. 6(3). Pp. 340–352. EDN: SWCVYK



**ЦИФРОВАЯ ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ПЛАТФОРМА КАК СОЦИАЛЬНАЯ
АРХИТЕКТУРА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО КОНТЕНТА:
КЕЙС ZELLULOZA.RU**

Николай Николаевич Калмыков*

Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации
Москва, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается цифровая издательская платформа как проектируемая среда коммерческого, коммуникативного, репутационного и договорного взаимодействия в креативной экономике. Эмпирический кейс – Zelluloza.ru, российская платформа, совмещающая онлайн-чтение, авторскую публикацию произведений, платный доступ к литературному контенту, рейтинговую видимость, обратную связь читателей и договорное оформление взаимодействия с авторами. Цель исследования – выявить, как интерфейсы, правила, коммерческие стимулы, репутационные сигналы и механизмы обратной связи структурируют действия авторов и читателей, а также модели их взаимодействия. Методологическую основу составляют качественное кейс-стади, структурно-функциональный анализ открытых разделов платформы, анализ пользовательских маршрутов автора и читателя и интерпретация платформы через категории двустороннего рынка, платформенной экосистемы, цифровых аффордансов и социальной архитектуры. Используются только открытые материалы; персональные данные пользователей, платежные данные, переписка, закрытая статистика и коммерческая отчетность не анализируются. Обосновано, что цифровая издательская платформа не сводится к сайту, интернет-магазину или техническому каналу продажи электронных книг. Она функционирует как социальная архитектура, распределяющая роли участников, создающая условия доверия, организующая видимость произведений, связывающая творческую активность с коммерциализацией и поддерживающая повторное взаимодействие. Основным результатом – диагностическая матрица, включающая интерфейсное, договорное, коммерческое, репутационное, коммуникационное, контентное и партнерское измерения платформенной организации. Предложенный подход применим для анализа цифровых сервисов креативных индустрий и диагностики платформенных сред в электронной торговле и культурном производстве.

Ключевые слова: цифровая издательская платформа, Zelluloza.ru, авторская публикация, коммерциализация контента, электронная торговля, креативные индустрии, платформенная экономика, читательское поведение, репутационные механизмы, цифровая среда.

Цитирование: Калмыков, Н. Н. Цифровая издательская платформа как социальная архитектура коммерциализации творческого контента: кейс Zelluloza.ru / Н. Н. Калмыков // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2026. – № 6(3). – С. 340–352. – EDN: SWCVYK



Введение / Introduction. Цифровая трансформация коммерческой деятельности меняет не только каналы продаж, но и саму организацию отношений между производителями, потребителями, посредниками и инфраструктурными операторами. Особенно заметно это в сферах, где продукт имеет одновременно экономическую, культурную и коммуникативную природу. К таким сферам относится книгоиздание: литературный текст является объектом авторского права, товаром, элементом культурного потребления, средством самореализации автора и поводом для формирования устойчивой читательской аудитории.

Общий инфраструктурный фон таких изменений связан с ростом электронной торговли. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, объем интернет-торговли в России в 2024 году вырос на 41% и приблизился к 9 трлн руб.; 97% этого объема пришлось на российские интернет-магазины и отечественные маркетплейсы¹.

¹ Ассоциация компаний интернет-торговли. Объем интернет-торговли в России в 2024 году увеличился на 41%. – URL: <https://akit.ru/news/obyom-internet-torgovli-v-rossii-v-2024-godu-uvechilsya-na-41> (дата обращения: 17.05.2026)

Одновременно усиливается значение креативной экономики: по данным Росстата, валовая добавленная стоимость креативной экономики в 2024 году составила 7,5 трлн руб., а вклад в валовой внутренний продукт России – 4,1%². Нормативный контекст этой сферы дополнительно закреплён Федеральным законом «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»³. Для книжной отрасли значимым является и рост цифрового сегмента: по данным J'son & Partners Consulting, выручка российского рынка цифровых книг в 2024 достигла 19,72 млрд руб., увеличившись на 36,6% по сравнению с 2023 годом⁴.

Социологические данные подтверждают, что чтение сохраняет значение как массовая культурная и досуговая практика. Согласно материалам ВЦИОМ, книги читает каждый второй опрошенный; причем преобладает интерес к художественной литературе, а одним из основных мотивов выступают отдых, удовольствие и развлечение⁵. Для цифровых издательских платформ это означает, что они работают не только в зоне продажи контента, но и в зоне организации досуга, авторской самореализации, обратной связи, доверия и повторного взаимодействия участников.

