


Активность русскоязычных пользователей в соц. сетях



Исследование относительной активности пользователей к разным форматам публикаций в соц. сетях за 2018 год

На базе агрегированных данных сервиса [Popsters](#)

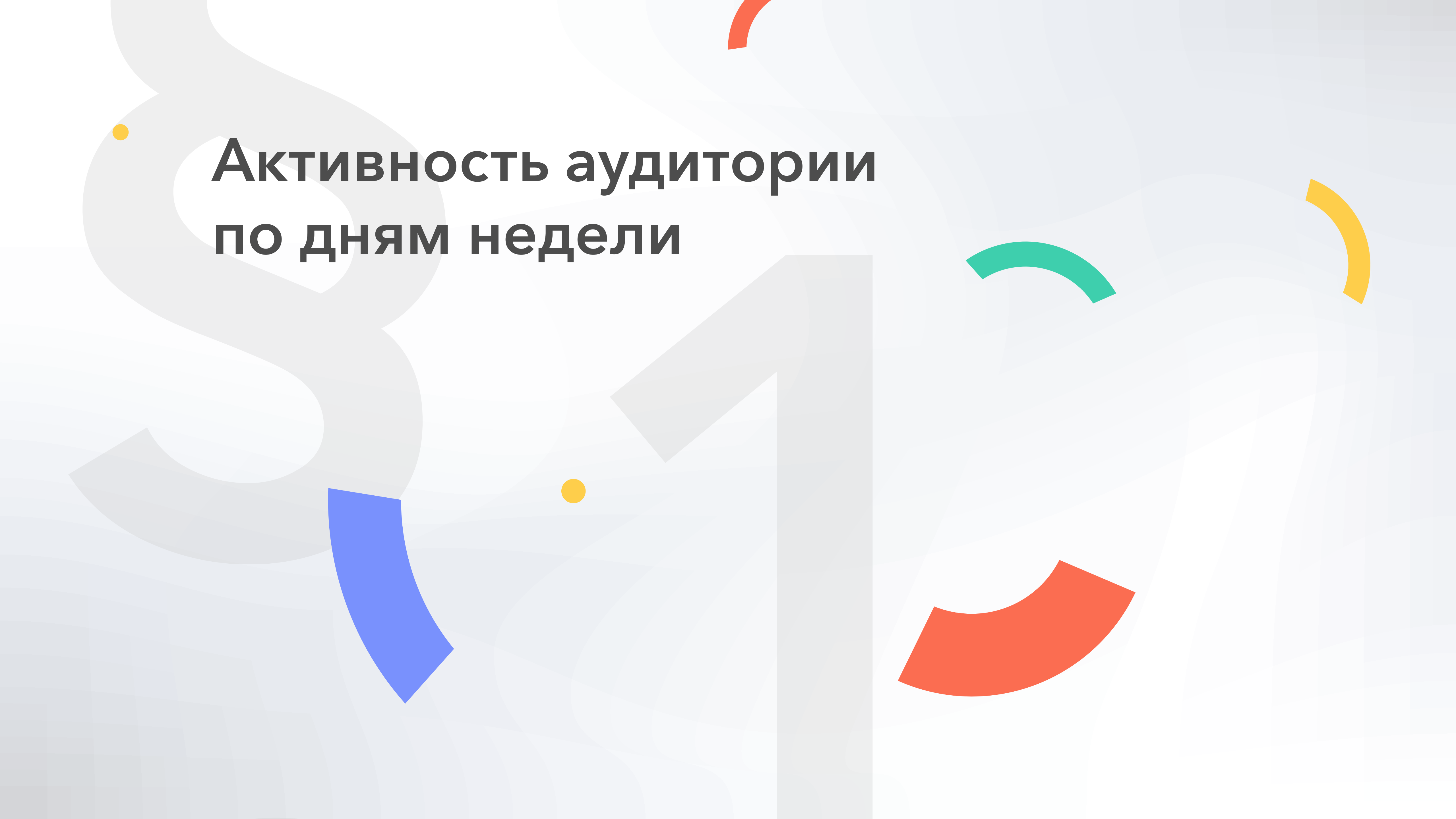


Источник данных

В основании исследования лежат обезличенные данные о статистике активности 460 млн публикаций от 580 тысяч различных сообществ, проанализированных нашими пользователями, в 7 социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram, Twitter, Telegram и YouTube.

При расчёте из выборки исключались статистически нерепрезентативные результаты анализов и данные неактуальных периодов.

Активность аудитории по дням недели



Методика расчётов I

Средняя активность
у постов определенного
сообщества в этот день

=

Сумма всех активностей (реакции, шеры, комментарии),
опубликованных в определенный день недели

Количество постов этого формата

Процент активности
у средних постов,
публикуемых
в определенный день

=

Средняя активность на определенный день

Сумма средних активностей по всем
дням недели

× 100 %

Методика расчётов II

Агрегированные данные
разных анализов

=

Сумма данных по всем выгрузкам
в данное время

Количество ненулевых значений

Из выборки исключались
сообщества, не публиковавшие
за отчетный период записи
в какие-либо дни

