

DOI: [10.14515/monitoring.2025.5.3034](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3034)



Е. В. Недосека, А. Е. Ненько

КАРТИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ СООБЩЕСТВ В МАСШТАБАХ ГОРОДА НА ОСНОВании ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Правильная ссылка на статью:

Недосека Е. В., Ненько А. Е. Картирование структуры сообществ в масштабах города на основании данных социальных сетей // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 5. С. 223—250. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3034>.

For citation:

Nedoseka E. V., Nenko A. E. (2025) Mapping Community Structure at the City Scale Using Social Media Data. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 223–250. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3034>. (In Russ.)

Получено: 23.05.2025. Принято к публикации: 23.09.2025.

КАРТИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ СООБЩЕСТВ В
МАСШТАБАХ ГОРОДА НА ОСНОВАНИИ ДАН-
НЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

НЕДОСЕКА Елена Владимировна — канди-
дат социологических наук, доцент, старший
научный сотрудник, Социологический инсти-
тут РАН — филиал Федерального научно-ис-
следовательского социологического центра
Российской академии наук, Санкт-Петер-
бург, Россия

E-MAIL: Nedelena-24@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-1944-0367>

НЕНЬКО Александра Евгеньевна — кандидат
социологических наук, Независимый иссле-
дователь, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: al.nenko@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3436-1069>

Аннотация. Урбанистические проекты как минимум в своих основополагающих цен-
ностных принципах предполагают вовле-
чение горожан и их самоорганизованных
групп в обсуждение и принятие демократи-
чных, справедливых и инклюзивных решений
по поводу городских изменений. Понимание
интересов и ценностей, объединяющих сооб-
щества горожан; городских пространств, с ко-
торыми они связаны; локальной экспертизы,
которую они аккумулируют; а также потенци-
альных конфликтов между ними и другими
стейкхолдерами городских процессов состав-
ляет цель картирования городских сообществ
в рамках урбанистических проектов. Однако
в прикладных проектах финансовые, времен-
ные и человеческие ресурсы на комплексные
полевые исследования ограничены. В таком
случае решением может стать выявление со-
обществ, объединяющихся посредством ци-
фровых социальных сетей и проявляющих
агентность (способность действовать и вли-
ять) в цифровом пространстве города.

MAPPING COMMUNITY STRUCTURE AT THE
CITY SCALE USING SOCIAL MEDIA DATA

Elena V. NEDOSEKA¹ — *Cand. Sci. (Soc.), Sen-
ior Researcher*

E-MAIL: Nedelena-24@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-1944-0367>

Aleksandra E. NENKO² — *Cand. Sci. (Soc.)*

E-MAIL: al.nenko@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3436-1069>

¹ Sociological Institute of the Russian Academy
of Sciences — Branch of the Federal Center of
Theoretical and Applied Sociology of the Russian
Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

² Independent Researcher, St. Petersburg, Russia

Abstract. Urban projects, at least in their
fundamental value principles, imply the in-
volvement of citizens and their self-organized
groups in the discussion and adoption of dem-
ocratic, fair, and inclusive decisions regarding
urban changes. Understanding the interests
and values that unite communities of citizens,
the urban spaces with which they are connect-
ed, the local expertise they accumulate, as well
as potential conflicts between them and other
stakeholders of urban processes, is the goal of
mapping urban communities within urban pro-
jects. However, within the framework of applied
projects, financial, time, and human resourc-
es for comprehensive field research are limit-
ed. In this case, the solution may be to identi-
fy those communities that are united through
digital social networks and demonstrate agen-
cy in the digital space of the city.

This article proposes a unique approach to
mapping urban communities based on open
data from city social networks. This approach

В статье предложен авторский подход к картированию городских сообществ на основе открытых данных социальных сетей города, который включает в себя поиск, структуризацию данных и типологизацию городских сообществ, а также описание индикаторов их активности и форм их деятельности. Подход был разработан при реализации прикладных урбанистических проектов и является data-driven (опирается на данные, которые собирались и обрабатывались в процессе прикладных исследований). Разработанная типологизация цифровых городских сообществ является открытой и может модифицироваться под конкретные задачи новых проектов.

includes searching, structuring, and classifying urban communities, as well as describing their activity indicators and forms of activity. This approach was developed through applied urban projects and is data-driven (that is, based on data collected and processed during applied research). The developed typology of digital urban communities is open and can be modified to meet the specific needs of new projects.

Ключевые слова: городские сообщества, картирование городских сообществ, цифровой след, цифровой аватар, подход data-driven

Keywords: urban communities, mapping urban communities, digital footprint, digital avatar, data-driven approach

Введение

Картирование городских сообществ, представленных в социальных сетях, — один из центральных подходов в современных городских исследованиях и прикладных урбанистических проектах. Оно позволяет определить, хоть и с ограничениями, структуру городских акторов, которые участвуют в создании публичных дискурсов о городской жизни и готовы к различным действиям по поводу городской среды. В процессе картирования можно определить уровень агентности городских сообществ — от активно проявленных в цифровом пространстве до скрытых или даже отсутствующих. Результаты картирования помогут выявить особенности городской культуры и общественного участия, типы локальной(ых) идентичности(ей), направленность и формы деятельности городских групп.

Сетевой профиль города состоит из одного или нескольких сообществ в социальных сетях. Как отмечает Д. А. Коршунова, «Данные сообщества создаются горожанами с целью приобщения к жизни города, получения актуальной информации, общения, взаимопомощи. В них горожане свободно коммуницируют и преодолевают многочисленные барьеры общения, оставаясь при желании анонимными, активно и открыто выражают свою позицию по текущим проблемам родного города, обсуждают их, в споре приходят к определенным мнениям, обмениваются текущей информацией. Общение такого характера позволяет любому горожанину узнать больше об актуальной ситуации в городе, получить помощь по запросу, проверить свои взгляды относительно той или иной ситуации, возможно, поменять свою точку зрения. Виртуальные „локусы медиации“ на данный момент

успешно выполняют свою функцию обмена сообщениями, знаками, визуальными образами. Такие сообщества представляют собой реальные площадки формирования самосознания горожан» [Коршунова, 2018: 201—202].

Теоретико-методологические основания исследования

Несмотря на ранние описания интернета как чего-то глобального, безместного, даже географически агностического, научные исследования последовательно демонстрируют, что физическое место составляет предмет обсуждений и объект взаимодействий в социальных сетях [Hampton, Wellman, 2003; Kwon, Shao, Nah, 2021]. Эффективные и доступные соседские социальные сети могут укреплять и поддерживать офлайновые, локальные связи [boyd, 2010], усиливая локальную идентичность, чувство принадлежности локальному сообществу, пространственную привязанность [Gatti, Procentese, 2020 Hampton, Wellman, 2018]. Цифровые взаимодействия влияют на поведение в общем физическом пространстве за счет вербализации и ретрансляции норм и правил поведения [Nah et al., 2021]. Сообщества в социальных сетях повышают видимость общественных ресурсов и возможностей территории, доступных местным жителям [López, Farzan, 2015]. В городских онлайн-сообществах формируются общие представления о ценностях городской среды и ее проблемных аспектах, по поводу которых необходимо предпринимать действия [Krampen, 2013]. Регулярные повседневные обсуждения совместной материальной среды или символических аспектов территории способствуют формированию коллективных политических повесток и действий, направленных на защиту или развитие территории [Graham, Jackson, Wright, 2016].

Значительное внимание в исследованиях уделяется разным типам сообществ, представленным в социальных сетях. Одним из наиболее распространенных видов онлайн-сообществ, подлежащих изучению, являются соседские группы [Zahnw et al., 2024]. Другой популярный объект исследований — группы активистов, которые рассматриваются как акторы гражданского общества, приобретающие новые возможности самоорганизации [Sunio, Peckson, Ugay, 2021] и реализующие широкий диапазон взаимодействий в социальных сетях. Третий тип сообществ — онлайн-сообщества практик¹, они обмениваются практико-ориентированной информацией и организуют взаимодействие по интересам в цифровом режиме. Исследователи отмечают, что по степени влияния некоторые из таких объединений составляют реальную конкуренцию профессиональным новостным СМИ [Thorson, Medeiros, Cotter, 2020].

Опираясь на теорию коммуникационной инфраструктуры, рассматривающей социальные сети как платформы, предоставляющие горожанам возможности публично делиться историями, мнениями и оценками, мы полагаем, что социальные сети выступают посредниками в городской коммуникации, формируя основу «платформенного урбанизма» [Repette et al., 2021]. Представители данного направления описывают цифровые платформы не только как набор инструментов коммуникации, но и как особую инфраструктуру [Plantin et al., 2018] — «легкую и портативную» среду для повседневных взаимодействий [Peters, 2015: 32]. Коммуникация на цифровых платформах продуцирует цифровой след отдельных пользователей,

¹ Wenger-Trayner E., Wenger-Trayner B. Introduction to Communities of Practice. 2015. URL: <https://www.wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/> (дата обращения: 14.10.2025).

равно как и групповой, в котором отражаются общие темы обсуждений. Цифровые платформы могут быть как пространством коммуникации уже сформированных офлайн-групп, которое позволяет им активно и эффективно взаимодействовать в режиме нон-стоп [Gatti, Procentese, 2020 Чернышева, Запорожец, 2023], так и пространством формирования онлайн-сообществ, определяющим их структуру, формы взаимодействия и особенности коммуникации [Van Dijk, 2006].

В сегменте русскоязычных исследований можно отметить растущий интерес к цифровым проявлениям активности горожан в контексте городских исследований. О. Н. Запорожец и Е. Г. Лапина-Кратасюк обосновали перспективы цифровой антропологии для городских исследований [Запорожец, Лапина-Кратасюк, 2015; 2016]. Команда ученых сопоставила развитие сетевых, цифровых, умных городов и образование цифровых сообществ разного типа [Сети города..., 2021]. Изучая локальные цифровые платформы, ученые определили их роль как гражданских медиа в городских конфликтах; причем цифровые платформы являются не только инструментами взаимодействия, но и «действующими лицами», или «организующими агентами», политической и гражданской мобилизации [Чернышева, Запорожец, 2023]. Городские онлайн-сообщества рассматриваются и как важные акторы публичной истории и вернакулярной исторической культуры [Касаткина, 2017].

