

## Размышления о методологии Online-Offline Phenomena Studies: к дискуссии на симпозиуме «Пути России — 2014»

Иван Климов\*

*Выступления коллег на секции «Онлайн-активизм и социальные движения в оффлайне», состоявшиеся на симпозиуме «Пути России — 2014», побудили к разговору о методических и методологических задачах, стоящих сегодня перед сообществом исследователей Интернета и социальных сетей. В тексте обсуждаются как методические проблемы представленных исследований, так и реализованные интересные решения и подходы. На наш взгляд, становится очевидной необходимость формировать методологию Online-Offline Phenomena Studies. В ее основе должно лежать понимание, что уже на начальном этапе в дизайн исследования нужно закладывать указанную двойственность в качестве методологического принципа и руководствоваться им при постановке исследовательской проблемы, выборе методов и планировании образа результата.*

**Ключевые слова:** онлайн, оффлайн, online-offline phenomena studies, methodology, Пути России

На симпозиум «Пути России» мы предложили секцию «Онлайн-активизм и социальные движения в оффлайне». Ниже — заметки по ее итогам, не претендующие на полноту описания события. Скорее это обозначение задач на ближайшее будущее. Одновременно на сайте Центра изучения Интернета и общества мы выложили презентации к докладам выступивших коллег, к которым я буду апеллировать.

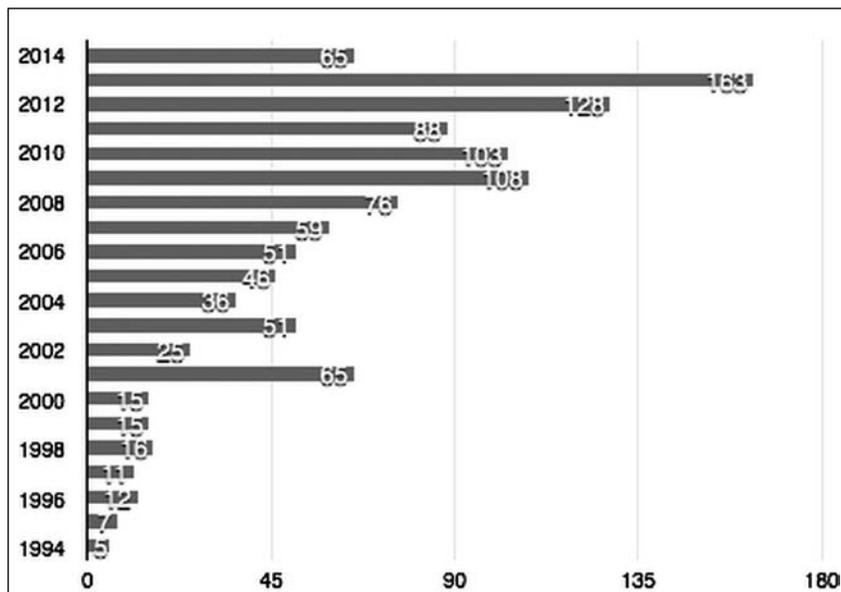
Как всегда — не все получилось так, как задумывалось, и некоторые очень ожидаемые сюжеты и исследования не были представлены. Тем не менее некоторые выводы из очень познавательных выступлений были сделаны, и хочется их обсудить. Поскольку мы нарабатываем опыт эмпирических исследований, это и есть самый важный результат.

Мы видим, что число исследований и публикаций по тематике Интернета и социальных движений растет (это показано в работе Полины Колозариди, НИУ ВШЭ, Центр изучения Интернета и общества). Я думаю, это не случайно.

