

Цифровая мобилизация: новые механизмы и возможности политического управления

Дмитриев С. С.

Администрация Псковской области, Псков, Российская Федерация; ssd-info@obladmin.pskov.ru

РЕФЕРАТ

В статье рассматриваются методы политической мобилизации граждан на базе цифровых сервисов — от агитации до перехода к коллективным, публичным действиям. В качестве эмпирического материала использован опыт цифровой мобилизации граждан на протестные шествия в городах России (на примере г. Пскова) 23 и 31 января 2021 г.

В рамках исследования автором проведено экспертное интервью организаторов митингов, региональных элит, партийных работников, профсоюзного актива. Также проводился мониторинг протестных групп в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram, Instagram) на предмет тональности информации и представленных механизмов мобилизации граждан; использовался метод наблюдения за процессом перехода от цифровой мобилизации к коллективным действиям и непосредственно за самими протестными шествиями.

В результате проведенного анализа автор приходит к выводу, что социальные медиа являются ключевым каналом коммуникации и консолидации протестной активности, причем социальные сети ВКонтакте и Telegram в российской политической практике играют основную роль. Сделаны выводы о возможности политического управления протестами с помощью информационной стратегии, направленной на купирование негативных информационных ярлыков и медиаповодов в ВКонтакте и Telegram, а также разработки альтернативной протестной повестки.

Ключевые слова: политическая мобилизация, цифровая мобилизация, пропаганда, социальные медиа, социальные сети, управление мобилизацией, ВКонтакте, Telegram

Для цитирования: Дмитриев С. С. Цифровая мобилизация: новые механизмы и возможности политического управления // Управленческое консультирование. 2021. № 2. С. 18–25.

Digital Mobilization: New Mechanisms and Opportunities for Political Governance

Sergey S. Dmitriev

Administration of the Pskov Region, Pskov, Russian Federation; ssd-info@obladmin.pskov.ru

ABSTRACT

The article examines the ways and methods of digital mobilization of citizens for protest marches in the cities of the Russian Federation (for example, the city of Pskov) on January 23 and 31, 2021. The research issue is the need to understand the system of digital mobilization — from campaigning to the transition to collective, public action.

As part of the study, an expert interview was conducted among the organizers of rallies, the regional establishment, party workers, and trade union activists. The monitoring of protest groups in social networks (VKontakte, Telegram, Instagram) was also carried out for the tonality of information and the mechanisms for mobilizing citizens presented. They also used the method of observing the process of transition from digital mobilization to collective action and directly following the protest processions themselves.

During the analysis, the author concludes that social media is a key channel of communication and consolidation of protest activity, with the social networks VKontakte and Telegram playing the main role in Russian political practice. In this connection, conclusions are drawn about the possibility of political management of protests using an information strategy aimed at stopping

negative information labels and media occasions on VKontakte and Telegram, as well as developing an alternative protest agenda.

Keywords: Political mobilization, digital mobilization, propaganda, social media, social media, mobilization management, VKontakte, Telegram

For citing: Dmitriev S. S. Digital Mobilization: New Mechanisms and Opportunities for Political Governance // Administrative consulting. 2021. N 2. P. 18–25.

Введение

Современная политическая система Российской Федерации претерпевает постоянные изменения, которые затрагивают проблемы политических коммуникаций и мобилизации масс. Во многом от коммуникационных факторов политического процесса зависит итог политической борьбы и легитимность действующей власти. Особенно значимыми они становятся в ситуации обострения конфликтных ситуаций, избирательных кампаний, когда политические группы стремятся активизировать широкие сообщества своих сторонников. В условиях смены источников получения информации ведущую роль в политической мобилизации начинают занимать социальные медиа. Целью настоящей статьи стала попытка описания способов и методов цифровой мобилизации, используемых в текущей политической ситуации протестными сообществами в регионах России.

Проблема цифровой мобилизации активно изучается в отечественной и зарубежной науке. В концептуальном плане среди наиболее значимых можно назвать «теорию политического протеста» Дж. Школьника, «теорию прирастающей ценности» Н. Смелзера, «теорию мобилизации ресурсов» Дж. Маккарти, М. Зальда, «теорию структуры политических возможностей» С. Терроу, Д. Рухта, Б. Кландерманса, а также классический труд Ч. Тилли «От протеста к революции» (1977). Комплекс методологических подходов для изучения фактора социальной справедливости в протестной активности рассматривают И. Ларсон, М. Майс, О. Рейтор [12].

