

С.Г. ДАВЫДОВ, П.А. ЛЕБЕДЕВ

## ОНЛАЙН-ДИСКУРС «ВТОРОЙ ВОЛНЫ» МОСКОВСКИХ НАБЛЮДАТЕЛЕЙ

*Аннотация.* Статья посвящена анализу материалов публичного дискурса, связанных с наблюдениями и наблюдателями на выборах мэра Москвы, состоявшихся 8 сентября 2013 г. В этой кампании участвовала «вторая волна» таких наблюдателей (после выборов Президента РФ в 2012 г.). Цель статьи — показать, каким образом деятельность наблюдателей обсуждалась в русскоязычных социальных медиа. Анализировался дискурс социальных медиа, под которыми в данном случае понимаются блоги, микроблоги, форумы, социальные сети, онлайн-СМИ. Эмпирическая база исследования — массив упоминаний (сообщений) о наблюдении (наблюдателях), собранный за период с 06.08.2013 по 26.09.2013 г. Выборку исследования, сформированную с помощью информационной системы Wobot, составили 3777 публикаций на 127 сайтах. Проанализирована динамика обсуждения рассматриваемой темы в социальных медиа. Определены основные коммуникативные задачи, которые решали пользователи. Рассмотрены особенности дискурса на различных информационных площадках. Сделаны выводы о том, что социальные медиа во время электоральной кампании в основном транслировали призывы стать наблюдателем, а также информировали об организации контроля за ходом выборов.

*Ключевые слова:* наблюдатели, гражданский активизм, электоральные процессы, социальные медиа, онлайн-дискурс, анализ социальных сетей.

### Постановка проблемы и описание методики исследования

Электронные социальные медиа создают информационную среду, обладающую двойственной природой. С одной стороны, в этой среде формируется определенная повестка дня, которая зачастую весьма существенно расходится с повесткой дня традиционных массмедиа,

---

**Давыдов Сергей Геннадьевич** — кандидат философских наук, заместитель декана по учебной работе, Факультет коммуникаций, медиа и дизайна; доцент, Департамент медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». **Адрес:** 109028, Москва, Хитровский пер., д. 4, стр. 10. **Телефон:** +7 (495) 772-90-95, доб. 22391. **Электронная почта:** sdavydov@hse.ru

**Лебедев Павел Андреевич** — кандидат социологических наук, руководитель направления исследований, портал SuperJob.ru  
**Адрес:** 123242, Москва, Малый Конюшковский пер., д. 2. **Телефон:** +7 (495) 984-77-74. **Электронная почта:** p\_lebedev@list.ru

включая ведущие телеканалы. Примеры различных подходов к реконструкции этой повестки дня — сайт Besttoday.ru, на котором отбор тем и публикаций осуществляется редакторами, и Яндекс. Блоги — это автоматизированная система группировки сообщений. С другой стороны, несмотря на то, что значительную роль в социальных медиа играют репосты публикаций из профессиональных СМИ, не меньшее значение имеют частные мнения и эмоциональные оценки массовых пользователей.

Анализ медийных публикаций — традиционное направление социальных исследований. Цели и методы подобного анализа могут быть различны, однако во многих случаях такие исследования преследуют цель рассмотрения публичного дискурса, сформировавшегося в связи с определенными событиями, явлениями, фактами. В последние годы дискурс социальных медиа как специфического сегмента медиaprостранства стал популярным объектом как теоретических, так и прикладных исследований российских ученых<sup>1</sup>. При этом в значительном числе публикаций фиксируется возрастающая роль социальных медиа в политических и общественных движениях (см.: [4; 9–13]).

Настоящая статья основана на материалах анализа публичного дискурса в русскоязычных социальных медиа, связанных с наблюдениями и наблюдателями на выборах мэра Москвы, состоявшихся 8 сентября 2013 г. Анализ стал частью инициативного проекта, реализованного исследовательской группой, сформировавшейся вокруг семинара для магистров на факультете медиакоммуникаций НИУ ВШЭ осенью 2013 г. Общее описание проекта, включая теоретическое обоснование, а также результаты некоторых его этапов отражены в неопубликованной на данный момент статье С.Г. Давыдова, О.С. Логуновой и Е.И. Лыткиной «Мотивация и медиапредпочтения наблюдателей на выборах мэра Москвы 2013 г.». Далее мы сосредоточим внимание на той части проекта, которая была связана именно с анализом социальных сетей<sup>2</sup>.

