

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-2-391-402

Онлайн-сообщества в исследованиях политической коммуникации*

К.А. Платонов, Н.И. Легостаева

Санкт-Петербургский государственный университет
Университетская наб., 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия
(e-mail: konplatonov@gmail.com, n.legostaeva@spbu.ru)

Аннотация. Онлайн-сообщества в исследованиях политической коммуникации — сравнительно новая предметная область. В ее рамках активно формируются самостоятельные тематические разделы, которые во многом остаются фрагментированными в условиях недостаточной систематизации. В статье представлены результаты анализа и описание предметной области исследований онлайн-сообществ в контексте политической коммуникации на основе 60 англоязычных источников. В выборку вошли публикации, охватывающие широкий спектр вопросов: от активности официальных аккаунтов и сайтов политиков, партий, организаций до пользовательского поведения и политических дискуссий в виртуальных сообществах. Авторы выделили пять больших тематических групп, рассматривающих онлайн-сообщества с разных исследовательских ракурсов: классификация сообществ, изучение их структуры и элементов, анализ стратегий и тактик, функций и эффектов, а также «жизненного цикла». В статье описаны основные особенности и внутренняя структура выявленных групп, рассмотрены подходы и методики решения конкретных задач, связанных с изучением акторов, каналов, практик и моделей политической коммуникации. Авторы также рассматривают технические факторы формирования сообществ, различия в методах и единицах анализа, типы политических коммуникантов. В статье сделан вывод о достаточной «зрелости» рассматриваемого исследовательского направления и отдельных его подразделов, которая сочетается с неравномерной популярностью разных тематик. Онлайн-сообщества представляют собой особое публичное пространство, обращаясь к которому исследователи могут ответить на вопросы об успешности политических лидеров, движений и организаций, эффектах вирусного распространения онлайн-протестов и флешмобов, отклике аудитории на значимые политизированные проблемы. Авторы называют две тенденции в развитии соответствующей методологии: усиление практической ориентации и усложнение методических решений за счет использования машинных алгоритмов анализа данных.

Ключевые слова: политическая коммуникация; онлайн-коммуникация; Интернет; сообщества; онлайн-сообщества; политические сообщества; социальные сети

Онлайн-сообщества играют важную роль в социально-политической жизни, оказывая непосредственное воздействие на культуру, организации, образование, социальные группы — от активистов и представителей диаспор до объединений фанатов и геймеров [6; 9]. В общественных науках виртуальные сообщества традиционно изучаются в контексте проблематики

* © Платонов К.А., Легостаева Н.И., 2021

Статья поступила 15.09.2020 г. Статья принята к публикации 03.12.2020 г.

социальных сетей и отношений [44]. Согласно уже ставшему классическим определению Г. Рейнгольда «виртуальные сообщества — это социальные объединения, базирующиеся на интернет-взаимодействии достаточного количества людей в ходе публичной (достаточно длительной) дискуссии с целью формирования различных взаимоотношений между людьми в киберпространстве» [43. С. 6]. Согласно М. Хаммонду (свой подход он называет холистическим), «онлайн-сообщество состоит из людей, объединенных инструментальными и эмоциональными целями, а в ряде случаев созданием общих артефактов. Интеракция между участниками интернет-опосредована. В целях конструирования такого сообщества необходимо показать приверженность, выработать чувство связности, проявить реципрокность (взаимность коммуникации), разработать явные и продолжительные паттерны интеракции, сделать общим достоянием механизмы необходимого содействия (посредничества), чтобы поддерживать и развивать интеракцию» [23].

В данной статье мы хотим системно описать предметную область изучения онлайн-сообществ в контексте политической коммуникации. Для этого мы проанализировали 60 англоязычных источников, структурировали их по тематическим блокам, и выделили наиболее актуальные направления исследований. Так, в изучении политической коммуникации онлайн-сообщества представляют интерес не только как предмет исследования, но и как особые социально-политические структуры, обладающие властью и влиянием на большие аудитории. Исследователи рассматривают влиятельные онлайн-сообщества в контексте их связи с политическими группами интересов [48], сетевой дискуссии, характеризующейся приверженностью участников определенной партии, политическим взглядам [17], желанием и возможностью влиять на функции политической системы, процесс нормотворчества и (пере)определения социальных норм [47. С. 33].