И дело не только в том, что социальные движения — модная тема после всех арабских и постсоветских историй с «революциями». Просто сама рамка «возникающих сообществ» оказывается парадигматически, модельно и понятийно близкой исследованиям социальных сетей (SNA), содержательным задачам для алгоритмов Big Data и полезна для прикладных задач в области новых медиа. А возникающие сообщества и формирование их «сообщественных» практик в онлайн как раз удобнее всего изучать на примере гражданских мобилизаций, различимых нашим исследовательским оком в онлайн только потому, что они уже легитимировали себя в оффлайне. С низовыми

---

\* Климов Иван. Кандидат социологических наук, руководитель Центра изучения Интернета и общества РЭШ, доцент факультета социологии НИУ ВШЭ. klimov\_ivan@list.ru



**Рис. 1.** Полина Колозариди. Число исследований по запросу в Science Direct: ALL («social movements», internet). Всего — 1,145 статей за 1994–2014 гг.

инициативами — сложнее, тут придется решать вопрос, а не фейк ли это, какое отношение это имеет к «реальности», и не медийная ли это мобилизация, которая возникает, разворачивается и умирает исключительно на сетевых просторах. В общем, возникает запрос на методологию, преодолевающую герметичность computer science и онлайн-методов, задействующую исследовательские возможности как онлайн, так и оффлайн подходов. Не случайно многие вопросы были из серии: а отличается ли онлайн-лидерство от феномена лидерства, известного нам по длинной традиции исследований? И если да, то чем?

### **Острая методологическая недостаточность**

Собственно, это первый пункт резюме по секции. Стало ясно, что очень многого пока нет. А именно:

— Нет общего языка исследователей: очень часто априорные понятия и термины предопределяют наши исследовательские выводы. Точнее — умозаключения. Если мы методами SNA исследуем «сообщества» — вершины и связи между ними по признаку «общей (одинаковой) связи» — то мы в итоге и говорим о «существовании» «сообществ». В лучшем случае оговариваемся, что это «онлайн-сообщества» или «онлайн-лидеры»<sup>1</sup>.

— Нет общего понимания реперных точек в методологии, которые стоит обсуждать прежде, чем обращаться к содержанию работы и выводам. Получается, что решения по дизайну исследования принимаются, исходя из логики возможного (возможностей данных, возможностей алгоритмов), а не из логики методологической необходимости и получения валидного вывода. Важно понимать, что в интернет-исследованиях непривычно многое зависит от уже имеющихся ограничений как алгоритмических, аппаратных, так и от особенностей дата-сетов (data-sets).

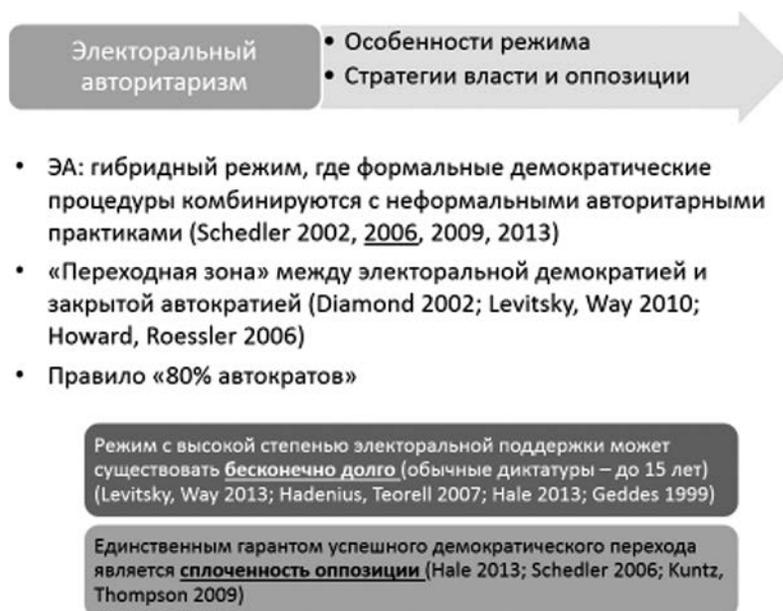
<sup>1</sup> Кроме того, есть множество орфографических неясностей: «блог (г)ер», «оф (ф) (-)лайн», «И (и)нтернет».