Выровненные
процентные
соотношения в рамках
пересчета из-за
ненулевых значений

=

Средний показатель по каждому промежутку времени

Сумма всех средних показателей

§1

Активность аудитории по дням недели

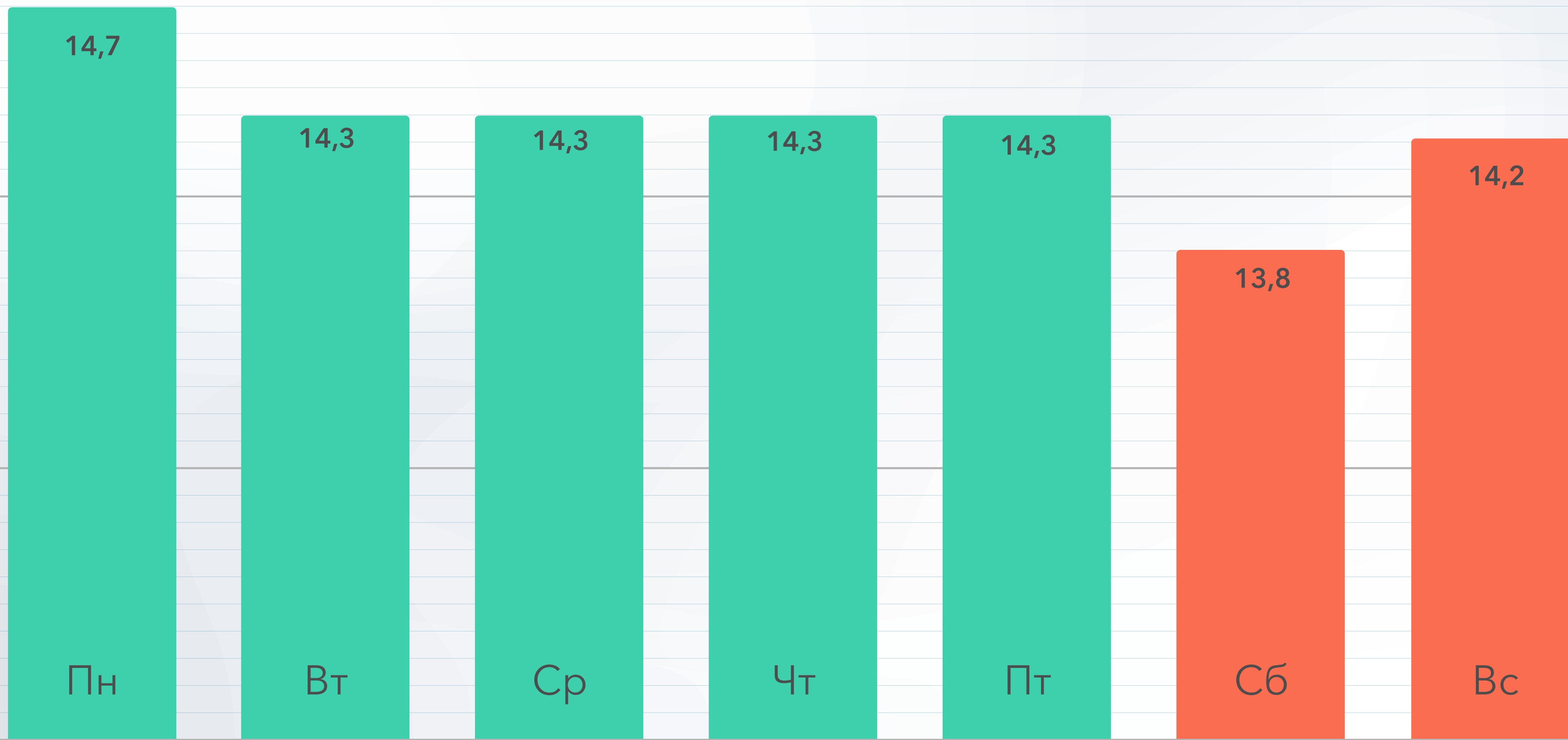
ВКонтакте

15 %

14 %

13 %

12 %



§1

Активность аудитории по дням недели

Facebook

15 %

14 %

13 %

12 %



Одноклассники

15 %



§1

Активность аудитории по дням недели

Instagram

15 %

14 %

13 %



Twitter

15 %

14 %