Политические исследования онлайн-сообществ можно сгруппировать в четыре блока, различающиеся объектом наблюдения: онлайн-сообщества политических лидеров, блоков, движений, партий, организаций; онлайн-сообщества, представляющие официальные и неформальные, государственные и частные политические СМИ, институты и сервисы; онлайн-сообщества, посвященные отдельным событиям и действиям (митинг, подача петиции); онлайн-сообщества, представляющие отдельные политические идеи, идеологии, теории, распространяющие контент просветительского или пропагандистского характера (анархические, националистические).

Можно выделить несколько уровней анализа цифровых политических сообществ: платформы, тактики, инструменты и методы выражения политических убеждений [20]. Соответственно, в многообразии политических исследований онлайн-сообществ можно выделить несколько ключевых направлений: дифференциация и классификация сообществ, анализ их элементов и структуры в целом, определение, описание и сравнение их активности (стратегий и тактик, жизненного цикла), изучение их функций и эффектов.

Задача построения классификации возникает, прежде всего, в сравнительных исследованиях, от которых отталкиваются другие направления, например, связанные с анализом структуры и стратегий. Существует множество классификаций, группирующих объекты наблюдения по их атрибутам, отношению к платформам, физическим (не виртуальным) сообществам, степени связанности [30], способу создания, способу (порогу) вхождения в сообщество, социальному контексту [47. С. 33].

Применительно к политической жизни важно деление объединений на *онлайн-сообщества* и *онлайн-движения* (*e-communities* и *e-movements*) [11]: первые в основном ориентированы на дискуссию, вторые — на протест или другое коллективное действие. Также выделяют онлайн-сообщества, нацеленные на мобилизацию или длительную тактику (*e-mobilizations* и *e-tactics*) [12]: их различия определяются акцентом на содержании (контенте) или процессе (действии). Второе важнейшее измерение — тематика: описание *тематического ландшафта*, или «картирование» (*mapping*). Одним из очевидных вариантов является отношение к идеологии (левые, правые, центристские), к официальной повестке или способу ее фреймирования (поддерживающие, оппозиционные и дискуссионные — занимающие промежуточное положение) [59].

Обобщая данные о технической стороне сообществ, можно выделить ряд наиболее типичных *площадок* или *каналов* их активности: сообщество как публичная страница, страница события или ветка форума (например, «сабреддиты» на Reddit, группы и события ВКонтакте); сообщества, образованные пользователями для дискуссий по определенным темам (например, в Twitter [17]), или пользователями, объединенными определенным видом коммуникации (репосты, комментарии, упоминания, хештеги); сообщества на базе платформ «социальных новостей» (например, Digg), гибридных платформ, где контент создается пользователями (Пикабу, Lasillavacia [56]); сообщества, построенные на иных сервисах, например, на чатах или списках рассылки [30]. Особый тип онлайн-сообщества — структуры электронного правительства (*e-/digital government*), часто определяемые как наборы инструментов, позволяющие власти решать свои задачи, повышать уровень открытости и усиливать механизмы контроля [3. С. 206]. Ряд исследований посвящен поиску и анализу специфических политических сообществ (например, радикалистских [22; 45]).

Онлайн-сообщества, обладая определенной целостностью, все же состоят из отдельных элементов. В контексте политической коммуникации исследователи выделяют *ядро* и *периферию* — источник влияния и его аудиторию. Ядром политического онлайн-сообщества может выступать влиятельный лидер, например, Трамп — с помощью специалистов по корпоративному общению и маркетингу он привлек большое число других онлайн-сообществ [40], фокусируясь на ряде политических тем (иммиграция, внешняя политика, СМИ и женщины) в аккаунте @realDonaldTrump.