— Нет понимания — что делать с полученными результатами, зачем они? Даже если результат исследования оказывается осмысленным и удовлетворительным «изнутри» какой-либо отдельной дисциплины (computer science, медиалогии, политологии, социологии и т. д.), то с позиций других дисциплин обнаруживаются угрозы для его валидности и осмысленности. То есть многомерного и междисциплинарного понимания феноменов не складывается.

Приращения в теории пока неочевидны (я имею в виду теории, связанные с социальными движениями). С ответом на вопрос «а что происходит?» мы, исследователи, опаздываем — только сейчас разбираем кейсы 2011–2012 (хорошо, если 2013) годов. Единственный раз ценность всей работы по моделированию графов сформулировал в кулуарах коллега: знание помогает определить «бриджи» (вершины — пользовательские аккаунты, через которые изолированные сообщества, сети коммуникаций сообщаются друг с другом, от англ. «bridge»). То есть определить тех, кого надо «закрыть» в онлайн и оффлайне для того, чтобы нарушить координацию, распространение информации и сбить мобилизацию.

Светлана Бодрунова (СПБГУ) совершенно точно замечает — никто из нас не ставит вопрос, как оценивать развитие социальных движений в сети (как и развитие медиа) с точки зрения «больших» междисциплинарных теорий, типа теории модернизации, демократической теории и так далее? (правда, намек на такой подход есть в презентации И. Соболевой, НИУ ВШЭ, и в выводах — у П. Колозариди).



**Рис. 2.** Ирина Соболева. Концептуализация понятия «электоральный авторитаризм» для исследований политического активизма

Лично для меня примером такой работы в области теории является выступление Донателлы дела Порты прошлой осенью на «ВДНХ» — конференции Европейского Университета в Санкт-Петербурге. Однако и она все-таки не затрагивала более важных для нас проблем — как оцениваются сетевые феномены с точки зрения этих «больших теорий». Ведь очевидно, что примеры уличных протестов и революций социологически амбивалентны: с одной стороны, они показывают рост политической вовлеченности (например,

Л. Тевено), с другой — неэффективность институциональных механизмов политической репрезентации. То есть (это мысль Светланы Бодруновой) при планировании исследования неплохо было бы задаваться вопросом — какой вклад в обсуждение одних и тех же феноменов в рамках «больших» теорий мы могли бы сделать со своей «дисциплинарной» стороны.

### **«Одномерные» исследования**

Становится понятно, что исследовать что-либо по одной из сетей — работа с заведомым риском систематических смещений. Очень тонкое и выверенное по реализованным процедурам исследование Светланы Бодруновой об отображении событий в Бирюлево в Твиттере сталкивается с некоторыми проблемами:

— Опыт анализа по другим дата-сетам: на начальном этапе наибольшая доля дискурса про Бирюлево продуцировалась на местных форумах молодых мам (работа тоже не вполне корректна, но уже в другой ее части). Соглашусь со С. Бодруновой: нет софта (программ). Наши исследования — очень софт-ориентированные, зависимые от заложенных в него алгоритмов, а значит — платформенно-ограниченные. Поэтому мы изначально очень редко можем отследить данные на разных платформах. Что с этим делать — никто не придумал. Ну, разве что мы стараемся задавать такие исследовательские вопросы, ответы на которые можно экстраполировать «за пределы» платформы.

— Опыт сетевой антропологии (тематический серфинг) и обычных интервью-бесед: на втором этапе тема перекочевала на фанатские (спартаковские) форумы через кого-то из бирюлевских фанатов.

