

# Особенности исследований социальных медиа

Павел Лебедев, к. социол. н. директор по исследованиям Wobot, [lebedev@wobot-research.com](mailto:lebedev@wobot-research.com)  
 Анастасия Евстратова, аналитик Wobot, [anastasia@wobot-research.com](mailto:anastasia@wobot-research.com)  
[www.wobot.ru](http://www.wobot.ru) – Система мониторинга и аналитики социальных медиа.

## Социальные медиа – новая форма социальной среды

Каждую **минуту** в мировом Интернете:

**684 478** постов распространяются на



**100 000** ТВИТОВ в



**2 083** – чекинов в



### В России:

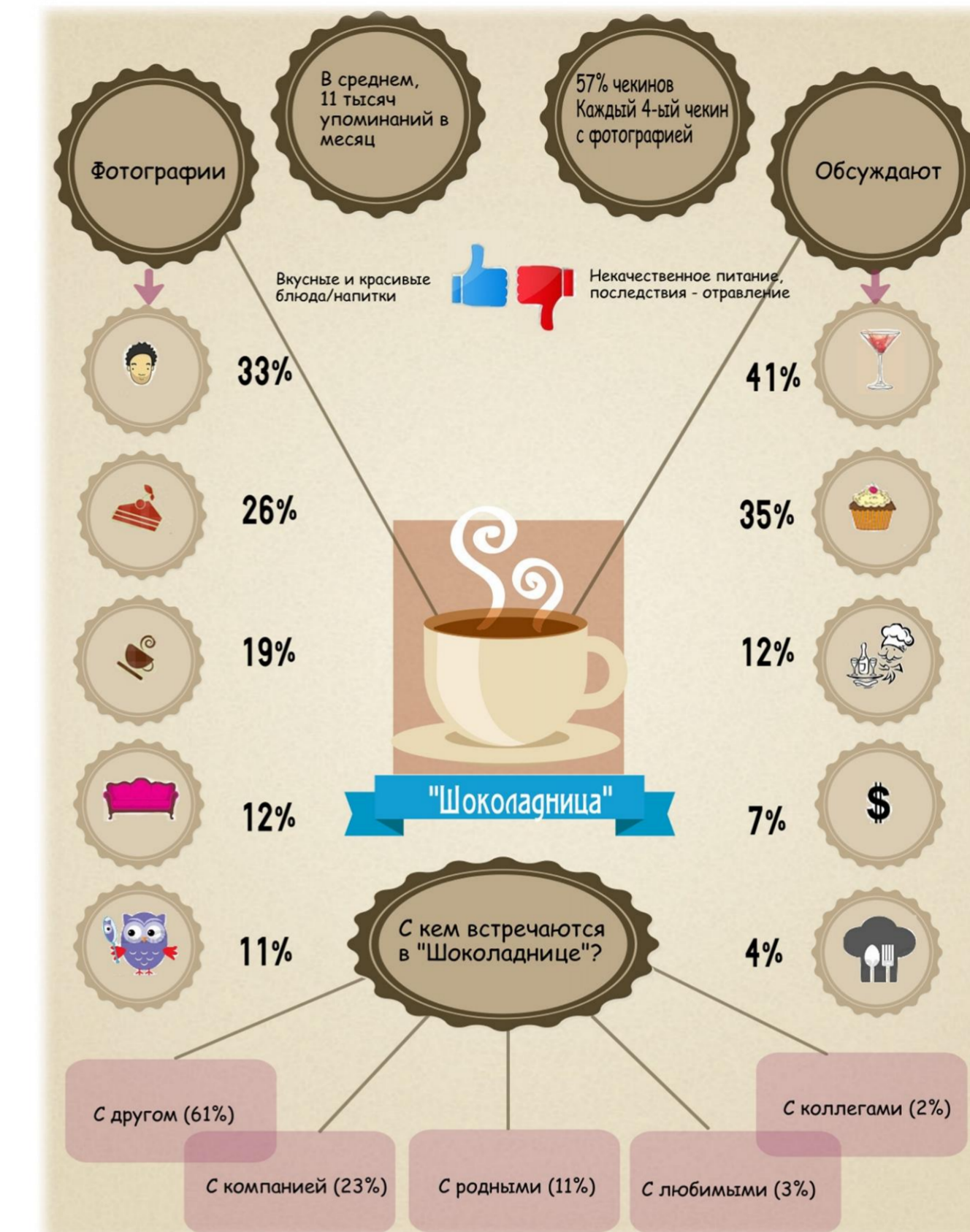
**64,5 млн** пользователей Интернета (TNS)