Направление, связанное с изучением участников онлайн-сообществ, называют «исследованием популяций» [25]. За различными структурными

паттернами политической коммуникации в соцсетях нередко скрываются определенные модели поведения, влияющие на механизмы распространения информации, характер информационных потоков [34]. Согласно Р. Барнсу разные модели поведения определяют формирование цифровой идентичности: «фанаты», «тролли» и «молчаливые участники» — это не просто случайные коммуниканты и «зрители», а *носители определенных культур комментирования*, находящиеся под влиянием индивидуальных и институциональных факторов [4]. Ряд исследователей занимались изучением так называемых «скрытых лиц», «молчаливых участников» [36]: «онлайн-прячущиеся» — это участники сообществ, которые редко дают обратную связь, хотя активно читают посты других [33]. Уровень скрытности зависит от двух параметров — размера группы и трафика: чем больше участников, тем выше уровень скрытности, чем выше трафик публикаций, тем уровень скрытности ниже [37].

«Информационные брокеры» — это пользователи, отправляющие сообщения, актуальные для разных аудиторий [21]. Информационные брокеры закрывают структурные пустоты между сообществами и создают мосты для передачи информации. Частью сообщества нередко является команда, обеспечивающая его функционирование и развитие. Это могут быть «закулисные» структуры, которые создают основу для информационных кампаний в Твиттере и в конечном итоге получают власть [29]. Так, в период выборов 2012 года команда онлайн-кампании Обамы состояла из четырех сотрудников социальных сетей и одного переводчика (в дополнение ко множеству других сотрудников), которые были достаточно автономны, что позволило им оперативно реагировать на политические события в том коммуникативном стиле, который соответствует нормам и ожиданиям пользователей Твиттера. Напротив, коммуникация команды Ромни, в которой к концу выборов насчитывалось 16 сотрудников, была скована многоуровневым контролем, что снизило возможности оперативной реакции на события.

Управление онлайн-сообществом в политических целях предполагает стратегии, тактическое и оперативное планирование на всех уровнях — от стратегии присутствия в соцсети до выбора конкретных тем и контента для публикации. Выделяют три основные тактики, которые активно используются политическими сообществами: *контрпубличный аффект*, *конфликт* и *юкстаполитика*. Контрпубличность обусловлена противоположностью и ненормативностью взглядов участников сообщества; под конфликтом подразумевается использование агрессивных форм речи; термин «юкстаполитика» обозначает способность производителей контента конструировать «близость» участников сообщества, «снижая» различия между «автором» и аудиторией [20].

Среди основных стратегий поддержки крупных групп интересов США в Твиттере также выделяют три стратегии: распространение информации (например, новостей); прямое взаимодействие с последователями или членами сообщества; продвижение определенного действия [32]. Ряд исследователей говорят об использовании сообществ активистами для организации,

планирования и координации протестных движений вне сети [19; 54]. Facebook, Twitter и блоги выступают не только информационными, но и эмоциональными каналами, посредством которых организаторы движений формируют у их участников чувство общности, необходимое для мобилизации рассредоточенной в пространстве и социально неоднородной группы избирателей [19]. В качестве критериев успешности политических твитов называют их своевременность, значимость, инсайдерский характер и лаконичность [39]. Кроме того, успех твита зависит от авторитета аккаунта, количества его подписчиков, темы и новизны [51].

Среди инструментов политических онлайн-сообществ выделяют: кампании преследования, агрессию, троллинг [20]; «отказ в обслуживании» — действия, способные привести к сбою сервера, чтобы сайт был временно недоступен [47]; мемы — юмор стимулирует критику нормативных сценариев [42], а в видеоконтенте привлекает молодежь, создавая сильные аффективные связи между аудиторией и создателем контента [13].

Онлайн-сообщества предоставляют определенный набор инструментов своим участникам — для обмена информацией, социального взаимодействия и поддержки, создания новых социальных связей [27]. Тем самым онлайн-сообщества реализуют внешние (политическое участие, артикуляция и объединение интересов) и внутренние (политическая социализация, влияние на ценности и взгляды, демократические практики) функции [47. С. 53]; а также обеспечивают эмоциональную поддержку, информирование и формирование чувства принадлежности [20].

