

МИНОБНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Юго-Западный государственный университет»

ОТЧЕТ
по результатам проведения социологического исследования
«Взаимодействие студентов с интернет-ресурсами ЮЗГУ»

Исполнитель:
Социолог НОЦ ЦСТИИТ Коновалова Е.И.

Курск , 2018

Глобальная сеть Интернет прочно вошла в жизнь современного общества, образовав всемирную коммуникационную среду. На сегодняшний день Интернет предоставляет широкие возможности своим пользователям: получение и передача информации, совершение различных покупок и платежей, заключение сделок, размещение рекламы, поиск потенциальных покупателей, общение в социальных сетях и многое другое. В современном мире существенно возросла значимость социальных сетей среди всего населения. Под термином «социальная сеть» сегодня принято понимать общественную систему, элементами которой являются люди и различные формы общественных связей между ними, особенность структуры которого заключается в многоуровневости, децентрализации и неиерархичности. В связи с популярностью социальных сетей вузы и их структурные подразделения создают в них сообщества. У ЮЗГУ существует много Интернет-сообществ на разных интернет-площадках: ВКонтакте, Instagram, Facebook. Мы решили провести исследование, направленное на изучение таких интернет-сообществ связанных с ЮЗГУ

Объектом нашего исследования являются группы, сообщества, публичные страницы, аккаунты в социальных сетях, относящиеся к ЮЗГУ.

Предмет исследования – взаимодействие студентов с интернет-сообществами ЮЗГУ.

Цель исследования – определить самое полезное сообщество для студентов по мнению самих студентов ЮЗГУ.

Исследование проводилось в апреле-мае 2018 года. Носит разведывательный характер. (N=100).

Мы выбрали наиболее популярные интернет-сообщества о ЮЗГУ, и предложили студентам дать характеристику по определенным параметрам каждому из них.

«Студпрофком ЮЗГУ» - группа в социальной сети ВКонтакте. На данный момент имеет 11183 подписчиков. Все студенты, участвующие в опросе сказали о том, что слышали о существовании данного сообщества.

В следующем вопросе мы предложили студентам выбрать, из предложенных вариантов тот, который более точно описывает их поведении в отношении данной группы. Большинство студентов – 73% - говорят о том, что они подписаны на данную группу и время от времени заходят на страницу Студпрофкома ЮЗГУ, чтобы посмотреть последние обновления в новостной ленте. Пятая часть опрошенных студентов (21%) так же состоят в данном сообществе, но намеренно не заходят туда чтобы ознакомится с последними обновлениями, в отличии от предыдущих, а видят их только тогда, когда они появятся в новостной ленте личного аккаунта. 6% респондентов ответили, что не подписаны на данную группу, но иногда они заходят посмотреть последние обновления.

В следующем вопросе мы попросили оценить информативность данного канала распространения информации лично для себя по 10-ти бальной шкале, где 1-совсем не информативен, 10- очень информативен. Полученные данные приведены на рисунке 1.