13 %

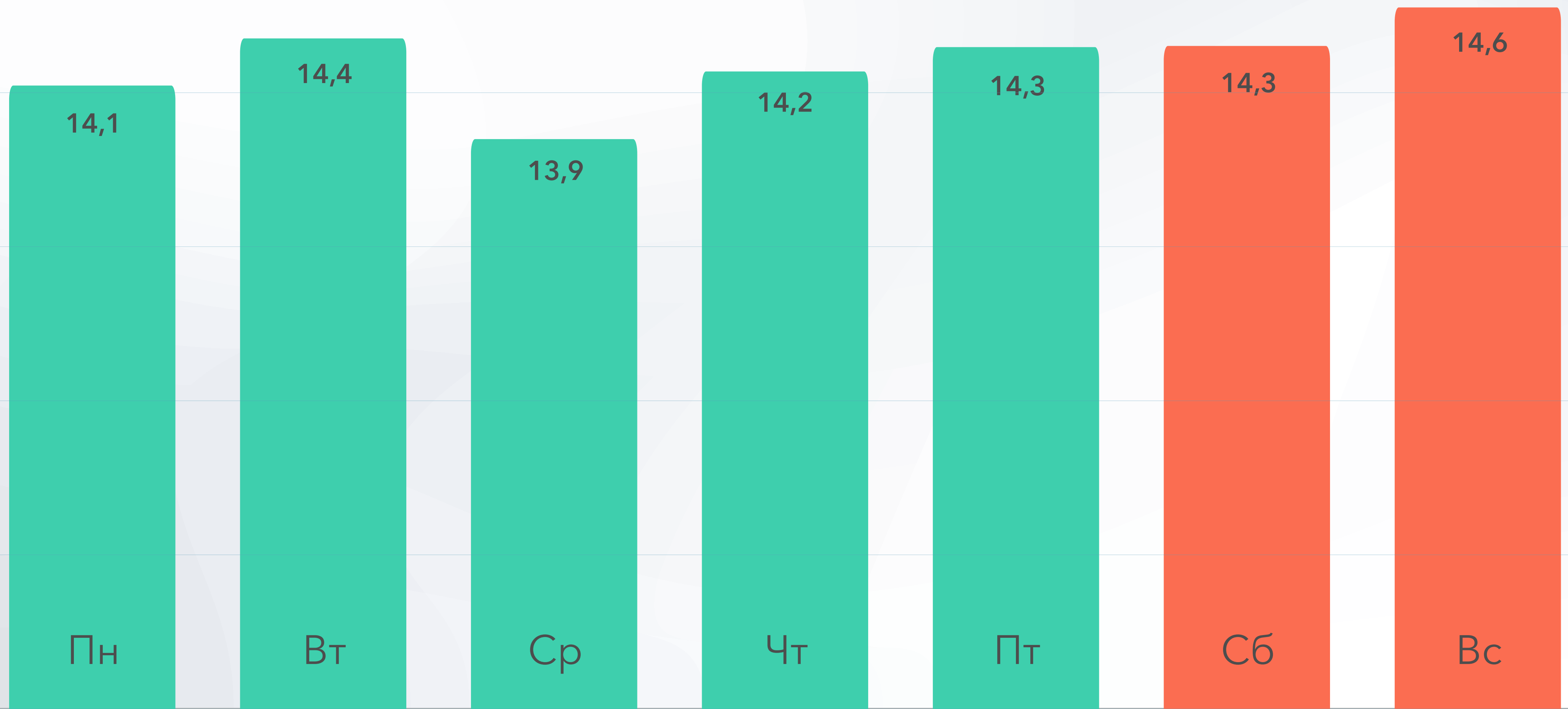
12 %



YouTube

15 %

10 %



§1

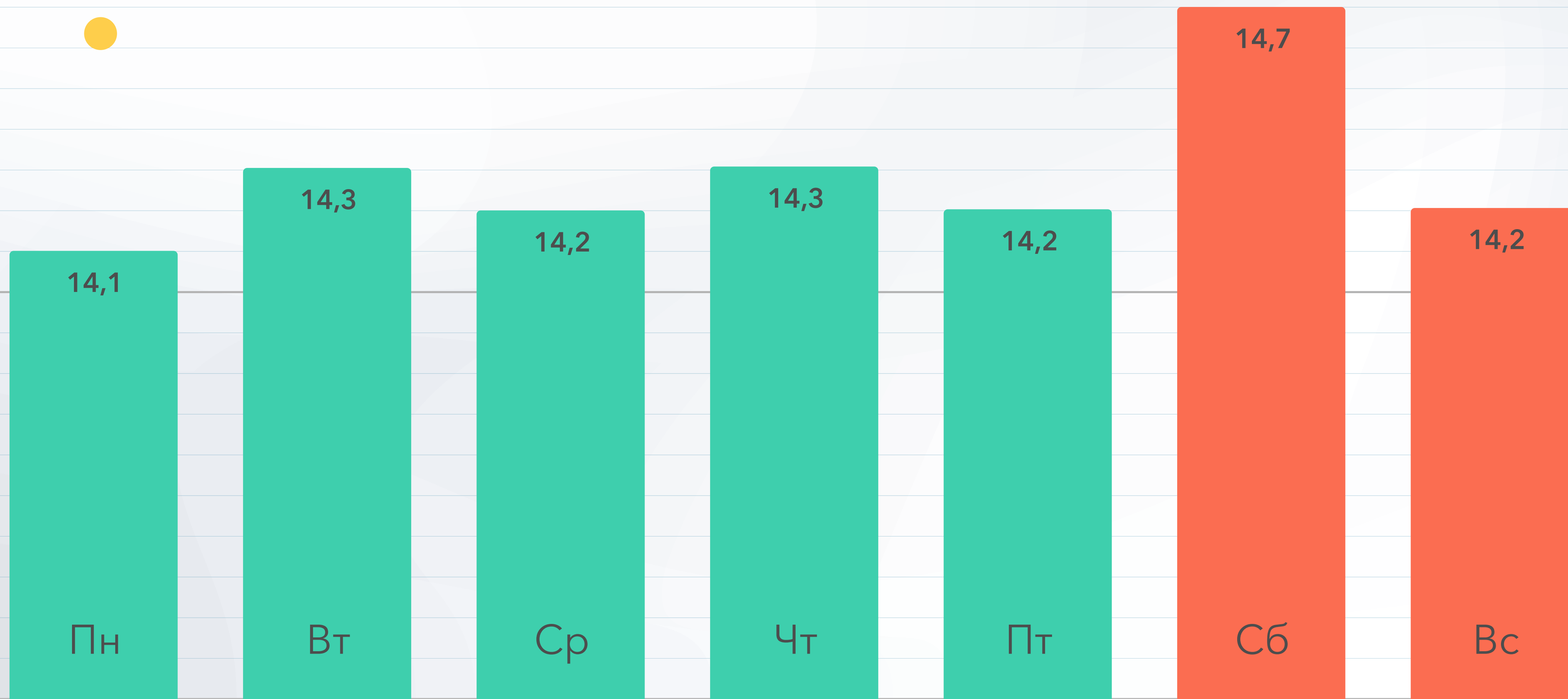
Активность аудитории по дням недели

Telegram

15 %

14 %

13 %



Среднее по всем сетям

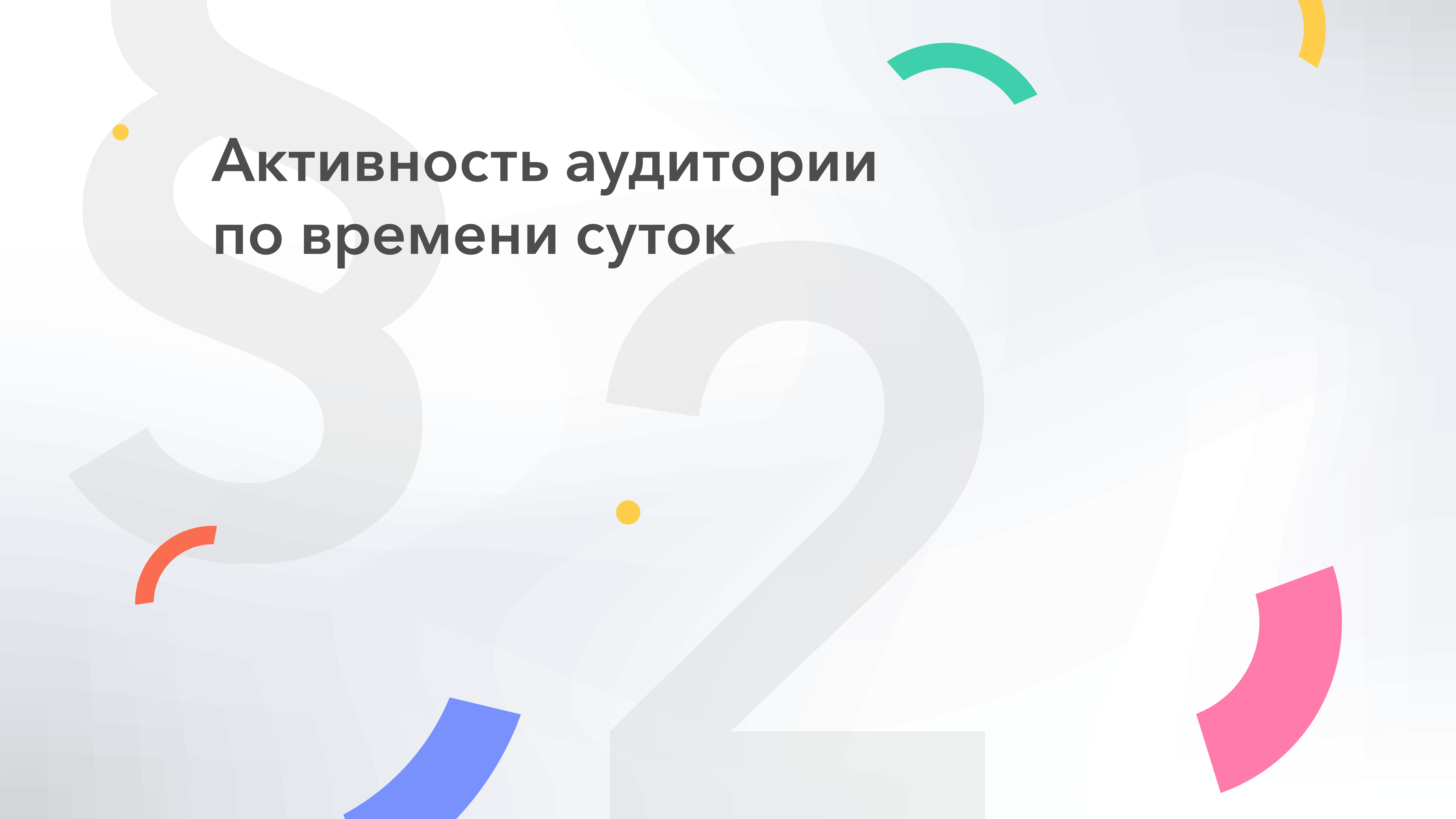
15 %

14 %

13 %

12 %





Активность аудитории по времени суток

Методика расчётов I

Средняя активность
у постов конкретного
сообщества в это время

=

Сумма всех активностей (реакции, шеры, комментарии),
опубликованных в определенное время суток

Количество постов этого формата

Процент активности
у средних постов,
публикуемых
в определенное
время суток

=

Средняя активность на определенное время

Сумма средних активностей по каждому часу

× 100 %

Методика расчётов II

Агрегированные данные
разных анализов

=

Сумма данных по всем выгрузкам
в данное время

Количество ненулевых значений

Из выборки исключались
сообщества, не публиковавшие
за отчетный период записи
в какое-либо время