**60,3 млн** пользователей соц. сетей (TNS)

- Существенная часть населения вовлечена в среду социальных медиа. Для молодежи – это естественная форма коммуникации.
- Новая открытая среда для коммуникации, высказывания мнений, обсуждений.
- Видимые социальные связи между людьми, поддающиеся анализу.
- Трехмерная модель «человек – мнение – медиа» вместо двумерной модели «человек-мнение».
- В основе исследований – система поиска упоминаний объектов (по ключевым словам) в социальных медиа.

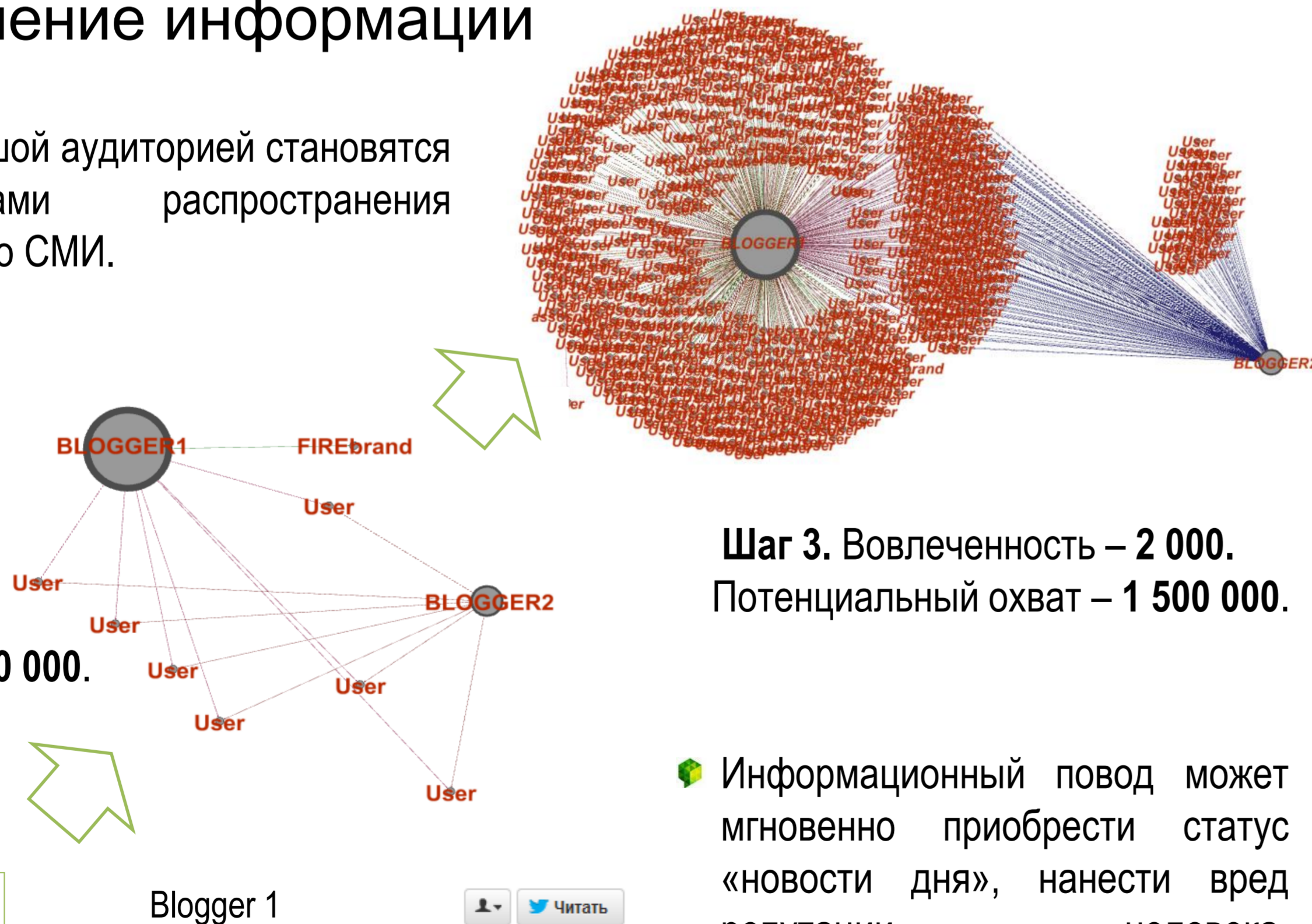