Отдельный пул работ сосредоточен на анализе соседских онлайн-сообществ как новой среды и формы взаимодействия соседей. Например, соседские паблики новых многоквартирных жилых комплексов были описаны как пространство онлайн-коммуникации между соседями, которое развивается параллельно и в связи с их офлайн-взаимодействием, то есть поддерживает гибридный характер коммуникации [Чернышева, Гизатуллина, 2021]. Авторы настоящей статьи неоднократно обращались к исследованиям соседских групп в социальных сетях. В фокусе нашего исследовательского интереса были дискурсы, формируемые в данных сообществах, которые рассматривались нами как публичная вербализация взаимодействий в экосистеме «сообщество — территория». Так, в одной из работ мы провели сравнительный анализ дискурсов соседских сообществ с точки зрения артикулированных в них ценностей, проблем и дефицитов городской среды, релевантных для жителей конкретной территории [Ненько, Недосека, 2022]. Мы также рассматривали публичные обсуждения в соседских пабликах с точки зрения различных измерений воспринимаемого качества городской жизни. В том числе мы показали релевантность текстовых и иных данных пабликов для исследования воспринимаемой пространственной сегрегации сервисов в соседствах [Ненько, Недосека, Курилова, 2022] и воспринимаемой безопасности городской среды вблизи мест жительства [Недосека, Ненько, Лисенков, 2022].

В описанных выше работах мы развиваем подход смешанных методов для анализа дискурсов онлайн-сообществ, в том числе сочетание полуавтоматизированного текстового анализа и качественного контент(дискурс)-анализа. Параллельно развиваются и более технологичные подходы к данным пабликов городских сообществ. Например, предлагаются автоматизированные инструменты для пространственно-семантического анализа данных социальных сетей с целью определения сценариев управления территорией и возможностей использования объектов городской среды [Mityagin et al., 2021; Antonov et al., 2023]. Авто-

матерIALIZED методы картирования социальных сетей предложены в работах Г. В. Градосельской и соавторов: сообщества политической активности, политической социализации и другие определяются с помощью оригинальных методов зерновой кластеризации и анализа информационных волн [Градосельская, Расходчиков, 2020; Градосельская, 2020].

Русскоязычные исследователи, работающие в рамках коммуникативного подхода, рассматривают когнитивный и коммуникативный аспекты общения в онлайн-сообществах [Павлов, 2016; Дементьева, 2021]. К. В. Дементьева предлагает классификацию городских пабликов по следующим основаниям: 1) тематика — моно- и политематические паблики); 2) целевое назначение — новостные, развлекательные, литературные, учебные, научные, коммерческие паблики; 3) охват аудитории — паблики крупных, провинциальных городов и небольших населенных пунктов; 4) авторство информации — паблики с авторским (от модератора) и пользовательским (от всех участников группы) контентом [Дементьева, 2021: 289].

Несмотря на многообразие перечисленных работ о городских онлайн-сообществах, они не предлагают подходов к определению структуры и типологии городских сообществ, отраженной в цифровом пространстве, которые можно использовать в процессе урбанистического исследования или проекта. Представленные работы посвящены анализу отдельных типов территориальных сообществ, влиянию цифровых инструментов и платформ на организацию социальных взаимодействий жителей города, описанию дискурсов о городской среде и городской жизни либо же предлагают методы и процедуры работы с данными социальных сетей для задач городского управления. В данной статье мы развиваем подход к картированию городских сообществ, который может быть применен в контексте кабинетного исследования города в прикладной урбанистике. Под картированием мы понимаем определение типологии городских сообществ, которые формируют цифровой след города, и описание индикаторов их коммуникативной активности. За основу мы берем социальную сеть «ВКонтакте» — наиболее крупную русскоязычную социальную сеть, в которой представлены многочисленные сообщества (паблики), созданные различными городскими акторами, от администраций до жителей городов. Городское онлайн-сообщество, сформированное в социальной сети, мы будем рассматривать как сообщество добровольно взаимодействующих пользователей социальной сети, 1) имеющих определенную территориальную принадлежность разного масштаба, однако в пределах города или городской агломерации; 2) объединенных общими интересами, ценностями, потребностями, а также практиками, связанными с городской средой или жизнью в городе; 3) при взаимодействии между собой выступающих в разных ролях в процессе формирования публичного дискурса сообщества.

Структура и разнообразие городских онлайн-сообществ не отождествляются с разнообразием городских сообществ в целом. Предлагаемое нами картирование описывает топонимику городских сообществ, отраженную в цифровом пространстве социальной сети как коммуникационной инфраструктуры. Городские онлайн-сообщества представляют часть населения города, готовую

к активному производству публичного дискурса и использующую для этого цифровые платформы. У крупных городов и городских агломераций в силу большого количества и высокого разнообразия жителей, а также большей распространенности опосредованной и анонимной коммуникации может быть больше разнообразных онлайн-сообществ. В малых и средних городах, соответственно, таких сообществ может быть меньше. На вариативность онлайн-сообществ также влияют возрастная структура и цифровая грамотность населения города: в большинстве малых и средних городов РФ преобладает население старших возрастных групп, которые обычно используют социальные сети менее интенсивно, чем люди молодого и среднего возраста. Кроме того, разнообразие онлайн-сообществ зависит и от институциональных изменений цифрового пространства, в том числе от характера законодательства в области информационной политики. Так, группы протестной активности на сегодняшний день ограниченно представлены в социальных сетях, в малых и средних городах это проявляется особо наглядно.

Методология картирования городских сообществ в урбанистических исследованиях

В задачи урбанистического проекта входит всестороннее изучение мнений горожан по поводу предстоящих городских изменений [Кияненко, 2017, 2018]. В связи с этим социологическое исследование стало необходимым этапом предпроектного исследования, которое предшествует проектированию и внедрению городских изменений [Паченков, Воронкова, 2021]. В рамках социологического исследования зачастую необходимо выявлять общественные представления о проектируемой территории, связанные с ней эмоции, ценности, практики, конфликты [Ненько, Недосека, 2022]. Эти аспекты повседневного и пространственно-укорененного знания о территории можно изучить только путем непосредственного контакта с городскими жителями. Население города неоднородно, оно представляет разные социально-демографические группы, группы, объединенные интересами, практиками, уникальным опытом. Соответственно, и пространственные знания о территории, свойственные этим группам, будут различны. Поэтому в процессе изучения и преобразования города исследователям и урбанистам приходится реконструировать структуру городских сообществ, а также их знаний, представлений, ценностей, эмоций и практик. Иными словами, необходимо картирование городских групп, которые исторически, культурно, экономически, профессионально или каким-либо иным образом связаны с городскими территориями.

Необходимость картирования обусловлена не только актуальностью разносторонних знаний о городе, которыми обладают сообщества, но и важностью привлечения их в качестве партнеров урбанистических проектов. Если какие-то группы или представления о территории будут проигнорированы или не учтены, это может привести к некорректным проектным практикам и принимаемым урбанистическим решениям, к конфликтам по поводу внедряемых изменений городской среды и даже к их саботажу. Помимо негативных последствий, ощутимых на уровне поведенческих реакций, могут быть скрытые

последствия, которые легко не заметить, но которые кардинальным образом влияют на благополучие городских жителей. К таким последствиям можно отнести стирание и «забывание» памяти места и локальной памяти сообществ или же исключение отдельных групп горожан из права на город. Наиболее частыми претендентами на подобное исключение становятся сообщества мигрантов, которые по разным причинам не могут проявить свою агентность в городской среде.

Реализация урбанистического проекта также предполагает общественное участие, соучастие или партисипацию [Снигирева, Смирнов, 2021]. Этот компонент в российском градостроительстве и урбанистике в последнее десятилетие получил признание, закрепление на законодательном уровне, а также на уровне рекомендаций министерств, администраций регионов и городов.

Классификация городских онлайн-сообществ

На основании опыта, накопленного нами в процессе многолетней практики прикладных урбанистических исследований и проектов, мы сформировали классификацию городских онлайн-сообществ, которые можно картировать на основании данных социальных сетей. Практика, позволившая нам сформировать данную типологию, включает эмпирические исследования и партисипаторные проекты в российских мегаполисах и крупных городах — Санкт-Петербурге, Калининграде, Мурманске, Норильске, Архангельске, Сочи, Краснодаре, а также малых городах и исторических поселениях России (например, Урюпинске, Камышине). Из-за ограниченного объема статьи мы не можем детально описать эти проекты и отсылаем читателей к процитированным выше публикациям, которые их частично отражают. Если говорить обобщенно, то в ходе этих проектов, а именно в рамках кабинетного этапа социологического исследования, мы рассматривали различные социальные сети в разрезе сообществ, связанных с городом или с его отдельными территориями. С опорой на данные социальной сети, в том числе количественные и качественные характеристики публика, мы также формировали описание коммуникативных характеристик сообщества.

Эмпирический подход, который используется нами, можно определить как качественный анализ с опорой на данные (data-driven). Преимущественно мы определяем сообщества вручную, путем экспертной оценки страниц на предмет наличия сообщества. Однако это можно делать и (полу)автоматизированными методами, некоторые из которых мы упоминали выше, а также сочетая автоматизированный поиск с экспертной оценкой выборки. Первичный поиск групп мы осуществляем путем поисковых запросов в самой социальной сети. Для формирования запроса мы комбинируем название города и ключевые слова, которые описывают характеристики сообщества, например социальную роль или практику («искусство», «рыбалка», «родители» и т. п.). По поисковому запросу встроенный алгоритм социальной сети выдает список страниц, который мы затем проверяем, просматривая каждую, потенциально связанную с сообществом. Далее методом снежного кома, производя оценку сообществ, на которые ссылаются уже найденные сообщества или которые упоминаются в их публикациях, мы дополняем выборку. В ходе неоднократно проведен-

ных таким образом процедур мы сформировали классификацию городских онлайн-сообществ, которую предлагаем ниже. Данную классификацию мы иллюстрируем примерами сообществ, представленных в информационном поле Мурманска.

