



ПОЛИТИКА

И. Б. Филиппов

СИММЕТРИЧНЫЙ ОТВЕТ: СИЛОВОЕ ПОДАВЛЕНИЕ АКЦИЙ ПРОТЕСТА КАК ДРАЙВЕР ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В ОНЛАЙН-СЕТЯХ¹

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-311-90078 «Влияние применения негативных санкций в отношении протестующих на коммуникацию вокруг протестного движения в социальных медиа».

Илья Борисович Филиппов — аспирант аспирантской школы по политическим наукам Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Для связи с автором: ibfilippov@gmail.com.

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования влияния силового подавления уличных выступлений на политическую коммуникацию в социальных сетях. Опираясь на корпус сообщений, опубликованных в социальной сети «ВКонтакте» в рамках обсуждения серии протестных выступлений, происходивших в Москве летом 2019 г. в преддверии выборов в городскую думу, автор анализирует, как полицейское насилие сказывается на публикационной активности в интернете и востребованности публикуемого контента, фиксируя положительную связь между применением силы со стороны полиции и интенсивностью обсуждения соответствующей акции. По его заключению, помимо всплеска интереса даже не к самым значительным по масштабу акциям, в основе данного эффекта лежит возможность мотивированных пользователей искать и находить дополнительную аудиторию посредством обращения к механизму комментирования. Рассказывая о случившемся в комментариях к нейтральным сообщениям в изначально неполитизированных сообществах, такие пользователи втягивают их в протестную коммуникацию. В случае полицейского разгона число комментариев, составляющих наиболее «демократическую» часть политической коммуникации в новых медиа, открытую даже для пользователей с низким медийным ресурсом, резко возрастает. Одновременно возрастает и их эффективность, в том числе с точки зрения вовлечения в дискуссию новых пользователей, что ведет к распространению ее на страницы, где протестные акции обычно не обсуждаются.

Ключевые слова: политический протест, репрессии, полицейское насилие, социальные сети, политическая коммуникация

**Протестная
коммуникация
как пространство
политического
участия**

Изучение изменяющихся стратегий и паттернов политического участия в цифровизирующемся мире — одна из наиболее динамично развивающихся областей политологии и социальных наук в целом. Уже в конце 2000-х годов комментаторы заговорили о том, что возникновение и распространение социальных медиа меняет расклад сил настолько, что революции могут превратиться чуть ли не в побочный эффект коммуникации на онлайн-платформах или, по крайней мере, оказаться от нее в существенной зависимости. Так, массовые протесты в Молдове и Иране, а также более поздние события «арабской весны», широко освещавшихся на сайтах и в социальных сетях, поспешили назвать «Twitter-революциями». И хотя последующие исследования показали ограниченность подобной трактовки², наличие связи между протестами и онлайн-коммуникацией подтверждается и статистически³, и в описаниях личного опыта протестующих⁴. Одновременно появились работы, демонстрирующие, что новейшие коммуникационные технологии могут повышать устойчивость режима, помогая ему справляться с исходящими снизу угрозами⁵.

Исследования социальных сетей как предиктора протестной мобилизации зачастую исходят из посылки, что интернет — это своего рода аналог радио, предоставляющий слушателю возможность попасть в эфир. Однако по мере углубления цифровизации становится очевидно, что, помимо снижения издержек координации, у нее есть и иные последствия. Одним из них является возникновение новых пространств для политической коммуникации и политического активизма в целом, что влечет за собой изменение стратегий, к которым прибегают участники состязательной политики, и форм, которые эта политика принимает. Протестная активность на сайтах и в социальных сетях не просто взаимосвязана с уличными акциями, но формирует особый способ политического участия⁶. Происходящее на улицах медиатизируется: уличная активность находится в контексте сетевой коммуникации и ее законов⁷, а сетевая коммуникация — в контексте событий офлайна⁸.

Растущая популярность политического участия этого типа даже вызвала опасения, что «действенные» мероприятия с физическим присутствием людей будут постепенно уступать место выступлениям в социальных сетях, которые de facto могут рассматриваться как механизм выпуска пара, стерильный в смысле своих политических последствий. «Имитационный» активизм, замещающий «подлинный», уличный, уничижительно именуют «диванным», или slactivism'ом (от англ. slacker — бездельник)⁹. Хотя подобная логика и кажется убедительной, эмпирические данные на сегодняшний день не подтверждают обоснованности таких опасений ни в части замещения улицы интернетом, ни в части стерильности последствий. Если человек активно участвует в протестной деятельности онлайн, то он с большей вероятностью будет вовлечен и в традиционную¹⁰, а репрессивные действия государств в интернете свидетельствуют о том, что сами правящие режимы не считают онлайн-активизм безобидным механизмом выпуска пара¹¹.

² *Morozov 2009.*

³ *Steinert-Threlkeld et al. 2015; Jost et al. 2018; Larson et al. 2019.*

⁴ *Howard and Hussain 2011.*

⁵ *Gunitsky 2015; Deibert 2015.*

⁶ *Архипова 2018.*

⁷ *Ним 2016.*

⁸ *Ахременко и Филиппов 2019; Азаров и др. 2014.*

⁹ *Christensen 2011. Впрочем, используется и более нейтральный термин «clicktivism» (Halupka 2014).*

¹⁰ *Kwak et al. 2018.*

¹¹ *Honari 2018.*

Описанные трансформации имеют значение не только для репертуара возможных действий активистов, но и для социальных последствий уличной активности. Понятно, что политические режимы не рвутся от переизбытка лайков на постах оппозиционеров, но было бы ошибкой недооценивать эффект протестной коммуникации и цифрового активизма: во многих отношениях производство социального факта акции протеста из физического факта присутствия на площади нескольких тысяч человек происходит именно в социальных сетях. Сама архитектура текстоцентричных социальных сетей способствует быстрому распространению информации¹². Именно благодаря грамотному медийному освещению многие акции со скромной «физической» составляющей получают резонанс, невозможный при аналогичных затратах на мобилизацию в ином случае¹³. Более того, особенности протекания самих акций могут привести к неожиданному росту интереса и вовлеченности публики в социальных сетях. Одной из ключевых таких особенностей является ответ правящего режима. Этот ответ может лежать в диапазоне от игнорирования до применения летального насилия, хотя, как правило, рассматриваются опции невмешательства и полицейского подавления.

Исследования последствий вмешательства полиции обычно сводятся к изучению влияния силового принуждения на дальнейшую динамику уличного протеста. Полицейское насилие — существенный фактор, меняющий восприятие протестной активности в целом. С одной стороны, оно усиливает гнев в среде протестующих и их сторонников, создает потенциал групповой депривации¹⁴, порождает сомнения в легитимности режима ввиду его репрессивности¹⁵ и ощущение его слабости — ввиду того, что он увидел в протесте угрозу¹⁶. С другой стороны, для протестующих меняется «стоимость» участия в физическом протесте, поскольку оно становится более рискованным¹⁷; одновременно может снижаться и вера в успех¹⁸. На сегодняшний день исследователи склоняются к тому, что эффект насильственного подавления с точки зрения «физического» развития протеста зависит от целого ряда конкретных условий — от интенсивности репрессий до особенностей динамики вовлечения социальных групп¹⁹.

Гораздо менее изучена реакция на полицейское насилие в социальных медиа, хотя она выглядит более однозначной и понятной в плане своих последствий. Полицейское насилие вызывает эмоции и надеяет сообщения о прошедшей акции новыми смыслами: протестующие могут говорить о делегитимации действующей власти, репрессивности и слабости режима. При этом «раздвоение» информационного повода на сам митинг и ответ властей дает авторам публикаций бóльшую свободу в написании текстов, работающих на расширение коммуникации. Фото- и видеосвидетельства применения насилия также повышают коммуникативные возможности авторов, позволяя им апеллировать к этическим (а не политическим) аргументам. Все это должно приводить к более интенсивному вовлечению пользователей в сопут-

¹² *Gil-Lopez and Shen 2021.*

¹³ *Нум 2016.*

¹⁴ *Drury and Reicher 2000.*

¹⁵ *Peterson and Wahlström 2015.*

¹⁶ *Davenport 2007.*

¹⁷ *Opp and Gern 1993.*

¹⁸ *McAdam et al. 1996.*

¹⁹ *Akhremenko and Petrov 2020.*

ствующую митингам протестную коммуникацию, особенно с учетом того, что ее основной объем составляют именно рефлексия и информирование²⁰.