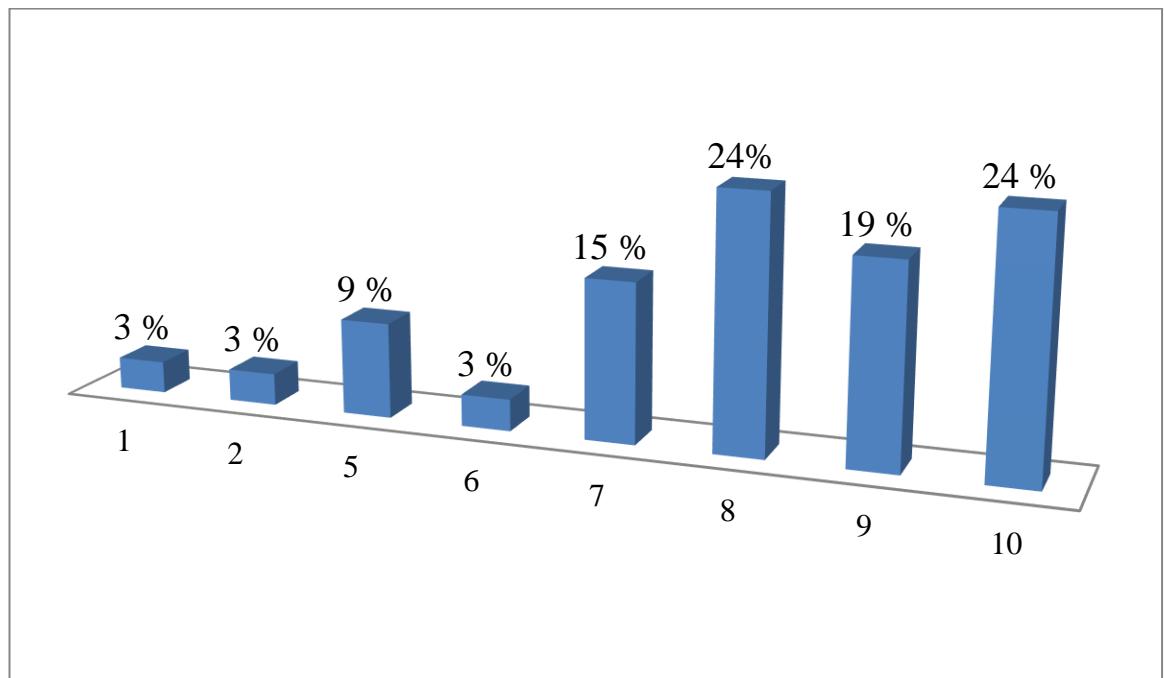


Рис. 1 – Распределение уровня информативности группы
«Студпрофком ЮЗГУ» по присвоенным баллам

По представленным данным мы можем сказать, что 94% студентов оценивают уровень информативности данного канала на 5 баллов и выше. Усредненная оценка информативности – 7,8 балла.

По такому принципу, мы предлагали описать каждое из представленных нами в анкете сообщества, связанные с ЮЗГУ.

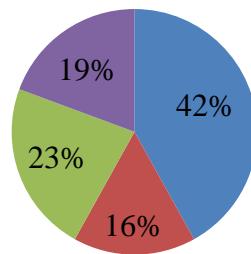
Студенческий профком ЮЗГУ имеет свою интернет-группу не только социальной сети ВКонтакте, так же Студпрофком ведет аккаунт в сети Instagram. На момент проведения исследования этот аккаунт насчитывал 2523 подписчика, что приблизительно в 4,5 раза меньше, по сравнению с группой ВКонтакте. Чуть больше половины опрошенных студентов (52%) слышали о данном аккаунте. Соответственно, те студенты, которые вообще не слышали о данной страничке в социальной сети, не отвечают на дальнейшие вопросы, связанные с ним. Из тех кто слышал, об аккаунте студпрофкома в Instagram 61% не подписан на него, и не следит за его обновлениями. 22% респондентов подписаны на аккаунт профкома, и видят новые обновления, только если они увидят его у себя в ленте. 11% подписаны и заходят на аккаунт, чтобы просмотреть последние опубликованные посты. 6% на аккаунт не подписаны, но, не смотря на это, они иногда заходят, чтобы посмотреть последние обновления. Уровень информативности при подсчете среднего значения равен 4,6 балла.

Следующим аккаунтом, который мы предложили оценить студентам стал swsu_kursk – официальный аккаунт ЮЗГУ в Instagram. Он насчитывает 723 подписчика. По полученным данным, 39% респондентов слышали о нем. Из них 57% не подписаны на данный аккаунт, 36% - подписаны, но намеренно не заходят на страницу аккаунта, чтобы проверить последние обновления, 7% опрошенных на аккаунт не подписаны, но заходят на его страничку. Уровень информативности оценили в 5,4 балла.

«Подслушано ЮЗГУ» сообщество в социальной сети Вконтакте, на данный момент насчитывающее 7565 подписчиков. Если говорят в общем, то Подслушано – популярный социальный развлекательный

кроссплатформенный проект, в котором рассказываются секреты из жизни. Фишкой этого проекта в том, что все секреты полностью анонимны. 94% студентов, участвующих в опросе слышали о данном сообществе. Распределение ответов на вопрос о взаимодействии с сообществом представлено на рисунке 2. Мы можем заключить, что большая часть участвующих в опросе может видеть последние обновления, только через свою новостную ленту, если пост попадет в их поле зрения.

- подписан(а) на данное сообщество, но намеренно не проверяю новую опубликованную информацию
- не подписан(а) на новости данного сообщества, но иногда захожу, чтобы просмотреть последние новости
- подписан(а) на данное сообщество, время от времени проверяю новую опубликованную информацию
- не подписан(а) и не слежу за последними обновлениями сообщества



От студентов сообщество «Подслушано ЮЗГУ» получило 4,1 балла, за информативность о полезной информации о жизни ЮЗГУ.

Виртуальная приемная комиссия ЮЗГУ – сообщество, созданное ВКонтакте и насчитывающее 5267 подписчиков. В шапке профиля мы можем увидеть, что Данное сообщество создано для поступающих в Юго-Западный государственный университет (ЮЗГУ). Здесь Вы можете задать интересующие Вас вопросы по специальностям, направлениям подготовки бакалавров и магистров ЮЗГУ, вступительным испытаниям, формам обучения, стоимости обучения, Правилам приема и многому другому - главным образом группа направлена на будущих студентов – абитуриентов. 91% респондентов слышали о данном сообществе. 48% не подписаны на данное сообщество. 52% так или иначе следят за новыми постами. 26% - подписаны на сообщество, но намеренно не заходят для проверки

обновлений, видят их только если, оно высвечивается у них в новостной ленте. 16 % в группе не состоят, но заходят, чтобы получить интересующую их информацию. 10% ведут себя так же как и предыдущие, но в группе состоят. Информативность оценивают на 5,7 баллов.

