

Теоретическая рамка исследования

Объект и методология исследования

Согласно действующему административно-территориальному делению, Москва состоит из 125 районов и 21 поселения, объединенных в 12 административных округов. По состоянию на 1 января 2016 г. численность населения столицы России составляла 12330126 человек¹. При этом численность населения муниципальных образований города варьировалась от 2801 (поселение Роговское Троицкого округа) до 249947 человек (район Марьино Юго-Восточного округа)².

Исследование, результатам которого посвящена данная статья, было проведено в рамках учебного курса «Новые медиа и цифровая культура», прочитанного одним из авторов данной статьи в 2015/16 учебном году в рамках 1 курса магистерской программы НИУ ВШЭ «Социология публичной сферы и социальных коммуникаций» по направлению подготовки «Социология».

Реализовано оно было в три этапа.

Задачей первого этапа было понять основные характеристики системы пабликов московских районов. Он включил в себя сбор информации о пабликах 15 районов города в 5 социальных медиа: Одноклассники, ВКонтакте, LiveJournal, Facebook, Instagram. На данном этапе студенты были разбиты на 5 групп по 4-5 человек в каждой, в их задачи входил сбор информации по трем районам. При выборе районов для анализа принимались во внимание такие факторы, как принадлежность к тому или иному административному округу, удаленность от центра, численность населения; также учитывались пожелания студентов. Всего были собраны сведения о 240 пабликах. Сводная информация по результатам мэппинга приведена в Таблице 1.

Таблица 1. Результаты мэппинга пабликов районов Москвы в социальных медиа³

№	Район	Численность населения	Административный	ОК	ВК	LJ	FB	Inst	ВСЕГО
---	-------	-----------------------	------------------	----	----	----	----	------	-------

1

2

[http://moscow.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat ts/moscow/ru/municipal statistics/](http://moscow.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat ts/moscow/ru/municipal_statistics/). Статистика по муниципальным образованиям здесь далее приводится по состоянию на 1.01.2013.

³ Курсивом выделены районы, отобранные для второго и третьего этапов исследования.

		ния	округ						
1	Басманный	109215	ЦАО	1	5	0	2	2	10
2	Бескудниковский	76937	САО	12	14	1	3	2	32
3	Дорогомилово	69714	ЗАО	2	5	2	3	2	14
4	<i>Зюзино</i>	<i>124317</i>	<i>ЮЗАО</i>	<i>6</i>	<i>11</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>23</i>
5	<i>Кунцево</i>	<i>145809</i>	<i>ЗАО</i>	<i>5</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>5</i>	<i>16</i>
6	<i>Марьино</i>	<i>66418</i>	<i>СВАО</i>	<i>1</i>	<i>9</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>16</i>
7	Мещанский	58936	ЦАО	1	8	1	3	3	16
8	Перово	140098	ВАО	9	11	1	2	2	25
9	<i>Пресненский</i>	<i>124947</i>	<i>ЦАО</i>	<i>3</i>	<i>11</i>	<i>1</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>21</i>
10	<i>Северное Чертаново</i>	<i>112799</i>	<i>ЮАО</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>11</i>
11	Соколиная гора	88064	ВАО	1	2	1	1	1	6
12	<i>Таганский</i>	<i>117543</i>	<i>ЦАО</i>	<i>0</i>	<i>9</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>1</i>	<i>16</i>
13	Тимирязевский	82837	САО	0	4	0	1	4	9
14	Фили-Давыдково	112377	ЗАО	0	3	1	3	1	8
15	<i>Южное Бутово</i>	<i>191531</i>	<i>ЮЗАО</i>	<i>7</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>17</i>
ВСЕГО:				50	98	17	40	35	240

На втором этапе исследования был проведен контент-анализ публикаций в районных пабликах. Выборка была сформирована на основании сообществ 7 из 15 районов. Публикации для анализа отбирались случайным образом, при этом для каждого района была задана квота в 200 сообщений. Период анализа был ограничен первым полугодием 2016 г. Сформированная по результатам контент-анализа база данных включает 1402 записи.

Кодирование сообщений производилось участвующими в проекте студентами в соответствии с разработанным кодировочным заданием, включающим следующие позиции:

1. порядковый номер записи в базе данных;
2. фамилия кодировщика;
3. название района Москвы, которому посвящен паблик;
4. социальное медиа (Одноклассники, ВКонтакте, LiveJournal, Facebook или Instagram);
5. название паблика;
6. дата публикации записи;
7. время публикации записи;
8. авторство записи (модератор или рядовой пользователь);
9. тип записи⁴;
10. тип контента (печатный текст, изображение, аудио и (или) видео):
11. масштаб записи (6 кодов - от районного до международного);
12. количество комментариев (при наличии);
13. количество отметок «нравится» («лайков», при наличии);

⁴ Типология из 8 позиций (плюс позиция «Другое») была разработана в процессе реализации исследования и рассматривается в разделе данной статьи, посвященной полученным результатам.

14. количество перепостов (при наличии);
15. описание сообщения в свободной форме, содержащее ответы на вопросы: Кто? Что? Где? Почему?;
16. ссылка на запись в Интернете;
17. примечание (поле заполнялось при необходимости в свободной форме).

Третий этап исследования, реализованный параллельно со вторым, состоял в проведении глубинных интервью с модераторами районных онлайн сообществ. Гайд глубинного интервью включал в себя следующие разделы:

- медийные интересы и медиапотребление респондентов;
- районный паблик респондента и практика его модерирования;
- отношение респондента к району, которому посвящен паблик.

Интервьюерам разрешалось брать интервью как лично, так и через программу Интернет-телефонии Skype. Средняя продолжительность интервью составила 40-45 минут.

Всего за период с 28 мая по 17 июня 2016 г. было сделано 13 интервью с модераторами пабликов в 5 районах: Зюзино, Марьино Роща, Пресненский, Таганский, Южное Бутово. Из 13 респондентов 10 – мужчины, 3 женщины. Возраст опрошенных находится в диапазоне от 18 до 35 лет, в среднем – 28 лет. Большинство пабликов – 10 – зарегистрированы в ВКонтакте, 2 представляют Facebook, 1 – Instagram.