Прежде чем перейти к описанию исследовательской методики, скажем несколько слов о специфике работы наблюдателей на столичных выборах 2013 г. Как правило, пул наблюдателей на российских выборах формируется либо за счет активных сторонников политических

<sup>1</sup> Методология таких исследований может быть достаточно разнообразной. См., например: [1; 2; 6; 7].

<sup>2</sup> Помимо анализа текстов в онлайн-медиа методология исследования включала глубинные интервью с наблюдателями на выборах мэра Москвы 2013 г., а также членами УИК, которые участвовали в президентских выборах 2012 г. в качестве наблюдателей.

партий или конкретных кандидатов, либо за счет бюджетников, привлекаемых посредством «административного ресурса». Иная ситуация была отмечена на выборах Президента России 4 марта 2012 г.: среди наблюдателей было много гражданских активистов, заинтересованных не в победе кого-либо из участников, а прежде всего в прозрачности процедуры выборов как таковой. Регистрация от имени кого-либо из кандидатов в подобных случаях носила формальный характер. В сентябре 2013 г. в выборах мэра Москвы участвовала «вторая волна» таких наблюдателей. Таким образом, настоящее исследование необходимо рассматривать в более общем контексте публикаций, посвященных гражданскому активизму в России ([4; 5; 8; 14] и др.).

В качестве источника данных для анализа использован массив упоминаний (сообщений) в русскоязычных социальных медиа о наблюдении (наблюдателях) на выборах мэра Москвы, собранный за период с 06.08.2013 по 26.09.2013 г. Под социальными медиа в данном случае понимаются блоги, микроблоги, форумы, социальные сети, онлайн-СМИ<sup>3</sup>. Упоминания собирались с помощью системы мониторинга социальных медиа Wobot. В массив упоминаний попадали сообщения, соответствующие следующему *поисковому запросу*<sup>4</sup>:

((наблюдатель|наблюдательный|наблюдение|наблюдать)&(выборы|голосование))&(москва|столица).

Таким образом, мы сосредоточили фокус внимания не на выборах в целом, прошедших в указанный день в ряде российских регионов, а на конкретном электоральном событии в Москве.

В анализируемый массив попали сообщения из социальных медиа, которые совпадают по своему содержанию с поисковым запросом. Механика сбора упоминаний по «ключевым словам» обладает одним важным допущением (ограничением), о котором необходимо сказать. В массив попадают только публичные сообщения, логически подходящие под поисковый запрос. При этом под последний могут попадать сообщения, не имеющие отношения к объекту нашего исследования. Например, публикации, в которых упоминаются наблюдения на более ранних выборах, или сообщения, содержащие искомые слова, но употребляющиеся в другом контексте («на футбольном дерби в *столице*, *наблюдал* за *странным тактическим выбором тренера*»). В то же время в массив упоминаний не попадают сообщения, тематически касающиеся исследуемого объекта, но не содержащие

<sup>3</sup> К сожалению, за пределами анализа остались публикации в социальных сетях Facebook и «Одноклассники», которые на момент проведения исследования не поддавались индексации.

<sup>4</sup> Подробнее о языке поисковых запросов см.: [3].

искомых слов (их комбинаций и модификаций). Таким образом, публикации, описывающие важный для нас объект с помощью других слов (синонимов, сленга, то есть другой лексики) выпадают из анализа. Кроме этого, механика сбора не учитывает комментарии в релевантной тематической «ветке», когда контекст изначально понятен участникам коммуникации и они обсуждают событие без употребления ключевых слов<sup>5</sup>.

Всего за анализируемый период системой было обнаружено 3777 упоминаний на 127 ресурсах. Уникальных упоминаний — 1800, остальные 1977 — перепечатки (репосты, ретвиты и т. п.), так называемые «нечеткие дубли» (тексты сообщений идентичны на 90–95%).