Мурманск выбран нами не случайно. Во-первых, это родной город одной из авторов, что позволяет нам глубоко анализировать процесс социальной «социации» (если говорить терминами Г. Зиммеля) как офлайн, так и онлайн. Во-вторых, это самый крупный город российского Севера, где проживают как представители коренных народов, так и приезжее население, и который по-прежнему находится в динамике урбанизации (хоть и в меньшей степени, чем во времена роста советских промышленной и военно-оборонной отраслей). В-третьих, Мурманск обладает особыми культурными ценностями, способствующими социации: в контексте сурового климата люди общительны и кооперируются друг с другом, старинное ощущение фронтира все еще дает чувство свободы и агентности, отсутствие строгой социальной иерархии и наличие общего прошлого помогает преодолевать социально-экономическое неравенство во взаимодействии. В-четвертых, Мурманск испытывает фундаментальные критические процессы постсоветской экономической стагнации и переориентации, оттока населения, формирования новых социальных групп, что способствует разнообразию общественных настроений и преобладанию амбивалентных характеристик в образе города: от ностальгии до порицания. В цифровом пространстве Мурманска присутствуют разнообразные сообщества, воплощающие различные состояния этого города. Источником иллюстраций цифровых городских сообществ Мурманска, представленных ниже, является социальная сеть «ВКонтакте» — крупнейшая социальная сеть в России.

В ходе картирования городских онлайн-сообществ в «ВКонтакте» мы предлагаем прежде всего выявить два главных типа: административные сообщества, связанные с официальными организациями и централизованно модерируемые, и сообщества-ассоциации, возникшие в результате самоорганизации различных групп горожан. Это осевые типы, остальные сообщества будут относиться к одному из них. Далее среди городских онлайн-сообществ можно выделить группы, образованные по тематическим, социальным и территориальным основаниям объединения участников. В таблице 1 представлена классификация городских онлайн-сообществ с примерами мурманских сообществ «ВКонтакте». Под таблицей размещено подробное описание типов сообществ.

В ходе исследований классификация может уточняться и изменяться в зависимости от характеристик изучаемого города или задач проекта. Например, какие-то типы могут быть укрупнены или, наоборот, разделены в зависимости от численности и разнообразия сообществ в цифровом пространстве конкретного города. В классификации отдельно не отражены случаи интерсекциональности, то есть совмещения признаков различных типов в одном конкретном сообществе (например, соседское сообщество по интересам относится сразу к двум типам нашей классификации — соседское сообщество и сообщество по интересам). Однако данная классификация не препятствует выявлению и описанию «гибридных» сообществ.

Таблица 1. **Классификация типов городских онлайн-сообществ с примерами**

Тип онлайн-сообщества	Примеры сообществ «ВКонтакте» города Мурманска	
	Административные сообщества (АС)	Сообщества-ассоциации (СА)
Городские новостные паблики	Паблики, имеющие статус СМИ со строгой модерацией и официальной рекламой. Примеры: « Мурманск » — 113,5 тыс. подписчиков; « Север Пост.ru Новости Мурманска и области » — 46 тыс. подписчиков	Неформальные паблики, имеющие характер новостных порталов с мягкой модерацией и без рекламы. Реклама возможна в формате «от своих к своим». Примеры: « Мурманск » — 406,4 тыс. подписчиков; « Подслушано Мурманск » — 92,4 тыс. подписчиков
Сообщества городских активистов	Официальные паблики некоммерческих общественных организаций, которые имеют активную социальную повестку, например, экологические организации. Примеры: « Единый волонтерский центр Мурманской области » — 6 тыс. человек; Молодежный культурный центр « Молодежь 51 » — 3,1 тыс. человек	Неформальные паблики городских активистов, например, паблики экодвижений, активистов в сфере надзора за качеством городской среды, паблики волонтеров. Примеры: « Приют для бездомных животных Мурманск » — 26 тыс. подписчиков; благотворительный магазин « Спатекс » — 1,8 тыс. подписчиков
Сообщества жителей и соседей	Паблики, представляющие официальные организации административно-территориальных единиц (например, паблики муниципалитетов) или официальные группы самоорганизованных жителей (например, паблики ТСЖ). Примеры: « Администрация города Мурманска » — 20 тыс. подписчиков; управляющая компания « Мурманремстрой » — 2 тыс. подписчиков	Неформальные паблики жителей административных (например, официальных районов города) или вернакулярных соседств (территории с топонимом и ментальными границами). Примеры: « Моя Роста » — 8,3 тыс. подписчиков; « Аскольдевец, 19 » — 58 подписчиков
Социально-демографические сообщества	Паблики, представляющие официальные организации, связанные с социально-демографическими группами, например, союз женщин, совет ветеранов, совет выпускников университета (который представляет и определенные годы выпуска). Примеры: « Комитет по развитию женского предпринимательства » — 848 подписчиков; « МАУ. Студенческий Совет » — 1 618 подписчиков	Неформальные паблики, объединяющие людей по социально-демографическим основаниям, например гендеру, возрасту, семейному и родительскому статусу, статусу выпускников учебных заведений, факультетов, годов выпуска. Примеры: « Мамы-мамы-мамы женский декрет детский » — 29,6 тыс. подписчиков; « Серебряные добровольцы г.Кола Мурманская область » — 169 подписчиков
Профессиональные сообщества	Официальные паблики, представляющие государственные, общественные и частные организации в различных сферах деятельности, например городское отделение Союза художников. Примеры: « Мурманская областная филармония » — 8,3 тыс. подписчиков; « Мурманский областной краеведческий музей » — 11 тыс. подписчиков	Неформальные паблики горожан, объединенных профессиональной принадлежностью и интересами, например сообщества краеведов, художников, спортсменов, предпринимателей. Примеры: « Мурманское филармоническое сообщество » — 2,7 тыс. подписчиков; « Учителям физики математики. Дидактика » — 2,8 тыс. подписчиков

Тип онлайн-сообщества	Примеры сообществ «ВКонтакте» города Мурманска	
	Административные сообщества (АС)	Сообщества-ассоциации (СА)
Сообщества по интересам	Официальные паблики некоммерческих и общественных организаций, представляющих различные увлечения, хобби, не(полу)профессиональные практики, например городское отделение Союза велосипедистов. Примеры: « Федерация лыжных гонок Мурманской области » — 3,4 тыс. подписчиков; « Северные бегуны » — 706 подписчиков	Неформальные паблики, объединяющие горожан с определенными интересами и увлечениями, хобби, не(полу)профессиональной деятельностью. Примеры: « Мурманск в старых фотографиях » — 12,6 тыс. подписчиков; « Вавилон51 » — группа походов по Мурманской области — 13,6 тыс. подписчиков
Религиозные сообщества	Паблики религиозных сообществ, модерлируемые официальными представителями. Примеры: « Католики Мурманской области » — 305 подписчиков; « Мусульмане Мурманска » — 5,9 тыс. подписчиков	Неформальные паблики, объединяющие людей, живущих в городе, на основе вероисповедания и религиозных взглядов. Примеры: « Казакам на Севере быть! » — 449 подписчиков; « Христианская вера и служение » — 145 подписчиков
Этнические сообщества	Паблики общественных организаций, представляющих этнические группы, проживающие в городе. Примеры: « Саамы вконтанте » — 1,4 тыс. подписчиков	Неформальные паблики диаспор и этнических меньшинств и групп, проживающих в городе. Примеры: « Азербайджанцы в Мурманске » — 207 подписчиков
Общественные паблики коммерческих объединений	Паблики малого, среднего и крупного бизнеса, который формирует вокруг себя сообщество; например, паблик кофейни — общественного пространства. Примеры: « Йога в Мурманске. Студия Йогин » — 4,3 тыс. подписчиков; « Кафе Лавка Морошка Сувениры Мурманск Морские Ежи » — 6,3 тыс. подписчиков; « ЭТЦ „Снежная деревня“ » — 38,0 тыс. подписчиков	

Городские новостные паблики

В информационном поле города, как правило, существует один или несколько наиболее популярных и многочисленных городских пабликов, в которых освещаются и обсуждаются новости, городская жизнь и события. Такие группы могут иметь официальный статус СМИ, что сопровождается строгой модерацией, централизацией решений о публикуемом контенте, наличием коммерческих объявлений. Другие новостные паблики могут быть неформальными, свободно действующими сообществами, основанными на самоорганизации горожан ради обмена и распространения новостей о событиях и о жизни в родном городе. В таких пабликах модерация менее строгая, право на публикацию потенциально имеют все подписчики, а коммерческие посты лимитированы. Последние группы можно обозначить как гражданские медиа (citizen media) с повесткой, формируемой стихийно и распределенно всеми или активными подписчиками. В подобных пабликах обсуждаются главные проблемы городов и регионов, транслируются темы локальной идентичности, осуществляются акции взаимопомощи, обсуждаются вопросы коллективной безопасности, цен на жилье и качества коммунальных услуг, локальных магазинов и сервисов и т. д. [Консолидация городских сообществ..., 2022]. Подписчиками новостных пабликов могут быть люди, которые уже уехали из города, но продолжают следить за новостями и иногда выступают активными

комментаторами, представляя точку зрения стороннего наблюдателя. Ранее мы публиковали работы по анализу новостных пабликов арктических городов, в которых подписчики обсуждают и нарративизируют локальную идентичность и чувство места [Недосека, 2024а; 2024б].