В ЮЗГУ осуществляют деятельность 8 факультетов. Каждый из факультетов ведет свою официальную страничку в социальных сетях. При рассмотрении таких групп в социальной сети в контакте мы можем распределить их по количеству подписчиков. Итак, на момент проведения исследования:

«Факультет экономики и менеджмента ЮЗГУ» - 2870 подписчиков.

«Юридический факультет ЮЗГУ» - 2436 подписчиков.

«Факультет строительства и архитектуры ЮЗГУ» - 664 подписчика.

«Факультет ФиПИ ЮЗГУ» - 535 подписчиков.

«Механико-технологический факультет ЮЗГУ» - 422 подписчика.

«Естественно-научный факультет ЮЗГУ» - 382 подписчика.

«Факультет ЛМК (ЮЗГУ)» - 256 подписчиков.

«Факультет ГУиМО ЮЗГУ» - 255 подписчиков.

Все участвующие в опросе, ответили, что знают о таких сообществах, не только своего факультета, но и других. Так 13% участвующих в опросе, ответили что знают о группах всех факультетов. 34% знают только о группах того факультета, на котором они обучаются. В среднем мы можем сказать о том, что студенты называли по три факультета. На рисунке 3 представлены данные об осведомленности о наличии сообществ факультетов в социальных сетях. Соотнеся эти данные, мы можем заметить, что расположение вузов количеству подписчиков от большего к меньшему, такое же как их распределили сами студенты.



Рис.3 – Распределение ответов на вопрос : «О каких страницах факультетов в социальных сетях Вы знаете»

В 92% случаях мы получили, что студенты подписаны на тот факультет, на котором они обучаются.

Далее был задан вопрос, аналогичный в предыдущих сообществах, о том, как студенты могут описать свое взаимодействие с сообществом факультета, в котором они состоят. 47% студентов, подписаны на страницу своего факультета и время от времени посещают ее, чтобы посмотреть последние обновления, чтобы быть в курсе происходящих событий. 34% подписаны, но намеренно последнюю информацию не проверяют. 9% на страничку своего факультета не подписаны, но, не смотря на это, ее все-таки посещают. Так же 9% опрошенных в таких группах не состоят и не следят за их обновлениями. Оценка информативности – 6,9 баллов

В ходе нашего исследования был задан вопрос о наличии группы в социальных сетях у кафедр, на которых обучаются студенты. 55% студентов участвующих в опросе, ответили, что такие сообщества существуют. Большая часть респондентов (56%) говорят о том, что они подписаны на

данные сообщества, и заходят туда время от времени, чтобы посмотреть актуальную информацию. Оценка информативности – 6,4 балла.

Помимо перечисленных интернет-сообществ, нами был задан вопрос о том, какие по мнению студентов сообщества достойны внимания, о которых не было упомянуто в ходе исследования. Чаще всего называли следующие сообщества: Клуб интеллектуальных игр ЮЗГУ, Студия МедиАМехнологий ЮЗГУ, ЦТРС ЮЗГУ, Общежитие ЮЗГУ.

Тенденция создания университетами групп, сообществ, аккаунтов в социальных сетях для продвижения среди студентов и абитуриентов образовательных учреждений с каждым днем растет. Университету необходимо «бороться» за студентов путем повышения своего статуса среди других образовательных учреждений. Для привлечения абитуриентов целесообразно осуществлять продвижение образовательных учреждений через Интернет, в частности через социальные сети. На сегодняшний день наиболее актуальным для продвижения своего университета является предоставление краткого справочника о конкурентных преимуществах в соответствующее образовательное учреждение путем создания групп, сообществ и аккаунтов вуза в социальных сетях. В тоже время эти аккаунты должны приносить пользу и самим студентам. Так как в настоящее время мы большую часть времени проводим online, такие сообщества являются оперативным каналом распространения и донесения информации до студентов. Применительно к ЮЗГУ, самой многочисленной группой по количеству подписчиков является Студпрофком, так же по результатам исследования наши студенты называют ее самой полезной для них. Она получила самую высокую оценку по уровню информативности – 7,8 баллов. Для того, чтобы узнать какие основные потоки информации студенты могут найти в данной группе, мы считаем, что целесообразно провести контент-анализ именно этой группы – Студпрофком ЮЗГУ.