²⁰ *Theocharis et al. 2015.*

Эмпирическая проверка приведенных соображений проводилась в ограниченном масштабе. На материале обсуждения московских протестов 2018 г. в социальной сети «ВКонтакте» было показано, что полицейский разгон протестующих способствует интенсификации вертикальной коммуникации: возросшее число крупных сообществ продуцирует больше сообщений, которые, в свою очередь, встречают больший отклик у подписчиков и читателей соответствующих ресурсов. Как следствие, происходит существенное усиление протестной повестки в лентах пользователей, включенных в политическую коммуникацию, и повышается вероятность ее попадания в ленты остальных²¹, поскольку сообщения крупных сообществ составляют львиную долю всего читаемого в социальных сетях.

²¹ *Ахременко и Филиппов 2019.*

Главенствующее положение контента крупных сообществ в структуре медиа-потребления обеспечивается специфическим распределением числа подписчиков отдельных страниц. Применительно к эмпирически наблюдаемым сайтам и социальным сетям это распределение подчиняется степенному закону²². На качественном уровне это означает, что страницы со значительным числом участников встречаются довольно редко, подавляющая же часть пользователей и сообществ имеет небольшое число подписчиков и, следовательно, ограниченное число потенциальных читателей. В современных социальных сетях этот эффект усиливается наличием рекомендательных систем²³, которые помогают популярным площадкам стать еще популярнее, что способствует закреплению «цифрового неравенства» между страницами. И хотя такое положение дел подрывает представление об интернете как о пространстве горизонтальных взаимодействий и коннективного действия²⁴, именно оно и обеспечивает быстрое распространение информации²⁵.

²² *Asur and Huberman 2010.*

²³ *Venturini 2019.*

²⁴ *Bennet and Segerber 2012.*

²⁵ *González-Bailón 2013; Jost et al. 2018.*

Существующие на сегодняшний день исследования не дают ответа на вопрос, является ли всплеск коммуникации в этом сегменте страниц эффектом насилия как такового, или насилие выступает одним из факторов, который *ceteris paribus* делает акцию как новостной повод более обсуждаемой, наравне с неожиданно широким ее размахом или важными заявлениями, сделанными по ее ходу. Как бы то ни было, данный эффект фиксируется практически повсеместно, причем обнаруженная вариация не связана с аффективным изменением текстовых характеристик публикаций (длина сообщения, чрезмерное использование пунктуации, употребление смайлов)²⁶. При этом известно, что содержание коммуникации меняется вместе с содержанием офлайн-событий²⁷, а протестно заряженные сообщения обеспечивают большее вовлечение активной части пользователей²⁸.

²⁶ *Филиппов 2020.*

²⁷ *Азаров и др. 2014.*

²⁸ *Бродовская и Хуанг 2019.*

Стремясь расширить имеющееся знание о коммуникации в социальных сетях, рассматриваемой сегодня преимущественно в медийном аспекте, в настоящей статье я обращаюсь к «активистской» ее

стороне. Важный механизм, позволяющий пользователям распространять информацию о прошедших событиях, — это комментарии, или публикации-ответы, то есть тексты, которые размещаются в ответ на оригинальную публикацию сообщества либо отдельного пользователя. Исходная идея, лежащая в основе указанного механизма, — дать возможность читателям развернуто отреагировать на пост хозяина страницы и вступить с ним в дискуссию. Тем не менее, если хозяин страницы не модерировать раздел комментариев или делает это с опозданием, там вполне могут размещаться материалы, не относящиеся к теме исходной публикации. Данный механизм зачастую используется для того, чтобы распространить какую-либо информацию в обход «магистральных» путей, задействовав медийный капитал владельца страницы и войдя в контакт с его аудиторией.

Таким образом, комментирование является способом коммуникативного участия, с одной стороны, достаточно демократичным, ибо не сопряжено с какими-либо требованиями к медийному капиталу комментирующего, а с другой — достаточно продуктивным по сравнению со способами участия в обсуждении, не предполагающими производства собственного контента (текстов). Тем самым комментарии предстают идеальным каналом коммуникации для мотивированных, но малоресурсных пользователей, тем более что наряду с доступом к относительно большому числу читателей они позволяют им находить таковых за пределами собственно протестных сообществ.

Выход мобилизации за пределы узкого круга «профессиональных недовольных» требует вовлечения в коммуникацию тех, кто обычно не высказывает интереса к политике и протестной повестке. Нормальный ход обсуждений, как правило, этому не благоприятствует: одним из принципов, регулярно воспроизводящихся в процессе политической коммуникации в социальных сетях, является гомофилия, то есть склонность пользователей избегать общения с теми, кто транслирует отличающиеся взгляды и предпочтения²⁹. Однако социальные сети не статичны, и изменение инфоповодов и различные экзогенные шоки могут приводить к расширению кросс-идеологических взаимодействий³⁰. В ряде социальных сетей, включая «ВКонтакте», именно комментирование представляет собой самый простой и доступный способ выйти за рамки своей эхо-камеры. Согласно опросам, немаловажным мотивом написания политически ангажированных комментариев выступает желание «сбалансировать» текущий обмен мнениями или что-то «объяснить» другим³¹, из чего следует, что комментарии служат площадкой для встречи прежде всего с носителями противоположных взглядов, а не просто с нейтральными пользователями.

Хотя публикации этого типа не слишком популярны у читателей и привлекают внимание относительно небольшого числа пользователей, это самый распространенный вид креативного участия в политической и протестной коммуникации: комментарии пишут чаще, чем оригинальные посты. И, как показывают опросы³², усилия авторов

²⁹ McPherson, Smith-Lovin, and Cook 2001; Himelboim et al. 2016.

³⁰ Barberá et al. 2015.

³¹ Springer, Engelmann, and Pfaffinger 2015; Stroud, van Duyn, and Peacock 2016.

³² Stroud, van Duyn, and Peacock 2016; Kalogeropoulos et al. 2017.

приносят определенные плоды: они получают какую-то аудиторию, позитивные пользовательские реакции (лайки, репосты) и ответные комментарии.

Можно ожидать, что сетевые активисты будут реагировать на силовое подавление протестов не менее остро, чем администраторы сообществ. Ведь жизненный цикл крупных пабликов так или иначе ограничен медиа-логикой, и потребление аудиторией любого сообщества контента на одну тему имеет пределы, тогда как простор для захвата пространства комментариев и коллективной рефлексии в социальной сети выглядит почти неограниченным, особенно в случае ее изначально слабой политизации.

Для проверки данного предположения, а также общего прояснения вопроса о воздействии полицейского насилия на протестную коммуникацию мною было проведено эмпирическое исследование, результаты которого представлены ниже. Рассмотрение проводилось как на агрегированном уровне, так и с точки зрения изменения публикационной активности разного типа авторов. В центре моего внимания находился механизм комментирования, его роль в протестной коммуникации в принципе и влияние на него силового подавления уличных выступлений.

**Как полицейское
насилие влияет
на активность
в комментариях**

Эмпирической базой исследования послужили публикации в социальной сети «ВКонтакте», появившиеся в ходе обсуждения серии протестных выступлений, происходивших в Москве с 20 июля по 10 августа 2019 г. в преддверии выборов в городскую думу, и их метаданные. На протяжении четырех недель каждую субботу в центре столицы проводились акции протеста, главным требованием которых был допуск до участия в выборах кандидатов, ранее снятых избирательной комиссией. Две из четырех рассматриваемых акций сопровождалась массированным полицейским подавлением, одна — локальным вмешательством сил правопорядка, еще одна прошла без заметного применения насилия и последующих административных задержаний. Краткая характеристика вошедших в выборку протестных эпизодов и их обсуждения в сети «ВКонтакте» представлена в *табл. 1*.