В социальной сети «ВКонтакте» на момент написания статьи (август 2025 г.) насчитывается 55 сообществ², имеющих статус СМИ, с рекламой и строгой модерацией (см. рис. 1). Самый многочисленный — «Регион 51» с общей численностью подписчиков 180,8 тыс. участников³.

Рис. 1. Топ-10 городских групп Мурманска, отобранных по параметру «официальные СМИ» в результате общего парсинга

1	ID группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	65380598	https://vk.com/club65380598	Регион 51	180858
3	45728473	https://vk.com/club45728473	Мурманск	115479
4	14273164	https://vk.com/club14273164	Мурманск – столица Арктики!	95748
5	158285273	https://vk.com/club158285273	Регинфо51.Мурманск	49372
6	15816776	https://vk.com/club15816776	Би-порт: новости Мурманска	33688
7	114924147	https://vk.com/club114924147	Nord-News Новости Мурманска и Мурманской области	27719
8	40159844	https://vk.com/club40159844	Хибины Мурманск	27396
9	1682	https://vk.com/club1682	ДТП и ЧП Мурманск	26759
10	82815477	https://vk.com/club82815477	Интересный Мурманск!	23339
11	156504993	https://vk.com/club156504993	Мурманск	14254

Неформальных пабликов, имеющих характер новостных порталов с мягкой модерацией и без рекламы в цифровом профиле Мурманска, обнаружено 75 (см. рис. 2). Самое популярное сообщество — «Мурманск» с общим количеством участников 409,3 тыс. человек.

Рис. 2. Топ-10 городских групп Мурманска, отобранных по параметру «городские сообщества» в результате общего парсинга

1	ID Группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	5608669	https://vk.com/club5608669	Мурманск	409337
3	168070657	https://vk.com/club168070657	Мурманск	167959
4	61588306	https://vk.com/club61588306	Мурманск ПБМ №1	134372
5	181923765	https://vk.com/club181923765	Мурманск тревожные новости	123571
6	33326166	https://vk.com/club33326166	Подслушано Мурманск	93218
7	198878994	https://vk.com/bipolar51	Мурманск Биполярный	93056
8	79566251	https://vk.com/club79566251	Мурманск	59123
9	122338701	https://vk.com/club122338701	Мурманск LIVE	54115
10	111226298	https://vk.com/club111226298	такие дела, Мурманск	49777
11	12873160	https://vk.com/club12873160	Мурманск. Наш тёплый север	30782

Сообщества городских активистов

Активистские паблики города зачастую представлены низовой инициативой, однако могут встречаться и административные сообщества. Тематически паблики

² С учетом нижнего порога подписчиков, равного 100 человек. В исследованиях мы не используем паблики с меньшим числом участников.

³ В представленной статье мы приведем пять примеров из цифрового профиля Мурманска и более конкретный пример эмпирического исследования с применением полного цикла картирования.

городских активистов включают волонтерские группы, обсуждающие и практикующие помощь уязвимым группам горожан или животным, сообщества с экологической направленностью, группы, осуществляющие «онлайн-надзор» за качеством городской среды. Дискурсы таких групп могут быть полупрофессиональными, а тематики обсуждений — взаимосвязанными и сатурированными (насыщенными), что связано с проактивной и вовлеченной гражданской позицией, которая требует знаний, аргументации мнений, организованных действий. Ключевой характеристикой таких сообществ является гибридный формат их практик — дискурсивные онлайн-практики сочетаются с активистскими практиками в офлайне. Например, экологические активисты могут обсуждать экологические проблемы города в виртуальном пространстве паблика и собирать членов сообщества на экологические акции в реальном городском пространстве.

В цифровом аватаре Мурманска насчитывается порядка 280 групп (см. рис. 3), представляющих молодежные движения, благотворительные и общественные организации. Самая многочисленная — «Поисковый отряд „МурманСпас“») с 21,4 тыс. подписчиков.

Рис. 3. Топ-10 городских административных групп Мурманска, отобранных по параметру «благотворительные и общественные организации, фонды» в результате общего парсинга

1	ID группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	76622510	https://vk.com/club76622510	Поисковый отряд "МурманСпас"	21402
3	45284968	https://vk.com/club45284968	Поисковый отряд "ЛизаАлерт" Мурманской области	16678
4	69761571	https://vk.com/club69761571	Народный фронт Мурманская область	9637
5	222118912	https://vk.com/club222118912	Русская Община Мурманская область	8271
6	134927021	https://vk.com/club134927021	Движение Первых Мурманская область	8058
7	167048854	https://vk.com/club167048854	Мурманск защита прав потребителей Резонанс	5179
8	59895526	https://vk.com/club59895526	ДОБРО. Центр развития волонтерского движения	3312
9	16607343	https://vk.com/club16607343	Ш Проект "Чужих детей не бывает!" Ш	2414
10	184445792	https://vk.com/club184445792	Мама Мурманск	2155
11	210278725	https://vk.com/club210278725	Я в Деле Мурманская область	1528

Неформальные паблики городских активистов насчитывают 77 групп (см. рис. 4). Самой многочисленной является паблик «Отдам даром — Мурманск-Территория добра!» — 25,9 тыс. подписчиков.

Рис. 4. Топ-10 городских групп Мурманска, отобранных по параметру «благотворительность» в результате общего парсинга

1	ID группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	109600779	https://vk.com/club109600779	ОТДАМ ДАРОМ-МУРМАНСК-ТЕРРИТОРИЯ ДОБРА!	25942
3	12826291	https://vk.com/club12826291	Фонд поддержки бездомных животных «Ищу Человека»	23254
4	190223159	https://vk.com/club190223159	Мишины новости!!!	7722
5	74854389	https://vk.com/club74854389	ВОЛОНТЕРЫ СЕВЕРА Мурманск	7367
6	216195437	https://vk.com/club216195437	Север 51 Своих Не Бросает	6979
7	114278140	https://vk.com/club114278140	Мурманск. И себе, и людям	5926
8	16092893	https://vk.com/club16092893	ДРУГАЯ ЖИЗНЬ	5819
9	71452959	https://vk.com/club71452959	Сердце Есть Мурманск	5816
10	74120182	https://vk.com/club74120182	Помогу, чем смогу. Мурманск и МО.	3007
11	48358963	https://vk.com/club48358963	Сияние добра - помощь животным.	2425

Сообщества жителей и соседей

Главный принцип объединения в данные сообщества — территориальный. Одни и те же люди могут состоять в сообществе своего района, микрорайона, жилищного комплекса и конкретного подъезда (парадной). Соседи обсуждают вопросы коллективной безопасности, качества коммунальных услуг, магазинов и сервисов «по соседству» [Ненько и др., 2022]. В таких пабликах люди, объединенные территорией проживания и локальной идентичностью, чувствуют солидарность и ощущение общности, что может перерасти в осознание коллективной агентности и практику действий на или по поводу территории. Ранее мы описали, что в дискурсе соседских пабликов артикулируются ценности и дефициты среды обитания, свойственные территориальному сообществу [Ненько, Недосека, 2022]. В соседских пабликах могут обсуждаться другие важные для урбанистов темы: практики соседского взаимодействия и обмена, локальные конфликты жителей и соседей с другими стейкхолдерами территории (администрация района, застройщик, местные службы и т. п.).

В цифровом профиле Мурманска по данному параметру всего (без низшего порога в 100 подписчиков) насчитывается чуть более 110 групп. Важно отметить, что как таковые соседские чаты в анализируемой социальной сети не популярны среди мурманчан. Преобладание девятиэтажной застройки с домами — как правило, двухподъездными (73 квартиры) — делает соседей максимально персонализированными. Самый распространенный способ общения с соседями — мессенджеры и личные контакты.

Рис. 5. Топ-10 городских групп Мурманска, отобранных по параметру «соседские, районные, микрорайонные группы, управляющие компании» в результате общего парсинга

1	ID группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	326174	https://vk.com/club326174	Росляково Общение, новости, реклама	13895
3	107339872	https://vk.com/club107339872	Управляющая компания "Севжилсервис" Мурманск	9248
4	186010312	https://vk.com/club186010312	Микрорайон Причальный	771
5	176551844	https://vk.com/club176551844	Управляющая компания "МУЖСК"	505
6	190193557	https://vk.com/club190193557	УК ООО "УПРАВДОМ" г. Мурманск	413
7	206556925	https://vk.com/club206556925	Арктический гектар - Соседи	380
8	178954073	https://vk.com/club178954073	АТСН "Заполярье"	266
9	154856057	https://vk.com/club154856057	РОСЛЯКОВО. СОБСТВЕННИКИ ПОМЕЩЕНИЙ	250
10	136365389	https://vk.com/club136365389	Соседи51	175
11	226150892	https://vk.com/club226150892	улица Шабалина г. Мурманск	148

Социально-демографические сообщества

К данной категории мы относим паблики, которые формируются представителями различных гендерных и возрастных групп или людьми, которых объединяет определенный социальный статус, например родительство. Основой объединения является уникальность опыта, связанного с жизнью в статусе женщины, человека старшего возраста, родителя или ином подобном статусе. В связи с размытостью классовой структуры (или классового сознания, как сказали бы марксисты) в современных российских городах сложно обнаружить паблики, которые были бы связаны с соответствующими социальными статусами (например, сложно пред-

ставить «паблик среднего класса / рабочих / интеллигенции города N»). Такие «классовые» статусы частично обнаруживаются в иных пабликах (например, территориальных). Категории социально-демографических групп, которые объединяются в паблики, свидетельствуют о проблематизированных статусах, обладателям которых есть что обсуждать, и они готовы заявлять о себе публично. Например, во «ВКонтакте» часто можно обнаружить паблики людей старшего возраста («ветераны», «серебряные волонтеры», «пенсионеры») или женские группы, такие как «Мамы-мамочки женский декрет детский», которые обсуждают «возрастные» и повседневные проблемы и способы их решения, однако сложно (невозможно) найти самоорганизованные паблики подростков и молодежи. Они «скрываются» в закрытых группах или чатах, с ними можно частично соприкоснуться через административные сообщества — паблики школ и университетов.