В научной литературе цифровые платформы анализируются как двусторонние и многосторонние рынки, где ценность сервиса зависит от согласования интересов разных групп пользователей [1]. В работах по платформенной экономике подчеркивается, что оператор платформы формирует не только технологический продукт, но и правила участия, механизмы доступа, сетевые эффекты и условия обмена [2]. Исследования платформенных экосистем показывают, что вокруг платформы могут формироваться дополнительные сервисы, партнеры, продукты и устойчивые модели взаимодействия [3]. В российской исследовательской традиции цифровые платформы также рассматриваются как организационные структуры, выполняющие функции посредника, инфраструктуры рынка, оператора внутренних правил и институционального предпринимателя [4].

Применительно к цифровому книгоизданию требуется дополнительный аналитический шаг. Платформа не просто соединяет автора и читателя. Она задает форму публикации, способы видимости произведения, режим оплаты, маршрут чтения, формат обратной связи, договорные рамки авторских отношений, логику рейтингов и способы продвижения. Иными словами, платформа проектирует среду, в которой участники действуют не произвольно, а в пределах определенной цифровой, договорной и коммерческой конфигурации.

В настоящей статье цифровая издательская платформа рассматривается как социальная архитектура коммерциализации творческого контента. Под социальной архитектурой понимается проектируемая многомерная среда, в которой интерфейсы, правила, стимулы, ограничения, символические элементы, механизмы обратной связи и инфраструктурные решения формируют возможные действия участников и устойчивые модели взаимодействия. В операциональном плане социальная архитектура цифровой платформы выявляется через роли участников, пользовательские маршруты, интерфейсные действия, договорные условия, репутационные сигналы, коммерческие

² Федеральная служба государственной статистики. Вклад креативной экономики в ВВП в 2024 году составил 7,5 трлн рублей. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/262564> (дата обращения: 17.05.2026).

³ Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Президент России. Банк документов. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912> (дата обращения: 17.05.2026).

⁴ J'son & Partners Consulting. Краткие результаты исследования российского рынка цифровых книг по итогам 2024 года. – URL: <https://json.tv/analytic/kratie-rezultaty-issledovaniya-rossijskogo-rynka-cifrovyyh-knig-po-itogam-2024-goda/> (дата обращения: 17.05.2026).

⁵ ВЦИОМ. Книги – и как мы их читаем. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskie-obzor/knigi-i-kak-my-ikh-chitaem> (дата обращения: 17.05.2026).

стимулы, каналы обратной связи и партнерские контуры. Такой подход позволяет анализировать платформу не только как сайт или сервис, но и как организационно-сервисную среду, где технические решения приобретают социальные и экономические последствия.

Наша цель – выявить, каким образом цифровая издательская платформа формирует организованную среду коммерциализации творческого контента, и показать это на кейсе Zelluloza.ru.

Цифровые издательские платформы как элемент платформенной экономики и креативных индустрий являются социально-архитектурными механизмами организации взаимодействия авторов, читателей и оператора платформы в процессе публикации, продвижения, потребления и монетизации литературного контента.

Исследовательский вопрос формулируется следующим образом: каким образом цифровая издательская платформа превращает отдельные действия авторов и читателей в устойчивую систему коммерческого, коммуникативного и культурного взаимодействия?

Новизна подхода состоит в применении социально-архитектурного анализа цифровой издательской платформы как среды электронной торговли и креативного производства, а также в построении диагностической матрицы, позволяющей описывать платформу через взаимосвязь интерфейсных, договорных, коммерческих, репутационных, коммуникационных, контентных и партнерских измерений. Результаты исследования можно использовать для изучения цифровых сервисов, оценки барьеров участия авторов и читателей, выявления рисков доверия и подготовки решений по развитию платформенной среды.

Материалы и методы / Materials and Methods. Эмпирической основой работы выбран кейс Zelluloza.ru. Платформа позиционируется как электронная библиотека и онлайн-издательство, где читатели могут читать законченные книги и произведения по главам, а авторы – самостоятельно публиковать тексты⁶. На открытых страницах платформы представлены каталог, жанровая навигация, новые главы, бесплатные книги, аудиокниги, рейтинги, конкурсы, инструменты авторской публикации, договорные документы и разделы, описывающие условия взаимодействия с авторами и пользователями⁷.

Анализ открытых разделов платформы проведен по состоянию на 17 мая 2026 года. Единицей анализа выступал функциональный элемент платформы, связанный с публикацией произведения, доступом к контенту, навигацией, обратной связью, рейтингом, договорным оформлением условий или партнерским взаимодействием. В качестве эмпирических материалов использованы главная страница Zelluloza.ru, раздел для авторов, рейтинг авторов, агентский договор-оферта, раздел вопросов и ответов, а также партнерский раздел «Литагент»^{8 9 10 11 12}.