Выбор сети «ВКонтакте» в качестве основы для эмпирического анализа протестной онлайн-коммуникации объясняется тем, что это самая популярная и вместе с тем наименее политизированная социальная сеть в России³³. Иначе говоря, политической коммуникации в ней есть куда расти и какие площадки захватывать (ибо в обычном состоянии подавляющая часть коммуникации не связана с политикой), и она обладает наибольшим потенциалом с точки зрения мобилизации.

Ограниченность протестной повестки московскими выборами и стабильный состав задействованных акторов обеспечивают сравнимость коммуникации вокруг отдельных протестных эпизодов. Во-первых, коммуникацию не искажают дополнительные сюжеты, которые

³³ Reuter and Szakonyi 2015.

Таблица 1 Краткая характеристика протестных акций лета 2019 г. в Москве и их обсуждения в сети «ВКонтакте»

<i>Акция</i>	<i>Силовое подавление</i>	<i>Число участников</i>	<i>Даты обсуждения</i>	<i>Число авторов</i>	<i>Число постов</i>
20.07.2019	Отсутствовало	Около 20 тыс.	20—22 июля	12711	19526
27.07.2019	Многочисленные случаи полицейского насилия; более 1,3 тыс. задержанных	10—20 тыс.	27—29 июля	46398	83013
3.08.2019	Многочисленные случаи полицейского насилия; около тысячи задержанных	Несколько тыс.	3—5 августа	37955	66000
10.08.2019	Локальное применение силы полицией	Около 50 тыс.	10—12 августа	48945	88673

могли бы затруднить отслеживание ее динамики и фиксацию влияния событий, имевших место в ходе самих протестных акций, на их обсуждение; во-вторых, нет оснований полагать, что различия в интенсивности обсуждения таких акций обусловлены различиями в медийной базе, изначально имевшейся у их организаторов. Соответственно, рассмотрение этой серии протестов позволяет, с одной стороны, проследить воздействие полицейского насилия на последующую коммуникацию и стратегии ее участников, а с другой — проверить и уточнить выводы, полученные по результатам анализа менее связанных акций³⁴.

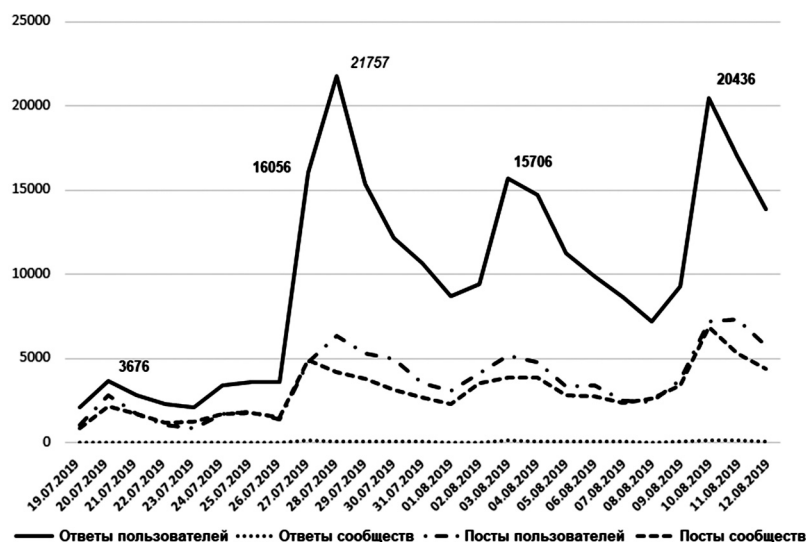
³⁴ Ахременко и Филиппов 2019.

Сбор, фильтрация и обработка сообщений из сети «ВКонтакте» осуществлялись машинным способом. Сообщения отбирались по наличию слова «митинг» в любой форме. При этом из выборки исключались все сообщения с упоминаниями не связанных с Москвой топонимов и не относящихся к рассматриваемому сюжету групп (например, обманутых дольщиков). Затем из полученного блока сообщений были отобраны те, что публиковались в дни самих акций и последующие два дня. Так, обсуждением акции 20 июля 2019 г. считались все отвечающие упомянутым выше требованиям сообщения, опубликованные с 0 часов 20 июля до 23 часов 59 минут 22 июля; обсуждением акции 27 июля — сообщения, опубликованные с 0 часов 27 июля до 23 часов 59 минут

29 июля, и т.д. Всего было проанализировано 257 тыс. сообщений от 116 тыс. авторов.

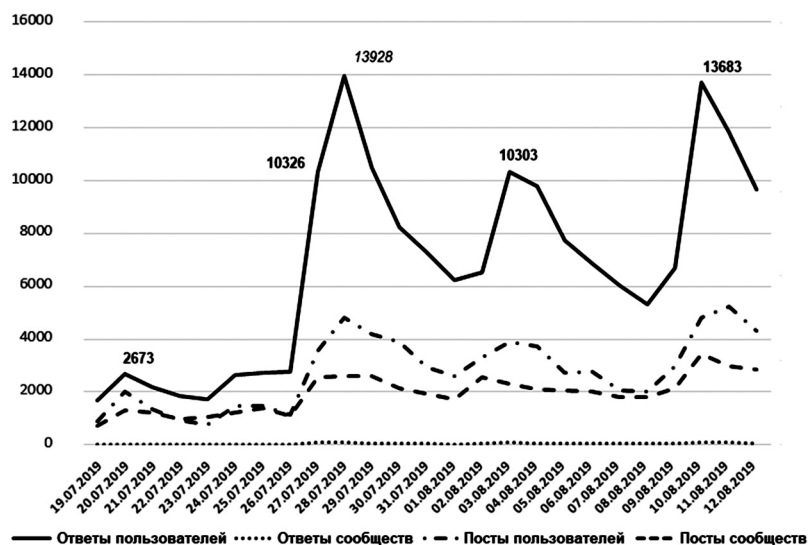
На *рис. 1* отражена динамика упоминаемости слова «митинг» в сети «ВКонтакте» в период с 19 июля по 12 августа 2019 г. Как видно из рисунка, четырем состоявшимся в это время акциям протеста соответствуют четыре пиковых периода на графиках. Как правило, пик публикационной активности приходился на сам день акции, но были и исключения. В этом плане особенно выделяется 28 июля — день, последовавший за первым силовым разгоном в этой серии протестных выступлений, который ознаменовался самым бурным всплеском активности рядовых пользователей. В следующие выходные основная масса пользовательских сообщений была опубликована непосредственно в день акции.

Рисунок 1 Динамика числа сообщений с упоминанием слова «митинг»



Те же регулярности наблюдаются на *рис. 2*, где отображена динамика числа уникальных авторов, вовлеченных в протестную коммуникацию. На обоих рисунках легко заметить, что формат пользовательского комментария (ответа) доминирует над всеми остальными и по объему контента, и по количеству авторов. При этом даже за вычетом комментариев активность обычных пользователей в целом превосходит активность сообществ. Однако результаты этой активности — число читателей и пользовательских реакций — оказываются скромнее, поскольку именно большие сообщества консолидируют вокруг себя зна-

Рисунок 2 Динамика числа авторов сообщений с упоминанием слова «митинг»



чительную аудиторию и влияют на продвижение в социальных сетях той или иной повестки.

Анализ межакционных вариаций числа оригинальных постов и пользовательской реакции на них (см. табл. 2) подтверждает выводы относительно влияния различного течения митингов на протестную коммуникацию в социальных сетях, сделанные на основе исследования протестных акций в Москве в 2018 г.³⁵ По мере включения сил правопорядка в протестные события участие в протестной коммуникации в сети «ВКонтакте» увеличивается и качественно, и количественно: растет как среднее число публикаций на одного автора, так и число авторов, а сами публикации получают больше положительных реакций от читателей. Это касается публикаций на всех типах страниц — и пользовательских, и страниц сообществ.

