

Grażyna Picchota

KRAKOWSKA AKADEMIA IM. ANDRZEJA
FRYCZA MODRZEWSKIEGO

Robert Rajczyk

UNIWERSYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE
W PROTESTACH
POLITYCZNYCH

NA PRZYKŁADZIE UKRAIŃSKIEJ REWOLUCJI GODNOŚCI

STRESZCZENIE

Artykuł prezentuje wyniki badań przeprowadzonych wśród studentów dwóch ukraińskich uczelni wyższych, których celem było ustalenie, w jaki sposób używano nowych mediów podczas protestów politycznych w Kijowie, trwających od listopada 2013 do lutego 2014 roku. Analiza ujawniła wykorzystanie mediów społecznościowych w związku z bezpośrednim udziałem użytkownika w manifestacji lub w celu uzyskania informacji o protestach oraz ze względu na fakt zamieszkania w miejscu protestu lub poza nim.

SŁOWA KLUCZOWE: UKRAINA,
MAJDAN, MEDIA SPOŁECZNE,
PROTEST POLITYCZNY.

ABSTRACT

The article presents the results of research carried out among students of two Ukrainian universities. The aim of the study was to determine how social media were used during political protests in Kiev that took place from November 2013 to February 2014. The analysis made it possible to reveal the use of social media, taking into account direct participation of users in manifestations or using Internet communication to obtain information about protests due to the fact of residing in the protest area or away from it.

KEY WORDS: UKRAINE, MAIDAN,
SOCIAL MEDIA, POLITICAL
PROTEST.

WSTĘP

Udział mediów społecznościowych w protestach politycznych jest coraz częściej przedmiotem pogłębionych analiz. W efekcie udaje się zdefiniować rolę tych mediów w takich wydarzeniach. Dotychczasowe badania wskazują, że w państwach autorytarnych lub quasi-autorytarnych media społecznościowe stanowią alternatywną formę przekazu informacji, gdyż mass media zwykle wspierają system państwowy. Wspomniane media dodatkowo integrują obywateli wokół ważnych dla nich spraw i umożliwiają mobilizację do podejmowania działań, przy jednoczesnym wyrażeniu skali protestu. Jak zauważa Gemma Edwards, nowe media zmieniają naturę protestów oraz wpływają na proces mobilizacji jednostek, wykorzystujących swoje smartfony do publikacji filmów w serwisach kontentowych oraz komentowania wydarzeń w serwisach społecznościowych, przyczyniając się do rozwoju mediów niezależnych (*independent media*) (Edwards, 2014, s. 63).

Celem niniejszego artykułu jest określenie roli mediów społecznościowych podczas wydarzeń na Majdanie w Kijowie pomiędzy listopadem 2013 a lutym 2014 roku. Rozważania, oparte o wnioski z badań przeprowadzonych w 2015 roku przy współpracy z Uniwersytetem Borysa Grinchenko w Kijowie oraz Narodowego Uniwersytetu im. Tarasa Szewczenki we Lwowie, wpisują się w nurt badań nad wykorzystaniem mediów społecznościowych podczas manifestacji o charakterze politycznym (Piechota i Rajczyk, 2015). Analiza dokonana przez autorów uwzględniła dwie dodatkowe zmienne (miejsce zamieszkania oraz bezpośredni udział respondenta w protestach) jako kryteria pogłębionej analizy różnic w wykorzystaniu mediów społecznościowych w proteście. Ustalenia pozwoliły sformułować wnioski wskazujące dobór serwisów społecznościowych oraz sposób ich wykorzystywania w zależności od bezpośredniego udziału użytkownika w manifestacji lub korzystania

z komunikowania sieciowego dla uzyskania informacji o protestach oraz faktu zamieszania w miejscu protestu lub poza nim.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W PROTESTACH POLITYCZNYCH

Protesty na kijowskim Majdanie nie były pierwszym doświadczeniem tego typu na Ukrainie. Wcześniej, w 2004 roku, po drugiej turze wyborów prezydenckich, w których na podstawie sondaży przeprowadzanych w dniu wyborów (*exit polls*) zwyciężył opozycjonista Viktor Yushchenko, zaś oficjalnie uznano zwycięstwo wspieranego przez Rosję Viktora Yanukovycha, wybuchła tzw. „Pomarańczowa Rewolucja” (ukr. *Помаранчева революція*, ang. *Orange Revolution*). Wówczas także protestujący, wykorzystując internet oraz telefonię komórkową, gromadzili się na Majdanie (placu Niepodległości w Kijowie), by sprzeciwić się fałszowaniu wyborów. Pomarańczową Rewolucję uznaje się za pierwszy protest, który został zorganizowany z wykorzystaniem internetu (Goldstein, 2007).

