

**Институт политики, права и социального развития
МГГУ им. М.А. Шолохова
Центр киберполитики и прикладных политических
исследований**



**ПРОТЕСТНАЯ АКТИВНОСТЬ
ДО И ПОСЛЕ
ПРЕЗИДЕНТСКОЙ
КАМПАНИИ 2011 – 2012 ГГ.**

Модель исследования: триангуляция методов



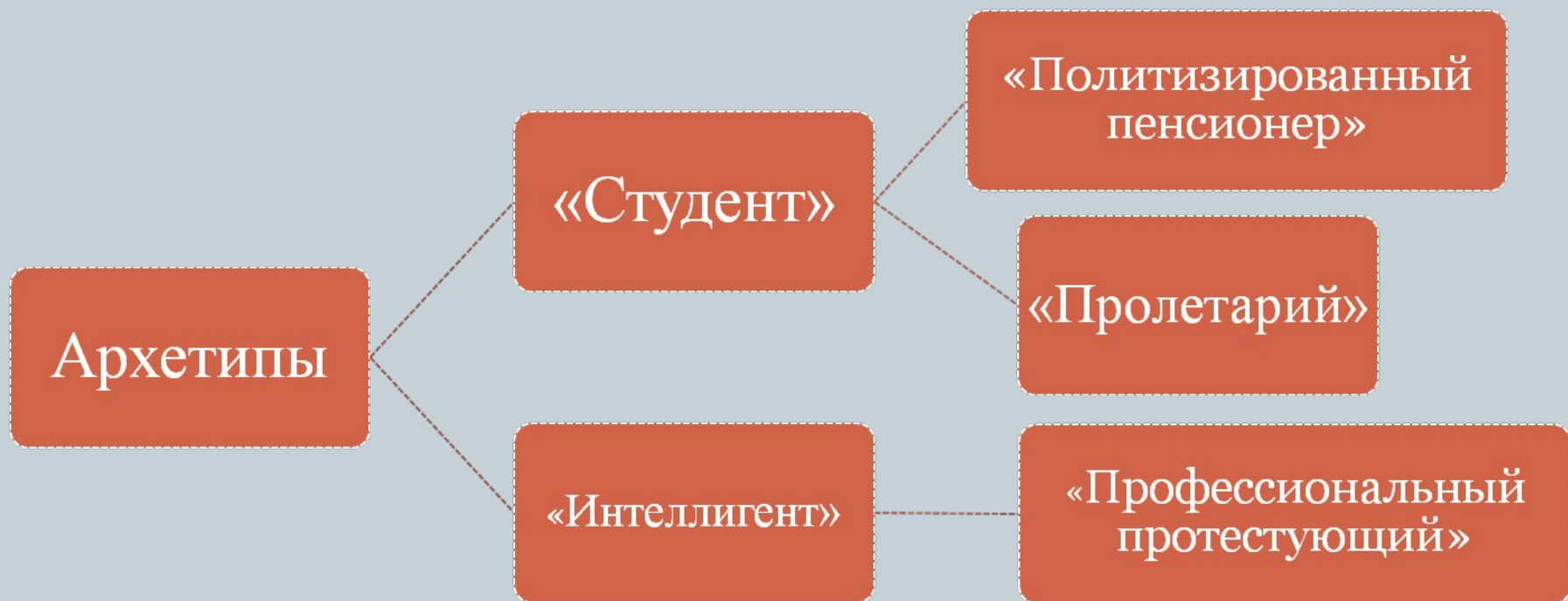
Включенное наблюдение

Технический мониторинг
социальных сетей

Hall-test

Интернет-представительств

Доминирующие архетипы протестного поведения