Ценными для данной темы стали исследования зарубежных авторов, посвященные анализу роли социальных сетей в политических процессах в рамках «арабской весны» и «цветных революций» [9; 10; 13; 14; 16]. В целом исследователи зафиксировали ключевую консолидирующую и мобилизующую роль социальных сетей и мессенджеров, особенно, обладающих системами шифрования данных. Аналогичные методы анализа контента и способов политической цифровой мобилизации использовались и при написании данной статьи.

Общие принципы применения коммуникативных технологий в процессах политической мобилизации описаны отечественными учеными В. А. Ачкасовой и Г. С. Мельник [5]. Особую значимость имеют работы И. А. Быкова [1], в которых подробно изложены теории, методы исследования сетевой политической коммуникации. О современном потенциале протестного движения в России писали Ю. В. Латов [6], А. В. Кинсбургский и М. Н. Топалов [3]. Проблему развития в цифровой среде гражданской протестной активности поднимали Д. В. Гончаров и В. В. Нечай [2], В. Л. Римский [7].

Методы и методология

На наш взгляд, научный интерес вызывают как универсальные, так и конкретные методы цифровой мобилизации, применяемые в рамках политического протеста. В этой связи в данной статье рассматриваются способы и методы цифровой мобилизации граждан на протестные мероприятия в городах РФ (на примере г. Пско-

ва) 23 и 31 января 2021 г. Исследовательский вопрос заключается в необходимости понимания самой системы цифровой мобилизации — от агитации до перехода к коллективным публичным действиям.

1–8 февраля 2021 г. в г. Псков нами был проведен экспертный опрос в формате интервью и в форме чата (WhatsApp) (N=15). В качестве респондентов выступили: региональные представители парламентских политических партий — 6, организаторы несанкционированных митингов — представители несистемной оппозиции — 2, политические технологи — 3, главные редакторы основных региональных СМИ — 2, сотрудник органов государственного управления — 1, председатель профсоюзного движения — 1. Выбор экспертов обусловлен их опытом участия в публичной политике, а также практикой мобилизации масс.

Также использовался метод мониторинга и контент-анализа сообщений в социальных сетях ВКонтакте и Телеграм.

Результаты и обсуждение

Все эксперты отмечают тенденцию политизации социальных сетей. По официальным данным 2019–2020 гг. агентства Mediascope [4], наиболее популярными социальными медиа РФ являются: 1. ВКонтакте (38,1 млн чел.), 2. WhatsApp (35,5 млн чел.), 3. Instagram (29,6 млн чел.), 4. Одноклассники (23,8 млн чел.), 5. Facebook (22,3 млн чел.), 6. Viber (21,8 млн чел.), 7. Telegram (11,3 млн чел.), 8. TikTok (1,8 млн чел.). Контент YouTube возможно просматривать без регистрации. По данным 2020 г., в месяц видеоролики YouTube на самой площадке и сторонних сайтах просматривают 62 млн уникальных пользователей. Доля просмотров непосредственно на ресурсе составляет 44 млн — это 64% всей интернет-аудитории России¹.

По вопросу политизации социальных медиа прозвучали следующие позиции экспертов:

«Для партийной работы, профсоюзов, протестных групп подходит ВКонтакте, политические группы в данной социальной сети наиболее популярны среди реальных пользователей».

«Привлечь внимание к политической проблеме легче всего в ВКонтакте и Instagram за счет публикации простого контента (короткие видео, мемы, выступления ЛОМов, селебрити)».

«Facebook неудобен для политических проектов на территории РФ».

«Telegram будет набирать популярность из-за простоты использования и интересного формата телеграмм-каналов, групп, скрытых бесед. Опасность вызывает возможность безнаказанной фейковой информации».

«Instagram, YouTube и TikTok будут набирать популярность в политической пропаганде из-за простоты механики просмотров фото, видео и сторис, встроенных спецэффектов и рекомендаций».

«Политические партии стараются быть представлены во всех социальных сетях».

«TikTok интересен только молодому поколению. Основной контент содержится в видеороликах — «Повтори за мной». Данная социальная сеть будет использоваться для проработки школьной аудитории. «Повтори за мной» — это челлендж, например, сними портрет, выйди на митинг и т. д.»;

«Возможен новый политический тренд 2021 г. — Clubhouse».