К сожалению, не состоялось выступление Л. Полищука (НИУ ВШЭ) с рассказом об их исследовании с М. Петровой, Р. Ениколоповым (ЦИИО) и А. Макарыным (НИУ ВШЭ). Их работа посвящена изучению активности протестных сообществ в социальных сетях и сопоставлению ее с реально происходившими акциями протеста. Их вывод: диверсификация социальных сетей в городе, когда популярными оказываются 2–3 конкурирующих платформы, снижает интенсивность и численность акций протеста. То есть сама по себе вовлеченность в социальные сети, наличие протестных настроений и возникновение соответствующих сообществ не являются строгим детерминантом участия в протестных действиях, и доскональное изучение специфики какой-либо одной платформы не гарантирует получения валидных выводов о механизмах протестной мобилизации в оффлайне.

### **Без сравнения — никак**

На секции было много вопросов из серии: В чем схожесть и специфика онлайн-феноменов в сравнении с их оффлайновыми синонимами (активизм, лидерство, солидарность и т. д.)? Можно ли проследить рецепцию онлайн-феноменов в оффлайне? Например, очень интересна работа Анны Саниной (НИУ ВШЭ) про инструменты формирования иронии на примере сообщества «Поцтриот», существующего примерно лет 8, пережившего московские уличные события 2011–2012 гг. Но в дизайне исследования не предусмотрен вопрос о выяснении социальных эффектов того креатива, который производит сообщество. Являются ли выявленные механизмы специфичными для онлайн-иронии, или же в них обнаруживаются универсальные приемы смеховой реинтерпретации реальности? Как можно отследить именно трансляцию, передачу мемов из этой «артели» в иные сообщества и практики? Тот же самый аргумент адресую и нашему исследованию с Татьяной Индиной (ЦИИО): какими аргументами мы можем обосновать схожесть и отличия оффлайн- и онлайн-лидерства, кроме прозвучавшего «я так вижу» (с вежливой оговоркой, что это, мол, гипотеза, наше пока еще ничем не подтвержденное впечатление от беглого анализа данных).



Ирина Ксенофонтова вместе с Ириной Тартаковской (ИС РАН) и Александриной Ваньке (РГГУ) предприняли попытку нащупать механизмы протестной мобилизации «изнутри» активности онлайн-сообществ. Однако, на мой взгляд, исследовательская задача реализовалась скорее дискурсивно. Вот пара выводов: «онлайн- и оффлайн-активность... органично и непротиворечиво перетекают друг в друга»; «интернет-коммуникация является «несущим стержнем» современного протеста...». Положа руку на сердце, материалы исследования лишь отчасти позволяют увидеть как именно «перетекают» онлайн-оффлайн активности (постинг фотографий с митинга), и никак не свидетельствуют об «органичности и непротиворечивости» такого перетекания. Собственно, авторы в своих выводах как раз и говорят о необходимости дополнить уже реализованный подход иными, оффлайновыми методами.

Вывод для нашего цеха очевиден: важная перспектива в развитии интернет-исследований — развитие методологии Online-Offline Phenomena Studies. В ее основе должно лежать понимание, что уже на начальном этапе в дизайн исследования нужно закладывать обозначенный дуализм как методологический принцип и руководствоваться им при постановке исследовательской проблемы, выборе методов, планировании образа результата.

### Online-Offline Phenomena Studies

Какими могут быть приемы OOPS-подхода? Не претендую на полноту, перечислю только то, что пришло в голову, когда слушал выступления коллег.

Во-первых, смотреть, какие признаки поведения в оффлайне мы можем обнаруживать в онлайн. Например, как это сделал Carlos Diuk, Facebook Data Science; он показал, как в соцсетях меняется ориентированное друг на друга (лайк, шеринг, коммент) поведение мужчины и женщины, после того как они образовали пару в реале. На рисунке 3, как меняется активность в сети.

Еще вариант — использовать возможности геолокации с учетом имеющихся ограничений. Например, это было использовано Бенджаменом Линдом (НИУ ВШЭ), собиравшим твиты с геометками сначала в течение проходивших акций протеста в Москве, а затем — через неделю после.