И все же динамика пользовательской активности во время рассматриваемой серии выступлений предостерегает от прямолинейной интерпретации воздействия полицейских санкций на коммуникацию в сети. Действительно, изменение стратегии правящего режима ознаменовалось драматическим ростом вовлеченности в протестную коммуникацию, однако в итоге наибольший размах обсуждения пришелся на эпизод, в ходе которого полицейское насилие было спорадическим и не затмевало основной информационный повод — массовость митинга. С другой стороны, такой размах обсуждения вряд ли был бы возможен без двух предшествующих акций, но достоверно выявить влияние на-

³⁵ См. Ахременко и Филиппов 2019.

Таблица 2 Межакционные вариации числа оригинальных постов и пользовательской реакции на них

<i>Публикации обычных пользователей</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авто-ры</i>	<i>Посты</i>	<i>Про-мотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репос-ты</i>	<i>Коммен-тарии</i>
20.07.2019	3746	5558	1512983	61099	5606	7005
27.07.2019	10792	16466	2686759	97370	11528	18283
3.08.2019	8905	13387	1859908	67326	6992	10285
10.08.2019	11923	20342	3150764	117312	11338	15205
Всего	26986	55753	9210414	343107	35464	50778
<i>Публикации сообществ</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авто-ры</i>	<i>Посты</i>	<i>Про-мотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репос-ты</i>	<i>Коммен-тарии</i>
20.07.2019	2832	5046	14947403	296044	17970	43069
27.07.2019	5315	12958	45624927	812958	43894	183660
3.08.2019	4752	10603	37791664	673866	32561	132361
10.08.2019	6135	16677	78534487	1564022	60055	222180
Всего	11609	45284	176898481	3346890	154480	581270

силія на последующие эпизоды многосерийных протестов с помощью данных по одной серии акций нельзя.

При сравнении публикаций на двух типах площадок — в сообществах и на личных страницах — нетрудно заметить, что публикации обычных пользователей собирают меньше читателей и пользовательских реакций как в сумме, так и в пересчете на один пост. В то же время при пересчете на один просмотр выясняется, что с точки зрения вовлечения в обсуждение эффективность таких публикаций в полтора раза выше: посты виртуальных и реальных друзей больше располагают к дискуссии и положительной реакции, нежели публикации администраторов сообществ.

Хотя читателей в большей степени интересуют именно оригинальные посты, самая массовая форма участия в коммуникации после потребления контента — это комментирование. Судить о пользовательских реакциях в разрезе различных типов публикаций позволяют данные, приводимые в *табл. 3*. Поскольку интерфейс сети «ВКонтакте» не содержит информации о числе просмотров публикаций-ответов, их оценка в таблице представлена в виде интервала, левую границу которого составляет произведение числа лайков и отношения числа лайков к просмотрам для оригинальных постов в сообществах, правую — аналогичное произведение применительно к оригинальным постам обыч-

Таблица 3 Масштабы участия в протестной коммуникации с помощью оригинальных постов и публикаций-ответов

<i>Оригинальные публикации</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авто-ры</i>	<i>Посты</i>	<i>Про-смотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репос-ты</i>	<i>Коммен-тарии</i>
20.07.2019	6578	10604	16460386	357143	23576	50074
27.07.2019	16107	29424	48311686	910328	55422	201943
3.08.2019	13657	23990	39651572	741192	39553	142646
10.08.2019	18058	37019	81685 51	1681334	71393	237385
Всего	38595	101037	186108895	3689997	189944	632048
<i>Публикации-ответы</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авто-ры</i>	<i>Посты</i>	<i>Про-смотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репос-ты</i>	<i>Коммен-тарии</i>
20.07.2019	6352	8922	704007— 1435444	28430	49	8998
27.07.2019	31180	53589	6449022— 13116694	233717	224	76539
3.08.2019	24949	42010	4162071— 8449350	150661	199	51478
10.08.2019	31802	51654	5278991— 9869497	196552	210	70974
Всего	80775	156175	16357748— 32207470	609 360	682	207989

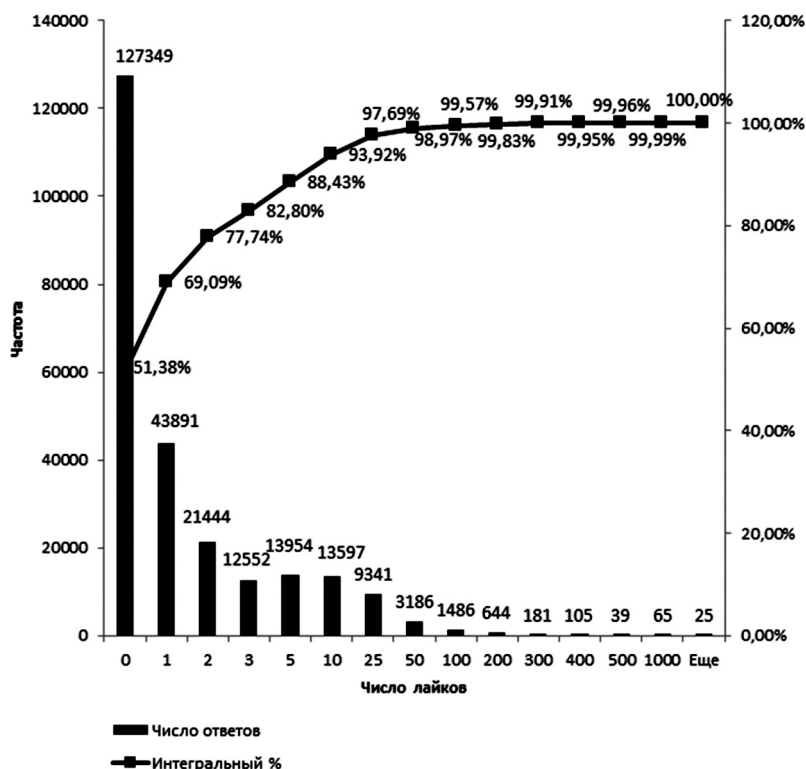
ных пользователей. Думается, что истинное значение лежит где-то в этих пределах, так как, с одной стороны, к чтению комментариев обращаются прежде всего мотивированные пользователи, что повышает вероятность реакции при просмотре, с другой — авторы комментариев лично не знакомы большинству читателей, что ее снижает.

Из табл. 3 следует, что число участвующих в коммуникации через написание комментариев, как правило, в полтора-два раза превосходит число авторов оригинальных постов. При этом число прочтений комментариев кратно уступает числу прочтений оригинальных постов, что вполне ожидаемо, так как не каждый пользователь в принципе читает комментарии и не каждый комментарий из множества будет прочитан даже активным пользователем. Отношение к лайкам у публикаций-ответов намного выше, чем у оригинальных сообщений, что можно объяснить как уже упомянутой повышенной мотивацией посетителей страницы комментариев, так и тем, что функционал социальной сети располагает к вовлечению в комментирование. Оставив комментарий на

ответ, пользователь с большей вероятностью может рассчитывать на реакцию автора исходного комментария, чем в случае комментирования оригинальной публикации, особенно исходящей от сообщества. В то же время репосты комментариев редки. В целом с точки зрения потребляемого контента «вертикальная» коммуникация (от сообществ — к подписчикам) доминирует над «горизонтальной», но публикации-ответы составляют большую часть того, что публикуется активными пользователями социальной сети.

Как показано на *рис. 3*, половина всех постов остается без реакции со стороны читателей, и 10 лайков — недостижимый рубеж для более чем 90% всех комментариев. На практике подавляющая часть всех публикаций-ответов не привлекает сколько-нибудь заметного внимания публики. Однако тот факт, что в каждом втором случае такие публикации находят хотя бы одного оставившего лайк читателя, выступает достаточным стимулом для участников коммуникации, демонстрируя возможность использовать для донесения своих взглядов площадки с аудиторией, привлечение которой ложится на плечи администрато-

Рисунок 3 Распределение публикаций-ответов по числу лайков



ров сообществ. Иначе говоря, комментирование есть способ вступить в коммуникацию с широким кругом пользователей, не вкладываясь в развитие и продвижение собственной страницы. Более того, хотя наличие «раскрученной» страницы и позволяет стабильно коммуницировать с большой аудиторией, оно же и консервирует эту аудиторию, тогда как размещение постов в разделе комментариев открывает доступ к разнообразной аудитории, привлеченной администраторами разных сообществ.