Анализ социальных медиа Псковской области показал, что основные политические силы (парламентские партии) Псковской области представлены во всех социальных сетях для увеличения своей аудитории и возможности проведения эф-

¹ YouTube собрал статистику аудитории России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.avertmedia.ru/news/news-63.html> (дата обращения: 01.02.2021).

фективной цифровой мобилизации. ВКонтате подходит для институциональных проектов (партий, движений, фондов), Instagram, YouTube и TikTok — для конкретных политиков, представляющих собой неких политических блогеров. Руководители политических партий условно делят аудиторию социальных сетей по возрастным группам. Так, принято считать, что интерес граждан от 16 до 25 лет вызывают Instagram, TikTok. Граждане в возрасте от 25 до 45 лет предпочитают Instagram, ВКонтате. Старшее поколение от 45 лет активнее использует ВКонтате, Одноклассники, Мой мир. YouTube, WhatsApp, Telegram вызывают интерес у всех возрастных категорий, что актуализирует их в качестве универсального политического инструмента.

Отметим, что значение цифровой мобилизации для партийных деятелей, политических лидеров зависит от тех задач, которые они ставят перед собой. В данном экспертном интервью рассматривалась задача сбора максимального количества граждан для проведения несанкционированного народного шествия в поддержку политического блогера в условиях ограничительных мер.

Ответы респондентов можно объединить следующим образом:

«Суть мобилизации заключается в формировании у населения чувства несправедливости» (3 эксперта).

«За короткое время наиболее эффективно распространить оперативную информацию о предстоящих коллективных действиях» (5 экспертов).

«Найти единомышленников и объединить их в единое движение» (4 эксперта).

«Осуществить пропаганду, бороться за власть» (2 эксперта).

«Отстоять ценности демократического государства, удовлетворить потребности граждан» (1 эксперт).

Мнения экспертов сводятся к тому, что за счет формирования чувства несправедливости, образа врага, образа «выжившего героя», негативных политических ярлыков, обвинения государства в личных проблемах каждого гражданина возможно осуществить эффективный сбор единомышленников оппозиции и сочувствующих в информационные социальные группы. Важно было сформировать этически благоприятный образ протеста — «За Россию», «За свободу», «Против тирании», «Против роскоши», «Против царя». В некоторых социальных сетях предоставляется четкая инструкция по коллективным действиям с полной информацией о месте и методе проведения. Информационные системы позволяют осуществить переход от агитации к реальным действиям.

Рассмотрим более детально методы цифровой мобилизации 23 и 31 января 2021 г. После задержания А. Навального 17 января 2021 г. начальник федерального штаба Навального Л. Волков анонсировал проведение 23 января 2021 г. всероссийской акции в его поддержку. Формат коллективных действий был выбран по аналогии с хабаровскими протестами — шествие с требованиями.

В Псковской области информация об акции распространялась в социальных сетях (Instagram, ВКонтате), на ресурсах регионального отделения партии «Яблоко», штаба Навального в Пскове, личных страницах либеральных лидеров общественного мнения Л. Шлосберга, Н. Кузьмина, в оппозиционных телеграмм-каналах (Кв244, Шалтай-Болтай, «Псковская губерния»), на инстаграм-страницах журналистки С. Прокопьевой¹, фотографа Д. Маркова, который записал видео в поддержку А. Навального². На указанных ресурсах была дана инструкция по участию в протестных дей-

¹ Суд приговорил журналистку Прокопьеву за «оправдание терроризма» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/society/06/07/2020/5f02ab159a79474bbc5eaff0> (дата обращения: 01.02.2021).

² Тамарченко Е. «Новые правила жизни в России — молчи или умри». Знаменитости в поддержку Навального [Электронный ресурс]. URL: <https://theins.ru/news/238650> (дата обращения: 01.02.2021).

ствиях. Предположительно, детальный план участия граждан в шествии обсуждался в закрытых группах Telegram.

Шествие началось 23 января (воскресенье) 2021 г. в 13.00 у памятника святой княгине Ольге на ул. Советской и продолжилось по Детскому парку до «Гайд-парка» — прямоугольной площадки с твердым покрытием, расположенной между ул. Свердлова и Кузнецким мостом. В шествии приняли участие 250 чел. Отмечаем, что большая часть участников митинга — молодежь до 25 лет. Предположительно, группы молодых людей собрались заранее во дворах Пскова. Данные группы постепенно примыкали к шествию.