Po raz pierwszy jednak decydującą siłą mediów społecznościowych jako nośnika informacji oraz kanału pozwalającego na mobilizowanie się obywateli, wraz z ukazywaniem skali protestów, poznano podczas tzw. Arabskiej Wiosny. Wtedy to demonstracje rozpoczęte w Tunezji w 2010 roku doprowadziły do rewolucji polityczno-społecznościowych w kilku kolejnych państwach północnej Afryki. Próby ograniczenia oddziaływania nowych mediów – zwłaszcza takich serwisów, jak Twitter, Facebook i YouTube, poprzez wyłączenie dostępu do internetu (jak miało to miejsce w Egipcie czy Libii), nie były w stanie zatrzymać rewolucji, której początek nastąpił w sieci (Piechota, 2011, s. 46-48). Gemma Edwards potwierdziła, że takie serwisy społecznościowe, jak Facebook czy Twitter, podczas Arabskiej Wiosny służyły protestującym do walki z reżimem. Użytkownicy bowiem dzielili się informacjami na temat

protestów, zakładali poświęcone tej tematyce strony na Facebooku, publikowali nagrania dokumentujące brutalne działania policji przeciwko demonstrantom, represje wobec ludności (np. w Egipcie) i przejawy korupcji (Edwards, 2014, s. 224).

Inny przykład protestu mającego swoje źródło w mediach społecznościowych to wydarzenia na placu Taksim w Stambule. Miały one miejsce w maju 2013 roku. Lokalna społeczność protestowała przeciwko planom zabudowy parku Gezi. Garland twierdzi, że angażowanie nowych mediów w protest nadaje mu znacznie bardziej otwarty i niepartykularny charakter, a przy tym budzi zainteresowanie większej liczby mieszkańców danego miasta czy nawet państwa (Garland, 2014, s. 121). Po kilku tygodniach protesty objęły większą część kraju, a władze zdecydowały o ograniczeniu dostępu do Facebooka oraz YouTube'a, wiedząc, że za pośrednictwem tych właśnie kanałów przeciwnicy władz przekazują sobie informacje i nawołują do zgromadzeń. Podobny charakter miały protesty na kijowskim Majdanie, które rozpoczęły się w stolicy, ale po pewnym czasie objęły także inne miasta.

Roscigno i Danaher podkreślają znacznie treści przekazywanych w sieci podczas protestów. Aktywiści chcą wpływać na opinię publiczną, dlatego muszą zachęcić użytkowników do kreowania wiadomości w taki sposób, aby opowiadane historie trafiały do serc zainteresowanych (Roscigno i Danaher, 2001). Manuel Castells podkreśla, że nowe media kreują nieznane wcześniej ważne platformy, gdzie nie tylko odbywa się walka pomiędzy ruchami protestu i ich przeciwnikami, ale tworzone treści pozwalają na kontrolę wydarzeń, szybki przepływ informacji wśród użytkowników konkretnych serwisów społecznościowych, głównie takich, jak YouTube, Twitter, Facebook i Tumblr (Castells, 2006, s. 185).

Serwisy społecznościowe wykorzystano także podczas protestów na placu Niepodległości (Majdanie) w Kijowie. Efektem wydarzeń na Majdanie była zmiana władzy i usunięcie ze stanowiska prezydenta Viktora Janukowycza, a także wzmocnienie orientacji prozachodniej na Ukrainie. Media tradycyjne, zwłaszcza kanały telewizyjne na Ukrainie,

były podporządkowane urzędującej władzy albo należały (co ma miejsce nadal) do ukraińskich oligarchów, których interesy rzadko są zbieżne z interesem społecznym, a najczęściej wiążą się z działaniami ukierunkowanymi na zachowanie dotychczasowego stanu posiadania lub jego poszerzanie. Informacje przekazywane z wykorzystaniem mediów społecznościowych stanowiły przeciwwagę dla wiadomości udostępnianych w mass mediach. Te spontaniczne działania zaowocowały później na Ukrainie rozwojem dziennikarstwa obywatelskiego oraz cyberaktywizmu (Orlova, 2015).