Наибольшая комментаторская активность наблюдается на площадках с наибольшим числом прочтений — в сообществах, на них же приходится и большая часть реакций на комментарии других пользователей — и в абсолютных цифрах, и в пересчете на один пост (см. табл. 4). Но поскольку ни с точки зрения пользовательских механик, ни с точки зрения поакционной динамики разницы между публикациями-ответами на страницах пользователей и сообществ нет, в дальнейшем я буду рассматривать такие публикации вместе.

Таблица 4 Динамика участия в протестной коммуникации с помощью публикаций-ответов на различных площадках

<i>Публикации-ответы на страницах пользователей</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авторы</i>	<i>Посты</i>	<i>Просмотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репосты</i>	<i>Комментарии</i>
20.07.2019	678	1022	33826—68970	1366	8	1053
27.07.2019	2661	3885	232115—472099	8412	34	4271
3.08.2019	2038	2862	123734—251191	4479	47	2523
10.08.2019	2544	3552	171085—319858	6370	25	2683
Всего	7143	11321	553714—1090232	20627	114	10530
<i>Публикации-ответы на страницах сообществ</i>						
<i>Акция</i>	<i>Авторы</i>	<i>Посты</i>	<i>Просмотры</i>	<i>Лайки</i>	<i>Репосты</i>	<i>Комментарии</i>
20.07.2019	5762	7900	670181—1366474	27064	41	7945
27.07.2019	29037	49704	6216907—12644594	225305	190	72268
3.08.2019	23321	39148	4038337—8198160	146182	152	48955
10.08.2019	29732	48102	5107905—9549639	190182	185	68291
Всего	75658	144854	15804034—31117238	588733	568	197459

Как уже отмечалось, пользователь может оставлять комментарии во многих сообществах. В большинстве случаев крупные сообщества открыты для вступления и комментирования, причем членство в сообществе чаще всего не является необходимым условием для коммуникации в его рамках. Это позволяет пользователям «захватывать» пространство в комментариях, отесняя политически нейтральные публикации, и принудительно вовлекать сообщество и его аудиторию в политическую коммуникацию. Данные, характеризующие динамику всех публикаций-ответов и публикаций-ответов, вовлекавших в коммуникацию новые сообщества (те, что не публиковали от своего имени постов, посвященных соответствующей акции), представлены в *табл. 5*. Как видно из таблицы, «вовлекающие» ответы в среднем получали меньшую пользовательскую реакцию, что ожидаемо — политическая коммуникация находит больший отклик у аудитории сообществ, стабильно вовлеченных в обсуждение протестных акций.

Пик коммуникации посредством публикаций-ответов приходится на 27 июля — первый случай применения полицейского насилия против протестующих. В этот день мы видим наибольшее число таких публика-

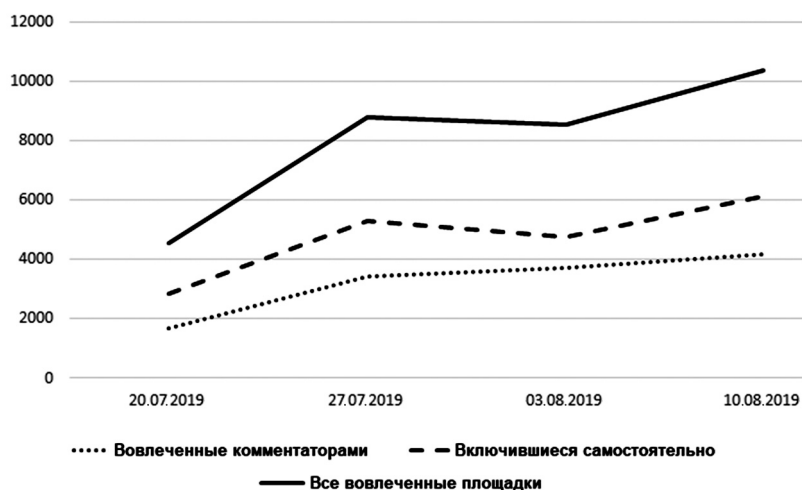
Таблица 5 Публикационная активность и успешность продвижения «вовлекающих» публикаций-ответов на фоне публикаций-ответов в целом

<i>Все публикации-ответы</i>							
<i>Акция</i>	<i>Авторы</i>	<i>Посты</i>	<i>Лайки</i>	<i>Комментарии</i>	<i>Посты / авторы</i>	<i>Лайки / посты</i>	<i>Комментарии / посты</i>
20.07.2019	6352	8922	28430	8998	1,40	3,19	1,01
27.07.2019	31180	53589	233717	76539	1,72	4,36	1,43
3.08.2019	24949	42010	150661	51478	1,68	3,59	1,23
10.08.2019	31802	51654	196552	70974	1,62	3,81	1,37
<i>Вовлекающие публикации-ответы</i>							
<i>Акция</i>	<i>Авторы</i>	<i>Посты</i>	<i>Лайки</i>	<i>Комментарии</i>	<i>Посты / авторы</i>	<i>Лайки / посты</i>	<i>Комментарии / посты</i>
20.07.2019	3261	4022	10024	3577	1,23	2,49	0,89
27.07.2019	12742	18840	74813	25980	1,48	3,97	1,38
3.08.2019	11452	16374	46983	18275	1,43	2,87	1,12
10.08.2019	12077	16895	49765	21181	1,40	2,95	1,25

ций и реакций на них как в целом, так и применительно к подвыборке «вовлекающих» публикаций-ответов. Пользователи были более активны, чем при обсуждении любого другого протестного эпизода, причем именно тогда активные пользователи проявляли наибольшую склонность к экспорту протестной коммуникации в незатронутые ею сообщества. Примечательно, что тогда же наблюдался наименьший разрыв в метриках успешности продвижения между «вовлекающими» и «невовлекающими» постами. Это означает, что полицейское насилие повышает восприимчивость к политическим высказываниям в неполиitizedированной среде.

На *рис. 4* отражена динамика соотношения между сообществами, включившимися в протестную коммуникацию самостоятельно, и теми, чье приобщение к ней связано с механизмом комментирования. Из рисунка следует, что при обсуждении акции 27 июля усилия активных пользователей были направлены не столько на вовлечение в протестную коммуникацию как можно большего числа сообществ, сколько на повышение ее плотности в целевых группах. При том что и «вовлекающих» комментариев, и авторов таковых 27–30 июля было больше, чем в последующие дни, вовлеченных сообществ оказалось меньше. Это означает, что в среднем на одно сообщество приходилось больше постов и авторов.

Рисунок 4 Самостоятельное и стимулированное извне включение сообществ в протестную коммуникацию

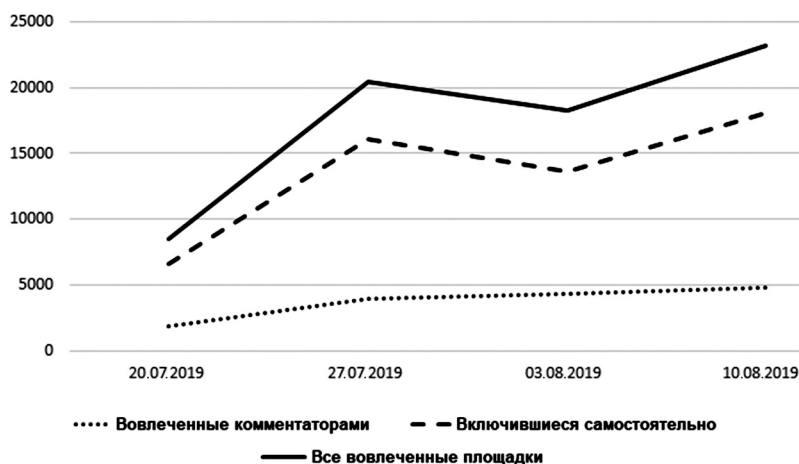


Стоит отметить, что число сообществ, которые включились в протестную коммуникацию самостоятельно, сопоставимо с числом вовлеченных в нее извне. Хотя сообществ первого типа стабильно больше,

доля вторых среди всех задействованных в такой коммуникации сообществ составляет от 37% до 43%.