Тематическое кодирование всех упоминаний — первый подход, с помощью которого анализировался массив данных. Кодирование проводилось «вручную», студентами факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ. Каждому сообщению присваивались один или несколько кодов, в зависимости от его содержания. Всего было выделено 15 основных тем<sup>6</sup>; дополнительно в сообщениях фиксировался факт упоминания кандидатов на пост мэра и политических партий, от которых они выступали. В результате был сформирован традиционный для количественного анализа массив данных, где единицей анализа выступает одно упоминание (сообщение), а выявленные темы и метаданные (время, дата, источник, автор и т. д.) являются характеристиками (переменными).

С помощью сетевого анализа изучены связи между уникальными сообщениями и перепечатками. Таким образом нам удалось установить сетевую структуру рассматриваемого сегмента информационного поля.

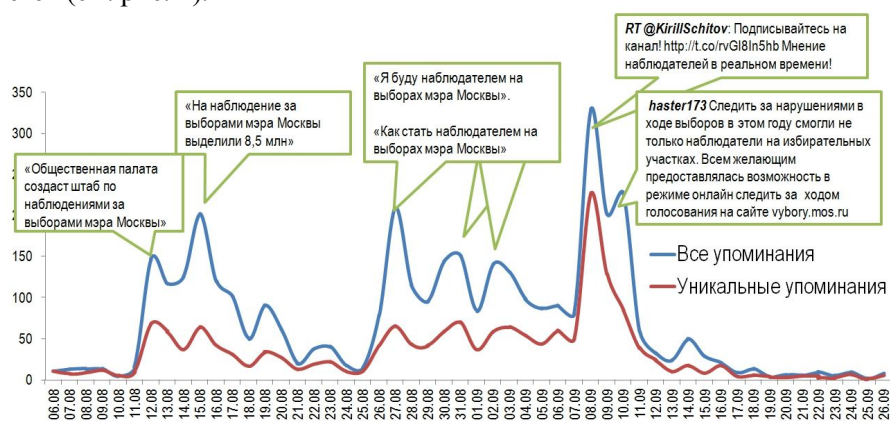
#### **Динамика и площадки публикаций, посвященных наблюдателям**

Анализ динамики упоминаний наблюдателей за ходом голосования позволяет выявить серию всплесков, большая часть которых приходится на период до выборов. Первоначальные всплески связаны с новостными публикациями (с большим количеством перепечаток) о развитии «института наблюдателя» — штаб Общественной палаты, финансирование, организация веб-трансляций. Затем в сети

<sup>5</sup> Некоторые характеристики массивов текстов социальных медиа, сформированных посредством подобных поисковых запросов, рассматриваются в [1].

<sup>6</sup> Контроль, призыв, честные выборы, нарушение, лидеры мнений, результаты, выборная кампания, материалы, надомное голосование, избирательная комиссия, явка, митинги, пересчет/отмена, другое. Подробнее см. в разделе данной статьи «Тематика упоминаний».

распространяется серия призывов к участию («Стань наблюдателем!», «Я буду наблюдателем, присоединяйся!»). Пик упоминаний, как по уникальным сообщениям, так и по всему массиву, приходится на день выборов (8 сентября). В течение недели после выборов тема наблюдателей на выборах сходит на нет и далее практически не обсуждается (см. рис. 1).



**Рис. 1. Динамика упоминаний о наблюдателях на выборах мэра Москвы 2013 г.**

Публикации в Твиттере и ВКонтакте составляют 80% всех найденных упоминаний (табл. 1), при этом Твиттер — почти половину массива. Третье место по количеству упоминаний занимает Живой Журнал — лишь 8%. Упоминания на ресурсах, не вошедших в топ 5<sup>7</sup>, — тоже в совокупности 8%.

Таблица 1

**Распределение публикаций по основным ресурсам, %**

Ресурс	Все упоминания	Уникальные упоминания
Twitter.com	48	33
Vk.com	32	39
Livejournal.com	8	10
Google.com	2	3
Ya.ru	2	3
Другие ресурсы	8	12

Если посмотреть на распределение уникальных упоминаний (без учета дублей) по ресурсам, то доля Твиттера заметно снизится (до

<sup>7</sup> Таких ресурсов более 120, в том числе популярные социальные сервисы (youtube.com, instagram.com, liveinternet.ru) и интернет-СМИ (например itar-tass.com, ria.ru, rosbalt.ru, mk.ru, bfm.ru, gazeta.ru, mn.ru, ntv.ru, rg.ru, vedomosti.ru, cnews.ru).