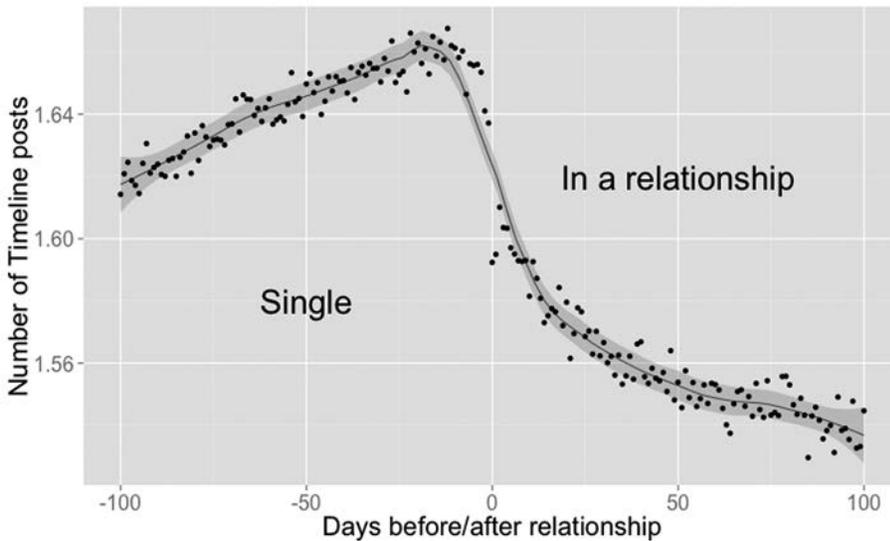


Рис. 3. Carlos Diuk. Сто дней до и после изменения сетевого статуса на «In a relationship».

Во-вторых, нужно проводить исследования одних и тех же кейсов на базе различных дата-сетов по социальным сетям (поскольку алгоритмы работы с ними в разных организациях имеют существенные различия), плюс к этому — дополнять их данными иной природы (например, метеорологическими, что может быть полезно для исследования протестов).

Понятно, что сейчас мы накапливаем опыт работы с большими данными, со стратегиями SNA (Social Network Analysis), сентимент-анализа, анализа семантики, смотрим, какого рода выводы мы можем делать на основе этих методов. Радует, что коллеги приближаются к следующему шагу — одновременное использовать и новые, и традиционные методы. Хороший пример — исследование наблюдателей на московских выборах, представленное Сергеем Давыдовым, Ольгой Логуновой, Екатериной Лыткиной (НИУ ВШЭ) и Павлом Лебедевым (Wobot). И эта работа навела меня на мысль, что одна из проблем, которую предстоит решить в рамках OOPS, — как при исследовании одного кейса или феномена преодолевать дискретность, недостаточную согласованность используемых методов. Причина дискретности — в очень уж разной природе данных, получаемых, например, при анализе постов в соцсетях и из интервью. Например мы вытаскиваем мотивацию наблюдателей из интервью. Что это нам дает для стратегии SNA? Можем ли мы при интерпретации результатов SNA опереться на список мотивов, полученных с помощью интервью? Или — более прагматичный вопрос: из интервью мы выяснили медиа-предпочтения наблюдателей — можем ли мы сравнить это с данными SNA или данными иной природы? Тут стоит подумать о методиках, которые можно применить шире, чем для одного дата-сета, применимых к разным типам исходных данных.

Вывод такой: если мы ставим определенную задачу и подбираем метод ее решения (а тем более, если используем набор методов), важно проговаривать *эпистемические ограничения*, которые возникают в следствие а) специфики методов, б) особенностей сбора первичных данных. Особенно это важно для процедур сбора данных по социальным сетям, онлайн-опросов, опросов по панели и т. д. Вместе это все как раз и нужно, чтобы понимать возможности именно комплексного использования методов и подходов для решения единой исследовательской задачи. Это звучит тривиально, но если мы будем трезво оценивать дескриптивные способности данных, то будем точнее планировать дизайн исследования, не будем мыслить категориями репрезентативности в тех исследованиях, где ее в принципе невозможно обеспечить.