Выровненные
процентные
соотношения в рамках
пересчета из-за
ненулевых значений

=

Средний показатель по каждому промежутку времени

Сумма всех средних показателей

§ 2

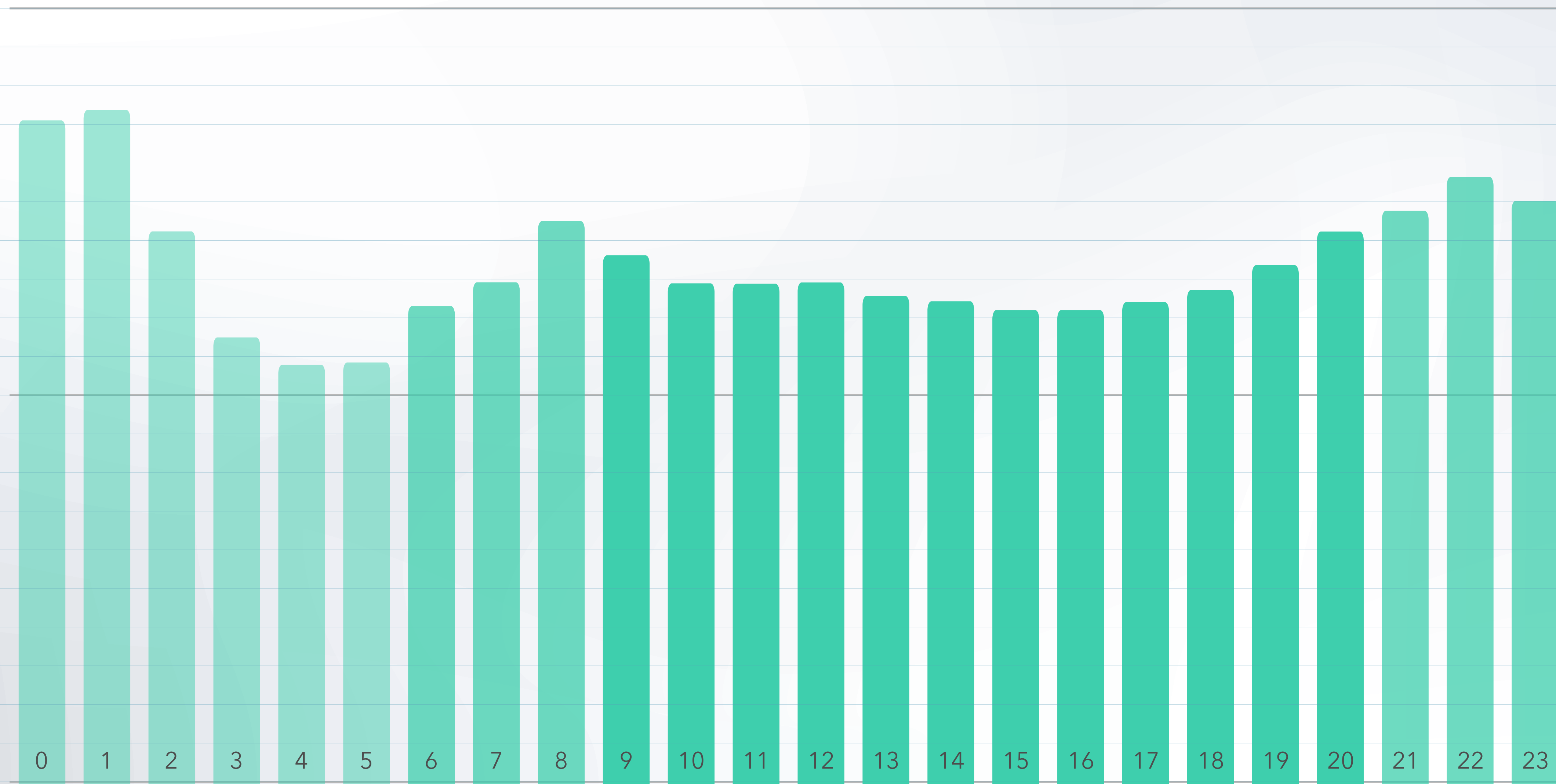
Активность аудитории по времени суток

ВКонтакте

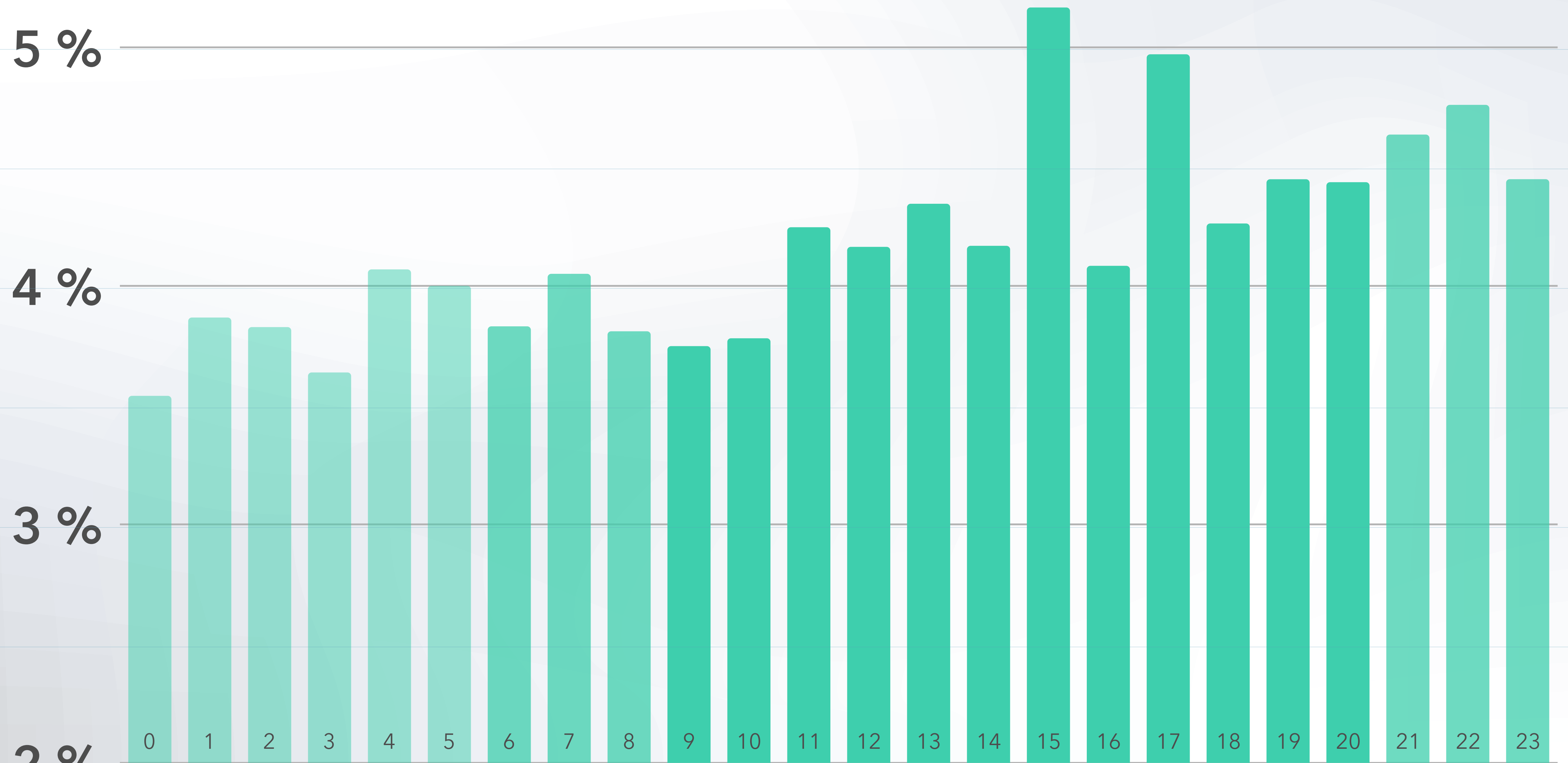
5 %

4 %