⁶ Целлюлоза.ру. Читать книги онлайн. – URL: <https://zelluloza.ru/> (дата обращения: 17.05.2026).

⁷ Целлюлоза.ру. Добро пожаловать на портал «Целлюлоза»: раздел для авторов. – URL: <https://zelluloza.ru/start/> (дата обращения: 17.05.2026).

⁸ Целлюлоза.ру. Читать книги онлайн. – URL: <https://zelluloza.ru/> (дата обращения: 17.05.2026).

⁹ Целлюлоза.ру. Добро пожаловать на портал «Целлюлоза»: раздел для авторов. – URL: <https://zelluloza.ru/start/> (дата обращения: 17.05.2026).

¹⁰ Целлюлоза.ру. Авторы сегодня – лучшие писатели в рейтинге. – URL: <https://zelluloza.ru/top/authors/> (дата обращения: 17.05.2026).

¹¹ Целлюлоза.ру. Агентский договор-оферта. – URL: <https://zelluloza.ru/legal/oferta/> (дата обращения: 17.05.2026).

¹² Целлюлоза.ру. Вопросы и ответы издательства. – URL: <https://zelluloza.ru/faq/>; Целлюлоза.ру.

Партнерская программа Целлюлозы «Литагент». – URL: <https://zelluloza.ru/litagent/> (дата обращения: 17.05.2026)

В исследовании использовались только открытые материалы платформы, доступные без обращения к персональным данным пользователей и без анализа закрытой коммерческой отчетности. Персональные данные пользователей, платежные данные, переписка, материалы личных кабинетов, закрытая статистика, внутренняя модерационная практика и коммерческая отчетность не анализировались. Это принципиально важно для воспроизводимости исследования и соблюдения требования проверяемости источников.

Отбор внешних источников осуществлен по принципу первичности и проверяемости. Для статистического и отраслевого контекста использованы официальные сообщения государственных органов, данные отраслевых объединений, социологические материалы и аналитические обзоры, имеющие открытый URL и дату обращения. Научная рамка сформирована на основе публикаций, доступных через издательские платформы, научные журналы или библиографически проверяемые издания. Источники, статус которых невозможно установить, в текст не включались.

С учетом профессиональной связи одного из авторов с анализируемой платформой исследование сознательно ограничено открытыми источниками и не содержит оценочных утверждений, которые невозможно проверить по доступным материалам. Такой подход снижает риск заинтересованного описания кейса и позволяет рассматривать платформу как объект научного анализа, а не как предмет самопрезентации.

Методологически исследование построено как качественное кейс-стади. Этот метод позволяет рассматривать платформу целостной средой, в которой технологические, экономические, договорные и коммуникативные элементы взаимосвязаны. Для анализа были выделены четыре группы участников: авторы, читатели, оператор платформы и партнеры/литагенты. Далее рассматривались пользовательские маршруты каждой группы, доступные им действия, встроенные ограничения, способы получения обратной связи, правила коммерциализации и механизмы распределения видимости.

Структурно-функциональный анализ необходим для выявления функций отдельных элементов платформы: каталога, карточек книг, публикации по главам, рейтингов, подписок, договорных правил, разделов помощи, партнерских инструментов и элементов обратной связи, причем каждый элемент оценивается не только как техническая функция, но и как часть среды: снижает ли он барьер входа, повышает ли доверие, поддерживает ли активность, закрепляет ли нормы поведения, влияет ли на коммерческий результат.

Для уточнения пользовательских маршрутов использовалась категория цифровых аффордансов. Т. Бухер и А. Хелмонд рассматривают аффордансы как возможности действия, которые цифровая среда предоставляет пользователю и одновременно ограничивает определенным дизайном интерфейса и логикой платформы [5]. В настоящей статье это понятие применяется к анализу того, какие действия Zelluloza.ru делает видимыми и доступными: начать читать, стать автором, опубликовать произведение, отслеживать продолжение, поддержать автора, выбрать жанр, попасть в рейтинг, использовать партнерский маршрут.

Завершающим элементом методики выступает социально-архитектурная интерпретация. В отличие от чисто экономического или технического анализа она фокусируется на том, как цифровая платформа проектирует среду действия. В этом смысле значима идея Л. Лессига о регулирующей роли цифровой архитектуры, согласно которой программная и интерфейсная организация среды влияет на поведение пользователей наряду с формальными нормами [6]. Для данного исследования это

означает, что формы публикации, доступа, рейтингов и обратной связи рассматриваются как элементы организованной цифровой среды.