При переходе от площадок-сообществ ко всем площадкам (включая страницы обычных пользователей) доля тех, что были вовлечены в протестную коммуникацию авторами публикаций-ответов, снижается (см. рис. 5). Это обусловлено тем, что большая часть таких публикаций приходится на сообщества и 75% «вовлекающих» комментариев были оставлены именно там. Вместе с тем общие паттерны поакционной динамики остаются прежними.

Рисунок 5 Самостоятельное и стимулированное извне включение площадок всех типов в протестную коммуникацию



Динамику подключения площадок к протестной коммуникации отражают данные, приводимые в табл. 6. Согласно этим данным, 40% всех площадок, на которых фиксируется протестная коммуникация, были вовлечены в нее не публикациями администратора/хозяина страницы, а комментариями сторонних пользователей. Именно обсуждение акции 27 июля характеризуется наиболее массовым включением в дискуссию сообществ, причем как самостоятельным, так и стимулированным извне.

Заключение

Итак, проведенное исследование подтверждает, что обсуждение акции, подавленной полицией, оказывается более интенсивным как с точки зрения публикационной активности, так и в плане востребованности публикуемого контента. И хотя оно по-прежнему не позволяет судить о том, является ли это эффектом исключительно полицейско-

Таблица 6 Динамика подключения площадок к протестной коммуникации

	Всего		Включились сами		Вовлечены комментаторами		Вовлечены комментаторами, %	
	Пользователи	Сообщества	Пользователи	Сообщества	Пользователи	Сообщества	Пользователи	Сообщества
Акция первого обращения к протестной коммуникации								
20.07.2019	3961	4535	3802	2856	159	1679	4%	37%
27.07.2019	10141	6268	9640	3801	501	2467	5%	39%
3.08.2019	6693	4106	6327	2314	366	1792	5%	44%
10.08.2019	8178	4575	7871	2771	307	1804	4%	39%
Всего	28973	19484	27640	11742	1333	7742	5%	40%

го насилия, или речь идет лишь об одном из сценариев, провоцирующих более широкое обсуждение в сети, по его итогам можно говорить о некоторых эксклюзивных последствиях полицейского насилия для политической коммуникации в социальных сетях. Помимо того, что полицейский разгон приводит к всплеску интереса даже не к самым значительным по масштабу акциям, такой поворот событий позволяет активным пользователям искать и успешно находить дополнительную аудиторию. Это происходит за счет механизма комментирования: активисты рассказывают о случившемся в комментариях к нейтральным сообщениям в изначально неполитизированных сообществах, тем самым вовлекая их в протестную коммуникацию. Как показывают полученные данные, взлет подобной активности приходится именно на день с наиболее жестким подавлением акции полицией. Самое примечательное, что тогда же эта активность встречает максимально благосклонный отклик со стороны публики. В случае с обсуждением серии протестных выступлений в Москве летом 2019 г. половина всех комментариев в выборке получила хотя бы одну положительную пользовательскую реакцию, четверть — хотя бы две. Это означает, что рассмотренная стратегия не бесплодна и публикации-ответы — действенный способ вступления в коммуникацию и обретения новой аудитории.

В завершение следует сказать несколько слов о возможных направлениях дальнейшего изучения влияния полицейского насилия на протестную коммуникацию в социальных сетях. Представленному выше исследованию присущ целый ряд ограничений. Во-первых, в нем никак не оценивалось содержание постов и комментариев: протестной коммуникацией по умолчанию считались все упоминания митингов,

при том что далеко не во всех случаях такие упоминания носили позитивный характер. И хотя подобный подход мне кажется вполне допустимым, ибо полемика между сторонами могла сказаться только на величине выявленного эффекта, но не на самом его наличии (сомнительно, чтобы приверженцы правящего режима повышали упоминаемость протестных эпизодов не в ответ на действия протестных активистов, а по собственной инициативе), проблема остается. Во-вторых, отсутствовала корректировка на серийный характер протеста: поскольку протестные эпизоды следовали один за другим, интерес публики мог разогреваться сам по себе, а не под влиянием насилия. Этот эффект не стоит преувеличивать (так, обсуждение третьей акции в рассматриваемой серии было менее активным, чем обсуждение второй), но, чтобы оценить реальный его масштаб, необходимо сравнение нескольких серий протестных выступлений. В-третьих, в исследовании не учитывался фактор ботов. Конечно, существенного влияния на его результаты этот фактор оказать не мог (в условиях, когда у акций были одни и те же организаторы и одна и та же повестка, маловероятно, чтобы боты включались во время обсуждения одних акций и выключались при обсуждении других), однако в иных ситуациях дело может обстоять иначе. Таким образом, можно выделить три основных направления дальнейших исследований: (автоматизированный) анализ содержания публикуемых сообщений, прояснение, в том числе на теоретическом уровне, динамики коммуникации во время многодневных серийных акций протеста и, наконец, изучение роли и поведения ботов в различных политических обстоятельствах.

Библиография

Азаров А.А., Е.В.Бродовская, О.В.Дмитриева, А.Ю.Домбровская и А.А.Фильченков. (2014) «Стратегии формирования установок протестного поведения в сети интернет: опыт применения киберметрического анализа (На примере Евромайдана, ноябрь 2013 г.)». Ч. II // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, т. 121, № 3: 56–74. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2014/121/2014_121_5_A.A.Azarov_E.V.Brodovskaja_O.V.Dmitrieva_A.Ju.Dombrovskaja_A.A.Filchenkov.pdf (проверено 28.09.2021).

Архипова А.С., Д.А.Радченко, А.С.Титков, И.В.Козлова, Е.Ф.Югай, С.В.Белянин и М.В.Гаврилова. (2018) «„Пересборка митинга“: Интернет в протесте и протест в интернете» // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, т. 143, № 1: 12–35. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2018/143/2018_143_02_Arkipova.pdf (проверено 28.09.2021).

Ахременко А.С. и И.Б.Филиппов. (2019) «Влияние силового давления протеста на обсуждение протестной акции в социальных сетях» // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, т. 153, № 5: 200–225. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/316197002.pdf> (проверено 28.09.2021).

Бродовская Е.В. и Т.Хуанг. (2019) «Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи» // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, т. 153, № 5: 3—18. URL: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/926/708> (проверено 28.09.2021).

Ним Е.Г. (2016) «„Игрушко митингуэ“: в поисках теории медиатизации гражданского протеста» // *Журнал исследований социальной политики*, т. 14, № 1: 55—70. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3287/2855> (проверено 28.09.2021).

Филиппов И.Б. (2020) «Количественные текстовые характеристики как фактор успешности продвижения публикаций в рамках протестной коммуникации в социальных сетях» // *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*, т. 13, № 2: 249—268.

Akhremenko A. and A.Petrov. (2020) «Modeling the Protest-Repression Nexus» // *Proceedings of the MACSPro Workshop 2020*. Venice, October 22—24. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/448511769.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Asur S. and B.A.Huberman. (2010) «Predicting the Future with Social Media» // *Proceedings of 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*. Toronto, 31 Aug. — 3 Sept.: 492—499. URL: <https://cmps-people.ok.ubc.ca/bowenhui/iui/asur-wic2010.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Barberá P., J.T.Jost, J.Nagler, J.A.Tucker, and R.Bonneau. (2015) «Tweeting from Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?» // *Psychological Science*, vol. 26, no. 10: 1531—1542.

Bennett W.L. and A.Segerberg. (2012) «The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics» // *Information, Communication & Society*, vol. 15, no. 5: 739—768.

Christensen H.S. (2011) «Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means?» // *First Monday*, vol. 16, no. 2. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3336> (accessed on 28.09.2021).

Davenport C. (2007) «State Repression and Political Order» // *Annual Review of Political Science*, vol. 10: 1—23.

Deibert R. (2015) «Authoritarianism Goes Global: Cyberspace under Siege» // *Journal of Democracy*, vol. 26, no. 3: 64—78.