### **У меня есть мнение, но я с ним не согласен**

Еще одна область задач для развития — валидизация процедур и выводов как обязательный элемент дизайна исследования. Такое вот тонкое, социологически снобистское наблюдение-триумф. Так в чем же проблема? Тут я вижу три области задач.

Первое. Мы имеем дело с новыми социальными феноменами, для которых еще не выработано операционального языка. Ну, во всяком случае, нет конвенционального языка, есть понятия, основанные на ощущении «интуитивной уместности» их использования. «Френды» — это не друзья, и даже не всегда сообщество. «Пост» имеет лишь некоторое отношение к «мнению» и «позиции»; у него обнаруживается множество коммуникативных задач и свойств, а сами пишущие различаются по уровню компетенций управлять ими. Но речь все-таки о другом пласте профессионального языка. И если уж мы используем какие-то теоретические идентификаторы, то надо сомневаться в их адекватности. Например, одно из исследований мы начали с сомнения, что наблюдатели — социальное движение. Дальше напрашивалось, что нужно построить операциональную концепцию «социального движения» и проверить применимость ее к кейсу наблюдателей. Примерно та же критическая логика напрашивалась, когда я слушал некоторые из выступлений. Ну, про роль исследователей социальных протестов в легитимации понятия «креативный класс» применительно к «оппозиции» говорилось уже много раз. Коротко — если



вначале презентации идет ссылка на Флориду, то можно с уверенностью предполагать, что в выводах будет показано существование «креативного класса».

Но для других случаев это уже не является столь очевидным. Например, если мы изучаем роль сетей в «политической мобилизации», то можем ли мы быть уверенными, что мы умеем отделить ее от разновидностей «неполитической» мобилизации и что в данном конкретном случае мы изучаем именно ее? На чем строится наша уверенность, что это «политическая» мобилизация — только на том, что мы изучаем активность «протестных групп»?

Аналогичную проблему мы горячо обсуждали с Татьяной Индиной — применительно к понятиям «онлайн-активизма» и «онлайн-лидерства». У меня нет твердой уверенности, что мы смогли решить эту проблему методологически аккуратно и операционально корректно. Опасность в том, что само понятие «лидерства» заставляет нас наделять наших онлайн-респондентов качествами «лидеров», подразумеваемых в оффлайне, хотя мы старательно проговариваем дистанцию между онлайн и оффлайн.

В общем, наш теоретический язык, который мы используем, предопределяет наши выводы. Находясь внутри исследования, сложно поймать действие этого ограничения. Надежда только на критику коллег.

Вторая проблема — непредсказуемость содержательных лакун и смещений.

Большие данные и SNA позволяют получать порой уникальную информацию о процессах, однако неполнота и однобокость дизайна исследования может скрывать неожиданные смещения. То же самое относится и большому циклу опросов на митингах (российских, украинских). В условиях, когда репрезентативности добиться невозможно, репрезентация участников реализуется через процедуры систематического отбора. Однако мы не можем быть в полной уверенности в том, что своеобразный уличный опрос в экстремальных условиях не имел неожиданных систематических смещений. Например, если опрос «активистов Навального» показывает, что они были вовлечены в его московский предвыборный проект в режиме «full time», то напрашивается задача проверить такой контринтуитивный вывод.

Андрей Щербак и Олеся Кольцова (НИУ ВШЭ) с помощью анализа блогов в ЖЖ показали, что для 2011–2012 гг. основным выгодополучателем от политической активности блоггеров стали «оппозиционные» партии, и в большей степени — КПРФ. Они смотрели на соответствие результатов анализа блогов с данными поллстеров, и экспликация анализа такого соответствия оказывается важнее, чем сам содержательный вывод. Конечно, тут возникают дальнейшие вопросы по валидации выводов (можно ли сравнивать с общероссийскими данными анализ топ-2000 в ЖЖ), но важен пример установки на валидизацию результатов SNA.

