

Университет  
при МПА ЕврАзЭС



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ КРУГЛЫЙ СТОЛ  
ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАНИТАРНОЙ  
КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ  
НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Доклад

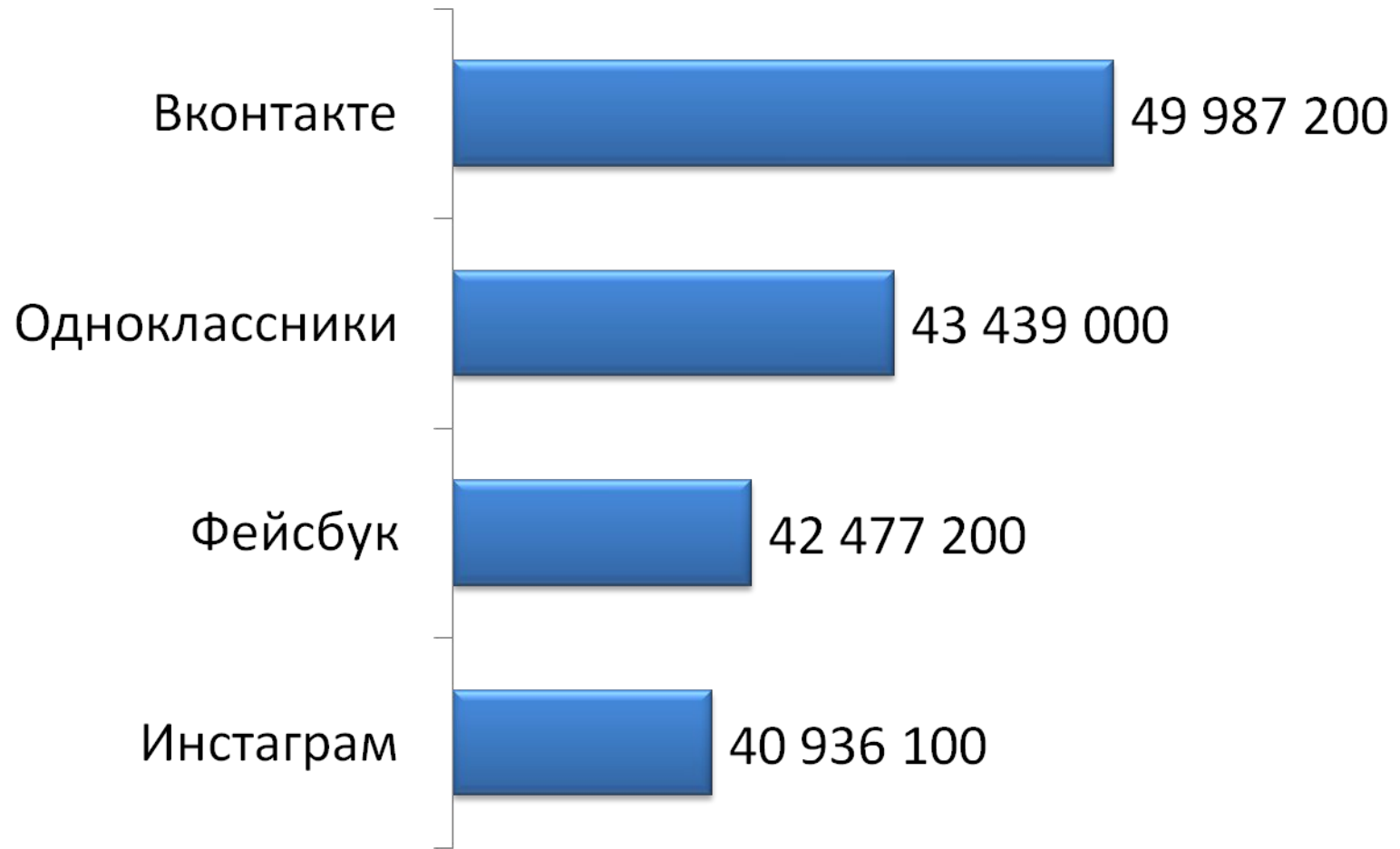
«Активность в интернете как социальная  
коммуникация»

Дашевская И. Г.

