

**Team:**

Анжелика Вихлянцева, Алина Танатарова, Майя Завина,  
Александра Горайнова, Дарина Яцкова

# Московские районные паблики и их модераторы



# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы

# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы

# Мэппинг медийного пространства

Лидером по количеству групп, посвящённых районам Москвы, является социальная сеть Вконтакте. На втором месте – Instagram.

	Социальные сети	Участники		
		Тимирязевский САО	Мещанский ЦАО	Марьино СВАО
	Вконтакте	6 групп 20 145 участников	9 групп 2 585 участников	11 групп 5 377 участников
	Instagram	4 группы 1 607 участников	3 группы 1 469 участников	2 группы 932 участника
	Facebook	1 группа	3 группы 292 участника	2 группы 26 участников в 1
	Live Journal	-	1 группа 15 участников	2 группы 29 участников
	Одноклассники	-	1 группа 1 783 участника	1 группа 19 участников

## Топ-5 по количеству записей среди социальных сетей

Чаще всего публикации обновлялись в пабликах исследуемых нами районов, они и возглавили пятёрку пабликов-лидеров по количеству записей за 7 дней (с 10 по 16 мая 2016г.)

Район	Социальная сеть	Количество участников	Количество записей за 7 дней (10-16.05.2016)
Мещанский	 Instagram	574	548
Тимирязевский		858	472
Мещанский		841	347
Марьино		764	339
Мещанский		54	205

# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы

# Марьина Роща: контент-анализ

В ходе контент-анализа было выявлено следующее:

- автором записей чаще всего выступает сам модератор (95%);
- содержание постов: 12% - реклама, 42% - новости, 51% - другое;
- контент сопровождается фотографией или изображением в 98% случаев;
- наиболее частая комбинация: текст + картинка (80%);
- записи, в основном, затрагивают масштаб района – 54%;
- комментарии к записям присутствуют в 46% случаев;
- лайки присутствуют в 75% случаев;
- а вот репосты делались лишь в 3% случаев.
- содержание сообщений чаще всего носило развлекательный или рекламный характер. Проблемы местного характера обсуждались, не более чем в 13% публикаций.

В выборку попали следующие паблики, посвящённые району Марьина Роща:

- Жители района Марьина роща (Facebook)
- gazeta\_marina\_rosha (Instagram)
- Marinarosja (Instagram)
- Марьина Роща contents (Вконтакте)
- Газета Марьина Роща (Вконтакте)
- Марьина Роща СВАО Москвы (Вконтакте)



# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы



# Интервью: портреты респондентов

## Теодор

30 лет, женат

Не проживает в Марьиной Роще

Сфера деятельности –

социальное

предпринимательство,

политтехнологии

Медийные интересы – Бизнес FM,

Россия-24, Euronews, CNN, Аль-

Джазира; не любит читать

Интернет использует для

общения и «поиска релевантного

контента»

## Сергей

32 года, проживает в Марьиной

Роще

Сфера деятельности –

предприниматель в сфере

розничной торговли

Медийные интересы – Не смотрит

ТВ, слушает Мегаполис, Бизнес-

FM, Радио-джаз, Шоколад, Монте-

Карло, Серебряный дождь; любит

читать книги, «приносящие пользу

мозгу»

Зарегистрирован в основных

социальных сетях

## Артём

Проживает в Марьиной Роще

Сфера деятельности –

председатель молодёжной

палаты Марьиной Рощи

Медийные интересы – Не

смотрит ТВ, любит читать,

например, о войне

Зарегистрирован в основных

социальных сетях

# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы

## Марьяна Роща: специфика района

Район расположен в Северо-Восточном административном округе Москвы. По словам респондентов, одной из особенностей района является его близкое расположение к центру. Однако, из-за того, что район находится практически в центре Москвы, ощущается нехватка зелёных насаждений, парков. Кроме того, «он с двух сторон, с запада и с востока, получается, заканчивается вокзалами. С одной стороны - Рижский вокзал, с другой стороны -Савёловский вокзал, понимаете, да, географию?»



# Как появился паблик?

Возникла необходимость трудоустройства инвалидов – появился паблик с возможностью его модерирования

Возникла проблема с постройкой дома на месте детского сада – появился паблик как средство быстрого обмена сообщениями с жителями района

Респондент стал председателем Молодёжной палаты района Марьино – появился паблик как средство дешёвого и быстрого информирования населения о деятельности палаты (*«Контакт самый доступный, самый простой, понятный способ информирования граждан»*).



# Модерирование

Контент связан с другими сетями, он дублируется, поэтому модерирование не занимает много времени, и проводится *«без отрыва от производства»*

«Например, в Контакте есть рецепты «побольше котят», пару-тройку в день районных фоточек, одна релевантная новость: что-то случилось в районе. Это такой некий медиаплан...»

«Когда есть материал какой-то, то публикуется материал, работа с пабликом идёт в рамках публикации нового материала». Кроме того, «есть активные люди, которые помогают вести группу».

# Шаг за шагом



Этап 1 –  
Мэппинг



Этап 2 – Контент-  
анализ



Этап 3 –  
Интервью



Этап 4 –  
Анализ



Выводы

# Выводы

✓Чаще всего паблики, посвящённые району Марьино Роща, публикуют развлекательный и рекламный контент. Существуют попытки создать обсуждение реальных проблем, но чаще всего они не находят активного отклика.

✓По результатам интервью с модераторами пабликов выяснилось, что цели создания и модерирования пабликов носят разноплановый характер. В качестве гражданской платформы использовались два паблика, но с конкретными кейсами по решению реальных задач их модераторы не сталкивались. Все модераторы планируют привлечь большее количество участников в будущем за счёт рассылок, коммуникаций, «сарафанного радио», и возможно тогда, по их мнению, паблики станут реальной платформой для гражданских инициатив.

Q&A