Krótko przed wydarzeniami na Majdanie w wyniku społecznej zbiórki pieniędzy prowadzonej w sieci powstała niezależna telewizja internetowa (obecnie działa także jako kanał telewizyjny) – hromadske.tv (19 września 2016 roku liczba fanów telewizji na Facebooku wynosiła ponad 553 tysiące użytkowników). Castells podkreśla rosnącą rolę komunikacji sieciowej podczas protestów, gdyż istnieje ona poza kontrolą państwową, w realnym czasie, zwiększa interaktywność oraz personalizuje przekaz (Castells, 2006, s. 211). Powstanie telewizji hromadske.tv było wynikiem zaangażowania społecznego, ale także wyrazem obywatelskiej potrzeby posiadania niezależnych mediów, dostarczających wiarygodnych informacji dla użytkowników sieci.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO KANAŁY KOMUNIKOWANIA PROTESTUJĄCYCH

Wśród użytkowników obecnych podczas protestów na Majdanie najczęściej wykorzystywanymi serwisami społecznościowymi były Facebook (Kijów 19, 46%, Lwów 27%), VKontakte¹ (Kijów 24, 89%, Lwów 23%) i YouTube (Kijów 29, 41%, Lwów 25%). Studenci młodsi (17-19 lat) chętniej korzystali natomiast z serwisu VKontakte, starsi (pow. 20 lat)

¹ VKontakte to rosyjski serwis społecznościowy, wizualnie zbliżony do Facebooka – vk.com.

z kolei z serwisu Facebook. Studenci z Kijowa zadeklarowali, że najczęściej wykorzystywali nowe media, by przekazywać znajomym w sieci informacje o sytuacji na kijowskim Majdanie oraz odznaczać swoją obecność na miejscu protestu. Z kolei studenci z Lwowa deklarowali wykorzystywanie kanałów komunikowania sieciowego do tworzenia treści (najczęściej nagrywanie filmów i publikowanie zdjęć), celem dotarcia z informacją o przebiegu protestu do nieobecnych na Majdanie. Studenci zaangażowani bezpośrednio w wydarzenia na Majdanie podkreślali, że dołączali do grup i społeczności w sieci promujących idee i wartości bliskie uczestnikom demonstracji oraz definiujące ich tożsamość (Kijów 88%; Lwów 86,17%).

Zaledwie 9,52% studentów w Kijowie i 13,83% studentów w Lwowie wskazało, że dołączyło również do tych sieciowych grup i społeczności, w których negowano idee protestu. Studenci najczęściej śledzili treści publikowane w grupach i społecznościach, do których należeli (Kijów 61%, Lwów 64%). Zdecydowanie mniej użytkowników je komentowało (Kijów 28%, Lwów 19%). Ponadto blisko 30% użytkowników w każdym z miast wskazało, że po zakończeniu protestów tematyka w grupach lub społecznościach, do których dołączyli w czasie trwania zajęć na Majdanie, zmieniła się.

Badania zachowań sieciowych związanych z Majdanem potwierdziły tezy Maffesolego o trybalizmie. Zgodnie z nimi rozwój komunikacji sieciowej oraz jej umasowienie sprzyja tworzeniu mikrogrup, które skupiają jednostki podobne (Maffesoli, 2008). Wskazany związek tworzenia własnej tożsamości i wyrażania jej w mediach społecznych badał m.in. David Barney. Według tego uczonego pozwalają one na identyfikację tożsamości oraz komunikację horyzontalną pomiędzy jednostkami o tych samych wartościach. W społeczeństwie sieci tożsamość funkcjonuje na zasadzie projektu, a za Castellsem można podkreślić rolę tożsamości oporu, która wynika ze sprzeciwu, wykluczenia albo niechęci wobec konieczności podporządkowania się. Jak twierdzi Barney, tożsamość w sieci okazuje się płynna, jednostka może mieć ich wiele

i je zmieniać (Barney, 2004). Tę tezę potwierdza fakt zmiany tematyki grup i społeczności, które podczas Majdanu wykazywały aktywność w promowaniu idei protestu.