Профессиональные сообщества

Паблики, рассчитанные на профессиональные группы, характеризует профессиональная принадлежность и идентичность участников сообщества. Такие паблики могут официально представлять профессиональные организации и учреждения, но также и сообщества-ассоциации, неформально объединяющие специалистов. Например, в группах медицинских или педагогических работников состоят не только специалисты с профессиональным образованием, но и получатели их услуг — горожане. В таких группах идет обмен мнениями о качестве предоставляемых услуг и размещается реклама — намеренная и в формате «сарафанного радио», что выступает источником для исследований как дефицитов среды в области сервисных услуг, так и в самом широком плане потребительской лояльности.

Сообщества по интересам

Эти паблики представляют объединения горожан, складывающиеся вокруг хобби, интересов и увлечений, и могут быть представлены как сообществами официальных организаций, так и сформированными стихийно группами. Сообщества по интересам отражают характер городских субкультур (групп, имеющих уникальные ценности, предпочтения и практики) и их повесток. Мы отличаем сообщества по интересам от профессиональных сообществ, для которых профессиональная деятельность не только интересна, но и является определяющей социального и экономического статуса. Интересы в данном случае мы понимаем широко; с точки зрения урбанистической практики наиболее целесообразно узнать и понять сообщества, которые интересуются городом и его окрестностями. Это люди, увлекающиеся краеведением и историей города, старой фотографией, городским фольклором, а также рыболовы, собаководы, походники, которые разбираются в особых городских местах и ландшафтах. Такие сообщества могут аккумулировать важный мультимедиа-материал о городе (от старых архивов до современных карт), локальные знания, репрезентировать особенности локальной идентичности.

Религиозные и этнические сообщества

Каждая территория имеет свой этнический и религиозный профиль, который может отразиться и в цифровом пространстве. Представленность, коли-

чественный состав и активность религиозных и этнических групп в социальных сетях показывает как наличие этнического и религиозного самосознания и идентичности, так и принятие этих групп населением города (иначе их паблики не могли бы существовать открыто). Сопоставление структуры этнических и религиозных пабликов и статистики (иных объективных данных) об этническом и религиозном составе территории может показать характер информационной репрезентации групп и ее ограничения. Например, отсутствие этнических и религиозных пабликов в информационном пространстве города при объективном наличии соответствующих групп в городе может свидетельствовать о запрещающей информационной политике, о конфликтах групп с остальным населением или о потере идентичностей. В Мурманской области, которую отличает слабо укорененное население, проживает и коренной народ — саамы. Несмотря на малочисленность данной группы, ее представители сохраняют и транслируют историко-культурные особенности территории. Для этого они пользуются в том числе социальными сетями — их паблики являются как «витриной» практик и видных членов сообщества, так и пространством коммерциализации его этнической культуры в регионе.

Общественные паблики коммерческих объединений

Это самые многочисленные сообщества, они репрезентируют средний и малый бизнес на конкретной территории. Предметное изучение таких сообществ позволяет, например, выделить долю предпринимателей, вовлеченных в креативные индустрии, которые, как правило, реализуются с учетом локальной специфики. Одно из популярных мест, совмещающих в себе черты общественного пространства и одной из самых популярных кофейен города Мурманска, — кафе «Морошка». Местный предприниматель одним из первых сделал акцент на бренде «Север», который в дальнейшем вышел за пределы общепита и стал популярным магазином одежды и аксессуаров с надписями, характеризующими региональную специфику Мурманска.

Среди онлайн-сообществ Мурманска мы нашли примеры, иллюстрирующие все выделенные нами типы. Это показатель значительного разнообразия онлайн-сообществ, однако не стоит ожидать, что такая ситуация будет наблюдаться во всех городах. Скорее всего, в малых городах, в убывающих городах разнообразие цифровых сообществ будет значительно ниже. Здесь мы не анализируем количественное соотношение различных типов сообществ, однако такая процедура может показать выраженность и представленность определенных сообществ. Доминирование каких-то типов сообществ и меньшее количество или полное отсутствие других будет свидетельствовать о неравенстве возможностей и ресурсов в цифровом пространстве города или о рисках цифрового присутствия. Например, доминирование административных сообществ над сообществами-ассоциациями будет сигнализировать о контролируемости и иерархичности цифрового пространства и коммуникации в нем. Преобладание соседских сообществ будет показывать важность локальных идентичностей и связей, то есть важную роль территории и совместной материальной среды для процессов социации.

Коммуникативные характеристики городских онлайн-сообществ

Картирование городских сообществ на основании данных социальных сетей презентует не столько их реальное воплощение, сколько представляет собой их цифровой аватар [Nowak, Fox, 2018]. Цифровой аватар — это конструкт, возникающий в онлайн-пространстве за счет инструментов интернет-медиа, в данном случае — социальной сети. Это и репрезентация некоторых черт «реального» сообщества, и «цифровая реальность» сообщества, особенно если оно воображаемое. Онлайн-пространство и интернет-медиа накладывают определенные ограничения, равно как и дают невероятные возможности для формирования социальной структуры цифрового инварианта городского сообщества, реализации практик модераторов и подписчиков, конструирования общего языка. В антропологических деталях такое сообщество будет отличаться от своего нецифрового, офлайн-ового, «реального» формата бытия; особенно это касается эмоциональных и чувственных аспектов групповой коммуникации и деятельности. Однако фундаментальные социологические черты будут воспроизводиться (или производиться) и в цифровом формате, например, социальная структура, проявления власти, групповые роли и нормы, разделяемые ценности и интересы. Цифровой аватар городского сообщества способствует развитию особых аспектов групповой деятельности, в том числе разработке форм и правил вербальной и визуальной коммуникации и фокусировке на контенте и дискурсе.

На основании информации о выбранной группе в социальной сети можно также охарактеризовать отдельное сообщество и описать его черты в контексте разработки и реализации урбанистического проекта. Такое подробное описание может включать следующие аспекты: а) оценку коммуникативной активности сообщества; б) анализ тематической направленности обсуждений сообщества; в) оценку социальной структуры сообщества.

Оценка коммуникативной активности позволит выявить городские сообщества, которые, скорее всего, оживленно заинтересуются новым урбанистическим проектом и будут его обсуждать в контексте своих интересов и деятельности. Коммуникативно активные сообщества могут деятельно включиться в социологические и антропологические фазы предпроектного исследования и вербализировать мнения по поводу городской среды или проектируемой территории. Кроме того, они могут достаточно быстро сконструировать дискурс по поводу проекта, если узнают о нем и он их заинтересует; проявят коммуникативную инициативу, которая может стать как положительной, так и проблемной для урбанистов.

Анализ тематической направленности обсуждений в сообществе позволит урбанистам определить актуальные (артикулируемые) локальные знания, память, ценности, идентичности, свойственные конкретным городским группам и зачастую характеризующие городской контекст, в том числе территорию проектирования. Понимание тематической направленности обсуждений покажет, в каких аспектах будущий урбанистический проект может заинтересовать, а в каких — вызвать негодование группы горожан. Анализ дискурсов сообществ даст материал для картирования конфликтов, если будут выделены дебатлируемые и «горячие» темы обсуждений, проанализированы структуры аргументов конфликтующих сторон. В процессе такого анализа можно вычленить дискурсивные приемы и язык для обсуждения с горожанами урбанистических проектов и создания с ними доверительных, паритетных отношений.

Оценка социальной структуры сообщества позволяет определить его лидеров и активных членов, которые могут быть потенциальными партнерами по организации урбанистического исследования и общественного обсуждения проекта. Анализ взаимодействий между членами паблика покажет характер принятия решений (централизованный или распределенный), то есть наличие или отсутствие навыков дискурсивной демократии и опыта участия в демократических управленческих процессах. Если сообщество структурировано, консолидировано и при этом члены сообщества имеют свободу волеизъявления, то оно, скорее всего, является серьезным коллективным агентом в городе, к которому необходимо прислушаться и на которого можно опереться.

В таблице 2 представлено описание коммуникативных характеристик городских онлайн-сообществ, которое можно сформировать с помощью данных, доступных в социальной сети «ВКонтакте». Мы приводим перечень базовых характеристик (индикаторов) и соответствующих показателей. Данный перечень и его отдельные компоненты стоит трактовать как открытый список, который может дополняться и корректироваться в зависимости от задач проекта и/или доступных данных. В таблице описаны примеры базовых показателей; в исследованиях можно конструировать подобные им или другие, лучше подходящие под конкретные задачи.

Мы рекомендуем формировать описание сообщества в ходе наблюдения за онлайн-активностью паблика в течение некоторого периода времени (например, в течение нескольких недель кабинетного исследования в рамках подготовки проекта и/или предпроектного исследования). Длительное наблюдение позволит оценить динамику показателей, а также глубже понять природу, настроения и деятельность сообщества. Более того, наблюдение даст возможность сформировать исследовательскую насмотренность, которая позволит более качественно анализировать дискурс сообществ. Такая насмотренность необходима и для самого процесса поиска пабликов по названиям (например, значительная часть пабликов Мурманска содержит в названиях слова «Север» и «Арктика»). Паблики, сформированные в других социальных сетях, отличаются по дизайну и функционалу от пабликов «ВКонтакте», однако социологический смысл их описания как городских сообществ, представленный здесь, сохраняется.