33%), а доля всех остальных ресурсов заметно увеличится. Таким образом, легко определяется основная особенность популярного сервиса микроблогов — перепечатка, распространение сообщений, а не генерация уникального контента.

### Тематика упоминаний

Треть всех проанализированных упоминаний посвящена процедурам контроля на выборах (организация наблюдательного процесса, штабы, финансирование, установка веб-камер и т. д.) (см. табл. 2). Четверть сообщений является призывом к действию («Стань наблюдателем!», «Я собираюсь быть наблюдателем, присоединяйтесь!»). В этом же контексте достаточно часто упоминались «честные выборы» (до выборов — «сделаем выборы честными»; после — «это были самые честные выборы последнего времени») <sup>8</sup>.

<sup>8</sup>Согласно материалам, собранным в рамках исследования, подготовкой наблюдателей на выборах занимались несколько типов организаций. Помимо политических партий, это были независимые / оппозиционные организации («Альянс наблюдателей», в который вошли «Голос», «Гражданин Наблюдатель», «Сонар», «РосВыборы»); инициативы ЦИК («WEB выборы», «GOSVIDEO», «РосВброс» (сайт «СчитайтеСами.рф»)); организации, имеющие преимущественно провластную ориентацию («Гражданский контроль», «Выбор народа», «Российский фонд свободных выборов», «Просто выборы», «За чистые выборы»); ресурсы, направленные против определенных кандидатов («CyberВыбор»).

Большинство из перечисленных сайтов, равно как и сайты кандидатов и партий, были представлены также в социальных сетях (vkontakte.ru, facebook.com), партии и кандидаты — также в Живом Журнале и Твиттере. Уделим внимание представленным в интернете материалам для наблюдателей. Большая их часть были подготовлены независимыми организациями. Это три инициативы организации «Голос»: «Карта нарушений» (позволявшая в онлайн-режиме или по телефону сообщать о нарушениях в ходе подготовки и проведения выборов); «СМС-ЦИК» (наблюдателей в УИК и ТИК просили сообщить данные итогового протокола по СМС на бесплатный номер, а также принести впоследствии заверенную копию протокола); база избирательных комиссий ВикиУики, а также ресурс «Наблავики», содержащий подробную информацию об избирательном процессе, различные законодательные акты и материалы для наблюдателей; «Рабочий блокнот участкового избирательной комиссии», составленный ЦИК и предлагавшийся к использованию наблюдателям; «Дорожная карта» — справочник наблюдателя, составленный на основе Федерального закона от 12.06.2002 № 67 «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме».

Также для наблюдателей проводились тренинги. Наибольшее их количество было организовано на базе организаций «Гражданин Наблюдатель», «Росвыборы». В отличие от президентских выборов, были предложены различные тренинги с учетом степени подготовки наблюдателей

Нарушения (вбросы, «карусели» и т. п.) обсуждались только в каждом десятом найденном сообщении о наблюдателях на столичных выборах мэра. Еще менее активно обсуждались различные лидеры мнений (известные политики, эксперты, журналисты) и результаты выборов. Такие темы, как выборная кампания, материалы (руководства для наблюдателей, законы и т. п.) и надомное голосование, затрагивались в 4% публикаций. Избирательные комиссии (ИК), явка избирателей на выборы, митинги (как в поддержку кандидатов, так и протестные), пересчет голосов (в том числе призывы к отмене выборов), сообщения об инаугурации упоминались очень редко (3% и менее).