Studenci z obu miast rozpatrywanych w badaniach zdecydowanie rzadziej korzystali z mediów społecznościowych, aby tworzyć własne treści (częściej byli to studenci z Lwowa). Aktywność pozostałych sprowadzała się raczej do przeglądania informacji, ich udostępniania lub komentowania. Już podczas protestów na Majdanie, które miały miejsce w 2004 roku, jeden z organizatorów, Andriy Ignatov, stwierdził, że do zaangażowania użytkowników w proces komunikowania o proteście wykorzystano treści tworzone przez dziennikarzy śledczych, prawników zajmujących się prawami człowieka czy studentów. Dzięki temu w krótkim czasie rozpowszechniono idee protestu w sieci, a treści formułowane przez liderów miały charakter angażujący dla kolejnych użytkowników (Seib, 2012, s. 145). Wykorzystanie mediów społecznościowych na przełomie 2013/2014 roku miało podobny charakter – liderzy opinii tworzyli informacje i publikowali je w sieci za pomocą własnych profili, udostępniali je w grupach i społecznościach, a także wykorzystywali kanał hromadske.tv.

Studenci biorący bezpośrednio udział w protestach nie wykazywali tendencji do korzystania z serwisów społecznościowych w budowaniu nowych relacji. Do sieci przynosili kontakty i znajomości, jakie tworzyli w realnym świecie. Badania ujawniły natomiast, że studenci z Lwowa, którzy brali udział w Majdanie w Kijowie, korzystali z mediów społecznościowych do kontaktowania się ze swoimi znajomymi znacznie intensywniej niż ich koledzy z Kijowa.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO ŹRÓDŁO WIEDZY O PROTESTACH POLITYCZNYCH

Studenci niebiorący bezpośrednio udziału w Majdanie, ale wykorzystujący media społecznościowe do czerpania informacji o przebiegu protestu, wykazali większe zróżnicowanie pod względem użycia kanałów w zależności od miejsca zamieszkania. Najczęściej sięgano po kanał YouTube (Kijów 38%, Lwów 35,63%), następnie VKontakte (Kijów 29%, Lwów 19,06%) oraz Facebook (Kijów 10%, Lwów 21,25%). Katie Kusenok podkreśliła, że podczas trwania protestów część użytkowników zrezygnowała z korzystania z rosyjskiego serwisu VKontakte z dwóch powodów – ze względu na monitorowanie zawartości przez rosyjskie służby specjalne oraz zmianę orientacji z prorosyjskiej na prozachodnią (Kusenok, 2015).

Studenci, którzy bezpośrednio nie brali udziału w Majdanie, ale zadeklarowali korzystanie z mediów społecznościowych podczas trwania protestów, wskazali, z jakiego powodu interesowali się tymi wydarzeniami w sieci. Najwięcej osób uznało wagę wydarzeń za czynnik motywujący do zainteresowania się tą tematyką (Kijów 76,33%; Lwów 86,56%). Pozostali ujawniali, że interesowało ich, czy są tam ich znajomi i co robią (Kijów 22,33%; Lwów 13,13%). Nikt nie wskazał jako powodu zainteresowania tematyką wydarzeń na Majdanie w sieci faktu większej wiarygodności informacji pochodzących z mediów społecznościowych niż tych emitowanych przez mass media. Wskazuje to, że studenci preferują informacje z internetu, często wcale nie śledząc tych przekazywanych w mediach tradycyjnych. Badania potwierdziły, że niezależnie od wieku zainteresowanie osób śledzących informacje z Majdanu w serwisach społecznościowych wynikało z ich przeświadczenia o dużej wadze tego, co się tam dzieje. Wraz z rosnącym wiekiem studentów spadało natomiast zainteresowanie śledzeniem tego, czy bezpośrednio w wydarzeniach biorą udział ich znajomi.