Классификация элементов платформы проводилась по семи измерениям: интерфейсному, договорному, коммерческому, репутационному, коммуникационному, контентному и партнерскому. Элементы относились к соответствующему измерению по их основной функции: обеспечение действия пользователя, фиксация правил, организация платного доступа, распределение видимости, поддержка обратной связи, структурирование контента или расширение платформы за счет дополнительных участников. На основе этой классификации была построена диагностическая матрица.

Ограничение исследования состоит в том, что статья не оценивает финансовую эффективность платформы, не анализирует персональные данные пользователей и не делает выводов о сравнительном положении Zelluloza.ru относительно других книжных сервисов. Задача статьи имеет более узкий характер: выявить социально-архитектурные механизмы платформы на основе проверяемых открытых данных и предложить диагностическую схему, применимую к аналогичным цифровым сервисам. Статья не рассматривает политические аспекты цифровых платформ, не оценивает государственную политику в сфере регулирования цифровых сервисов и не содержит выводов о правовом статусе иных участников книжного рынка.

Полученные результаты / Results.

Цифровая издательская платформа как двусторонняя среда. В ходе анализа открытых разделов Zelluloza.ru установлено, что платформа может быть описана как двусторонняя цифровая среда. Одна группа участников производит и обновляет литературный контент, другая получает к нему доступ, оплачивает чтение, реагирует на произведения и тем самым участвует в распределении видимости авторов. Для платформы важна устойчивость обеих сторон: автору необходимы читатель, обратная связь и возможность коммерциализации произведения; читателю – выбор, удобство доступа, доверие к правилам и понятная навигация.

Эта логика соответствует теории двусторонних рынков, где ценность платформы определяется не только внутренним качеством сервиса, но и способностью привлечь и согласовать разные группы пользователей [1]. В случае цифрового книгоиздания такой рынок имеет особую динамику. Автор не просто размещает товар, а часто публикует произведение постепенно. Читатель не только совершает единичную покупку, но и может следить за продолжением, возвращаться к автору, оценивать текст, оставлять отклики и формировать спрос на следующие главы или книги.

На главной странице Zelluloza.ru выделена модель чтения и публикации по главам: авторы выкладывают продолжения, а читатели получают возможность выбирать интересующие их книги и главы¹³. Такая организация меняет классический издательский цикл. В традиционной модели произведение чаще попадает к читателю после завершения и редакционно-издательского отбора. В платформенной модели часть взаимодействия переносится внутрь процесса создания и обновления текста. Это усиливает значение обратной связи и делает читателя участником литературной среды, а не только конечным покупателем.

Авторский маршрут: от публикации к коммерциализации. Открытые материалы платформы позволяют выделить последовательный авторский маршрут. Раздел для авторов описывает платформу как пространство публикации, поддержки и развития авторского присутствия¹⁴. В этих материалах акцентированы возможность создать писательский аккаунт, опубликовать произведение, работать с аудиторией,

¹³ Целлюлоза.ру. Читать книги онлайн. – URL: <https://zelluloza.ru/> (дата обращения: 17.05.2026).

¹⁴ Целлюлоза.ру. Добро пожаловать на портал «Целлюлоза»: раздел для авторов. – URL: <https://zelluloza.ru/start/> (дата обращения: 17.05.2026)

использовать сервисные и партнерские инструменты. Важна не столько сама возможность загрузки текста, сколько последовательность включения автора в среду.

Авторский маршрут начинается с входа в платформу и принятия правил. Автор не только регистрируется технически, но и входит в договорную среду, где определены права, обязанности, порядок размещения произведений, доступ к текстам и принципы расчетов. Далее следует оформление произведения: название, описание, жанр, ключевые слова и другие реквизиты произведения. Эти элементы работают как навигационная и коммерческая инфраструктура: они влияют на то, как произведение будет найдено, классифицировано и включено в платформенную витрину.

Следующий узел маршрута – регулярное обновление контента. Публикация по главам превращает автора из поставщика завершеного продукта в участника динамического процесса. Для автора становятся значимыми удержание внимания аудитории, реакция на читательский интерес, ритм публикации и учет коммерческой логики платформы. Раздел вопросов и ответов Zelluloza.ru описывает стратегии выкладки книги по частям, включая возможность следить за реакцией читателей по отзывам, комментариям, оценкам, форуму и рецензиям¹⁵.

Таким образом, авторский маршрут в цифровой издательской платформе является не только техническим путем размещения текста. Это последовательность действий, в которой автор постепенно включается в коммерческую, договорную, репутационную и коммуникационную среду. Именно эта последовательность образует социальную архитектуру авторского участия.