Следует отметить, что после завершения шествия в вышеперечисленных социальных сетях распространялись фото- и видеоматериалы с шествия, информация о задержаниях. Псковский оппозиционный политик Л. Шлосберг использовал свое задержание и штраф для самопиара и создания федеральных информационных поводов. В социальных сетях появились специализированные группы, готовые предоставить бесплатную юридическую консультацию задержанным. Формировался образ единства и защищенности.

Интерес вызывает повторное шествие. 31 января 2020 г. шествие повторилось от Летнего сада до памятника Ленину. В шествии приняли участие около 150 человек, что значительно ниже количества участников неделю ранее.

Был создан чат-бот в Telegram «Михайл Иванович!» для отправки фото и видео с шествия. Анализ социальных медиа показал следующие общественно-политические инструменты осуществления перехода от агитации к коллективным действиям:

- призыв в социальных сетях лидеров общественного мнения Л. Шлосберга, С. Прокопьевой, Д. Маркова стал для псковичей основой перехода от восприятия информации к действиям;
- создание группы бригадиров, которые вели закрытые чаты в телеграмм-каналах. Это дало возможность участникам митинга почувствовать собственную причастность к судьбе государства;
- федеральный резонанс заинтересовал граждан, сочувствующих оппозиции, «обиженных» на государство.

Отметим, что сложно составить полный социальный портрет митингующих. Визуальный анализ шествия и анализ фото- и видеоматериалов демонстрирует гендерное распределение: 80% мужчин, 20% женщин. Возраст митингующих: 60% — моложе 25 лет, 25% — от 25 до 45 лет, 5% — старше 45 лет. Также были замечены граждане пенсионного возраста.

Интересным образом разделились мнения экспертов по поводу социального портрета митингующих:

«У сторонников блогера ценностью является сам протест, возможность выйти» (5 экспертов).

«На митинг выходят смелые люди, чьи интересы и права нарушены системой» (2 эксперта).

«Не может быть столько иностранных агентов, сколько митингующих. Безусловно, часть из них патриотично настроены и обмануты» (6 экспертов).

«Патриотически настроенные граждане, готовые бороться за лучшее своей страны вместе с «обиженными» государством, составляют большинство митингующих. Явно присутствует желание отомстить «системе» за собственную нереализованность» (1 эксперт).

«На площадке Псковского профсоюза в 2020 г. был организован Форум работающей молодежи Псковской области. В рамках анализа проблем молодежи проводилась фокус-группа из 30 человек, опрос участников устно 80 человек, представляющих различные профессии (образование, ЖКХ, легкая промышленность, предприятия по производству электрооборудования). Около 80% молодежи готовы

выходить на митинги. При этом в качестве причин 40% отметили повышение цен на продукты питания и услуги ЖКХ, 45% — снижение заработной платы, 11% — проблемы с экологией. Также были представлены иные ответы. Менее 2% респондентов ответили, что готовы выйти в поддержку какого-либо политического лидера» (1 эксперт)¹.

Отметим, что у протестующих не было подобных требований социально-экономического характера. Основное требование митингующих в Псковской области — «Свободу Навальному». Плакатов и баннеров ручного производства замечено не было. Социальные сети вышеперечисленных групп транслировали видео, снятые в городах РФ с лозунгами следующего содержания: «Мы здесь власть», «Отпускай», «Пропускай», «Позор», «Аквадискоотека». Требований о повышении заработной платы, понижении цен на продукты, жалоб на ущемление прав озвучено не было.

Заключение

Резюмируя, следует отметить, что лозунг освобождения Навального не стал объединяющим для различных групп, поддерживавших протестные идеи. Даже в оппозиционной среде мнения разделились — поддержка акций была характерна для групп, близких к ФБК (признана Министерством юстиции России иностранным агентом), но оппозиционеры с других флангов акции публично не поддержали. Полагаем, что организаторы не смогли сформулировать объединяющий идеологический скреп.