Таблица 2. Формирование характеристик городских онлайн-сообществ на основании данных социальных сетей

	Качественная характеристика	Показатель	Смысл в контексте урбанистического проекта
<i>1. Коммуникативная активность сообщества</i>			
1	Прирост подписчиков за неделю/месяц/ иной период времени	Количество человек / период	Динамика расширения сообщества, рост потенциального социального влияния сообщества внутри и за его пределами
2	Динамика постов за неделю / месяц/ иной период времени	Количество постов / период	Уровень и динамика информационной активности сообщества; потенциал информационного влияния сообщества внутри и за его пределами

	Качественная характеристика	Показатель	Смысл в контексте урбанистического проекта
3	Динамика лайков / комментариев под постами за неделю / месяц / иной период времени; равновесность лайков / комментариев к постам различных тем / авторов	Среднее количество лайков / комментариев к постам / период; доля комментируемых постов / период; max и min комментируемые посты / период	Выраженность обратной связи в обществе; уровень вовлеченности членов в коммуникацию друг с другом / определенные темы
II. Тематическая направленность сообщества			
IIa. Количественные характеристики дискурса и тематик обсуждений			
5	Количество тем для обсуждения, сформированных модераторами публика (внутренняя рубрикация); динамика тем за период времени	Количество тем, всего / период	Разработанность дискурса сообщества, разнообразие обсуждаемых тем; «прирост» обсуждаемых тем
6	Популярность тем, напр.: количество подписчиков и количество их постов по теме, динамика подписчиков и их постов по теме	Человек / тема; пост / тема; человек (пост) / период / тема	Тематическая выраженность в сообществе (преобладание конкретных тем); тематическая активность в сообществе (вовлеченность подписчиков в конкретные темы)
IIb. Качественные характеристики дискурса и тематик обсуждений			
7	Количество тем(атик), конструируемых в ходе обсуждений (выделенных с помощью анализа текстов); динамика «органических» тем за период времени	Количество тем; количество тем / период	Разработанность (тематическое разнообразие) дискурса сообщества; спонтанность дискурса (дискурсивное влияние отдельных подписчиков-авторов тем; «реакция» дискурса на события окружающего контекста)
8	Гомо-/гетерогенность дискурса: наличие разночтений в интерпретации тем (вопросов), наличие конфликтных обсуждений	Количество интерпретаций / тема; доля конфликтных тем / общий объем обсуждений	Выраженность различных групп мнений в дискурсе сообщества; наличие (отсутствие) конфликтов по поводу определенных тем (вопросов)
III. Социальная структура сообщества			
9	Характер модерации: количество модераторов и администраторов публика; их социально-демографические характеристики и прописанные статусы; возможность публикации постов / комментариев / добавления тем подписчиками; наличие прописанных правил сообщества и их дискурсивные характеристики	Количество модераторов / администраторов; доля женщин / молодежи / представителей этнических групп среди администраторов / модераторов; наличие правил; наличие (перечень) выраженных этических принципов в правилах	Централизация принятия решений; наличие органа принятия решений; характеристики ответственных за принятие решений (например, гендерный баланс, наличие формальных статусов); распределенное управление в сообществе (например, подписчики могут делать публикации самостоятельно); формализация правил, этический компонент правил, дебатированность правил
10	Актив сообщества: количество активных подписчиков, уровень их активности, социально-демографические характеристики подписчиков	Кол-во активных подписчиков; доля постов / комментариев подписчиков / общий объем постов / комментариев; доля женщин / молодежи / представителей этнических групп среди активных подписчиков	Центрированность или распределенность дискурсивизации (формирование дискурса сообщества); кластеризация сообщества (наличие или отсутствие активных подписчиков, присутствие кластеров подписчиков с различными характеристиками)

В качестве иллюстрации применения методики картирования городских пабликов приведем пример исследований, целью которых было выявление доминирующих нарративов горожан о причинах оттока населения, особенностях локальной идентичности и чувства места в арктических городах (в частности Мурманска). Объектом исследования были выбраны неформальные группы, имеющие характер новостных порталов с мягкой модерацией. Представленный в работе подход позволяет осуществить отбор страниц онлайн-сообществ, наиболее подходящих для целей исследования. Обоснование объекта заключалось в необходимости подбора городских сообществ, включающих широкую аудиторию горожан, с открытым доступом к публикациям постов и свободным от модерации комментариям. В социальной сети «ВКонтакте» автоматизированным способом были выявлены 623 группы, соответствующие в названии, в описании или статусе параметру «городское сообщество» в городе Мурманск (см. рис. 6).

Рис. 6. Топ-25 городских групп Мурманска, отобранных по параметру «городское сообщество» в результате общего парсинга

	ID группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
1				
2	5608669	https://vk.com/club5608669	Мурманск	409337
3	168070657	https://vk.com/club168070657	Мурманск	167959
4	61588306	https://vk.com/club61588306	Мурманск ПВМ №1	134372
5	181923765	https://vk.com/club181923765	Мурманск тревожные новости	123571
6	33326166	https://vk.com/club33326166	Подслушано Мурманск	93218
7	70727979	https://vk.com/club70727979	АФИША Мурманска	72667
8	2586127	https://vk.com/club2586127	Мурманская барахолка	63924
9	79566251	https://vk.com/club79566251	Мурманск	59123
10	122338701	https://vk.com/club122338701	Мурманск LIVE	54115
11	51261553	https://vk.com/club51261553	Отдам даром Мурманск	51935
12	22745081	https://vk.com/club22745081	ЗАПОЛЯРНЫЙ НИКЕЛЬ ПЕЧЕНГА LIVE	51895
13	111226298	https://vk.com/club111226298	такие дела, Мурманск	49777
14	65314046	https://vk.com/club65314046	Погода в Мурманске	39162
15	224526614	https://vk.com/club224526614	Газета «Полярная правда»	39105
16	51781730	https://vk.com/club51781730	Мурманск. Отдам даром или обменяю	34239
17	208974644	https://vk.com/club208974644	Мамы Мурманск	32083
18	55670081	https://vk.com/club55670081	Ищу тебя Мурманск	32002
19	12873160	https://vk.com/club12873160	Мурманск. Наш тёплый север	30782
20	203280187	https://vk.com/club203280187	Говорит Мурманская область	27996
21	136442754	https://vk.com/club136442754	Черный список Мурманск новости	26627
22	138762197	https://vk.com/club138762197	ИСТОРИЯ МУРМАНСКА	24934
23	217137629	https://vk.com/club217137629	Давай сходим! Мурманск	21725
24	210104315	https://vk.com/club210104315	Воришки Мурманск	20696
25	154295364	https://vk.com/club154295364	НАШ СТАРЫЙ, ДОБРЫЙ МУРМАНСК	20572

Далее массив вручную был вычищен от нерелевантных целям исследования групп по названию (например, барахолки, поиск работы, черные списки и прочее). В результате итоговой перечень составил 144 сообщества (см. рис. 7).

Для обозначенных выше целей мы сосредоточились на коммуникативных характеристиках городских сообществ. Критериями отбора сообщества послужили следующие: 1) городское сообщество, тематически посвященное городу Мурманску, его истории, проблемам и событиям; 2) высокая популярность сообщества в информационном поле; 3) группы с наибольшим числом подписчиков; 4) посто-

янная высокая интенсивность коммуникации внутри сообщества (не менее двух постов в день за последний год); 5) обсуждение проблем города на стене сообщества; 6) история существования сообщества (не менее пяти лет); 7) позиционирование сообщества именно как локального (городского).

Рис. 7. Топ-25 городских сообществ Мурманска, отсортированных по убыванию количества подписчиков

1	ID Группы	Ссылка на группу	Название группы	Количество участников
2	5608669	https://vk.com/club5608669	Мурманск	409337
3	168070657	https://vk.com/club168070657	Мурманск	167959
4	61588306	https://vk.com/club61588306	Мурманск ПБМ №1	134372
5	181923765	https://vk.com/club181923765	Мурманск тревожные новости	123571
6	33326166	https://vk.com/club33326166	Подслушано Мурманск	93218
7	198878994	https://vk.com/bipolar51	Мурманск Биполярный	93056
8	79566251	https://vk.com/club79566251	Мурманск	59123
9	122338701	https://vk.com/club122338701	Мурманск LIVE	54115
10	111226298	https://vk.com/club111226298	такие дела, Мурманск	49777
11	65314046	https://vk.com/club65314046	Погода в Мурманске	39162
12	12873160	https://vk.com/club12873160	Мурманск. Наш тёплый север	30782
13	203280187	https://vk.com/club203280187	Говорит Мурманская область	27996
14	138762197	https://vk.com/club138762197	ИСТОРИЯ МУРМАНСКА	24934
15	154295364	https://vk.com/club154295364	НАШ СТАРЫЙ, ДОБРЫЙ МУРМАНСК	20572
16	121582992	https://vk.com/club121582992	Мурманск ЧЁ Происходит?!	18862
17	95086819	https://vk.com/club95086819	Уютное Заполярье	17830
18	128345990	https://vk.com/club128345990	Мурманск / #насеверезить	15381
19	123848976	https://vk.com/club123848976	Партизан Заполярья ★ Мурманск	15089
20	160612450	https://vk.com/club160612450	Ретро Мурманск (область)	14075
21	128311041	https://vk.com/club128311041	Мурманск в старых фотографиях	13236
22	196554313	https://vk.com/club196554313	Кольский полуостров Наш Север	12847
23	82682918	https://vk.com/club82682918	Криминальный Мурманск	11961
24	72912308	https://vk.com/club72912308	Мурманск Новости для взрослых	9587
25	2598442	https://vk.com/club2598442	Мурманск: Новости, события, места	9080

Исходя из анализа обозначенных параметров нами было отобрано городское сообщество «Мурманск» (<https://vk.com/murmanskgroup>). Оно было образовано в 2008 г., является открытым, насчитывает 409,3 тыс. подписчиков (на момент проведения исследования — 384,2 тыс.), что позволяет назвать это сообщество самым популярным среди других в рассматриваемой социальной сети. Интенсивность публикации постов за последний год — в среднем четыре в день. Пользователей с активными аккаунтами (незаблокированными и неудаленными) — 82,7 % от общего числа подписчиков. Пользователей с доступной информацией о возрасте 37 % от общего числа пользователей и 44,8 % от активных пользователей. Наиболее многочисленные категории пользователей — 31—40 лет (31,9 %), 21—30 лет (21,8 %) и 41—50 лет (17,2 %). Почти все пользователи сообщества идентифицированы по полу (свыше 99 %), из них 47 % — мужчины, 53 % — женщины. Обозначенные параметры картирования выступили неотъемлемыми элементами выборки и обоснования объекта исследования.