# Цель и задачи исследования

- Цель – изучить возможности социальных сетей для обучения и самообразования
- Задачи:
  - Изучить активных пользователей,
  - Сделать анализ структуры контента,
  - Разработать практические рекомендации.

# Ежемесячный охват аудитории социальных сетей, млн. чел.



Источник: «WEB-Index: Аудитория интернет-проектов» за февраль 2018 года.

# Половозрастной состав аудитории социальных сетей



Источник: BR-analytics.ru «Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды».

# Публикационная активность аудитории социальных сетей

| № | Социальная сеть                   |          | Вконтакте   | Фейсбук    | Инстаграм          |
|---|-----------------------------------|----------|-------------|------------|--------------------|
|   | Характеристики авторов            |          |             |            |                    |
| 1 | Количество авторов                |          | 25 721 668  | 1 952 633  | 7 143 242          |
| 2 | Количество публикаций в месяц     |          | 310 795 150 | 53 412 609 | 71 733 018         |
| 3 | Кол-во сообщений на одного автора |          | 12,1        | 27,4       | 10                 |
| 4 | Пол, %                            | Муж.     | 41,6        | 41,1       | 23,1               |
|   |                                   | Жен.     | 58,4        | 58,9       | 76,9               |
| 5 | Возраст, %                        | До 18-ти | 17,9        | 0          | Данные отсутствуют |
|   |                                   | 18-24    | 25,7        | 8,9        |                    |
|   |                                   | 25-34    | 37          | 37         |                    |
|   |                                   | 35-44    | 10,9        | 30,6       |                    |
|   |                                   | 45-54    | 3,7         | 14,9       |                    |
|   |                                   | 55+      | 4,9         | 8,6        |                    |

Источник: BR-analytics.ru «Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды».

# Процесс публикации

## Желание сделать публикацию

- Естественный мотив – необходимость социализации; сформированный мотив – задание преподавателя

## Формирование контента

- Отработка навыков создания и работы с текстовой и визуальной информацией и ретрансляция такого «информационного поведения» на личную ленту новостей

## Мониторинг комментариев

- «Лайки» как индикатор качества сформированного материала

# Пример

| № | Дисциплина                 | Краткое описание задания                                     | Вариант использования в социальной сети  |
|---|----------------------------|--|--|
| 1 | Пресс-служба               | Выездное занятие – экскурсия в информационное агентство      | Создание мероприятия (на группу учащихся), публикация репортажа в виде эссе с фотографиями (СРСП)  |
| 2 | Основы рекламы             | Выездное занятие – посещение выставки «Реклама и информация» | Создание мероприятия (на группу учащихся), публикация репортажа в мероприятии в виде анализа актуальности информации по экспонентам для объекта исследования по курсовой работе (СРСП) |
| 3 | Маркетинговые исследования | Домашняя работа – проведение анкетирования                   | Создание анкеты, рассылка анкеты респондентам с учётом целевой группы (СРС)  |
| 4 | Связи с общественностью    | Аудиторное занятие – проведение пресс-конференции            | Создание мероприятия (на группу учащихся), публикация пресс-релиза, публикация докладов выступающих, публикация статей журналистов и фоторепортажа (СРСП)                              |

# Выводы

1. Социальные сети – популярная площадка коммуникативного взаимодействия: совокупная аудитория четырёх социальных сетей в месяц составляет более 100 миллионов пользователей.
2. Ядро активных создателей контента социальных сетей – молодые люди в возрасте 25-44 лет на «Фейсбуке» и 18-34 лет – «Вконтакте», в то время как зрелая аудитория составляет от 10% до 25% и в меньшей степени вовлечена в создание контента.
3. Важная задача ППС – подготовка социально-ориентированных специалистов, обладающих экологической, информационной и коммуникативной культурой.



# Спасибо за внимание

© Ирина Григорьевна Дашевская, 2018

Использование информации возможно без каких-либо ограничений  
Ссылка на источник желательна, но не обязательна  
Рисунки и фотографии не являются собственностью автора