## I. Исследование тематики

- Спонтанные суждения пользователей об объекте, не стимулируемые исследователем.
- Анализ тональности высказываний для выявления эмоционального отношения к объекту исследования (персона, бренд, организация).
- Тематическое кодирование сообщений для определения основных аспектов обсуждаемого объекта.
- Анализ визуальных объектов (фото и видео).



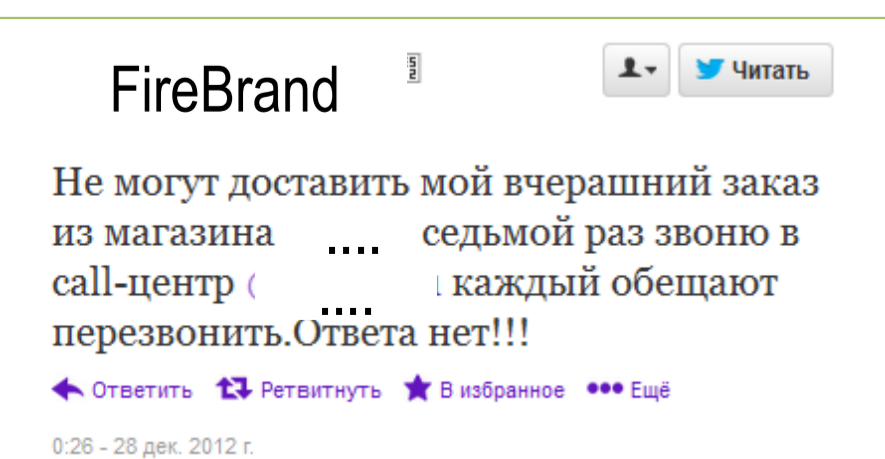
## II. Распространение информации

- Пользователи с большой аудиторией становятся важными каналами распространения информации наряду со СМИ.