Таким образом, при проведении исследований за счет определения качественных характеристик онлайн-сообществ можно осуществлять поиск и отбор объектов, наиболее релевантных задачам. Это позволяет значительно сократить временные затраты исследователя на обработку больших массивов нерелевантных сообщений.

Заключение

В данной статье мы представляем подход к картированию городских сообществ в рамках реализации урбанистических проектов, основанный на доступных и многочисленных данных социальных сетей. Корректное, тщательное и этическое картирование сообществ повышает качество как минимум двух компонентов урбанистического проекта — предпроектного исследования и общественного участия (партисипации). В условиях минимальных ресурсов и времени, которые обычно отводятся на реализацию этих этапов в урбанистической практике, максимизация полезности существующих цифровых данных позволяет сэкономить время и силы. Конструирование профиля сообществ, представленных в информационном пространстве города, является минимальным условием для определения социальных акторов, связанных с территорией и имеющих право на участие в ее судьбе. Анализ локальных знаний, памяти, идентичностей, ценностей среды, отраженных в дискурсах онлайн-сообществ, — минимальное условие для формирования урбанистических тезисов и выводов о территории (особенно в ситуации, когда такие выводы пытаются сделать приезжие или «гастролирующие» урбанисты).

Опираясь на теоретическую рамку концепции коммуникационной инфраструктуры, мы понимаем социальные сети как платформы, предоставляющие горожанам возможность взаимодействовать по поводу города и жизни в нем в виртуальном формате — «платформенный урбанизм». Основываясь на опыте собственных урбанистических проектов и исследований, мы предложили и описали на примерах классификацию городских сообществ, которые проявляются в цифровом пространстве города. В предлагаемой классификации мы выделяем два «осевых» типа пабликов: административные сообщества организаций с официальным статусом, которые осуществляют модерацию и контроль и продвигают корпоративную идеологию, и сообщества-ассоциации, которые возникают благодаря низовой инициативе и имеют признаки распределенного управления. Оба типа проявляются в девяти более узких категориях — тематически, социально или территориально уникальных: городские новостные паблики; сообщества городских активистов; сообщества жителей и соседей; социально-демографические сообщества; профессиональные сообщества; сообщества по интересам; религиозные сообщества; этнические сообщества; общественные паблики коммерческих объединений. Классификация не противоречит случаям интерсекциональности, то есть совмещения признаков нескольких категорий в одном сообществе. Более того, мы уверены, что такие случаи будут учащаться с нарастанием общего количества и разнообразия сообществ в информационном пространстве города (например, в мегаполисах).

Мы предложили метод подробного описания онлайн-сообщества, включающий конструирование характеристик агентности и идентичности группы на основании цифровых данных, представленных в паблике. Мы подчеркиваем, что образ сообщества, конструируемый на основании цифровых данных, соответствует понятию «цифрового аватара», то есть за пределами виртуальной реальности у группы могут быть дополнительные характеристики и аспекты деятельности. Мы выделили несколько измерений виртуального инварианта городского сообщества, которые отражают его агентность и идентичность и важны в рамках урбанистического

исследования: коммуникативная активность, тематическая направленность и социальная структура сообщества.

Картирование городских сообществ на основании данных социальных сетей, несмотря на привлекательность «готовых» данных и возможность проведения исследования в «кабинетном» формате, имеет и ограничения. Во-первых, мы пояснили выше, что цифровые инварианты городских сообществ не могут полностью соответствовать реальным сообществам, присутствующим в городском контексте. Некоторые сообщества могут быть исключены из информационного поля в силу низкой агентности, избегания информационной публичности по собственному желанию или ее невозможности в силу контекстуальных причин. Во-вторых, цифровые профили российских городов активно размываются по цифровым платформам, аудитория и характеристики которых могут различаться [Павлов, 2016]. Например, среди соседских сообществ большую популярность набирают группы в мессенджере Telegram, который предоставляет больше инструментов для управления сообществом и оперативность в получении сообщений. Во-третьих, на возможностях самоорганизованной репрезентации сообществ в информационном пространстве сказывается динамика социально-политического контекста. Например, кардинальная трансформация происходит в сегменте общественных движений и организаций гражданского общества, который характеризуется все большей регулируемостью. Встретить группы «низовой» инициативы в социальных сетях становится все сложнее, почти все из них имеют организационно-правовую форму и являются «административными сообществами». Такая «развиртуализация» низовых общественных инициатив может быть предметом отдельного исследования.

Перспективным исследовательским направлением в данной области является и сравнительный анализ категорий городских онлайн-сообществ в городах разного типа. Можем предположить, что в информационных пространствах мегаполисов можно встретить наиболее многочисленные и разнообразные профили городских сообществ. В структуре малых городов с экономической специализацией, например в моногородах, возможна более значительная роль социального класса, который может воплощаться в профессиональных сообществах (например, сообществах рабочих промышленного предприятия). В исторических городах на формирование сообществ должны оказывать влияние историческое наследие и культура, что предположительно может выражаться в возникновении сообществ, объединенных культурой (например, среди профессиональных сообществ и сообществ по интересам).

Список источников (References)

1. Градосельская Г. В. Метод зерновой кластеризации для картирования политических сетей региона // Политическое представительство и публичная власть: трансформационные вызовы и перспективы: Материалы Ежегодной всероссийской научной конференции с международным участием, Москва, 27—28 ноября 2020 г. / под ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунува, Л. Н. Тимофеевой. М.: Московский педагогический государственный университет, 2020. С. 152—153.

- Gradoselskaya G. V. (2020) Grain Clustering Method for Mapping Political Networks in the Region. In: O. V. Gaman-Golutvina, L. V. Smorgunov, L. N. Timofeeva (eds.) *Political Representation and Public Power: Transformational Challenges and Prospects: Proceedings of the Annual All-Russian Scientific Conference with International Participation, Moscow, November 27—28, 2020*. Moscow: Moscow Pedagogical State University. P. 152—153.
2. Градосельская Г. В., Расходчиков А. Н. Два сценария будущего молодежи: результаты картирования групп социальной сети «ВКонтакте» на примере Томска // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2020. № 4. С. 50—68.
Gradoselskaya G. V., Raskhodchikov A. N. (2020) Two Scenarios for the Future of Young People: The Results of Mapping Vkontakte Social Network Groups in Tomsk. *Bulletin of Moscow University. Series 12: Political Sciences*. No. 4. P. 50—68.
 3. Дементьева К. В. Городские паблики социальной сети «ВКонтакте»: специфика привлечения аудитории, особенности подачи информации // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 73. С. 287—310. <https://www.doi.org/10.17223/19986645/73/16>.
Dementieva K. V. (2021) Cities' Public Pages of the Social Network VKontakte: Features of Attracting the Audience and Presenting Information. *Tomsk State University Journal of Philology*. No. 73. P. 287—310. <https://www.doi.org/10.17223/19986645/73/16>.
 4. Запорожец О. Н., Лапина-Кратасюк Е. Г. Антропология цифрового города: к вопросу о выборе метода // Этнографическое обозрение. 2015. № 4. С. 41—54.
Zaporozhets O. N., Lapina-Kratasyuk E. G. (2015) Anthropology of the Digital City: On the Issue of Choosing a Method. *Etnograficheskoe Obozrenie*. No. 4. P. 41—54. (In Russ.)
 5. Запорожец О. Н., Лапина-Кратасюк Е. Г. Цифровые коды российских городов: связи, разрывы и немного о любви к человеку // Шаги. 2016. Т. 2. № 1. С. 103—113.
Zaporozhets O. N., Lapina-Kratasyuk E. G. (2016) Digital Codes of Russian Cities: Disruptions and a Few Words about Love for the Human Being. *Steps*. Vol. 2. No. 1. P. 103—113. (In Russ.)
 6. Касаткина А. К. «ВКонтакте» с историей: историческая культура соучастия в группе «Ретро Обнинск» // История. 2017. Т. 8. № 7. Ст. S207987840001933-5-1. URL: <https://history.jes.su/s207987840001933-5-1> (дата обращения: 23.10.2025).
Kasatkina A. K. (2017) Contacting History in the “VKontakte”: Participatory Historical Culture in the Social Networking Group “Retro Obninsk”. *Istoriya*. 2017. Vol. 8. No. 7. Art. S207987840001933—5—1. URL: <https://history.jes.su/s207987840001933-5-1> (date of access: 23.10.2025). (In Russ.)
 7. Кияненко К. В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // Социологические исследования. 2018. Т. 9. № 9. С. 30—39.