Для политических исследований интерес представляет особый характер коммуникации в онлайн-сообществах — их *совещательность, дискуссионность* (*deliberativeness* [60]), способность выступать инструментом «цифровой демократии», выполнять консультационную функцию (*e-consultation*) — снабжение доступной информацией о принимаемых решениях и получение обратной связи от граждан [3. С. 207]. Не менее важна мобилизационная функция политизированных онлайн-сообществ. Электронная мобилизация (*e-mobilization*) — мощный механизм протестных и правозащитных движений («Арабская весна» [14] и «Occupy Wall Street» [52]). Многие политические онлайн-сообщества были инициаторами онлайн-акций с последующими успешными офлайн-демонстрациями: онлайн-сообщество против ядерных испытаний StranoNet из Флоренции, онлайн-кампании Electronic Frontier Foundation в защиту прав в цифровом поле, сеть альтерглобалистов Indymedia, испанский сайт noalaguerra.com и интернет-платформа MoveOn.org против войны в Ираке, интернет-сообщество Южной Кореи «Chongseon simin yeondae» (солидарность граждан на парламентских выборах), организация Campact.de (участие в политической жизни посредством электронной почты, писем, факсимильной связи и телефона в дополнение к офлайн-действиям) [47].

Отдельное направление формируют исследования, сфокусированные на социально-психологических и коммуникационных эффектах, возникающих во

внутренней и внешней среде в процессе создания и развития онлайн-сообществ. Так, онлайн-сообщества могут стать «эхо-камерами», отражающими и усиливающими общие взгляды, защищающими своих членов от идеологических нападков и снижающими уровень нетерпимости [10] в ходе четырех основных этапов в развитии онлайн-сообществ — формирования, распространения, реакции и сохранения [1]. Кстати, теория «слактивизма», или «диванного активизма», приравнивающая политическое участие онлайн к «самоуспокоительным действиям» [8], опровергается исследованиями, отмечающими значимую связь использования соцмедиа и политического участия [7].

Исследования на основе опросных методов показали связь между психологическими факторами и поведением онлайн. Так, страх социальной изоляции стимулирует пользователей потреблять политически-ориентированный контент и мотивирует их привлекать к себе внимание (*attention-seeking behavior*) [46]. Политическая коммуникация в социальных сетях в силу своей специфики зачастую проходит в ожесточенном ключе: праворадикальные течения используют «язык ненависти» (*hate speech*) дискриминационного характера (оскорбления, оценочные суждения, сарказм) [5; 57]. Как правило, вежливая дискуссия порождает уважительную реакцию и способствует развитию конструктивной коммуникации, не отходящей от темы [24]. Многие исследователи изучают поляризацию мнений и пользователей по разным вопросам, как, например, по поводу Брексита и выборов 2016 года в США [15]. Политическая поляризация в онлайн-сообществах важна для анализа информационного фона острых социальных проблем — ксенофобии [50] и радикализма [35].

Онлайн-сообщества характеризуются разной степенью устойчивости и характером развития. Разработано несколько схем жизненного цикла онлайн-сообществ: модель из 5 стадий — *зарождение, создание, рост, зрелость и смерть* [27]; акцент на управленческих задачах — *«консервация» сообщества, оценка его эффективности, эксплуатация, ликвидация* [49]; 5 стадий формирования онлайн-сообществ — *запуск, достижение критической массы, управление притоком публики, защита норм от новичков, институционализация власти* [28]. Изменчивости онлайн-сообщества способствуют следующие факторы: его размер, возраст и этап жизненного цикла, культура членов (международная, национальная, локальная), их физическое или виртуальное присутствие [53]. Например, А. Вромэн и У. Колмэн на примере австралийского движения «GetUp!» показывают взаимосвязь кампании по формированию онлайн-сообщества и роста численности участников и привлеченных средств: в разные моменты движение делало акцент на разных проблемах — от равноправия полов до загрязнения воздуха, развивая свои тактики и репертуар действия (электронные петиции, онлайн-рассылки, продвижение онлайн-видео), привлекая все больше сторонников и получая все больше пожертвований [58].

