

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