И третье. В целом ряде работ и выступлений была показана необходимость «экспертного кодирования». Галина Градосельская (НИУ ВШЭ) использовала эту процедуру для того, чтобы прояснить: а с какими именно сообществами, выделенными в результате ее методологии «зерновой кластеризации», она имеет дело? В результате все сообщества распались не просто на три большие группы — «провластные», «оппозиционные», «националистические». Стало возможным посмотреть, какого типа сообществ в каждом классе больше — досуговых, ориентированных на конкретную проблему, политизированных, фанатских, фейковых и т. д.

Насколько я понимаю, была реализована процедура, аналогичная кодированию открытых вопросов, когда сначала исследователь проводит «сетевую антропологию» выделенных онлайн-сообществ и систематизирует увиденное в кодификаторе. Затем с группой кодировщиков-«экспертов» проговаривается логика идентификации того или иного признака применительно к всему набору сообществ, а следом происходит кодировка материала: присвоение кодов конкретным объектам — онлайн-сообществам. После этого данные SNA получают большой содержательный «объем».



### Характеристики экспертно размеченных групп (легенда)

<b>Синий</b>	<b>оппозиционные</b>	Явно выражены оппозиционные, антиправительственные, антигосударственные взгляды, негативное восприятие личности В. В. Путина.
<b>Красный</b>	<b>пропутинские</b>	Организованы в поддержку В.В. Путина. В публикациях и комментариях выражается поддержка его действий и осуждение оппозиции.
<b>Желтый</b>	<b>националистические</b>	Посвящены проблемам межнациональных взаимоотношений, пренебрежению властей, дискриминации русского населения.
<b>Салатовый</b>	<b>характерные, хобби</b>	Характеризуют деятельность групп с разными политическими установками, например, националистическая группа – древнерусская религия.
<b>Серый</b>	<b>реклама, MLM, «пирамиды»</b>	Как правило, искусственно созданные группы по распространению рекламы и вовлечению в сетевой маркетинг.
<b>Фуксия</b>	<b>экстремистские</b>	Содержат призыв к активным протестным действиям, пикетам, митингам, информируют о проведении протестных акций.
<b>Оранжевый</b>	<b>«политический винегрет»</b>	Поток информационных ссылок о последних политических событиях без демонстрации собственной точки зрения.
<b>Болотно-зеленый</b>	<b>переквалификация в политическую</b>	Захват раскрученных групп с рекламой, MLM и перепрофилирование их в политические.
<b>Черный</b>	<b>закрытые группы</b>	Нет доступа к анализу информации. Однако можно отследить, кто является администратором.
<b>Фиолетовый</b>	<b>бытовые</b>	Посвящены конкретным проблемам: например, ЖКХ.

Рис. 4. Галина Градосельская. Место экспертного кодирования в работе по кластеризации политически активных сообществ в Фейсбуке



Похожий подход реализован в исследовании Светланы Бодруновой и ее коллег по теме Бирюлево в твиттере. Вначале проводилось предварительное чтение с отбором хэштегов. Затем: зачка твитов для создания словаря; автоматическое создание словаря с очисткой и лемматизацией; экспертное чтение словаря и создание двух «экспертных» словарей с разной степенью присутствия общей лексики. Дальше — собственно кроулинг на основе словарей. Вторая — независимая линия — это кодирование дата-сета твитов по 26 параметрам в мета-данных, не связанных с анализом словаря. Этот разрыв в дизайне исследования может быть преодолен, если использовать выделенные лексико-семантические ряды для автоматического (или полуавтоматического) кодирования твитов. И этот методический кейс будет показателен: что можно делать автоматическими методами, а где и насколько можно вмешиваться «экспертным» образом.