Drury J. and S.Reicher. (2000) «Collective Action and Psychological Change: The Emergence of New Social Identities» // *British Journal of Social Psychology*, vol. 39, no. 4: 579—604.

Gil-Lopez T. and C.Shen. (2021) «„Go, Vote, and Tweet It“: Interactivity in Online Protest-Related Discussions about the 2014 Catalan Referendum for Independence» // *International Journal of Communication*, vol. 15: 3864—3886. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15700/3538> (accessed on 28.09.2021).

González-Bailón S., J.Borge-Holthoefer, and Y.Moreno. (2013) «Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion» // *American Behavioral Scientist*, vol. 57, no. 7: 943—965.

- Gunitsky S. (2015) «Corrupting the Cyber-Commons: Social Media as a Tool of Autocratic Stability» // *Perspectives on Politics*, vol. 13, no. 1: 42–54.
- Halupka M. (2014) «Clicktivism: A Systematic Heuristic» // *Policy & Internet*, vol. 6, no. 2: 115–132.
- Himmelboim I., K.D.Sweetser, S.F.Tinkham, K.Cameron, M.Danelo, and K.West. (2016) «Valence-based Homophily on Twitter: Network Analysis of Emotions and Political Talk in the 2012 Presidential Election» // *New Media & Society*, vol. 18, no. 7: 1382–1400.
- Honari A. (2018) «From „the Effect of Repression“ toward „the Response to Repression“» // *Current Sociology*, vol. 66, no. 6: 950–973.
- Howard P.N. and M.M.Hussain. (2011) «The Role of Digital Media» // *Journal of Democracy*, vol. 22, no. 3: 35–48.
- Jost J.T., P.Barberá, R.Bonneau, M.Langer, M.Metzger, J.Nagler, J.Stegler, and J.A.Tucker. (2018) «How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks» // *Political Psychology*, vol. 39, no. 11: 85–118.
- Kalogeropoulos A., S.Negredo, I.Picone, and R.K.Nielsen. (2017) «Who Shares and Comments on News? A Cross-national Comparative Analysis of Online and Social Media Participation» // *Social Media + Society*, vol. 3, no. 4: 1–12.
- Kwak N., D.S.Lane, B.E.Weeks, D.H.Kim, S.S.Lee, and S.Bachleda. (2018) «Perceptions of Social Media for Politics: Testing the Slacktivism Hypothesis» // *Human Communication Research*, vol. 44, no. 2: 197–221. URL: http://www.daniel-lane.com/wp-content/uploads/2018/06/Kwak-et-al_2018_Perceptions-of-Social-Media-for-Politics.pdf (accessed on 28.09.2021).
- Larson J.M., J.Nagler, J.Ronen, and J.A.Tucker. (2019) «Social Networks and Protest Participation: Evidence from 130 Million Twitter Users» // *American Journal of Political Science*, vol. 63, no. 3: 690–705.
- McAdam D., S.Tarrow, and C.Tilly. (1996) «To Map Contentious Politics» // *Mobilization: An International Quarterly*, vol. 1, no. 1: 17–34.
- McPherson M., L.Smith-Lovin, and J.M.Cook. (2001) «Birds of a Feather: Homophily in Social Networks» // *Annual Review of Sociology*, vol. 27, no. 1: 415–444.
- Morozov E. (2009) «Iran: Downside to „the Twitter Revolution“» // *Dissent*, vol. 56, no. 4: 10–14.
- Opp K.D. and C.Gern. (1993) «Dissident Groups, Personal Networks, and Spontaneous Cooperation: The East German Revolution of 1989» // *American Sociological Review*, vol. 58, no. 5: 659–680.
- Peterson A. and M.Wahlström. (2015) «Repression: the Governance of Domestic Dissent» // Della Porta D. and M.Diani, eds. *The Oxford Handbook of Social Movements*. Oxford: Oxford University Press: 634–652.
- Reuter O.J. and D.Szakonyi. (2015) «Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes» // *British Journal of Political Science*, vol. 45, no. 1: 29–51.

Springer N., I.Engelmann, and C.Pfaffinger. (2015) «User Comments: Motives and Inhibitors to Write and Read» // *Information, Communication & Society*, vol. 18, no. 7: 798—815.

Steinert-Threlkeld Z.C., D.Mocanu, A.Vespignani, and J.Fowler. (2015) «Online Social Networks and Offline Protest» // *EPJ Data Science*, vol. 4, no. 1: 1—9.

Stroud N.J., E. van Duyn, and C.Peacock. (2016) *News Commenters and News Comment Readers*. URL: <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-News-Commenters-and-Comment-Readers1.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Theocharis Y., W.Lowe, J.W. van Deth, and G.García-Albacete. (2015) «Using Twitter to Mobilize Protest Action: Online Mobilization Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi Movements» // *Information, Communication & Society*, vol. 18, no. 2: 202—220.

Venturini T. (2019) «From Fake to Junk News: The Data Politics of Online Virality» // Bigo D., E.Isin, and E.Ruppert, eds. *Data Politics: Worlds, Subjects, Rights*. London, New York: Routledge: 123—144. URL: <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/24517/1/9781315167305.pdf> (accessed on 28.09.2021).



³⁶ This research study was funded by the Russian Foundation for Basic Research within the framework of the project № 20-311-90078 “The Impact of Negative Sanctions against Protesters on the Communication around Protest Movement in Social Media”.

I.B.Philippov
**SYMMETRICAL ANSWER:
 POLICE SUPPRESSION OF PROTESTS
 AS A DRIVER OF POLITICAL
 COMMUNICATION IN SOCIAL MEDIA³⁶**

Ilya B. Philippov — Ph.D. Student, Doctoral School of Political Science, HSE University. Email: ibfilippov@gmail.com.

Abstract. The article presents the results of the empirical study about the impact of the police suppression of street rallies on the political communication in social networks. Based on the messages published in the social network *VKontakte* during the discussion of a series of protests that took place in Moscow in the summer of 2019 on the eve of the City Duma elections, the author analyzes how police violence affects publishing activity on the Internet and the demand for the published content. The author reveals a positive relationship between the use of force by the police and the

intensity of the discussion of the relevant event. According to his conclusion, the effect can be explained not only by a surge of interest in the protest events of a lesser scale, but also by the ability of motivated users to search and find an additional audience via the commenting mechanism. By communicating about what happened in the comments on neutral messages within the initially non-politicized communities, such users draw new people into the protest communication. In the event of a police crackdown, the number of comments that make up the most “democratic” part of the political communication in the new media, which is available even to users with low media capital, increases dramatically. The effectiveness of these comments is also increasing, in a sense that they are attracting new users into the discussion, which results in spreading the content to the pages, where protest actions are normally not discussed.

Keywords: political protest, repressions, police violence, social networks, political communication

References

Akhremenko A. and A.Petrov. (2020) “Modeling the Protest-Repression Nexus” // *Proceedings of the MACSPro Workshop 2020*. Venice, October 22–24. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/448511769.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Akhremenko A.S. and I.B.Filippov. (2019) “Vlijanie silovogo podavlenija protesta na obsuzhdenie protestnoj aksii v sotsial'nykh setjakh” [Impact of the Violent Suppression of Protest on Its Discussion in Social Networks] // *Monitoring obshchestvennogo mnenija: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], vol. 153, no. 5: 200–225. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/316197002.pdf> (accessed on 28.09.2021). (In Russ.)

Arkhipova A.S., D.A.Radchenko, A.S.Titkov, I.V.Kozlova, E.F.Yugai, S.V.Belyanin, and M.V.Gavrilova. (2018) “„Peresborka mitinga“: Internet v proteste i protest v internete” [“Rally Rebuild”: Internet in Protest and Protest on the Internet] // *Monitoring obshchestvennogo mnenija: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], vol. 143, no. 1: 12–35. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2018/143/2018_143_02_Arkhipova.pdf (accessed on 28.09.2021). (In Russ.)