Таблица 2

**Основные темы публикаций, %**

Тема	Доля упоминаний
Контроль	30
Призыв	25
«Честные выборы»	22
Нарушения	11
Лидеры мнений	6
Результаты	6
Выборная кампания	4
Материалы	4
Надомное голосование	4
ИК	3
Явка	3
Митинги	2
Пересчет / отмена	1
Инаугурация	0
Другое	25

Тематика публикаций существенно различается на разных ресурсах. В соцсети ВКонтакте чаще всего публиковались призывы к наблюдению за выборами и сообщения о том, что их нужно сделать честными (табл. 3). В Твиттере распространялись главным образом новостные сюжеты об организации мер по контролю и наблюдению за выборным процессом. В связи с этим очень показательна схожесть профиля тематики Твиттера и других ресурсов (в этой категории агрегировано большое количество интернет-СМИ).

Живой Журнал имеет совершенно иной тематический профиль, нежели остальные ресурсы. Именно здесь активно обсуждались нарушения на выборах, митинги в поддержку кандидатов, вопросы, связанные с надомным голосованием, и т. п. (табл. 3).

(лекции для «опытных»; для «продвинутых», присутствовавших хотя бы на одних выборах, и «базовые лекции» для «новичков»), а также лекции для наблюдателей с правом совещательного голоса, лекции для наблюдателей в ТИК.

Таблица 3

**Распределение основных тем публикаций  
на ключевых ресурсах, %**

Тема	Доля упоминаний:			
	VK	Twitter	Livejournal	Другие
Контроль	4	37	42	63
Призыв	42	17	14	17
Честные выборы	29	12	32	35
Нарушение	13	3	34	20
Лидеры мнений	4	2	17	21
Результаты	11	1	5	10
Выборная кампания	5	0	18	8
Материалы	0	6	5	6
Надомное голосование	5	0	19	4
ИК	4	1	10	6
Явка	6	0	7	4
Митинги	1	0	13	1
Пересчет/отмена	2	0	3	2
Инаугурация	0	0	0	1
Другое	24	35	0	1

Два основных кандидата — С. Собянин (и. о. мэра на момент выборов и победитель электоральной гонки) и А. Навальный (популярный блогер, один из лидеров оппозиции, который ввел в практику активное использование интернета и социальных медиа в избирательной кампании) упоминаются в 15 и 18% сообщений соответственно. Имена остальных кандидатов встречаются существенно реже (3–4% от общего числа упоминаний) (табл. 4).

Таблица 4

**Доля публикаций с упоминаниями  
кандидатов на пост мэра и политических партий, %**

Упоминания	Доля публикаций
<i>кандидатов:</i>	
Навальный	18
Собянин	15
Митрохин	4
Мельников	4
Левичев	3
Дегтярев	3
<i>партий:</i>	
«Яблоко»	7
КПРФ	4
«Справедливая Россия»	3
ЛДПР	3
«Единая Россия»	3
«РПР-Парнас»	3





С. Собянин больше упоминался как лидер мнений, в контексте мероприятий по контролю и пересчету результатов голосования.

Тематический анализ показал, что большинство публикаций о наблюдателях за выборами касались непосредственно организации контроля и призывов к участию. Однако эти темы распространялись на разных ресурсах и в связи с разными политическими лидерами.

В завершение этого раздела необходимо сказать несколько слов об анализе эмоциональной окраски — тональности — упоминаний. Выявление тональности упоминаний — один из самых популярных методов анализа сообщений в прикладных (маркетинговых, политических) исследованиях социальных медиа. Однако в процессе обработки упоминаний стало понятно, что кодировщики воспринимают тональность исходя из своих политических предпочтений, социальных установок. Преодолеть субъективизм в данном случае было достаточно сложно. Вместе с тем в данном исследовании объектом выступал институт наблюдателей, а эмоции в сообщениях относились к кандидатам, политической ситуации и т. п., но не к самому процессу. Поэтому тональность сообщений было решено исключить из дальнейшего рассмотрения.

#### Структура социального графа

Более половины всех упоминаний (52%) в анализируемом массиве данных — репосты и ретвиты уникальных упоминаний. Анализ связей между исходным сообщением и его дублями можно представить в виде бимодальной сети (графа), где узлами являются сообщения и авторы, сделавшие репост. Ребра графа — связи между сообщениями и авторами. С помощью программы Gephi сеть связей была визуализирована и рассчитаны базовые характеристики сети (табл. 5). В анализе не принимали участия уникальные публикации, не имеющие перепечаток.