К факторам, которые определяют характер интернет-сообщества, относят: его цель (здравоохранение, образование, бизнес и др.), поддерживающая

программная среда (сервер рассылки, доска объявлений, чат и др.); структура управления и типы норм и правил [41]. По сути, даже токсичная коммуникация (троллинг, буллинг) может способствовать формированию и стабилизации дискуссионных сообществ [26].

Обобщение наиболее значимых направлений в исследованиях онлайн-сообществ в контексте политической коммуникации можно представить в виде схемы (Рис. 1). Следует отметить, что внутри каждого направления можно выделить специфические подгруппы, но эта задача дальнейших исследований.

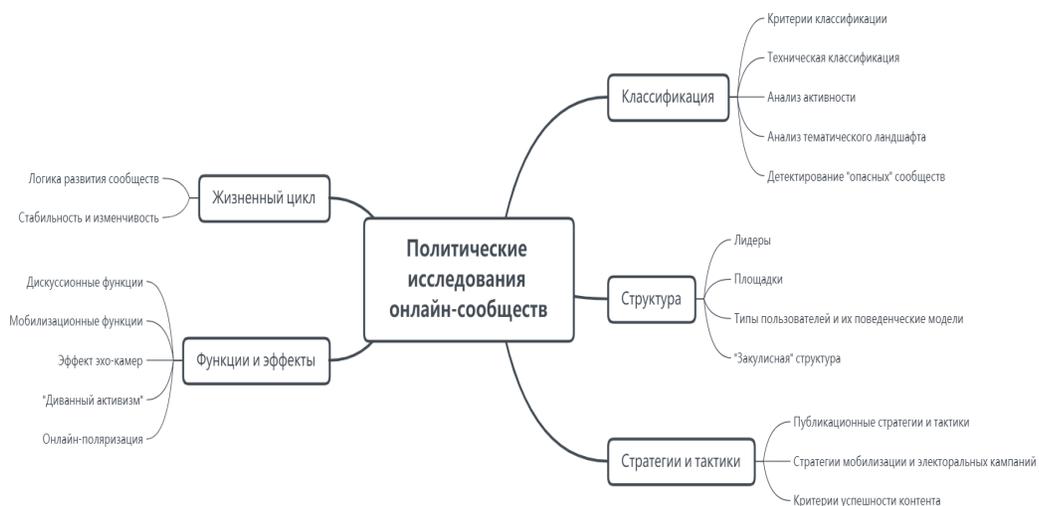


Рисунок 1. Направления исследований онлайн-сообществ в политической коммуникации

На основе этой схемы можно выделить следующие характеристики рассматриваемой предметной области:

– *Дифференциация направлений.* Фрагментацию сменяет набор конкретных направлений, которые все еще отличаются недостаточной систематизацией, но уже обретают достаточно четкие границы. Параллельно с тематической специализацией оформляется и методологическая: качественные и количественные методики стандартизируются, многие индикаторы используются в разных исследованиях (тема и тональность текстов, число реакций и т.д.). Оформляются и направления, сфокусированные на определенных аспектах и моделях политической коммуникации, в которую вовлечены сообщества: электоральные онлайн-кампании, публичные заявления лидеров, дискуссионные группы, сторонники и противники политических идеологий.

– *Поиск «публичной сферы».* Онлайн-исследования политической коммуникации обращаются к областям, которые были относительно мало изучены в рамках иных подходов (анализу независимых площадок,

виртуальных дебатов и «свободной дискуссии», механизмов и инструментов совещательной демократии). Иными словами, изучение онлайн-сообществ приближает исследователей к пониманию «публичной сферы» нового типа. Конечно, виртуальные сообщества отличаются от классической публичной сферы в трактовке Ю. Хабермаса своим информационным неравенством [38. С. 21]. Тем не менее, политическая коммуникация онлайн находится в поле особого публичного пространства и политической культуры [38].

– *Неравномерное развитие.* Наблюдаются определенные «перекося» в развитии отдельных направлений: так, огромное число исследований посвящено электоральным кампаниям, онлайн-протестам и социальным ботам, а механизмы формирования сообществ и их изменчивости изучены относительно мало.