3 %



Facebook



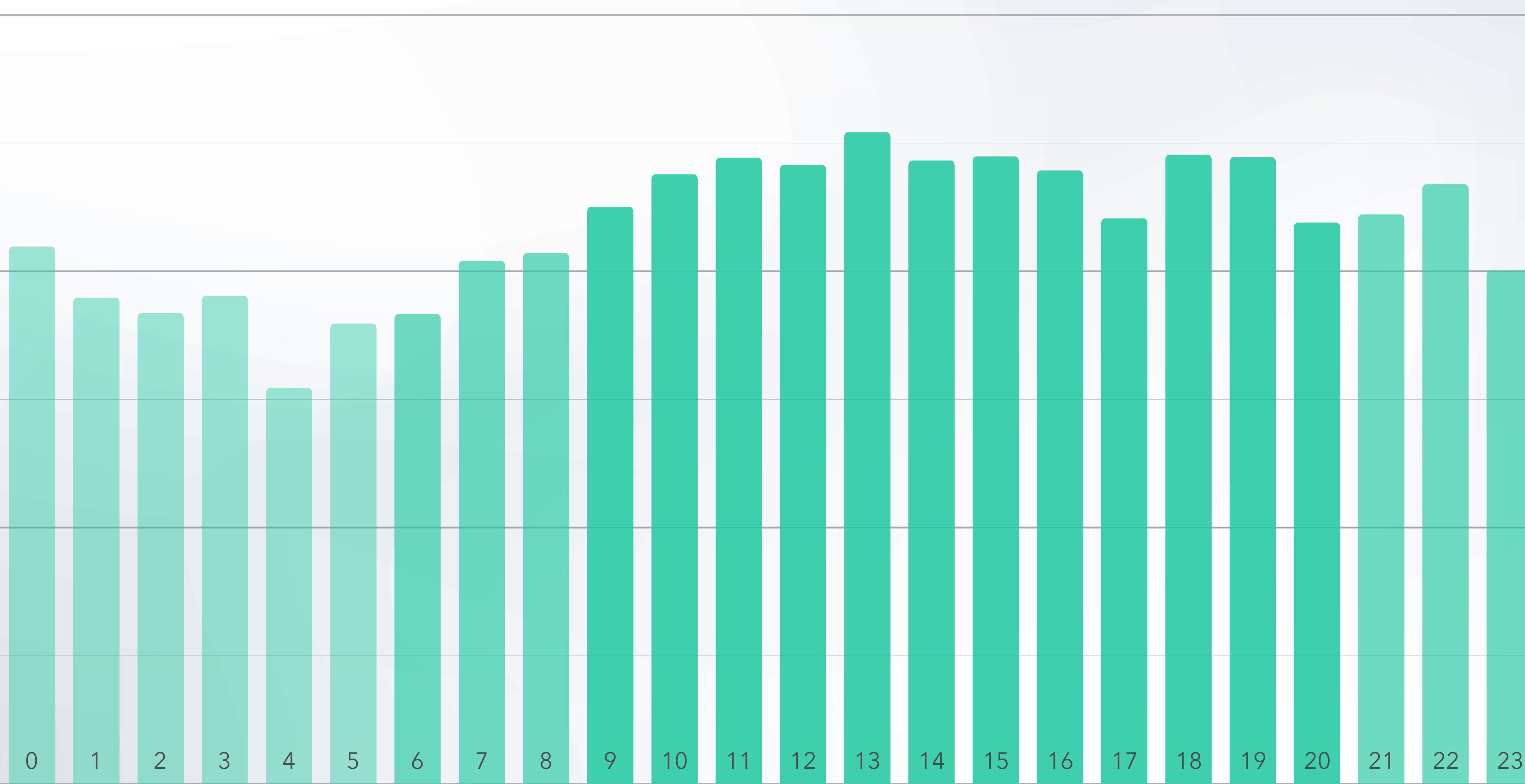
Одноклассники

5 %

4 %

3 %

2 %



§ 2

Активность аудитории по времени суток