Таблица 5

#### Характеристики графа перепечаток

Количество узлов	1 834
Количество ребер	1 966
Диаметр сети	15
Плотность графа	0,001
Средняя длина пути	5,41

Наиболее популярные сообщения представлены в таблице 6. Больше других в социальных медиа (преимущественно во ВКонтакте и Твиттере) распространялся призыв к наблюдению на выборах. Структура графа демонстрирует роль социальных медиа в процессе информирования и мобилизации на выборной кампании московского

мэра, позволяет выявить ключевых лидеров мнений и главные новости, распространяющиеся в этой среде.

Однако, несмотря на большое число сообщений, плотность графа и его диаметр относительно малы. Таким образом, очевидно, что сеть зависит от небольшого числа лидеров мнений, формирующих ее, а также создается за счет репостов внешних сообщений.

*Таблица 6*

**10 самых популярных публикаций по количеству перепечаток**

Дата	Текст сообщения	Количество перепечаток
13.08	Я буду наблюдателем на выборах мэра Москвы! Сделаем выборы честными, присоединяйтесь	424
09.09	Оригинал взят у haster173 в Честные выборы. Следить за нарушениями в ходе выборов в этом году смогли не только наблюдатели на избирательных участках. Всем желающим предоставлялась возможность в режиме онлайн следить за ходом голосования на сайте <a href="http://vybory.mos.ru">vybory.mos.ru</a> . ...	72
30.08	Началась регистрация онлайн-наблюдателей на выборах мэра Москвы	52
15.08	На штаб по наблюдению за выборами мэра Москвы выделяют 8,5 млн руб.	47
15.08	На наблюдение за выборами мэра Москвы выделили 8,5 млн	43
16.08	6000 видеокамер будут наблюдать за выборами мэра Москвы	35
08.09	RT @KirillSchitov: Подписывае <sup>10</sup> тесь все на канал <a href="http://t.co/rvGI8In5hb">http://t.co/rvGI8In5hb</a> Мнение наблюдателей в реальном времени! #москва #выборы #честные выборы	34
29.08	На выборах мэра Москвы не хватает наблюдателей ищут гастарбайтеров — Политическая жизнь России — МК <a href="http://mk.ru/politics/russi...">mk.ru/politics/russi...</a> На выборах мэра Москвы не хватает наблюдателей ищут гастарбайтеров — Политическая жизнь России — МК <a href="http://mk.ru/politics/russi...">mk.ru/politics/russi...</a> оригинал сохраненная копия	32
08.09	Гражданин Наблюдатель — Выборы мэра Москвы. 08.09.2013	28
17.08	Регистрация наблюдателем на выборах мэра Москвы 8 сентября 2013. Сделаем выборы честными, присоединяйтесь!	26

<sup>10</sup> Так написано в сообщении. — Прим. ред.

### Заключение

Проведенный анализ онлайн-дискурса о наблюдениях на выборах мэра Москвы 2013 г. является еще одним подтверждением того, что социальные медиа играют важную роль в современном политическом процессе.

Две основные функции социальных медиа — распространение информации (новостей) о наблюдателях и организации контроля за выборном процессом, а также призывы к действиям (стать наблюдателем). Вероятно, в связи с особенностями сбора данных не была зафиксирована важная функция микрокоординации самих наблюдателей (очевидно, они делали это без упоминания лексики, которая вошла в поисковый запрос).

Дискурс на разных ресурсах значимо различается. Если в Твиттере распространяются главным образом новостные сюжеты, то ВКонтакте более активно использовался для призывов и вовлечения интернет-пользователей в политический процесс. Живой Журнал концентрирует оппозиционные суждения.