Читательский маршрут: от выбора произведения к обратной связи. Анализ навигационных элементов платформы показывает, что на Zelluloza.ru представлены разные формы входа в контент: каталог, жанры, поиск, бесплатные книги, бестселлеры, популярные книги, новые главы, аудиокниги, рекомендации писателей, конкурсы и рейтинги¹⁶. Читательская среда построена не вокруг единственного способа поиска, а вокруг набора входов в контент. Это особенно важно для платформы, где число произведений, жанров и форматов превышает возможности линейного просмотра.

Первую функцию читательского маршрута можно определить как снижение неопределенности выбора. В условиях большого массива произведений читателю нужны классификаторы, фильтры, рейтинги, подборки и сигналы актуальности. Жанровая структура и динамические витрины помогают сориентироваться в текстах и сокращают издержки поиска.

Вторая функция связана с закреплением повторного взаимодействия. Публикация по главам, уведомления о продолжениях, возможность следить за автором и возвращаться к обновлениям поддерживают не разовую покупку, а длительную связь с произведением и автором. Для платформы это особенно важно, поскольку устойчивость цифрового сервиса зависит не только от привлечения нового пользователя, но и от регулярности возвращения читателя.

Третья функция состоит во включении читателя в репутационный контур. Отзывы, отклики, чтения, подписки и покупки становятся сигналами, которые могут влиять на видимость произведений и авторов. Читатель участвует в распределении внимания внутри платформы; его действия имеют не только потребительское, но и средообразующее значение.

В этом проявляется отличие цифровой издательской платформы от классического интернет-магазина. В интернет-магазине книга чаще выступает завершенным товаром, а поведение покупателя ограничивается выбором и оплатой. В

¹⁵ Целлюлоза.ру. Вопросы и ответы издательства. – URL: <https://zelluloza.ru/faq/> (дата обращения: 17.05.2026)

¹⁶ Целлюлоза.ру. Читать книги онлайн. – URL: <https://zelluloza.ru/> (дата обращения: 17.05.2026)

платформенной издательской среде читатель может становиться участником динамики текста, его продвижения и репутационного статуса автора.

Договорная архитектура доверия. Анализ агентского договора-оферты Zelluloza.ru показывает, что платформа задает договорную рамку между оператором и автором: в документе определяются стороны, порядок акцепта оферты, понятие произведения, доступ к произведению, продажа произведения, заявленные гарантии правомерности размещения контента и иные условия публикации¹⁷. Эти положения важны не только как юридический документ. В рамках исследования они рассматриваются как элемент доверительной инфраструктуры платформы.

В креативной экономике доверие особенно значимо, поскольку объектом оборота выступает интеллектуальный продукт. Автор должен понимать, что происходит с его произведением, как оформляется доступ, на каких условиях осуществляется коммерциализация, какие права сохраняются, какие обязанности возникают при публикации. Читатель должен видеть, что доступ к контенту осуществляется в договорно оформленной среде, а платформа фиксирует основные правила потребления.

Договорная архитектура может выполнять несколько функций. Она отделяет платформенную модель от неформального распространения текстов, задает границы ответственности участников, фиксирует правила изменения или остановки доступа к произведению, а также переводит платформу из технического хранилища в договорно описанную среду, где действия участников имеют договорные последствия.

Статья не делает вывода о полноте или достаточности правового регулирования платформы. Для целей исследования важно другое: наличие оферты и связанных документов показывает, что платформа проектирует не только пользовательский опыт, но и институциональные условия авторско-читательского обмена.

Репутационные механизмы и распределение видимости. На странице рейтинга авторов Zelluloza.ru указано, что рейтинг формируется по совокупности продаж, чтений, подписчиков и откликов читателей; в числе показателей названы продажи и покупки глав, чтения и время вовлеченности, подписчики на автора и книги, оценки, лайки и комментарии¹⁸. Рейтинг, следовательно, выступает инструментом агрегирования платформенных сигналов. Он не только отображает популярность, но и участвует в распределении видимости между авторами.

Репутационная архитектура имеет двойственную природу. С одной стороны, она помогает читателю ориентироваться в большом количестве произведений. С другой стороны, она задает авторам стимулы: писать регулярно, удерживать аудиторию, получать отклики, развивать подписную базу, работать с качеством и коммерческой привлекательностью текстов. В этом смысле рейтинг становится организационным элементом платформы.

Важно, что репутационные механизмы в цифровом книгоиздании не сводятся к формальной экспертной оценке. В традиционной издательской модели значительную роль играют редакторы, издательские советы, литературные критики, книжные магазины и медиа. В платформенной модели часть оценки переносится в цифровые следы пользовательского поведения. Это не отменяет профессионального отбора, но добавляет к нему количественно-коммуникативный слой: чтения, продажи, подписки, отзывы, динамику обновлений.