**Шаг 2.** Вовлеченность - 6.  
Потенциальный охват – 1 000 000.

**Шаг 1.** Вовлеченность - 0.  
Потенциальный охват – 500.



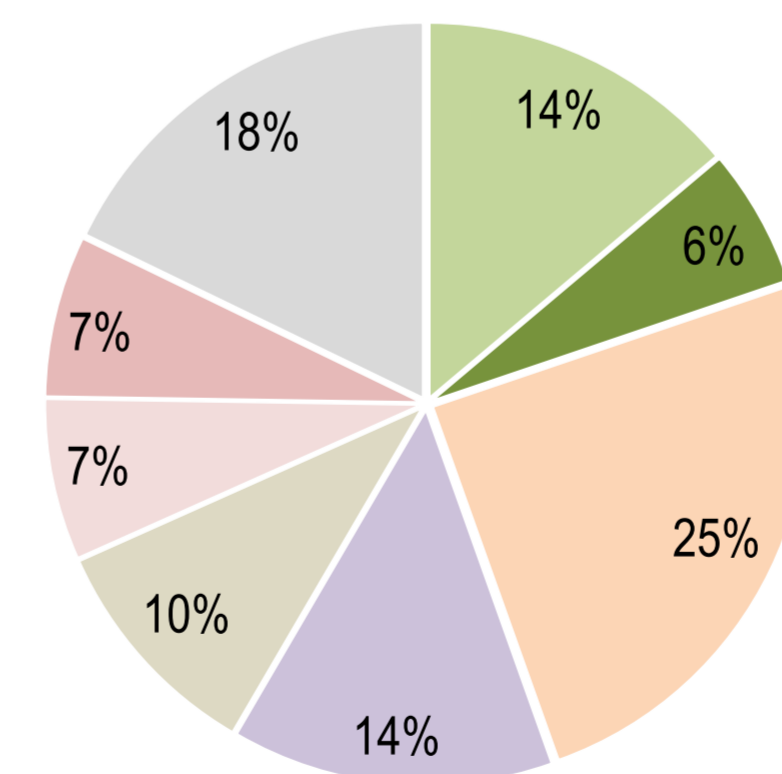
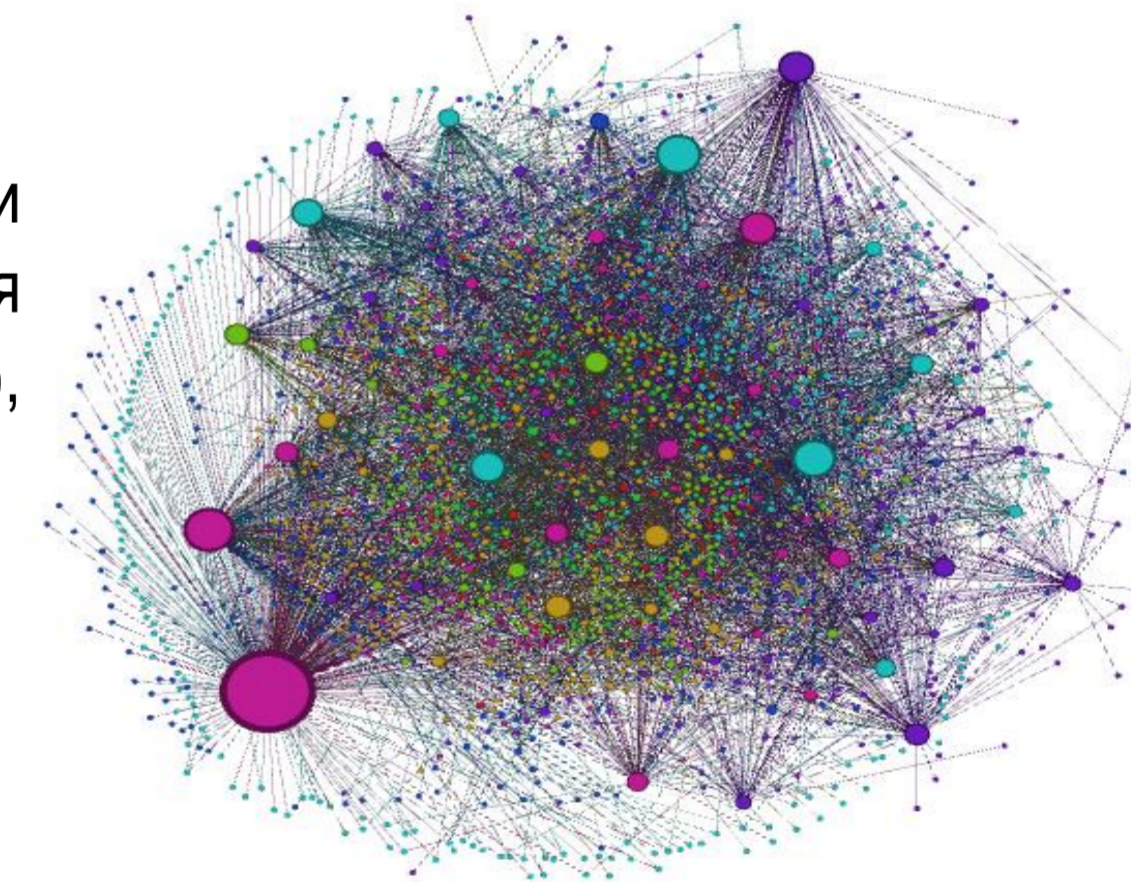
Никогда ничего не покупайте в магазинах ..... абсолютно безответственная служба доставки, низкий уровень менеджмента Полный шлаг RT

**Шаг 3.** Вовлеченность – 2 000.  
Потенциальный охват – 1 500 000.

- Информационный повод может мгновенно приобрести статус «новости дня», нанести вред репутации человека, организации.