То есть создавался «автоматический частотный словарь» текстов твитов, а затем проводились его очистка и лемматизация. Это, видимо, может быть подготовительным этапом — создание кодификатора, на основании которого затем можно производить кодировку твитов. С моей точки зрения, описанный набор действий опять же отсылает к методическим требованиям процедуры кодирования открытых вопросов с необходимостью триангуляции, обсуждения правил группировки, иерархической организации кодов, правил присвоения кодов и т. д.

Итак, напрашивается резюме — SNA не может быть полностью автоматическим; в ряде важных этапов реализации той или иной процедуры аналитик вмешивается в действие алгоритма, исходя из каких-то своих соображений. Соответственно, вывод первый: важно эксплицитно логично принятия решений, показывать, где и какое было произведено вмешательство человека в действие алгоритмов анализа. И второе: актуальной становится задача по содержательной идентификации результатов автоматической кластеризации, комбинаций, списков и т. п. А это, так или иначе, предполагает «экспертное кодирование», содержащее в себе 4 действия: знакомство с массивом данных, выделение компонентов, значимых для исследования, организация кодификатора, кодировка — приписывание кодов массиву, в ходе которого кодификатор может изменяться. И только затем — обработка.

### **Все отлично!**

Итак, общее впечатление от выступлений и обсуждения — оптимистическое. Во-первых, есть сообщество высоко мотивированных исследователей и оно динамично развивается. Во-вторых, очевидна потребность в экспликации уже полученного обширного опыта и скучного разговора о процедурах, методических и методологических проблемах. В-третьих, понятна необходимость валидации исследовательских процедур и выводов, получаемых на основании SNA. Отсюда — необходимость развивать OOPS-подход, в рамках которого должны сопоставляться дата-сеты с различной природой данных.

В-четвертых, такого рода исследования требуют не просто коллективной работы, но и работы междисциплинарных команд и кооперации организаций. Надо готовиться к появлению публикаций с десятком соавторов. Ну и, конечно, вопрос оперативности. Невозможно обсуждать эффекты социальных сетей, отыгранные три года назад.

Все вполне оптимистично: есть чем заняться!

### **Презентации докладов**

Бодрунова С. Фрейминг и структурные особенности дискуссии о Бирюлево в Твиттере: методология и первые результаты//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Градосельская Г. Группировка политическиактивных сообществ в facebook методом зерновой кластеризации//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Давыдов С., Лебедев П., Логунова О., Лыткина Е. Московские наблюдатели «второй волны»: мотивация, медиапредпочтения, онлайн дискурс//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Индина Т., Климов И. Исследование специфики онлайн-активизма//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Колозариди П. Международные исследовательские центры о социальных движениях: тематическая и методологическая карта//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Кольцова О., Щербак А. «Livejournal Libra!» Влияние политической блогосферы на политическую мобилизацию в России в 2011–12 гг. //Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center) Дата обращения: 20.04.2014 г.

Ксенофонтова И., Ваньке А., Тартаковская И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Паниотто В. Социологическое описание Майдана: опыт полевого исследования//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Полищук Л., Ениколопов Р., Макарьин А., Петрова М. Социальные сети и гражданская активность//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Санина А. Визуальная политическая ирония в социальных сетях и блогах//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Соболева И. Рекрутинг оппозиции: политические активисты в электоральном авторитаризме//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.

Diuk C. The Formation of Love//Facebook Data Science. 14 февраля 2014 г. URL: <https://www.facebook.com/notes/facebook-data-science/the-formation-of-love/10152064609253859>. Дата обращения: 20.04.2014 г.

Lind B. Contrasting Protest and Mundanity: Centralization & Cohesion in Opposition Communication Networks//Center for the Study of New Media & Society на Scribd, 2014. URL: [http://ru.scribd.com/New\\_Media\\_Center](http://ru.scribd.com/New_Media_Center). Дата обращения: 20.04.2014 г.