– *Практическая ориентация.* Изучение политических онлайн-сообществ переходит из сферы фундаментальных исследований в область практики. С помощью мониторинга онлайн-сообществ оценивают динамику политических настроений, протестных кампаний и дискуссий, находят экстремистские и радикалистские группы, изучают коммуникационные стратегии политизированных групп, лидеров власти и оппозиции — все это расширяет возможности аналитики онлайн-коммуникаций в сфере политического маркетинга и консалтинга.

– *Комплексная методология.* Специфика предмета исследования стимулирует научное сообщество использовать все более сложные методики, обращаться к междисциплинарному подходу. Например, при анализе связей в онлайн-сообществах находят применение классификационные алгоритмы, такие как «деревья решений» [2], для обнаружения политической манипуляции в текстах — подходы, связанные с машинным обучением [31]. Популярно сочетание опроса, основанного на самооценках, с замером цифровых следов пользователя [16]. В ряде исследований респонденты заполняют анкету и выполняют определенную задачу, в которой онлайн-поведение моделируется и контролируется, например, реакции респондентов на комментарии к новостям [24]. Эксперименты помогают ответить на сложные вопросы, например, о намерениях пользователей участвовать в жизни сообществ. Тем не менее, в целом методология политических исследований онлайн-сообществ все еще находится в стадии становления и требует дальнейшего критического анализа [55].

Онлайн-сообщества открывают новые возможности для анализа политической коммуникации, однако у интернет-исследований есть свои ограничения, что порождает множество споров [18]. Соответственно, типичные для изучения политической коммуникации в онлайн-сообществах методы (например, дата-майнинг и анализ социальных сетей) должны использоваться в комплексе с другими качественными и количественными методами исследований для обеспечения валидности и надежности данных.

Информация о финансировании

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31318.

Благодарность

Авторы выражают благодарность коллективам Центра социологических и интернет-исследований и Лаборатории изучения социально-экономических и политических процессов современного общества Санкт-Петербургского государственного университета.

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-2-391-402

Online communities in the study of political communication*

K.A. Platonov, N.I. Legostaeva

Saint Petersburg State University
Universitetskaya Nab., 7/9, Saint Petersburg, 199034, Russia
(e-mail: konplatonov@gmail.com, n.legostaeva@spbu.ru)

Abstract. Online communities in the study of political communication are a relatively new research field. Within its framework, independent thematic sections are developing, which in many respects remain fragmented due to the insufficient systematization. The article presents the results of the analysis and description of the research field of online communities in the context of political communication based on 60 English-language sources. This sample included publications on a wide range of issues: from the activity of official accounts and websites of politicians, parties, organizations to the user behavior and political discussions in virtual communities. The authors identified five large thematic groups that consider online communities in different research perspectives: classification of communities, study of their structure and elements, analysis of their strategies and tactics, functions and effects, and ‘life cycles’. The article describes the main features and internal structure of the identified thematic groups, considers approaches and methods for solving specific tasks in the study of actors, channels, practices and models of political communication. The authors also consider the technical factors of the formation of communities, differences in methods and units of analysis, types of political communicants. The authors make a conclusion about the sufficient ‘maturity’ of the research field and its thematic sections, which is combined with the differing popularity of research topics. Online communities represent a special public space which allows researchers to answer questions about the success of political leaders, movements and organizations, the effects of the viral spread of online protests and flash mobs, and the audience’s response to significant politicized issues. The authors identify two trends in the development of the corresponding methodology: strengthening practical orientation and increasingly complex techniques based on the machine algorithms for data analysis.

Key words: political communication; online communication; Internet; communities; online communities; political communities; social media

Funding

The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute for Social Research. Project No. 20-011-31318.

* © K.A. Platonov, N.I. Legostaeva, 2021

The article was submitted on 15.09.2020. The article was accepted on 03.12.2020.

Acknowledgement

The authors express their gratitude to the teams of the Center for Sociological and Internet Research and the Laboratory for the Study of Social-Economic and Political Processes in Contemporary Society of the Saint Petersburg State University.