Структура графа репостов (низкая плотность и диаметр) свидетельствует о низком уровне вовлеченности и виральности<sup>11</sup> публикаций о наблюдениях на выборах. Социальная сеть сильно зависима от ключевых лидеров мнений и не подразумевает активных публикаций со стороны «обычных» пользователей.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Давыдов С.Г., Стахмич А.С. Результаты мониторинга социальных медиа в маркетинговых исследованиях // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского / Отв. ред. О.А. Оберемко. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. С. 183–188 [электронный ресурс]. Дата обращения 19.09.2015. URL: <<http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ram/ticket/81/1442597077eadc4e154e38d6837829d5604bae0bd/Стахмич.pdf>>.
2. Зверева В.В. Сетевые разговоры. Культурные коммуникации в Рунете. Bergen: University of Bergen, 2012. — 279 с.
3. Как настроить расширенный поисковый запрос? Часто задаваемые вопросы // Wobot [электронный ресурс]. Дата обращения 19.09.2015. URL: <[http://wobot.ru/faq/#1\\_6\\_1](http://wobot.ru/faq/#1_6_1)>.
4. Клеман К., Мирясова О., Демидов А. От обывателей к активистам: Зарождающиеся социальные движения в современной России. М.: Три квадрата, 2010. — 688 с.

<sup>11</sup> Виральность — характеристика контента, определяющая вероятность того, что им заинтересуются и поделятся с другими. — Прим. ред.

5. *Климов И.А.* «Конструктивные» и «протестные» движения как ресурс изменения социальных практик // Журнал исследований социальной политики. 2014. Т. 12. № 2. С. 201–216.
6. *Кольцова Е.Ю.* Чем дышит блогосфера? К методологии анализа больших текстовых данных для социологических задач // Онлайн-исследования в России 3.0 / Отв. ред. И.Ф. Девятко, А.В. Шашкин, С.Г. Давыдов; науч. ред. И.Ф. Девятко. М.: OMI RUSSIA, 2012. С. 163–187.
7. *Логунова О.С., Лебедев П.А.* Нетипичный взгляд на визуальные репрезентации типичного похода в ресторан // Интернет-маркетинг. 2015. № 1. С. 52–68.
8. *Седова Н.Н.* Гражданский активизм в современной России: форматы, факторы, социальная база // Социологический журнал. 2014. № 2. С. 48–71.
9. *Castels M.* Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Press, 2012. — 200 p.
10. *Chiluba I.* Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra online discourses // Discourse and Society. 2012. No 23. P. 217–244.
11. *Edgerly L., Toft A., Veden M.L.* Social Movements, Political Goals, and the May 1 Marches Communicating Protest in Polysemous Media Environments // The International Journal of Press / Politics. 2011. No. 16. P. 314–334.
12. *Elmer G.* Live research: Twittering an election debate // New media & society 2013. No. 15. P. 18–30.
13. *Fuchs C.* Behind the news: Social media, riots, and revolutions // Capital and Class. 2012. No. 36 (3). P. 383–391.
14. *Oates S.* Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere. New York: Oxford University Press, 2013. — 448 p.

Дата поступления 27.04.2015.

---

**SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL (= SOCIOLOGICAL JOURNAL)**  
**2015. VOL. 21. NO. 3. P. 129–143**

**S.G. DAVYDOV,**

National Research University Higher School of Economics,  
Moscow, Russian Federation.

**P.A. LEBEDEV**

Recruitment Portal Superjob.ru, Moscow, Russian Federation.

**Davydov Sergey Gennadyevich** — Candidate of Philosophical Sciences; Vice-Dean, Faculty of Communications, Media and Design; Associate Professor, Media Department of the National Research University Higher School of Economics.

**Address:** 4-10, Hitrovskiy lane, 109028, Moscow, Russian Federation.

**Phone:** +7 (495) 772-9095, ext. 22391. **Email:** sdavydov@hse.ru.

**Lebedev Pavel Andreevich** — Candidate of Social Sciences; Head of Research Department, Recruitment Portal Superjob.ru **Address:** Malyi Konyushkovskii lane 2, 123242, Moscow, Russian Federation. **Phone:** +7(495)984-77-74.  
**Email:** p\_lebedev@list.ru

#### ONLINE DISCOURSE OF THE “SECOND WAVE” OF MOSCOW OBSERVERS

*Abstract.* The article is based on the results of the initiative study of references in Russian social media about the “second wave” of social activists observing Russian elections. First wave was revealed during the Presidential elections in March 2012. And the second wave happened in September 2013, when the acting mayor S. Sobianin fought for the post with A. Navalny, strong representative of the Russian opposition.

The study is based on the content analysis methodology. Sample of posts in social media contains 3777 records from 127 different sites and was collected with the help of Wobot online system and coded manually.