- Kiyanenکو K. V. (2018) Paradigms of Social Knowledge and Justification in Architecture. *Sociological Studies*. Vol. 9. No. 9. P. 30—39. (In Russ.)
8. Кияненко К. В. Социальные стратегии архитектурного программирования // Innovative Project. 2017. Т. 2. № 1. С. 54—68.
Kiyanenکو K. V. (2017) Social Strategies of Architectural Programming. *Innovative Project*. Vol. 2. No. 1. P. 54—68. (In Russ.)
 9. Консолидация городских сообществ: проблемы и перспективы в условиях цифровизации урбанизированной среды / под общ. ред. д. ф. н., проф. В. П. Бабинцева. 2022. Белгород: Эпицентр.
Babintsev V. P. (ed.) (2022) Consolidation of Urban Communities: Problems and Prospects in the Context of Digitalization of the Urbanized Environment. Belgorod: Epicenter. (In Russ.)
 10. Коршунова Д. А. Виртуальные городские сообщества в социальных сетях как одна из форм медиации в культурном пространстве города // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2018. Т. 7. № 1А. С. 199—207.
Korshunova D. A. (2018) Virtual Urban Communities in Social Networks as One of the Forms of Mediation in the Cultural Space of the City. *Context and Reflection: Philosophy of the World and Man*. Vol. 7. No. 1A. P. 199—207. (In Russ.)
 11. Недосека Е. В., Ненько А. Е., Порошина С. Е. Привязанность к месту в контексте убывающего города: анализ дискурса жителей в городском онлайн-сообществе // Журнал социологии и социальной антропологии. 2024а. № 2. С. 86—115. <https://doi.org/10.31119/jssa.2024.27.2.4>.
Nedoseka E. V., Nenko A. E., Poroshina S. E. (2024a) Place Attachment in the Context of a Shrinking City: Analysis of the Discourse of Residents in an Urban Online Group. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 27. No. 2. P. 86—115. <https://doi.org/10.31119/jssa.2024.27.2.4>. (In Russ.)
 12. Недосека Е. В., Шарова Е. Н., Шорохов Д. М. Убывающие города российской Арктики: статистические тренды и публичный дискурс о причинах оттока населения // Арктика и Север. 2024б. № 54. С. 169—189. <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.54.169>.
Nedoseka E. V., Sharova E. N., Shorokhov D. M. (2024b) Shrinking Cities of the Russian Arctic: Statistical Trends and Public Discourse on the Causes of Population Outflow. *Arctic and North*. No. 54. P. 169—189. <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.54.169>. (In Russ.)
 13. Недосека Е. В., Ненько А. Е., Лисенков О. О. Репрезентация воспринимаемой безопасности городской среды в соседских онлайн-сообществах Санкт-Петербурга // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022 № 5. С. 133—152. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.5.2228>.
Nedoseka E. V., Nenko A. E., Lisenkov O. O. (2022) Representation of Perceived Safety of the Urban Environment in the Neighborhood Online Communities of Saint Petersburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 196—215. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.5.2228>. (In Russ.)

14. Ненько А. А., Недосека Е. В. Ценности городской среды в дискурсе соседских онлайн-сообществ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2022. Т. 25. № 1. С. 217—251. <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.8>.
Nenko A., Nedoseka E. (2022) Urban Environment Values in Discourse of Online Neighbouring communities. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 25. No. 1. P. 217—251 <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.8>. (In Russ.)
15. Ненько А. Е., Недосека Е. В., Курилова М. С. Соседскость городских сервисов как измерение пространственной сегрегации // Laboratorium: журнал социальных исследований. 2022. Т. 14. № 3. С. 34—58. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2022-14-3-34-58>.
Nenko A., Nedoseka E., Kurilova M. (2022) “Neighborhoodness” of Urban Services as a Dimension of Spatial Segregation. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. Vol. 14. No. 3. P. 34—58. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2022-14-3-34-58>. (In Russ.)
16. Павлов А. В. Локальные городские сообщества в социальных сетях: между «Соседской» и «Гражданской» коммуникацией // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2016. № 5. С. 46—57.
Pavlov A. V. (2016) Local Urban Communities in Social Networks: Between “Neighborhoodly” and “Civic” Communication. *Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies*. No. 5. P. 46—57. (In Russ.)
17. Паченков О., Воронкова Л. «Новый городской активизм» и «публичная политика» в России (на примере Санкт-Петербурга) // Журнал исследований социальной политики. 2021. № 19(2). С. 253—268. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-253-268>.
Pachenkov O., Voronkova L. (2021) “Urban Activism” and “Public Policy” in Russia (Case of Saint-Petersburg). *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 19. No. 2. P. 253—268. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-253-268>. (In Russ.)
18. Сети города. Люди. Технологии. Власти / под ред. Е. Лапиной-Кратасюк, О. Запорожец, А. Возьянова. М., 2021.
Lapina-Kratasyuk E., Zaporozhets O., Vozyanov A. (eds.) (2021) City Networks. People. Technologies. Authorities. Moscow. (In Russ.)
19. Снигирева Н. В., Смирнов Д. Е. «Белые цветы»: социально-средовое проектирование как инструмент развития территорий // Архитектура и строительство России. 2021 № 2. С. 63—72.
Snigireva N. V., Smirnov D. E. (2021) «White Flowers»: Socio-Environmental Design as an Instrument of Territorial Development. *Architecture and Construction of Russia*. No. 2. P. 63—72. (In Russ.)
20. Чернышева Л. А., Гизатуллина Э. Г. «ВКонтакте» с соседями: черты и практики гибридного соседствования в большом жилом комплексе Санкт-Петербурга // Laboratorium: журнал социальных исследований. 2021. Т. 13. № 2. С. 39—71. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2021-13-2-39-71>.

- Chernysheva L., Gizatullina E. (2021) VKontakte and the Neighbors: Features and Practices of Hybrid Neighboring in a Large Housing Estate in Saint Petersburg, Russia. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. Vol. 13. No. 2. P. 39—71. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2021-13-2-39-71>. (In Russ.)
21. Чернышева Л. А., Запорожец О. Н. Цифровые платформы и мобилизация горожан: как локальность переопределяет коннективное действие // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 4. С. 124—148. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.4.2352>.
Chernysheva L. A., Zaporozhets O. N. (2023) Digital Platforms and Urban Mobilizations: How Locality Redefines Connective Action. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 124—148. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.4.2352>. (In Russ.)
 22. Antonov A., Kontsevik G., Natykin M., Mityagin S. A. (2023) Feedback2event: Public Attention Event Extraction from Spontaneous Data for Urban Management. *Procedia Computer Science*. Vol. 229. P. 138—148. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.12.015>.
 23. boyd d. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: *A Networked Self*. Routledge. P. 47—66.
 24. Gatti F., Procentese F. (2020) Open Neighborhoods, Sense of Community, and Instagram Use: Disentangling Modern Local Community Experience through a Multilevel Path Analysis with a Multiple Informant Approach. *TPM: Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*. Vol. 27. No. 3. P. 313—329 <https://doi.org/10.4473/TPM27.3.2>.
 25. Graham T., Jackson D., Wright S. (2016) ‘We Need to Get Together and Make Ourselves Heard’: Everyday Online Spaces as Incubators of Political Action. *Information, Communication and Society*. Vol. 19. No. 10. P. 1373—1389. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1094113>.
 26. Hampton K., Wellman B. (2003) Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb. *City & Community*. Vol. 2. No. 4. P. 277—311. <https://doi.org/10.1046/j.1535-6841.2003.00057.x>.
 27. Hampton K., Wellman B. (2018) Lost and Saved... Again: The Moral Panic About the Loss of Community Takes Hold of Social Media. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*. Vol. 47. No. 6. P. 643—651. <https://doi.org/10.1177/0094306118805415>.
 28. Krampen M. (2013) Meaning in the Urban Environment. New York, NY: Routledge.
 29. Kwon K. H., Shao C., Nah S. (2021) Localized Social Media and Civic Life: Motivations, Trust, and Civic Participation in Local Community Contexts. *Journal of Information Technology & Politics*. Vol. 18. No. 1. P. 55—69. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1805086>.

30. López C., Farzan R. (2015) Lend Me Sugar, I Am Your Neighbor! A Content Analysis of Online Forums for Local Communities. In: *Proceedings of the 7th International Conference on Communities and Technologies*. Association for Computing Machinery. New York, NY. P. 59—67. <https://doi.org/10.1145/2768545.2768558>.
31. Mityagin S. A., Yakimuk I., Tikhonova O., Sobolevsky S. (2021) Social Network Open Data Revealing for Identification of Citizens Activities on Urban Environment Objects. In: *Procedia Computer Science. 10 Seria. «10th International Young Scientists Conference in Computational Science, YSC 2021*. P. 4—12.
32. Nah S., Kwon H. K., Liu W., McNealy J. E. (2021) Communication Infrastructure, Social Media, and Civic Participation Across Geographically Diverse Communities in the United States. *Communication Studies*. Vol. 72. No. 3. P. 437—455. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1876129>.
33. Nowak K. L., Fox J. (2018) Avatars and Computer-Mediated Communication: A Review of the Definitions, Uses, and Effects of Digital Representations. *Review of Communication Research*. Vol. 6. P. 30—53. <https://doi.org/10.12840/issn.2255-4165.2018.06.01.015>.
34. Peters J. D. (2015) *The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
35. Plantin J. C., Lagoze C., Edwards P. N., Sandvig C. (2018) Infrastructure Studies Meet Platform Studies in the Age of Google and Facebook. *New Media & Society*. Vol. 20. No. 1. P. 293—310. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>.
36. Repette P., Sabatini-Marques J., Yigitcanlar T., Sel D., Costa E. (2021) The Evolution of City-as-a-Platform: Smart Urban Development Governance with Collective Knowledge-Based Platform Urbanism. *Land*. Vol. 10. No. 1. Art. 33. <https://doi.org/10.3390/land10010033>.
37. Sunio V., Peckson P., Ugay J. C. (2021) How Urban Social Movements are Leveraging Social Media to Promote Dignified Mobility as a Basic Human Right. *Case Studies on Transport Policy*. Vol. 9. No. 1. P. 68—79. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.07.006>.
38. Thorson K., Medeiros M., Cotter K., Chen Y., Rodgers K., Bae A., Baykaldi S. (2020) Platform Civics: Facebook in the Local Information Infrastructure. *Digital Journalism*. Vol. 8. No. 10. P. 1231—1257. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1842776>.
39. Van Dijk J. (2006) *The Network Society*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publishing.
40. Zahnow R., Verrier J., Hames S., Corcoran J. (2024) Mapping and Measuring Neighbourhood Social Media Groups. The Case of Facebook. *Applied Geography*. Vol. 172. Art. 103415. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2024.103415>.