

**Специфика контента и аудитории районных и городских пабликов  
«ВКонтакте»**

**Научный руководитель – Беленко Виктория Евгеньевна**

***Мордвинова Полина Алексеевна***

*Студент (магистр)*

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,

Новосибирск, Россия

*E-mail: misispoly@yandex.ru*

В современном мире увеличивается роль Интернета, а, в частности, социальных сетей в жизни людей. Так, социальная сеть «ВКонтакте» является самой популярной среди россиян, здесь публикуется самый большой объем контента - более 496 млн сообщений в месяц (по данным Brandanalytics за октябрь 2020 года) [3]. При этом публичные страницы «ВКонтакте» (паблики) становятся популярным каналом распространения разного рода информации: в них объединяются люди по интересам, читают актуальные новости, обмениваются мнениями.

Актуальность нашего исследования связана с возрастающей ролью пабликов «ВКонтакте» в формировании актуальной ежедневной повестки, в частности, связанной с городской жизнью. Процесс урбанизации напрямую связан с новыми медиа: для городских активистов они привлекательны открытостью и низкой стоимостью, а для жителей города оперативностью и удобством доступа. Новые практики «сетевой коммуникации» и «платформенной социальности» становятся следствием развития информационной инфраструктуры современного горожанина, частью которой становятся городские и районные паблики в социальных сетях [1].

Анализ этой «информационной инфраструктуры» жителей Новосибирска позволил выявить 91 паблик «ВКонтакте» (общегородских, пабликов районов и микрорайонов), в каждом из которых состояло от 1000 участников. Все выделенные паблики являются обособленными, не связанными с традиционными (например, районными газетами) СМИ. Проанализировав их количественные характеристики, частоту выкладывания постов и их содержание, а также степень вовлеченности, которая рассчитывалась из количества лайков и шервов на пост, был сделан ряд выводов. Таким образом, паблики были поделены на следующие типы:

1) Паблики по типу «Подслушано». Оригинальная идея подобного типа пабликов была в том, что пользователь анонимно делится «секретом». В районных пабликах посты не пользуются большой популярностью и содержат в себе не «откровения», как предполагалось изначально, а, скорее, новости, притом предложенные участниками сообщества. Активность в таких пабликах довольно низкая, что, возможно, связано с тем, что данный жанр не очень подходит для распространения информации о районе и городе, а пользователи в таких пабликах объединяются именно за этим.

2) Паблики районов и микрорайонов, посты в которых имеет право выкладывать только админ. По своему контенту они максимально приближены к районным СМИ. Посты в данных пабликах публикуются исключительно администраторами, при этом «новости» могут предлагаться всеми участниками сообщества. Это наиболее популярные паблики (количество участников в них от 10000 человек), им характерна наибольшая активность (например, в «Ленинский район. Новосибирск» приходится в среднем 101 лайк и 12 шервов на один пост).

3) Разнородные паблики, посты в которых могут выкладывать все члены паблика. В таких пабликах люди объединены одной территорией, некоторые так и называются «Соседи», но, ввиду того, что писать посты могут все участники без модерации администраторов, в сообществах очень много рекламы и спама. По этой причине постов в таких пабликах много, но в них самая слабая активность: пользователи теряют интерес, видя перед собой много "шума" и мало интересующей их повестки.

Анализ количественных характеристик пабликов и оценка их по аудиторным показателям позволила сделать следующие выводы.

- Количество участников, состоящих в пабликах трех самых крупных по численности районов, является самым большим. Например, Ленинский район является самым большим (288070 человек), и в двух районных пабликах состоит 41659 человек.

- Аудитория микрорайонов города составляет в среднем 5000 подписчиков на паблик. Исключение составляют некоторые микрорайоны, например, Академгородок (16000 человек) или ОбьГЭС (10000), в которых число участников существенно больше. Мы связываем это со специфической жизнью внутри микрорайонов, а соответственно с различающейся от остальной части города повесткой. Самые маленькие микрорайоны имеют наименьшее количество участников в пабликах («Ясный берег» - 1351 человек).

- Население Новосибирска составляет около 1,6 млн человек, в то время как количество участников в 10 самых крупных пабликах города составляет более 2,2 млн (необходимо учитывать, что один и тот же человек подписан обычно на несколько пабликов). Результаты ежегодного исследования аудитории и рейтинга СМИ в 2020 году [2], показали, что 6,2% жителей города подписаны на районные паблики в «Одноклассниках» или «ВКонтакте», еще 18,1% подписаны на не связанные со СМИ городские паблики, типа «Типичный Новосибирск» или «АСТ-54».

Таким образом, общегородские, а также паблики районов и микрорайонов являются популярным оперативным средством массовой информации о жизни города и нуждаются в дальнейшем исследовании и описании.

### Источники и литература

- 1) Van Dijck J. The culture of connectivity: A critical history of social media // Oxford University Press, 2013. 240 p.
- 2) Управление информационных проектов Новосибирской области: [http://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby\\_files/files/news/2020/10/otchet\\_po\\_rezultatam\\_sociologicheskogo\\_issledovaniya.pdf](http://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/news/2020/10/otchet_po_rezultatam_sociologicheskogo_issledovaniya.pdf)
- 3) Brand analytics: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2020/>