

АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Дата: 2016-05-11

Источник данных: онлайн-опрос, выборка из панели VoxRu.Net репрезентативная в отношении активной (недельной) российской аудитории интернета

По данным онлайн опроса, проведенного Digital Research среди 2290 пользователей, представляющих активную (недельную) российскую интернет-аудиторию, последняя практически полностью вовлечена в социальные сети. Только 7% респондентов не зарегистрированы ни в одной из социальных сетей. А среди тех, кто ими пользуется, наиболее популярными являются ВКонтакте (68% опрошенных), Одноклассники (63%), Facebook (60%), Мой мир@Mail.ru (47%), Google+ (38%), YouTube (36%) и Twitter (26%). В среднем на одного пользователя социальных сетей приходится 4,3 аккаунта, зарегистрированных на различных ресурсах.

Старейшими соцсетями, в которых не менее 40% участников зарегистрировались более пяти лет назад, можно назвать Одноклассники (55% с указанным стажем), Мой мир@Mail.ru (52%), LiveJournal (51%), MySpace (44%) и Мой Круг (42%). Сравнительно молодыми на их фоне выглядят Instagram (40% участников со стажем менее года и 36% от 1 до 3 лет), Twitter (18% и 38%), LinkedIn (17% и 45%), Google+ (12% и 38%), Facebook (12% и 32%) и YouTube (11% и 30%).

Среди тех респондентов, кто пользуется социальными сетями, около 19% заходят на их сайты не чаще одного раза в неделю и проводят там в среднем около часа, 31% - несколько раз в неделю оставляют в социальных сетях в среднем от 1 до 2 часов своего времени за сеанс, а 46% - ежедневно проводят в социальных сетях не менее 2 часов в среднем за одно посещение. В будущем 72% участников социальных сетей рассчитывают проводить в них привычное количество времени, 14% - уделять этому занятию меньше времени, а 8% - задерживаться в соцсетях подольше.

Большинство опрошенных используют социальные сети чтобы поддерживать отношения со знакомыми людьми, связываться с теми, кого давно не видели (72% пользователей соцсетей), получать интересующую информацию, новые знания в ходе общения с другими людьми (56%), обсуждать интересные темы, общаться, обмениваться новостями, наблюдать за жизнью других людей (40%), развлечься, отдохнуть, занять свободное время (40%), находить значимые для себя группы единомышленников, поддерживать с ними связь (24%), знакомиться с новыми, интересными, компетентными в каких-либо областях людьми (23%), обмениваться файлами с текстами, медиа контентом (22%).

Активность пользователей существенно зависит от степени их вовлеченности в онлайн-сообщества, формирующиеся внутри социальных сетей. Около 65% участников социальных сетей состоят не более чем в 50 группах и пабликах, и только у 10% их число составляет от 50 до 100, а еще у 10% - свыше ста групп и пабликов. У 44% пользователей социальных сетей насчитывается не более 50 друзей (уникальных контактов), у 39% - от 50 до 300, а у 11% - свыше ста уникальных контактов. Около 64% пользователей соцсетей регулярно обмениваются в них личными сообщениями, общаются со своими друзьями приватно, 61% регулярно просматривают, читают информацию в группах или/и пабликах других людей без

комментирования содержания, но лишь 19% регулярно оставляют в чужих группах или/и пабликах записи, комментарии. Лишь 12% пользователей соцсетей ежедневно делают в них публичные записи, то есть, пишут свои оригинальные или/и комментируют чужие тексты, дают рецензии на различный контент, около 34% делают это еженедельно, а 33% не чаще раза в месяц.

Среди публичных записей, комментариев, рецензий, которые чаще всего размещаются в социальных сетях, преобладают лайки на понравившийся контент (их делают 50% пользователей соцсетей), репосты из групп по интересам (28%), записи про повседневную жизнь, полезные советы (23%), записи, посвященные обсуждаемым политическим вопросам, новостям из СМИ (22%), подходящие случаю цитаты (21%), разные личные записи о себе и своих знакомых (17%).

Большинство опрошенных пользователей социальных сетей полагают, что общение в них опасно в той же степени, как и любое другое общение (56%), а размещение персональных данных опасно в той же степени, как и заполнение любых анкет, любая регистрация (58%). Склонность к более высокой оценке риска общения в социальных сетях из-за невозможности достоверно идентифицировать партнера проявляют 8%, а риска размещения персональных данных по причине отсутствия гарантий их нецелевого использования - 29% опрошенных пользователей. Напротив, около 27% пользователей считают общение в социальных сетях менее рискованным, чем любое другое общение, и только 8% считают размещение своих персональных данных в социальных сетях менее опасным, чем в каких-либо других базах данных.