Протесты 23 января прошли на мощной информационной волне, созданной сначала историей с отравлением и расследованием отравления, затем возвращением политика в Москву, судом над ним и выходом фильма про «дворец». Медийная волна шла по нарастающей и должна была увенчаться кульминацией — вышедшими на улицы людьми. Важно, что было эмоциональное вовлечение, была энергия растущего возмущения. Повторное шествие оказалось не столь популярно среди населения. Оппозиция достигла своей цели в старте мобилизации собственного электората перед избирательной кампанией в Государственную Думу РФ в 2021 г. Были апробированы новые методы цифровой мобилизации, которые позволяют сделать «работу над ошибками».

Политическое управление цифровой мобилизацией предполагает минимизацию политических рисков по формированию критической массы населения, радикально настроенного против действующей политической системы. Отметим инструменты политического управления, которые были использованы органами государственной власти для нейтрализации протестных настроений:

- формирование положительного образа института президентства;
- комментарии по поводу принадлежности «дворца»;
- отсутствие насилия со стороны правоохранительных органов (представители правопорядка отвечали только на провокации, которые реально угрожали их здоровью и жизни);
- выступления представителей национальных объединений, религиозного культа против насилия и революций;
- работа со школьниками по недопущению провокаций в учебных заведениях;
- ответственность для студентов за нарушение законодательства.

Эксперты отметили необходимость корректировки стратегии работы в социальных медиа. В частности, необходима работа с лояльно настроенными гражданами, молодежью. Эксперты отмечают важность таких социальных сетей, как ВКонтакте

¹ Карта потребностей работающей молодежи Псковской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sovprofpskov.ru/archives/65343> (дата обращения: 01.02.2021).

и Telegram. В качестве механизмов управления цифровой мобилизацией были предложены следующие: формирование альтернативной протестной повестки; педалирование темы отношения протестных групп к победе в Великой Отечественной войне, присоединению Крыма, Курильским островам; обозначение реального риска возврата в 1990-е гг.; демонстрация негативных итогов революций в государствах арабского мира и постсоветского пространства.

Таким образом, протестные коллективные действия 23 и 31 января показали определенную эффективность новых методов цифровой мобилизации в РФ. Эти методы были апробированы в протестах в Хабаровске в 2020 г. и в Республике Беларусь после выборов Президента 2020 г. в этой стране. Оппозиция начала формировать собственный электорат для мобилизации его в «умном голосовании» и использовании протестного потенциала в электоральной кампании в Государственную Думу. Но одновременно и власть ищет новые способы противодействия данным мобилизационным технологиям.

В целом можно сказать, что исследование способов и технологий мобилизации определенных групп в рамках реального политического процесса становится важнейшим объектом исследования в политической науке.

Литература

1. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования: монография. СПб. : ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 200 с.
2. Гончаров Д. В., Нечай В. В. Антикоррупционные процессы 2017: отражение в Твиттере // Политика. 2018. № 1. С. 65–81.
3. Кинсбургский А. В., Топалов М. Н. Социальная напряженность и массовые акции протеста (к вопросу о механизме действия) // Социологическая наука и социальная практика. 2016. № 1. С. 20–34.
4. Курносова Е. Социальные сети в цифрах [Электронный ресурс]. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_Екатерина%20Курносова_РИФ+КИБ%202019.pdf (дата обращения: 03.06.2020).
5. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации: колл. монография / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. М. : Флинта, 2016. 248 с.
6. Латов Ю. В. Протестные настроения и протестные действия россиян // Социологическая наука и социальная практика. 2017. № 1. С. 49–69.
7. Тилли Ч. От мобилизации к революции / пер. с англ. Д. Карасева. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 432 с.
8. Чечулин А. В. Общественное признание: Опыт поощрения лучших и признания заслуг в дореволюц. и соврем. России / А. В. Чечулин, М. М. Решетников. СПб. : Синтез-Полиграф, 2001. 101 с.
9. Beinín J. A workers' social movement on the margin of the global neoliberal order, Egypt 2004–2009. In Beinín J and Vairel F, (eds) *Social Movements, Mobilization, and Contestation in the Middle East and North Africa*. Palo Alto, CA: 2011, Stanford University Press. P. 181–201.
10. Clarke K., Kocak K. Launching Revolution: Social Media and the Egyptian Uprising's First Movers // *British Journal of Political Science*. Vol. 50. Is. 3. July 2020. P. 1025–1045.
11. Enikolopov R., Makarin A., Petrova M. Social Media and Protest Participation: Evidence from Russia (November 15, 2019). *Econometrica*. Vol. 88, N 4. July 2020. P. 1479–1514.
12. Larson J., Nagler J., Ronen J., Tucker J. Social Networks and Protest Participation: Evidence from 93 Million Twitter Users (June 15, 2016). *Political Networks Workshops & Conference 2016* [Электронный ресурс]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2796391> (дата обращения 01.02.21)
13. Oates S. *Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 225 p.
14. Storck M. *The Role of Social Media in Political Mobilisation: a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising*: University of St Andrews, Scotland, 2011. 55 p.
15. Reuter O., Szakonyi D. Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes (April 18, 2013) [Электронный ресурс]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2148690> (дата обращения: 01.02.21).