¹⁷ Целлюлоза.ру. Агентский договор-оферта. – URL: <https://zelluloza.ru/legal/oferta/> (дата обращения: 17.05.2026)

¹⁸ Целлюлоза.ру. Авторы сегодня – лучшие писатели в рейтинге. – URL: <https://zelluloza.ru/top/authors/> (дата обращения: 17.05.2026)

Социально-архитектурный подход позволяет увидеть, что рейтинг – это не только информационный блок на сайте. Это механизм, в котором соединяются коммерция, внимание, доверие и символическое признание. Видимость автора становится результатом не одного решения редакции, а совокупности действий пользователей и правил их агрегирования платформой.

Партнерское измерение платформы. Анализ раздела «Литагент» показывает наличие партнерского измерения платформы. В открытом описании указано, что партнеры могут рекомендовать книги и цифровые продукты, привлекать новых авторов, помогать запускать произведения, собирать подборки и тематические проекты, сопровождать рост автора и монетизацию¹⁹. Это расширяет платформу за пределы простой модели «автор – читатель».

Партнерское измерение показывает, что цифровая издательская платформа может формировать вокруг себя экосистему посредников, кураторов, рекомендателей и организаторов тематических направлений. В таком случае социальная архитектура включает не только прямой обмен между производителем и потребителем контента, но и дополнительные роли, которые помогают организовывать внимание, сопровождать авторов и развивать аудиторию.

Для коммерческой деятельности это имеет прикладное значение. Платформа может масштабироваться не только через рекламу и техническое расширение каталога, но и через распределенную сеть участников, заинтересованных в продвижении авторов и книг. При этом партнерские роли должны быть встроены в прозрачные правила, чтобы не разрушать доверие и не подменять литературную ценность исключительно механикой продвижения.

Диагностическая матрица социальной архитектуры цифровой издательской платформы. На основе анализа кейса Zelluloza.ru предложена диагностическая матрица, пригодная для оценки цифровых издательских платформ и близких сервисов креативной экономики. Матрица не оценивает платформу по принципу «эффективна – неэффективна». Ее задача – показать, какие измерения необходимо анализировать, чтобы понять, каким образом платформа формирует доступные действия участников и устойчивые модели взаимодействия.

Таблица 1. Диагностическая матрица социальной архитектуры цифровой издательской платформы
Table 1. Diagnostic matrix of the social architecture of a digital publishing platform

Измерение	Что анализируется	Социально-архитектурная функция	Прикладное значение
Интерфейсное	каталог, карточка книги, поиск, жанры, личный кабинет, формы публикации	задает доступные действия и снижает или повышает барьеры участия	влияет на вход автора и читателя в платформу
Договорное	оферта, правила, пользовательские соглашения, порядок доступа и публикации	формирует доверие, ответственность и предсказуемость среды	снижает договорные и репутационные риски
Коммерческое	платный доступ к книгам и главам, подписки, выплаты, промо-инструменты	связывает творческое действие с возможностью экономического результата	поддерживает коммерциализацию авторского контента

¹⁹ Целлюлоза.ру. Партнерская программа Целлюлозы «Литагент». – URL: <https://zelluloza.ru/litagent/> (дата обращения: 17.05.2026)

Окончание табл. 1

Измерение	Что анализируется	Социально-архитектурная функция	Прикладное значение
Репутационное	рейтинги, топы, отзывы, подписчики, продажи, чтения	распределяет видимость и символическое признание	поддерживает активность и качество участия
Коммуникационное	комментарии, отклики, уведомления, форумы, авторско-читательская связь	создает обратную связь и удерживает участников	повышает возвращаемость и вовлеченность
Контентное	жанры, серии, главы, завершенность, аудиоформаты, подборки	структурирует литературный продукт и способы его потребления	помогает читателю выбирать, а автору позиционировать произведение
Партнерское	литагенты, рекомендации, тематические подборки, сопровождение авторов	расширяет платформу за счет дополнительных ролей	показывает дополнительные каналы продвижения и авторской поддержки

Источник: составлено авторами на основе анализа открытых разделов Zelluloza.ru.

Предложенная матрица переводит анализ платформы от перечня функций к описанию среды. Каталог выполняет не только информационную функцию, но и функцию распределения внимания. Оферта является не только юридическим документом, но и механизмом доверительной стабилизации. Рейтинг работает не только как навигационный элемент, но и как стимул для авторской активности.