Библиографический список/References

- [1] Allison K., Bussey K. Communal quirks and circlejerks: A taxonomy of processes contributing to insularity in online communities. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2020; 14.
- [2] Backstrom L. et al. Group formation in large social networks: Membership, growth, and evolution. *Proceedings of the 12th ACM SIGKDD International conference on Knowledge Discovery and Data Mining*; 2006.
- [3] Bainbridge W. *The Social Structure of Online Communities (Structural Analysis in the Social Sciences)*. Cambridge; 2020.
- [4] Barnes R. *Uncovering Online Commenting Culture: Trolls, Fanboys and Lurkers*. Springer; 2018.
- [5] Ben-David A., Fernández A.M. Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*. 2016; 10.
- [6] Beyer J.L. *Expect Us: Online Communities and Political Mobilization*. Oxford University Press; 2014.
- [7] Boulianne S. Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*. 2015; 18 (5).
- [8] Christensen H.S. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*. 2011. URL: <https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3336>.
- [9] Christensen K., David L. *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. Sage Publications; 2003.
- [10] Conover M.D. et al. Political polarization on Twitter. *ICWSM*. 2011; 133 (26).
- [11] Dolata U., Schrape J.F. Masses, crowds, communities, movements: Collective action in the Internet age. *Social Movement Studies*. 2016; 15 (1).
- [12] Earl J., Kimport K. *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. MIT Press; 2011.
- [13] Ekman M. The dark side of online activism: Swedish right-wing extremist video activism on YouTube. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*. 2014; 30.
- [14] Eltantawy N., Wiest J.B. The Arab spring: Social media in the Egyptian revolution: Reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*. 2011; 5.
- [15] Fernando S. et al. Towards a large-scale Twitter observatory for political events. *Future Generation Computer Systems*. 2020; 110.
- [16] Ferrucci P., Hopp T., Vargo C.J. Civic engagement, social capital, and ideological extremity: Exploring online political engagement and political expression on Facebook. *New Media & Society*. 2020; 22 (6).
- [17] Freelon D., Lokot T. Russian disinformation campaigns on Twitter target political communities across the spectrum. *Misinformation Review*. 2020. URL: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-003>.
- [18] Gayo Avello D., Metaxas P.T., Mustafaraj E. Limits of electoral predictions using Twitter. *Proceedings of the 5th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*; 2011.
- [19] Gerbaudo P. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. Pluto Press; 2012.
- [20] Glubok B. *Understanding Digital Political Communities: A Juxtapolitical Approach to Intimacy Online*. 2020. URL: <https://escholarship.org/uc/item/16q2c1tw>.