16. Tufekci Z., Wilson C. (2012) Social media and the decision to participate in political protest: observations from Tahrir Square. *Journal of Communication* 62, 363–379.

Об авторе:

Дмитриев Сергей Сергеевич, Руководитель Аппарата Администрации Псковской области (Псков, Российская Федерация), аспирант Северо-Западного института управления — филиала РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); ssd-info@obladmin.pskov.ru

References

1. Bykov I.A. Network political communication: Theory, practice and research methods: monograph. SPb.: FGBOU VPO "SPGUTD", 2013. 200 p. (In rus)
2. Goncharov D.V., Nechay V.V. Anti-corruption processes 2017: reflection on Twitter // *Politiya*. 2018. N 1. P. 65–81. (In rus)
3. Kinsburskiy A.V., Topalov M.N. Social tension and mass protest actions (to the question of the mechanism of action) // *Sociological science and social practice [Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika]*. 2016. N 1. P. 20–34. (In rus)
4. Kurnosova E. Social networks in numbers [Electronic resource]. *Mediascope_Екатерина%20Курносова_РИФ+КИБ%202019.pdf* (accessed: 03.06.2020). (In rus)
5. Communication technologies in the processes of political mobilization: monograph / ed. V.A. Achkasova, G.S. Melnik. M.: Flinta, 2016. 248 p. (In rus)
6. Latov Yu. V. Protest moods and protest actions of Russians // *Sociological science and social practice*. 2017. N 1. P. 49–69. (In rus)
7. Chechulin A.V. Public recognition: The experience of encouraging the best and recognizing merits in pre-revolutionary and modern Russia. SPb.: Sintex-Poligraph, 2001. 101 p.
8. Bein J. A workers' social movement on the margin of the global neoliberal order, Egypt 2004–2009. In Bein J and Vairel F, (eds) *Social Movements, Mobilization, and Contestation in the Middle East and North Africa*. Palo Alto, CA: 2011, Stanford University Press. P. 181–201.
9. Clarke K., Kocak K. Launching Revolution: Social Media and the Egyptian Uprising's First Movers // *British Journal of Political Science*. Vol. 50. Is. 3. July 2020. P. 1025–1045.
10. Enikolopov R., Makarin A., Petrova M. Social Media and Protest Participation: Evidence from Russia (November 15, 2019). *Econometrica*, Vol. 88, N 4. July 2020. P. 1479–1514.
11. Larson J., Nagler J., Ronen J., Tucker J. Social Networks and Protest Participation: Evidence from 93 Million Twitter Users (June 15, 2016). *Political Networks Workshops & Conference 2016* [Electronic resource]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2796391> (accessed: 01.02.2021).
12. Oates S. *Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 225 p.
13. Storck M. *The Role of Social Media in Political Mobilisation: a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising*: University of St Andrews, Scotland, 2011. 55 p.
14. Reuter O., Szakonyi D. Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes (April 18, 2013) [Electronic resource]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2148690> (accessed: 01.02.2021).
15. Tilly C. *From mobilization to revolution* University of Michigan Ann Arbor, Michigan, 1977. 432 p.
16. Tufekci Z. and Wilson C. (2012) Social media and the decision to participate in political protest: observations from Tahrir Square. *Journal of Communication* 62, 363–379.

About the author:

Sergey S. Dmitriev, Chief of Staff of the Administration of the Pskov Region (Pskov, Russian Federation), Post-Graduate Student of North-West Institute of Management, Branch of RANEPA (St. Petersburg, Russian Federation); ssd-info@obladmin.pskov.ru