PODSUMOWANIE

Przedstawione rozważania pozwoliły wskazać istotne różnice w wykorzystaniu mediów społecznościowych podczas protestów politycznych, wynikające z bezpośredniej obecności użytkownika podczas manifestacji oraz miejsca jego zamieszkania w stosunku do lokalizacji protestu. Kanały w serwisach społecznościowych są jednym z istotniejszych nośników wiadomości i agitacji skierowanych do użytkowników sieci przez liderów i organizatorów protestów. W przypadku młodych osób często stanowią jedyne źródło informacji. Przeciętny użytkownik sięga tylko po przekazy, potwierdzające wartości i idee, z którymi się utożsamia. Poprzez serwisy społecznościowe zarówno bezpośredni uczestnicy protestów, jak i obserwujący wydarzenia w sieci komunikują się między sobą, przekazując informacje, integrując się w działaniach i wyrażając skalę protestu. Ten ostatni cel komunikowania sieciowego w przypadku protestów na Majdanie doprowadził również do migracji użytkowników serwisu VKontakte do serwisów Facebook i Twitter. Ten ostatni był zdecydowanie rzadziej wykorzystywany na Ukrainie niż np. w czasie Arabskiej Wiosny. Służył natomiast liderom protestu do nadawania działaniom na Majdanie znaczenia globalnego. Transfer użytkowników z prorosyjskiego serwisu do sieci globalnych wynikał ze wspomnianych wcześniej powodów, ale stanowił także wyraz chęci użytkowników dołączenia do globalnych społeczności i tym samym promowania wartości głoszonych podczas manifestacji (Chalupa, 2015).

Stwierdzone różnice w zachowaniach komunikacyjnych studentów z Kijowa i Lwowa mogą świadczyć o różnym stosunku do protestu w Kijowie. Studenci ze Lwowa należą do tej części społeczeństwa ukraińskiego, która jest zorientowana na proces integracji z Unią Europejską. Jednocześnie dla nich udział w protestach na Majdanie wiązał się z koniecznością podróży do Kijowa, co dowodziło ich determinacji. Tworzyli własne treści, partycypując w ten sposób w kreowaniu informacji

dla użytkowników poza miejscem wydarzeń. Tymczasem grupa studentów z Kijowa, deklarujących obecność na Majdanie, informowała tylko znajomych, używając funkcji lokalizacji w mediach społecznościowych. Garland podkreśla, że wykorzystanie tych mediów w protestach to proces, w którym następuje krystalizacja realnego niezadowolenia społecznego, ujawniającego istniejące antagonizmy (Garland, 2014, s. 121).

Różnice w zachowaniach komunikacyjnych zauważalne były również w doborze kanałów, które wykorzystywali studenci. Zarówno ci z Kijowa, jak i ze Lwowa zdecydowanie częściej deklarowali korzystanie z YouTube'a, co oznacza, że interesowały ich informacje prezentowane w formie najwierniej oddającej przebieg wydarzeń. YouTube nie był tak popularnym kanałem dla studentów bezpośrednio biorących udział w protestach. Ta prawidłowość może wynikać z faktu, że osoby bezpośrednio uczestniczące w protestach były świadkami wydarzeń, zatem konfrontowanie tego, co widzieli na własne oczy, z przekazem w serwisie YouTube okazywało się dla nich bezcelowe. W omawianym serwisie słowo mówione czy pisane jest detronizowane przez obraz, który nie wymaga komentarza. Kluczową rolę w komunikowaniu obrazem w mediach społecznościowych odgrywa wiarygodność nadawcy, która wprost proporcjonalnie oddziałuje na wiarygodność przekazu. Odnosząc się do konkretnego przykładu, materiały zamieszczane w mediach społecznościowych przez użytkowników i w internecie przez dziennikarzy hromatske.tv cieszyły się niekwestionowaną wiarygodnością. Przy okazji warto nadmienić, że serwisy kontentowe wykorzystywane były do relacjonowania przebiegu wydarzeń, ale przekazowi temu zazwyczaj nie towarzyszył komentarz. W mediach społecznościowych natomiast na zawartość składały się informacje dotyczące konkretnej pomocy rzeczowej dla uczestników protestów, wypowiedzi uczestników oraz relacje poszkodowanych i informacje o przebiegu. Takie zróżnicowanie treści tłumaczyć można przede wszystkim funkcją integracyjną, jaką realizują media społecznościowe, i agitacyjną, jak w przypadku serwisów kontentowych.