Интернет-мобилизация: facebook

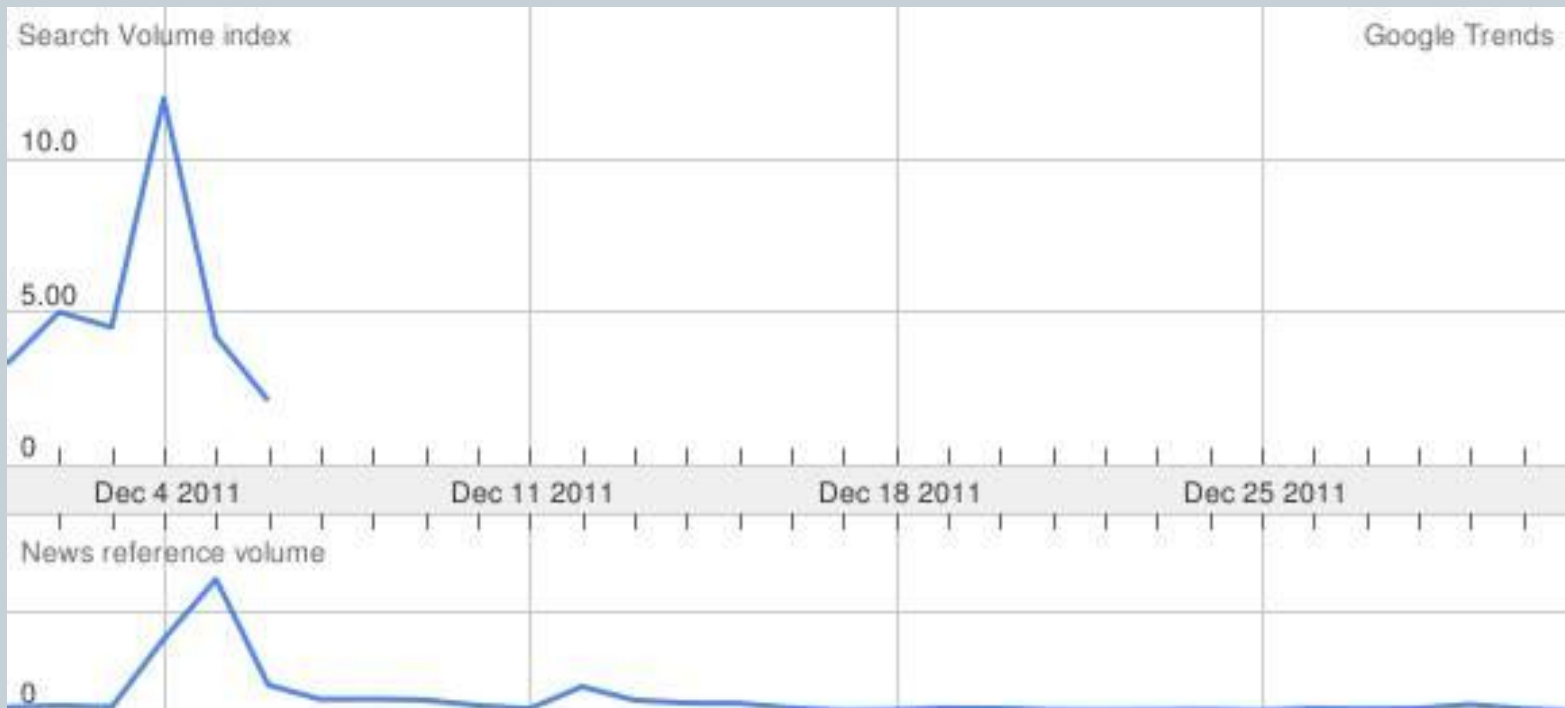


Организационные
группы

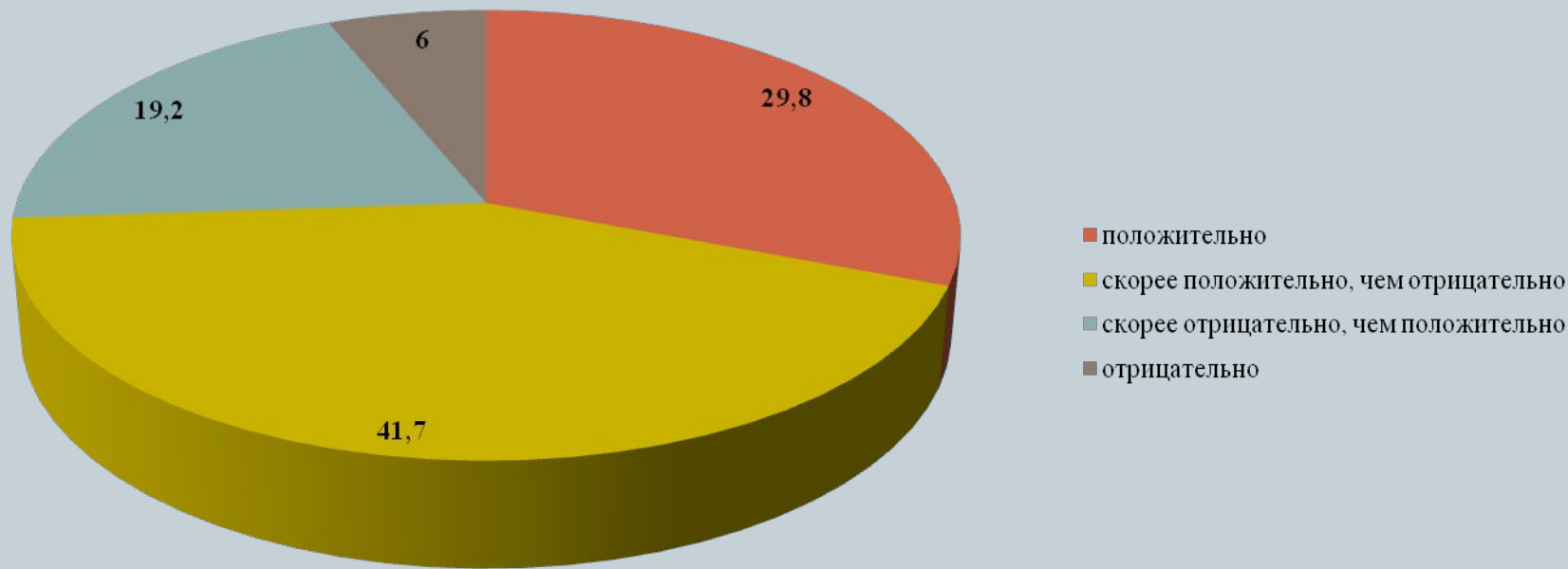
Тематические
организационные
страницы

Страницы
обсуждения

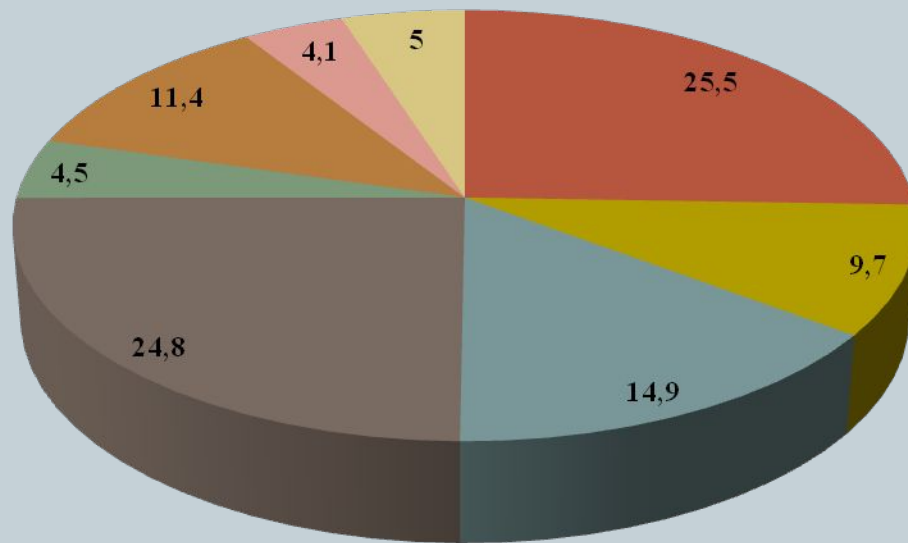
Интернет-мобилизация: Google Trends



Интернет-мобилизация: лояльность Интернет-сообщества



Модальность протеста: качество выборов и новые лица



- потому что недовольны нарушениями, допущенными на выборах в Государственную Думу РФ
- потому что недовольны политикой Правительства РФ
- потому что недовольны политикой партии власти «Единой России»
- потому что хотят видеть новые лица в российской политике
- потому что хотели оказать поддержку оппозиционным партиям и лидерам
- потому что им заплатили за участие в акциях протеста
- потому что у них слишком много свободного времени
- потому что оказались под влиянием внешних сил/иностранных СМИ