

Методология расчета рейтинга вовлеченности вузов в социальных сетях

Рейтинг вовлеченности пользователей в каналах вузов в социальных сетях рассчитан специалистами Центра социальных и медийных исследований МИА «Россия сегодня» для участников проекта 5-100 (21 вуз) на основании «Индекса вовлеченности».

Речь идет о том, насколько налажена коммуникация вуза с пользователями социальных сетей.

Данный индекс рассчитан на основании **8 критериев**, значимость (вес) которых определена посредством опроса экспертов в области медиа-производства и медиа-исследований. В том числе в опросе приняли участие руководители пресс-служб вузов-участников проекта 5-100.

Для расчета рейтинга с помощью автоматической системы мониторинга социальных сетей *News watcher* была проанализирована активность вузов в социальных сетях и действия пользователей в каналах вузов.

Среди показателей активности вузов оценивалось количество постов в каналах. Среди показателей деятельности пользователей оценивалось количество лайков, комментариев, репостов, а также подписка на каналы вузов.

Используемые при расчете индекса критерии:

· Охват основной целевой аудитории – соотношение количества студентов к количеству подписчиков.

· Share rate – количество репостов в пересчете на размер аудитории. Критерий отражает солидарность аудитории с позицией автора, готовность делиться постами вуза на своих страницах, что расширяет вирусный охват публикации.

· Love rate – количество лайков в пересчете на размер аудитории. Критерий отражает интерес со стороны пользователей к материалам, опубликованным вузом.

- *Talk rate* – количество комментариев в пересчете на размер аудитории. Критерий отражает непосредственную (прямую) вовлеченность аудитории в коммуникативный процесс.
- *Количество постов в день* – публикационная активность канала, количество постов, опубликованных в день, в среднем.
- *Количество репостов под постом* – «вирусное» распространение постов вуза в сети, количество репостов под постом, в среднем.
- *Количество лайков под постом* – уровень интереса к материалам в канале вуза, количество лайков под постом, в среднем.
- *Количество комментариев под постом* – уровень непосредственной вовлеченности аудитории в коммуникативный процесс, количество комментариев под постом, в среднем.

Период исследования: 1 июля - 31 декабря 2018 г.

Источники данных:

Данные о наличии и количестве каналов вузов в социальных сетях взяты на официальных веб-страницах вузов (анализировались только те каналы, на которые ведут ссылки с официальных сайтов).

При расчете рейтинга учитывались данные каналов в трех основных социальных сетях - VK, Facebook, Twitter.

Данные об активности в каналах вузов собраны с помощью специально разработанной системы мониторинга Newswatcher по техническому заданию Центра социальных и медийных исследований МИА «Россия сегодня».

Данные о количестве студентов вузов получены из Информационно-аналитических материалов по результатам проведения мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования 2017 года

(<http://indicators.miccedu.ru/monitoring/?m=vpo>).

В источнике нужный показатель назван «общая численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры».

Веса критериев (по итогам экспертного опроса):

Охват основной целевой аудитории	0,14837
Количество комментариев под постом	0,11869
Количество репостов под постом	0,11869
Talk rate_	0,11869
Share rate_	0,13353
Love rate_	0,13947
Количество лайков под постом	0,12760
Количество постов в день	0,09496