Przykład wykorzystania internetu tylko w ukraińskich protestach na przełomie ostatnich 10 lat wyraźnie dowodzi, że znaczenie internetu rośnie i może wpływać na radykalizację protestów, traktowanych jako swoiste eventy. Nowe media mają istotne znaczenie w kreacji społeczeństwa obywatelskiego i wpływają na przekształcanie sfery publicznej (Sassi, 2001, s. 89-108). Prezentowane wyniki badań dowodzą, że spora grupa studentów z Kijowa traktowała wydarzenia na Majdanie jako te, w których warto było zaznaczyć swoją obecność, bo obserwował je świat (nie wyklucza to faktu, że studenci wiedzieli, o co chodzi w protestach, i je popierali). Takie wykorzystanie serwisów społecznościowych wskazuje na widowiskowy charakter wydarzeń ze sfery publicznej. Ponadto są one odpowiednio kreowane w warstwie komunikacyjnej, a rolą mediów społecznościowych jest informowanie i mobilizowanie zainteresowanych. O tej funkcji omawianych mediów, tj. tworzeniu przez nie z polityki widowiska, pisał już Manuel Castells, wskazując rosnące znaczenie sieciowej komunikacji (rozumianej jako kanały dystrybucji informacji obciążonej komentarzem) w procesie kształtowania sfery publicznej (Castells, 2009). Podobne wnioski formułuje John V. Pavlik, podkreślając znaczenie dyskusji, które odbywają się w sieci, szczególnie w blogosferze (Pavlik, 2008).

Analiza przebiegu protestów politycznych, zwłaszcza od czasów Arabskiej Wiosny pozwala na podkreślenie znaczenia globalnych kanałów komunikacji sieciowej jako tych, które mają istotne znaczenie w przekazie informacji, integrowaniu społeczności i mobilizowaniu użytkowników do podejmowania wspólnych działań. Wynika to z ograniczonych możliwości moderowania treści i śledzenia aktywności konkretnych użytkowników oraz ambicji protestujących, aby dzięki globalnym kanałom przekazywać treści, które potencjalnie będą miały zasięg globalny.

BIBLIOGRAFIA

- Barney, D. (2004). *Społeczeństwo sieci*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Castells, M. (2006). *Mobile Communication and Society. A Global Perspective*. Cambridge: MIT Press.
- Castells, M. (2009). *Siła tożsamości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chalupa, A. (2015). #digitalmaidan: United Ukrainians Everywhere over Social Media. W: W. Schreiber i M. Kosienkowski (red.), *Digital Eastern Europe*. Wrocław: Kolegium Europy Wschodniej.
- Edwards, G. (2014). *Social Movements and Protest*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garland, C. (2014). As Barriers Fall, Contingency Becomes Possibility. Protest Resisting and Escaping Conainment and Categorization. W: I.R. Lamond i K. Spracklen (red.), *Protest as Events. Politics, Activism and Leisure*. London-New York: Rowman&Littlefield International.
- Goldstein, J. (2007). The Role of Digital Networked Technology in the Ukrainian Orange Revolution. *Research Publication (2007-2014)*. Cambridge, MA: The Berkman Center for Internet&Society at Harvard Law School.
- Kusenok, K. (2015). Multilingualism on Social Media in the maidan Movement. W: W. Schreiber i M. Kosienkowski (red.), *Digital Eastern Europe*. Wrocław: Kolegium Europy Wschodniej.
- Maffesoli, M. (2008). *Czas plemion*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Orlova, D. (2015). Ukraińskie dziennikarstwo rok po Euromajdanie, <http://pl.ejo-online.eu/polityka-medialna/wolnosc-prasy-2/ukrainskie-dziennikarstwo-rok-po-euromajdanie>. Pobrano 26.06.2015

- Pavlik, J. (2008). *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press.
- Piechota, G. (2011). Media in election processes. *Communication Today* (2).
- Piechota, G. i Rajczyk, R. (2015). The role of social media during protests on Maidan. *Communication Today*, 6(2).
- Roscigno, V. i Danaher, W. (2001). Media and Mobilization. The Case of Radio and The Southern Textile Worker Insurgency 1929-1934. *American Sociological Review* (66).
- Sassi, S. (2001). The Transformation of the Public Sphere? The Internet as a New Medium of Civic Engagement. W: B. Axford i R. Huggins (red.), *New Media and Politics*. London: Sage Publications.
- Seib, P. (2012). *Real-Time Democracy. Politics and Power in the Social Media Era*. New York: Palgrave MacMillan.