Матрица может быть применена и к другим цифровым сервисам креативной экономики: платформам самиздата, музыкальным платформам, сервисам комиксов, образовательным медиаплатформам, площадкам цифрового искусства. В каждом случае исследователь может проверять, какие измерения выражены сильнее, какие остаются недоразвитыми, какие конфликты возникают между коммерческой эффективностью, творческой свободой, правовой защитой и интересами аудитории.

Обсуждение / Discussion. Полученные результаты показывают, что цифровая издательская платформа не может быть адекватно описана только как интернет-магазин или электронная библиотека. Такая платформа соединяет несколько логик: торговую, сервисную, договорную, коммуникативную, культурную и репутационную. В этом состоит ее отличие от традиционного канала распространения книг.

С позиции платформенной экономики Zelluloza.ru соединяет разные группы участников и создает условия для обмена между ними. Экосистемный подход позволяет увидеть дополнительные роли: партнеров, лиагентов, рекомендателей, организаторов подборок и тематических проектов. Категория цифровых аффордансов помогает описать набор действий, которые делают платформенную среду практически осваиваемой: читать, публиковать, подписываться, выбирать жанр, следить за обновлениями, оценивать, попадать в рейтинг, участвовать в продвижении.

Социально-архитектурный подход объединяет эти наблюдения в единую объяснительную модель. Платформа выступает не только посредником, но и организационной средой, в которой набор доступных действий заранее задан интерфейсами, правилами и сервисной логикой. Такая среда не будет полностью нейтральной: она проектируется через интерфейсы, договоры, классификаторы, рейтинги, коммерческие механики и инструменты обратной связи. В результате действия автора и читателя зависят не только от их индивидуальных мотивов, но и от архитектуры доступных возможностей.

Для автора платформа задает маршрут от публикации к видимости и коммерциализации. Для читателя она задает маршрут от поиска к выбору, чтению,

оплате и обратной связи. Для оператора она создает инструменты поддержания доверия, качества среды, распределения внимания и устойчивости коммерческой модели. Для партнеров она открывает дополнительные роли в сопровождении авторов и продвижении произведений.

Особое значение имеет договорное измерение. В креативной экономике цифровая коммерциализация невозможна без доверия к правилам обращения с интеллектуальным продуктом. Если автор не понимает условий публикации и доступа, а читатель не видит предсказуемых правил, платформа теряет устойчивость. Поэтому оферта, правила, пользовательские соглашения, порядок доступа и договорные условия обращения с авторскими правами служат не внешним юридическим приложением к платформе, а частью ее социальной архитектуры.

Репутационное измерение также является ключевым. В цифровом книгоиздании дефицитным ресурсом становится не только контент, но и внимание. Рейтинги, отзывы, продажи, подписки и чтения превращаются в инструменты распределения внимания. Они помогают читателю выбирать, но одновременно задают авторам стимулы и влияют на стратегию поведения. В этом смысле рейтинг есть не просто отражение популярности, а элемент организации платформенной среды.

При этом социально-архитектурный подход не означает безусловно позитивной оценки платформенной модели. У цифровых платформ есть ограничения. Они могут усиливать зависимость автора от механизмов видимости и правил платформы. Они могут смещать внимание в сторону более коммерчески предсказуемых жанров, создавать напряжение между художественным экспериментом и платформенной измеримостью успеха. Поэтому дальнейший анализ должен включать не только выявление архитектурных механизмов, но и оценку их последствий для авторского разнообразия, качества контента и устойчивости читательских сообществ.

Кейс Zelluloza.ru показывает, что цифровая издательская платформа может быть использована как объект диагностики социальных архитектур. В ней представлены интерфейсные решения, договорные правила, коммерческие стимулы, репутационные сигналы и обратная связь. Это позволяет использовать платформу как эмпирический материал для дальнейшей разработки социально-архитектурного подхода к цифровым средам. Вместе с тем выводы статьи имеют преимущественно качественный и постановочный характер: они требуют дальнейшей проверки на более широком массиве платформ и на обезличенных количественных данных.

Выводы и дискуссионные вопросы / Conclusion. Проведенный анализ позволяет сформулировать несколько выводов.

Во-первых, цифровая издательская платформа представляет собой не только технологический сервис, но и социальную архитектуру коммерциализации творческого контента. Ее устойчивость определяется не одним техническим параметром, а сочетанием интерфейсов, правил, коммерческих стимулов, репутационных механизмов и обратной связи.

Во-вторых, кейс Zelluloza.ru показывает, что в платформенной модели книгоиздания меняется структура отношений между автором и читателем. Автор получает возможность постепенной публикации, взаимодействия с аудиторией и включения в коммерческую среду. Читатель получает не только доступ к готовому тексту, но и возможность следить за развитием произведения, реагировать на него и участвовать в распределении платформенной видимости.