The results of the survey proof that social media play an important role in the political process of the modern Russia. Two main topics discussed include, first, dissemination of information (news) about the observers and monitoring the electoral process, and second, the calls to act (i.e. to become an observer).

Discourse on different resources differs significantly. If Twitter is mainly distributed news stories, VKontakte was used more actively for the involvement of Internet users in the observation process. Live Journal concentrates on the opposition discussion. Analysis of reposts shows that communications in social networks were strongly dependent from the opinion leaders and did not imply active publications by “ordinary” users.

*Keywords:* observers, civil activism, electoral processes, social media, online discourse, social networks analysis.

#### REFERENCES

1. Davydov S.G., Stakhmich A.S. Rezul'taty monitoringa sotsial'nykh media v marketin-govykh issledovaniyakh. *Sotsiologicheskie metody v sovremennoi issledovatel'skoi praktike: Sbornik statei, posvyashchennyyi pamyati pervogo dekana fakul'teta sotsiologii NIU VShE A.O. Kryshchanovskogo.* [Sociological methods in modern research practice: A collection of articles dedicated to the memory of the first Dean of the Faculty of Sociology of HSE S.O. Kryshchanovskiy.] Ed. by O.A. Oberemko. Moscow: HSE Publishing house, 2011. P. 183–188] [online]. Accessed 19.09.2015. URL: <<http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ram/ticket/81/1442597077eadc4e154e38d6837829d5604beae0bd/Stakhmich.pdf>>.
2. Zvereva V.V. *Setevye razgovory. Kul'turnye kommunikatsii v Runete.* [Network conversations. Cultural communication in RuNet.] Bergen: University of Bergen, 2012. 279 p.
3. Kak nastroit' rasshirennyi poiskovyi zapros? Chasto zadavaemye voprosy. [How to set up advanced search query? Frequently Asked Questions.] *Wobot* [online]. Accessed 19.09.2015. URL: <[http://wobot.ru/faq/#1\\_6\\_1](http://wobot.ru/faq/#1_6_1)>. (In Russ.)
4. Kleman K., Miryasova O., Demidov A. *Ot obyvatelei k aktivistam: Zarozhdayushchiesya sotsial'nye dvizheniya v sovremennoi Rossii.* [From man in the street to activists: Emerging social movements in modern Russia.] Moscow: Tri kvadrata Publ., 2010. 688 p.
5. Klimov I.A. “Constructive” and “protesting” movements as a source of social change in practices. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki.* [The Journal of Social Policy Studies.] 2014. Vol. 12. No. 2. P. 201–216. (In Russ.)
6. Kol'tsova E.Yu. Than is the blogosphere breathing? On the methodology of large texts data analysis for sociological goals. *Onlain issledovaniya v Rossii 3.0.* [Online research in Russia 3.0.] Eds. I.F. Devyatko, A.V. Shashkin, S.G. Davydov. Moscow: OMI RUSSIA, 2012. P. 163–187. (In Russ.)

7. Logunova O.S., Lebedev P.A. Untypical view on visual representation of typical restaurant visit. *Internet-marketing*. [Internet marketing.] 2015. No. 1. P. 52–68. (In Russ.)
8. Sedova N.N. Civic activism in modern Russia: Forms, factors, and social base. *Sotsiologicheskii zhurnal*. [Sociological Journal.] 2014. No. 2. P. 48–71. (In Russ.)
9. Castels M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press, 2012. 200 p.
10. Chilwa I. Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra online discourses. *Discourse and Society*. 2012. No 23. P. 217–244.
11. Edgerly L., Toft A., Veden M.L. Social Movements, Political Goals, and the May 1 Marches Communicating Protest in Polysemous Media Environments. *The International Journal of Press*. [Politics.]. 2011. No. 16. P. 314–334.
12. Elmer G. Live research: Twittering an election debate. *New media & Society* 2013. No. 15. P. 18–30.
13. Fuchs C. Behind the news: Social media, riots, and revolutions. *Capital and Class*. 2012. No. 36 (3). P. 383–391.
14. Oates S. *Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere*. New York: Oxford University Press, 2013. 448 p.

Received: 27.04.2015.

---