Asur S. and B.A.Huberman. (2010) “Predicting the Future with Social Media” // *Proceedings of 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*. Toronto, 31 Aug. — 3 Sept.: 492–499. URL: <https://cmps-people.ok.ubc.ca/bowenhui/iui/asur-wic2010.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Azarov A.A., E.V.Brodovskaya, O.V.Dmitrieva, A.Iu.Dombrovskaia, and A.A.Filchenkov. (2014) “Strategii formirovanija ustanovok protestnogo povedenija v seti internet: opyt primenenija kiberneticheskogo analiza (Na primere Evromajdana, nojabr' 2013 g.)” [Strategies Forming Protest

Behavior in the Internet: Cybermetric Analysis (Based on Evromaydan Case Study, November 2013)]. Part II // *Monitoring obshchestvennogo mnenija: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], vol. 121, no. 3: 56–74. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2014/121/2014_121_5_A.A.Azarov_E.V.Brodovskaja_O.V.Dmitrieva_A.Ju.Dombrovskaja_A.A.Filchenkov.pdf (accessed on 28.09.2021). (In Russ.)

Barberá P., J.T.Jost, J.Nagler, J.A.Tucker, and R.Bonneau. (2015) “Tweeting from Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?” // *Psychological Science*, vol. 26, no. 10: 1531–1542.

Bennett W.L. and A.Segerberg. (2012) “The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics” // *Information, Communication & Society*, vol. 15, no. 5: 739–768.

Brodovskaya E.V. and T.Huang. (2019) “Tsifrovoe pokolenie: grazhdanskaja mobilizatsija i politicheskij protest rossijskoj molodezhi” [Digital Generation: Civil Mobilization and Political Protest among Russian Youth] // *Monitoring obshchestvennogo mnenija: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], vol. 153, no. 5: 3–18. URL: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/926/708> (accessed on 28.09.2021). (In Russ.)

Christensen H.S. (2011) “Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means?” // *First Monday*, vol. 16, no. 2. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3336> (accessed on 28.09.2021).

Davenport C. (2007) “State Repression and Political Order” // *Annual Review of Political Science*, vol. 10: 1–23.

Deibert R. (2015) “Authoritarianism Goes Global: Cyberspace under Siege” // *Journal of Democracy*, vol. 26, no. 3: 64–78.

Drury J. and S.Reicher. (2000) “Collective Action and Psychological Change: The Emergence of New Social Identities” // *British Journal of Social Psychology*, vol. 39, no. 4: 579–604.

Filippov I.B. (2020) “Kolichestvennye tekstovye kharakteristiki kak faktor uspešnosti prodvizhenija publikatsij v ramkakh protestnoj kommunikatsii v sotsial'nykh setjakh” [Quantitative Indicators of Text Style as a Factor of the Post Promotion in a Social Media Protest Communication] // *Kontury global'nykh transformatsij: politika, ekonomika, pravo* [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law], vol. 13, no. 2: 249–268. (In Russ.)

Gil-Lopez T. and C.Shen. (2021) “„Go, Vote, and Tweet It“: Interactivity in Online Protest-Related Discussions about the 2014 Catalan Referendum for Independence” // *International Journal of Communication*, vol. 15: 3864–3886. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15700/3538> (accessed on 28.09.2021).

González-Bailón S., J.Borge-Holthoefler, and Y.Moreno. (2013) “Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion” // *American Behavioral Scientist*, vol. 57, no. 7: 943–965.

- Gunitsky S. (2015) “Corrupting the Cyber-Commons: Social Media as a Tool of Autocratic Stability” // *Perspectives on Politics*, vol. 13, no. 1: 42–54.
- Halupka M. (2014) “Clicktivism: A Systematic Heuristic” // *Policy & Internet*, vol. 6, no. 2: 115–132.
- Himmelboim I., K.D.Sweetser, S.F.Tinkham, K.Cameron, M.Danelo, and K.West. (2016) “Valence-based Homophily on Twitter: Network Analysis of Emotions and Political Talk in the 2012 Presidential Election” // *New Media & Society*, vol. 18, no. 7: 1382–1400.
- Honari A. (2018) “From „the Effect of Repression“ toward „the Response to Repression“” // *Current Sociology*, vol. 66, no. 6: 950–973.
- Howard P.N. and M.M.Hussain. (2011) “The Role of Digital Media” // *Journal of Democracy*, vol. 22, no. 3: 35–48.
- Jost J.T., P.Barberá, R.Bonneau, M.Langer, M.Metzger, J.Nagler, J.Stegler, and J.A.Tucker. (2018) “How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks” // *Political Psychology*, vol. 39, no. 11: 85–118.
- Kalogeropoulos A., S.Negredo, I.Picone, and R.K.Nielsen. (2017) “Who Shares and Comments on News? A Cross-national Comparative Analysis of Online and Social Media Participation” // *Social Media + Society*, vol. 3, no. 4: 1–12.
- Kwak N., D.S.Lane, B.E.Weeks, D.H.Kim, S.S.Lee, and S.Bachleda. (2018) “Perceptions of Social Media for Politics: Testing the Slacktivism Hypothesis” // *Human Communication Research*, vol. 44, no. 2: 197–221. URL: http://www.daniel-lane.com/wp-content/uploads/2018/06/Kwak-et-al_2018_Perceptions-of-Social-Media-for-Politics.pdf (accessed on 28.09.2021).
- Larson J.M., J.Nagler, J.Ronen, and J.A.Tucker. (2019) “Social Networks and Protest Participation: Evidence from 130 Million Twitter Users” // *American Journal of Political Science*, vol. 63, no. 3: 690–705.
- McAdam D., S.Tarrow, and C. Tilly. (1996) “To Map Contentious Politics” // *Mobilization: An International Quarterly*, vol. 1, no. 1: 17–34.
- McPherson M., L.Smith-Lovin, and J.M.Cook. (2001) “Birds of a Feather: Homophily in Social Networks” // *Annual Review of Sociology*, vol. 27, no. 1: 415–444.
- Morozov E. (2009) “Iran: Downside to „the Twitter Revolution“” // *Dissent*, vol. 56, no. 4: 10–14.
- Nim E.G. (2016) “„Igrushko mitingue“: v poiskakh teorii mediatizatsii grazhdanskogo protesta” [“I Can Haz Toy Protezt”: in Search of a Theory of Social Movement Mediatization] // *Zhurnal issledovaniy sotsial'noj politiki* [The Journal of Social Policy Studies], vol. 14, no. 1: 55–70. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3287/2855> (accessed on 28.09.2021). (In Russ.)
- Opp K.D. and C.Gern. (1993) “Dissident Groups, Personal Networks, and Spontaneous Cooperation: The East German Revolution of 1989” // *American Sociological Review*, vol. 58, no. 5: 659–680.
- Peterson A. and M.Wahlström. (2015) “Repression: the Governance of Domestic Dissent” // Della Porta D. and M.Diani, eds. *The Oxford Handbook of Social Movements*. Oxford: Oxford University Press: 634–652.

Reuter O.J. and D.Szakonyi. (2015) “Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes” // *British Journal of Political Science*, vol. 45, no. 1: 29—51.

Springer N., I.Engelmann, and C.Pfaffinger. (2015) “User Comments: Motives and Inhibitors to Write and Read” // *Information, Communication & Society*, vol. 18, no. 7: 798—815.

Steinert-Threlkeld Z.C., D.Mocanu, A.Vespignani, and J.Fowler. (2015) “Online Social Networks and Offline Protest” // *EPJ Data Science*, vol. 4, no. 1: 1—9.

Stroud N.J., E. van Duyn, and C.Peacock. (2016) *News Commenters and News Comment Readers*. URL: <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-News-Commenters-and-Comment-Readers1.pdf> (accessed on 28.09.2021).

Theocharis Y., W.Lowe, J.W. van Deth, and G.García-Albacete. (2015) “Using Twitter to Mobilize Protest Action: Online Mobilization Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi Movements” // *Information, Communication & Society*, vol. 18, no. 2: 202—220.

Venturini T. (2019) “From Fake to Junk News: The Data Politics of Online Virality” // Bigo D., E.Isin, and E.Ruppert, eds. *Data Politics: Worlds, Subjects, Rights*. London, New York: Routledge: 123—144. URL: <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/24517/1/9781315167305.pdf> (accessed on 28.09.2021).