В-третьих, договорная архитектура является значимым элементом цифровой издательской платформы. Оферта, правила публикации, порядок доступа к произведению и заявленные гарантии правомерности размещения контента создают

условия доверия, без которых коммерциализация интеллектуального продукта становится нестабильной.

В-четвертых, репутационные механизмы выполняют организационную функцию. Рейтинги, чтения, продажи, подписчики и отклики читателей не только информируют пользователей, но и влияют на авторские стратегии, ритм публикации и распределение внимания внутри платформы.

В-пятых, предложенная диагностическая матрица может использоваться для анализа других цифровых сервисов креативной экономики. Она позволяет оценивать платформу не по отдельным функциям, а как целостную среду, где интерфейсные, договорные, коммерческие, коммуникационные и репутационные элементы находятся во взаимной связи.

Дискуссионным остается вопрос о границах платформенной организации в креативных индустриях. С одной стороны, цифровая среда снижает барьеры публикации, ускоряет обратную связь и открывает авторам дополнительные возможности коммерциализации произведений. С другой – рост значения рейтингов, видимости и измеримых пользовательских действий может усиливать зависимость автора от платформенных механизмов распределения внимания. Поэтому дальнейшие исследования целесообразно направить на количественную проверку предложенной модели с использованием обезличенных данных о динамике публикаций, обновлений, чтений, комментариев, подписок, покупок и участия авторов в продвижении.

Сведения о потенциальной заинтересованности. Автор имеет профессиональную связь с анализируемой платформой. Для снижения риска заинтересованной интерпретации исследование ограничено открытыми проверяемыми источниками, не содержит закрытых коммерческих данных, персональных данных пользователей, сравнительных оценок конкурентов и выводов об эффективности Zelluloza.ru относительно иных цифровых книжных сервисов. Все обобщения носят аналитический характер и связаны с описанием платформенных механизмов, а не с продвижением сервиса.

Библиографический список

1. Rochet, J.-C. Platform competition in two-sided markets [Text] / J.-C. Rochet, J. Tirole // Journal of the European Economic Association. – 2003. – Vol. 1, № 4. – Pp. 990–1029. – DOI: 10.1162/154247603322493212.
2. Parker, G. G. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You [Text] / G. G. Parker, M. W. Van Alstyne, S. P. Choudary. – New York : W. W. Norton & Company, 2016. – 352 p.
3. Gawer, A. Industry platforms and ecosystem innovation [Text] / A. Gawer, M. A. Cusumano // Journal of Product Innovation Management. – 2014. – Vol. 31, № 3. – Pp. 417–433. DOI: 10.1111/jpim.12105.
4. Шевчук, А. В. Теоретизирова цифровые платформы: концептуальная схема для гиг-экономики [Текст] / А. В. Шевчук // Экономическая социология. – 2023. – Т. 24, № 5. – С. 11–53. – DOI: 10.17323/1726-3247-2023-5-11-53.
5. Bucher, T. The affordances of social media platforms [Text] / T. Bucher, A. Helmond // The SAGE Handbook of Social Media / ed. by J. Burgess, A. Marwick, T. Poell. – London : SAGE Publications, 2017. – Pp. 233–253. – DOI: 10.4135/9781473984066.n14.
6. Lessig, L. Code and Other Laws of Cyberspace [Text] / L. Lessig. – New York : Basic Books, 1999. – 297 p.

References

1. Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029. DOI: 10.1162/154247603322493212.
2. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. New York: W. W. Norton & Company, 352 p.
3. Gawer, A., Cusumano, M. A. (2014). Industry platforms and ecosystem innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(3), 417–433. DOI: 10.1111/jpim.12105.
4. Shevchuk, A. V. (2023). Theorizing digital platforms: A conceptual framework for the gig economy. *Journal of Economic Sociology*, 24(5), 11–53. DOI: 10.17323/1726-3247-2023-5-11-53.
5. Bucher, T., Helmond, A. (2017). The affordances of social media platforms. In J. Burgess, A. Marwick, T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media*. London : SAGE Publications, 233–253. DOI: 10.4135/9781473984066.n14.
6. Lessig, L. (1999). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York : Basic Books, 297 p.

Сведения об авторах:

Калмыков Николай Николаевич – кандидат социологических наук, докторант кафедры социологии, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации
ORCID: 0000-0002-9620-9225
e-mail: kalmykov@kalmykovnn.ru

Information about the authors:

Kalmykov Nikolay Nikolaevich – Candidate of Sociological Sciences, Doctoral Candidate of the Department of Sociology, MGIMO University
ORCID: 0000-0002-9620-9225
e-mail: kalmykov@kalmykovnn.ru