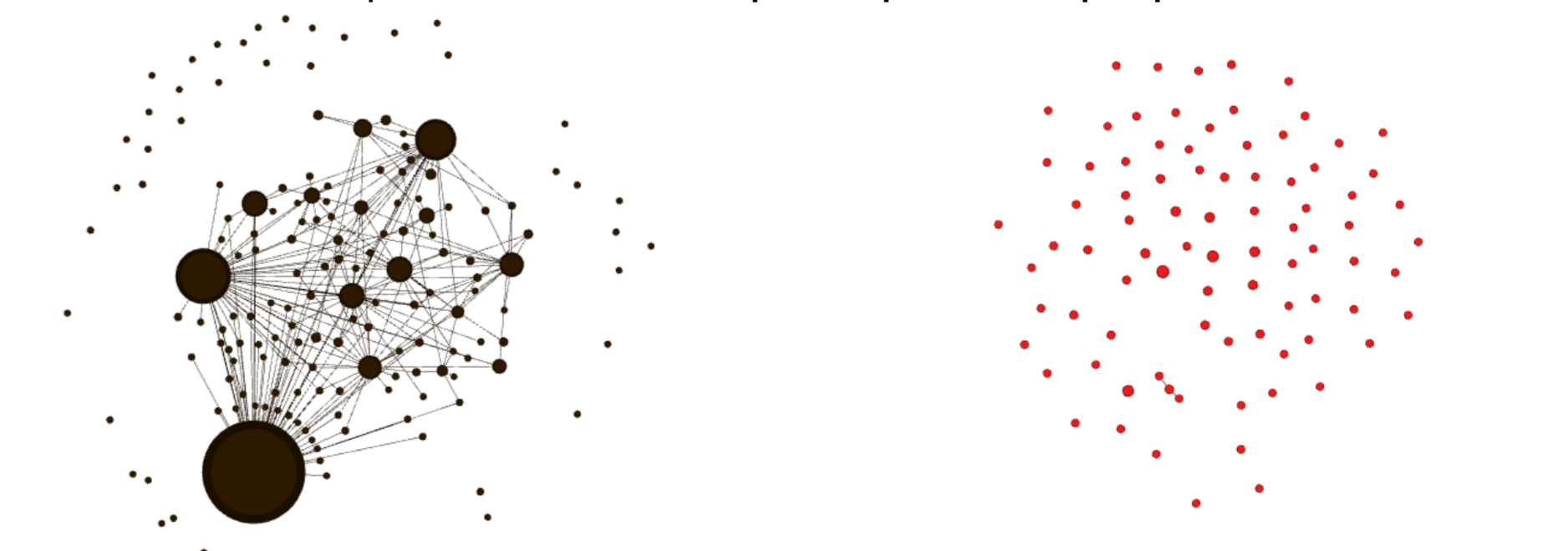
## III. Анализ сообществ и общностей

- Поиск людей в социальных сетях, анализ связей внутри общности, сегментация на основе характеристик профиля (пол, возраст, образование, место работы, интересы и т.п.), или высказываний на определенную тему.



- "Мобильные путешественники"
- "Многостаночники"
- Российские IT
- Российские венчуры
- Компьютерное ПО
- Интернет индустрия
- Телеком
- Другие отрасли

- Поиск инноваторов в социальной сети LinkedIn.
- Сегментация на основе характеристик профиля.



**Сегмент «Многостаночники»**

Плотность графа - 0,018.

Наличие вершин с высоким рангом.

**Сегмент «Разработчики ПО»**

Связи между представителями сегмента отсутствуют.