- [21] González-Bailón S., Wang N. Networked discontent: The anatomy of protest campaigns in social media. *Social Networks*. 2016; 44.
- [22] Guleva V. et al. Topology of thematic communities in online social networks: A comparative study. *International Conference on Computational Science*. Springer; 2018.
- [23] Hammond M. What is an online community? A new definition based around commitment, connection, reciprocity, interaction, agency, and consequences. *International Journal of Web Based Communities*. 2017;13 (1).
- [24] Han S.H., Brazeal L.A.M., Pennington N. Is civility contagious? Examining the impact of modeling in online political discussions. *Social Media+ Society*. 2018; 4 (3).
- [25] Hill B.M., Shaw A. *Studying Populations of Online Communities. The Handbook of Networked Communication*. New York; 2017.
- [26] Hopkinson C. Trolling in online discussions: From provocation to community-building. *Brno Studies*. 2013; 39 (1).
- [27] Iriberrri A., Leroy G. A life-cycle perspective on online community success. *ACM Computing Surveys*. 2009; 41 (2).
- [28] Karpf D.A. *Unexpected Transformations: The Internet's Effect on Political Associations in American Politics*. Philadelphia; 2009.
- [29] Kreiss D. Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*. 2016; 18 (8).
- [30] Lazar J., Preece J. Classification schema for online communities. *AMCIS Proceedings*; 1998.
- [31] Lee S. Characterization and detection of political manipulation in online communities. *Journal of Internet Technology*. 2018; 19 (4).
- [32] Lovejoy K., Saxton G.D. Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2012; 17 (3).
- [33] Man C.K. Luring the lurkers: Increasing participations in the online discussions of a blended learning course. *International Journal on E-Learning Practices*. 2014; 1 (1).
- [34] Morales A.J., Losada J.C., Benito R.M. Users structure and behavior on an online social network during a political protest. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. 2012; 391 (21).
- [35] Myagkov M. et al. Islamist communities on VKontakte: Identification mechanisms and network structure. *Europe-Asia Studies*. 2020: 1.
- [36] Nazi A., Das M., Das G. The TagAdvisor: Luring the lurkers to review web items. *Proceedings of the ACM SIGMOD International Conference on Management of Data*; 2015.
- [37] Nonnecke B., Preece J. Lurker demographics: Counting the silent. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*; 2000.
- [38] Papacharissi Z. The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*. 2002; 4 (1).
- [39] Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets. *New Media & Society*. 2014; 16 (3).
- [40] Pérez-Curiel C., Limón-Naharro P. Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users. *Communication & Society*. 2019; 32 (1).
- [41] Preece J., Maloney-Krichmar D., Abras C. History of online communities. *Encyclopedia of Community*. 2003; 3.
- [42] Rentschler C.A., Thrift S.C. Doing feminism in the network: Networked laughter and the 'Binders Full of Women' meme. *Feminist Theory*. 2015; 16 (3).
- [43] Rheingold H. *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. Addison-Wesley Longman Publishing; 1993.
- [44] Ridings C.M., Gefen D., Arinze B. Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *Journal of Strategic Information Systems*. 2002; 11 (3–4).
- [45] Rowe M., Saif H. Mining pro-ISIS radicalization signals from social media users. *Proceedings of the 10th International AAAI Conference on Web and Social Media*; 2016.

- [46] Shim KJ. et al. Does fear of isolation disappear online? Attention-seeking motivators in online political engagement. *Media and Communication*. 2019; 7 (1).
- [47] Smitten S.I. Political potential and capabilities of online communities. *German Policy Studies*. 2008; 4.
- [48] Soon C., Kluver R. The Internet and online political communities in Singapore. *Asian Journal of Communication*. 2007; 17 (3).
- [49] Syerov Y., Trach O., Fedushko S. Effect of implementation of improved methods of the life cycle stages organisation to the online community management. URL: arXiv:1901.00736. 2018.
- [50] Takikawa H., Nagayoshi K. Political polarization in social media: Analysis of the ‘Twitter political field’ in Japan. *2017 IEEE International Conference on Big Data*; 2017.
- [51] Thelwall M., Cugelman B. Monitoring Twitter strategies to discover resonating topics: The case of the UNDP. *El Profesional de la Información*. 2017; 26 (4).
- [52] Theocharis Y. et al. Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*. 2015; 18 (2).
- [53] Tsao R., Preece J., Lazar J. One foot in cyberspace & the Other on the ground: A case study of analysis and design issues in a hybrid virtual and physical community. *WebNet Journal: Internet Technologies, Applications & Issues*. 1999; 1 (3).
- [54] Tufekci Z., Wilson C. Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*. 2012; 62 (2).
- [55] Van Es K., Wieringa M., Schäfer M.T. Tool criticism: From digital methods to digital methodology. *Proceedings of the 2nd International Conference on Web Studies*; 2018.
- [56] Velasquez A. Social media and online political discussion: The effect of cues and informational cascades on participation in online political communities. *New Media & Society*. 2012; 14 (8).
- [57] Vidgen B., Yasseri T. Detecting weak and strong Islamophobic hate speech on social media. *Journal of Information Technology & Politics*. 2020; 17 (1).
- [58] Vromen A. et al. Online movement mobilization and electoral politics: The case of GetUp! *Communication, Politics & Culture*. 2011; 44 (2).
- [59] Wieringa M. et al. Political topic-communities and their framing practices in the Dutch Twittersphere. *Internet Policy Review*. 2018; 7 (2).
- [60] Zhou X., Chan Y.Y., Peng Z.M. Deliberativeness of online political discussion: A content analysis of the Guangzhou Daily website. *Journalism Studies*. 2008; 9 (5).