Какие из указанных данных Вы обычно размещаете, а какие стараетесь не размещать в социальных сетях?

	Размещаю	Не размещаю	+/-
- Пол (без указания ФИО)	74%	4%	70%
- Имя и фамилия	74%	20%	54%
- Образование	58%	9%	49%
- Возраст (без указания даты рождения)	55%	9%	46%
- Фото (свое)	58%	17%	41%
- Дата рождения	61%	21%	40%

- Любимая музыка/фильмы	42%	9%	33%
- Семейное положение	51%	21%	30%
- Ваше хобби/увлечения	38%	11%	27%
- Профессия	41%	17%	24%
- Место рождения	43%	19%	24%
- Национальность	41%	17%	24%

- Любимые места, отчеты о путешествиях	25%	13%	12%
- Место проживания (без точного адреса)	33%	27%	6%
- Место работы, учебы	32%	28%	4%
- Вероисповедание	27%	24%	3%

Обычно пользователи социальных сетей сообщают о себе такие сведения как имя и фамилия или только пол, дату рождения или только возраст, образование, не опасаясь, что использование этих данных (в том числе, несанкционированное) другими лицами может принести вред. В дополнение к указанным личным данным почти каждый второй пользователь без боязни размещает в социальных сетях личные фото, указывает свое семейное положение, профессию, рассказывает о своих увлечениях/хобби, любимой музыке и фильмах.

Какие из указанных данных Вы обычно размещаете, а какие стараетесь не размещать в социальных сетях?

	Размещаю	Не размещаю	+/-
- Наличие званий, ученых степеней и т.п.	15%	16%	-1%
- Услуги, которые Вы можете предоставить другим пользователям	16%	17%	-1%
- Должность по месту работы	19%	30%	-11%
- Фото родственников, друзей	19%	35%	-16%
- Политические взгляды	18%	37%	-19%
- Совершенные Вами покупки, приобретенные услуги	9%	35%	-26%

- Контактный телефон	21%	61%	-40%
- Сексуальные отношения	4%	53%	-49%
- Материальное положение (оценочно)	10%	60%	-50%
- Персональная информация о членах семьи	5%	69%	-64%
- Размер дохода (в денежном выражении)	6%	69%	-64%
- Точный адрес вашего места проживания	7%	78%	-70%

Напротив, очень редко кто из пользователей социальных сетей готов раскрыть информацию о размерах своего дохода в денежном выражении или хотя бы оценочно, персональную информацию о членах своей семьи, точный адрес своего места проживания, контактный телефон. Мало кто из пользователей склонен к откровениям о сексуальной жизни, совершенных покупках и политических взглядах.

В своем стремлении сохранить конфиденциальность личной информации 37% пользователей социальных сетей время от времени ограничивают права других пользователей на просмотр своей страницы или/и написание сообщений с помощью таких сервисов как настройки приватности, 41% используют "черный список", 32% - отключение ленты новостей о себе и т.п.? От 13% до 24% пользователей прибегают к такой практике всегда и во всех социальных сетях. Напротив, от 32% до 52% пользователей никогда не используют в социальных сетях такие ограничения.

Одним из способов "самозащиты" пользователей социальных сетей является сообщение недостоверных персональных данных и иной информации. С этой целью пользователи социальных сетей чаще всего сообщают в постах, статусах, профиле, комментариях и т.п. недостоверную информацию о размере дохода, материальном положении (18% делают это часто, а 15% иногда), месте, адресе проживания (17% и 20% соответственно), контактном телефоне (16% и 17%), сексуальных отношениях (13% и 10%), приобретенных услугах, совершенных покупках (10% и 12%), своих фото (10% и 20%), дате рождения, возрасте (8% и 23%), имени и/или фамилии (7% и 26%), месте работы, учебы, профессии, должности (9% и 18%), политических взглядах (8% и 12%). Около 12% пользователей соцсетей вообще не размещают в них своих реальных фото, а 40% ограничивают их одним десятком.

Компания Digital Research проводит маркетинговые исследования аудитории интернета с использованием технологии онлайн опросов и веб-панелей,

По вопросам информационного сотрудничества и проведению исследований обращайтесь к Александру Иванову – тел. +7 (812) 920-68-12, info@digitalresearch.ru