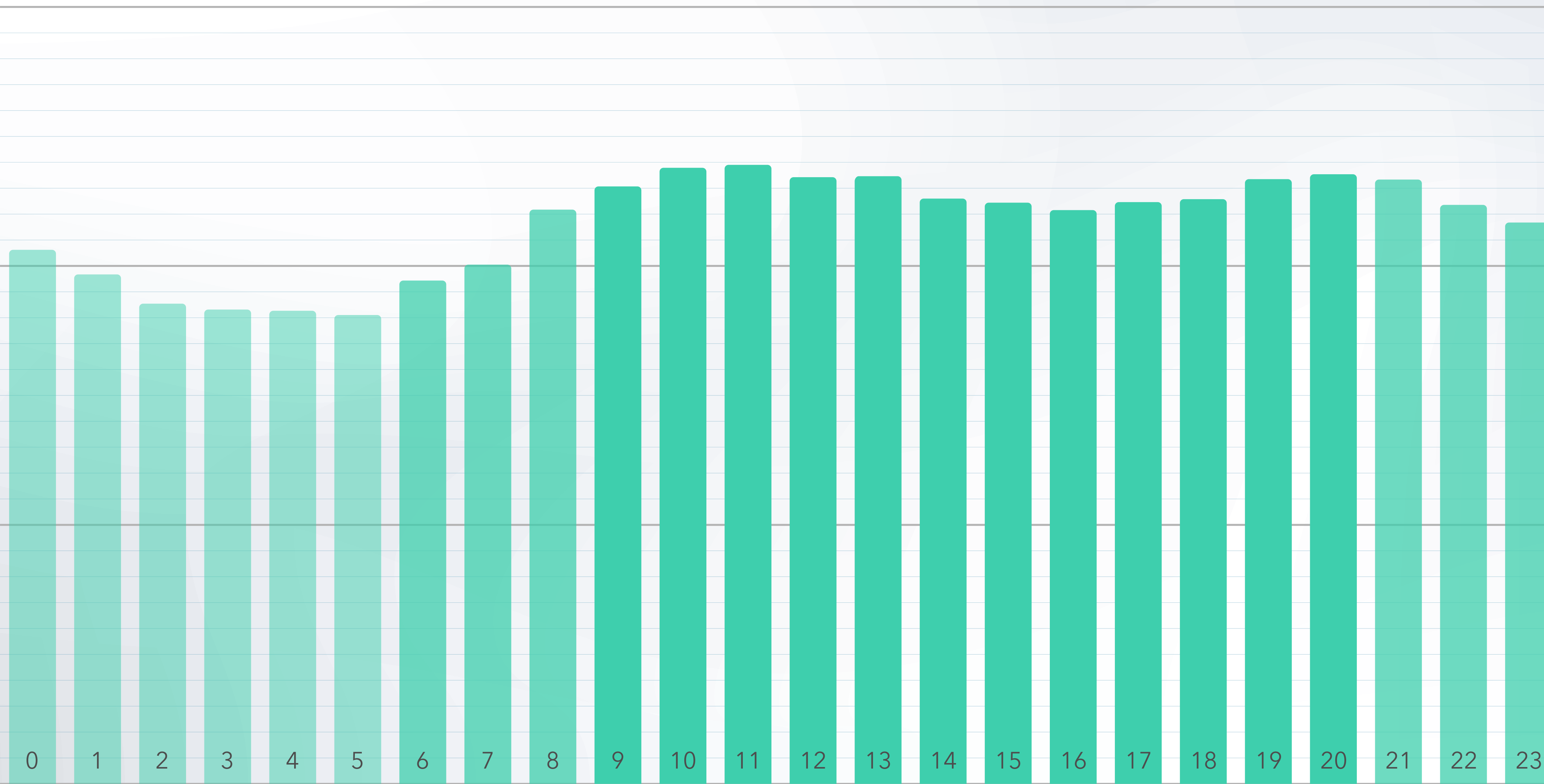
Instagram

5 %

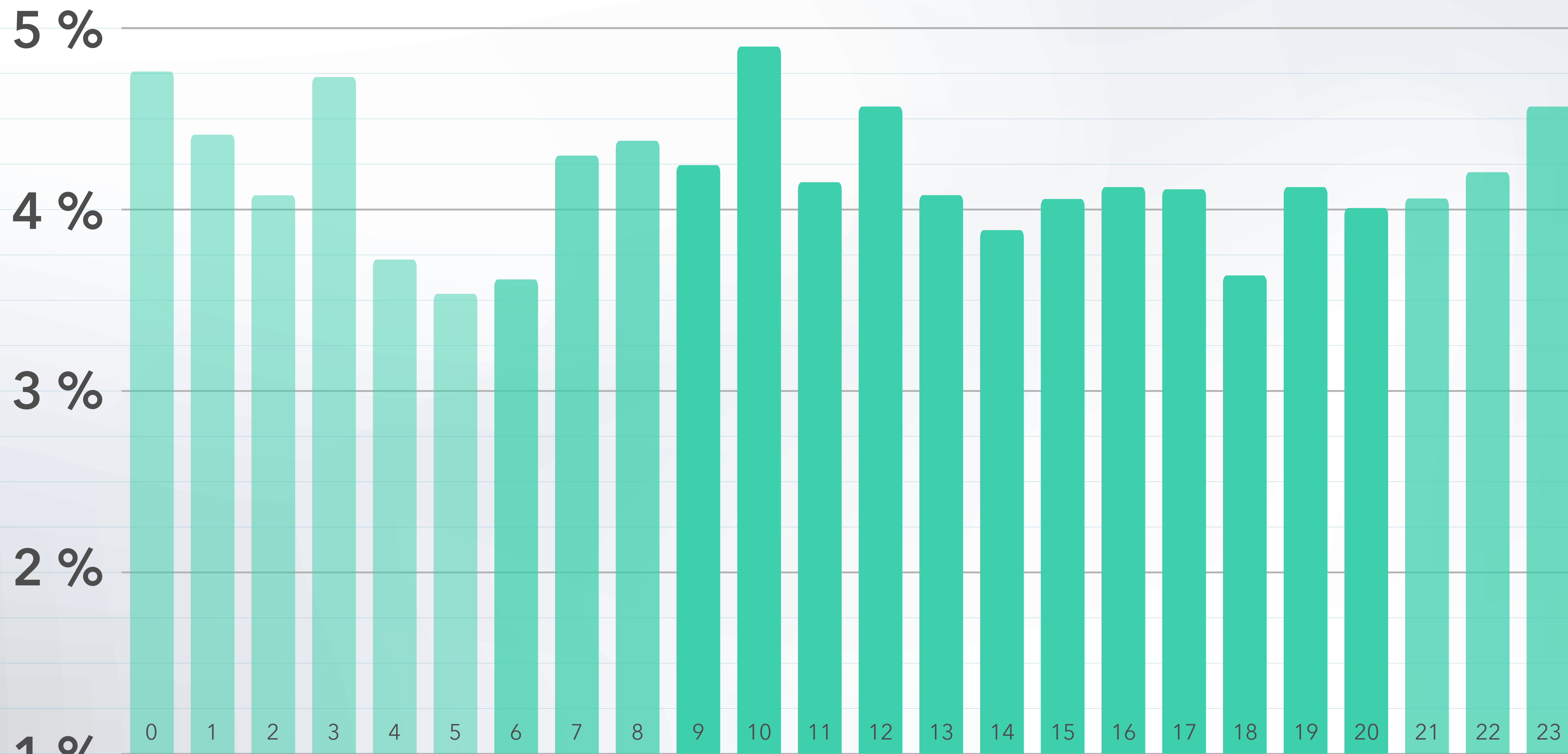
4 %

3 %

2 %



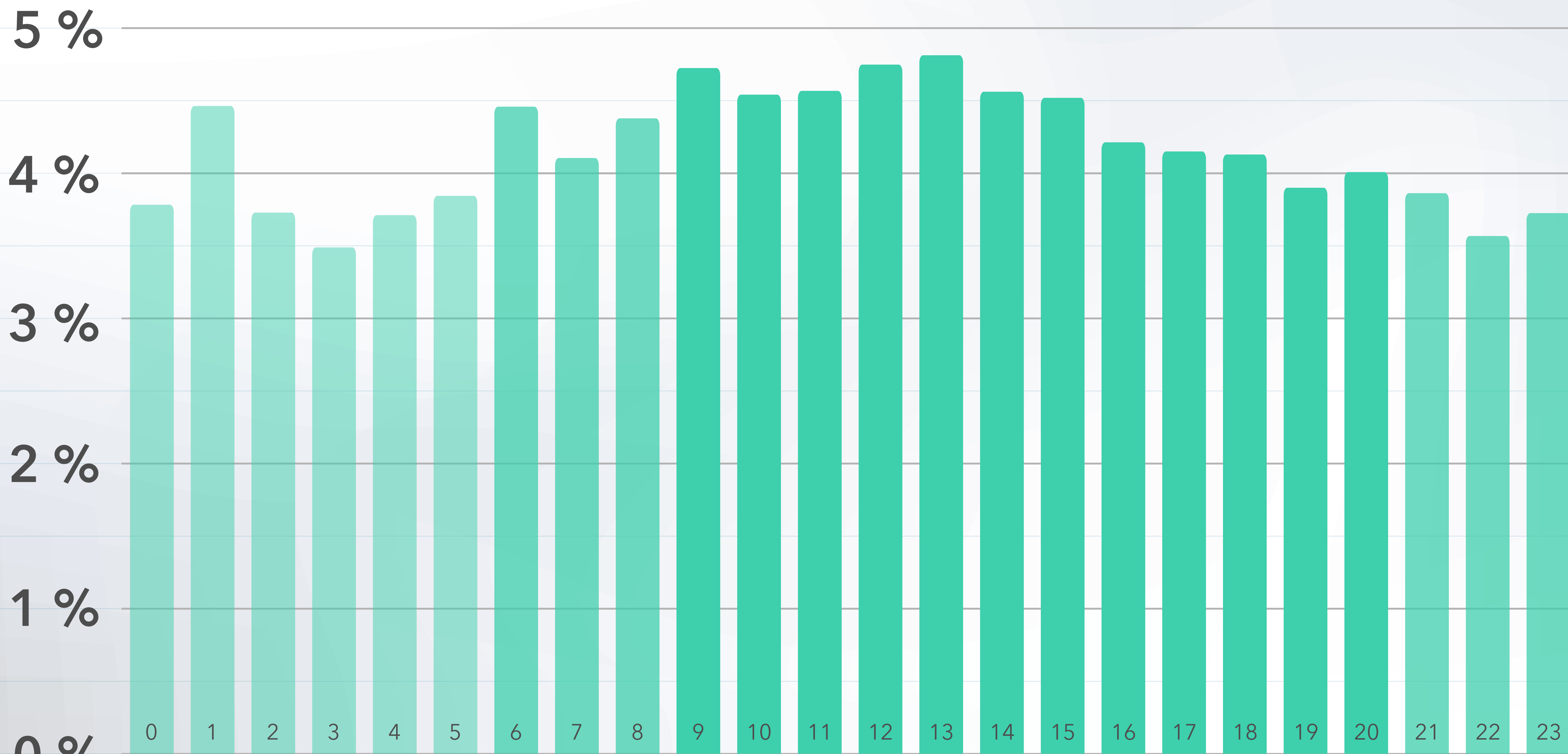
Twitter



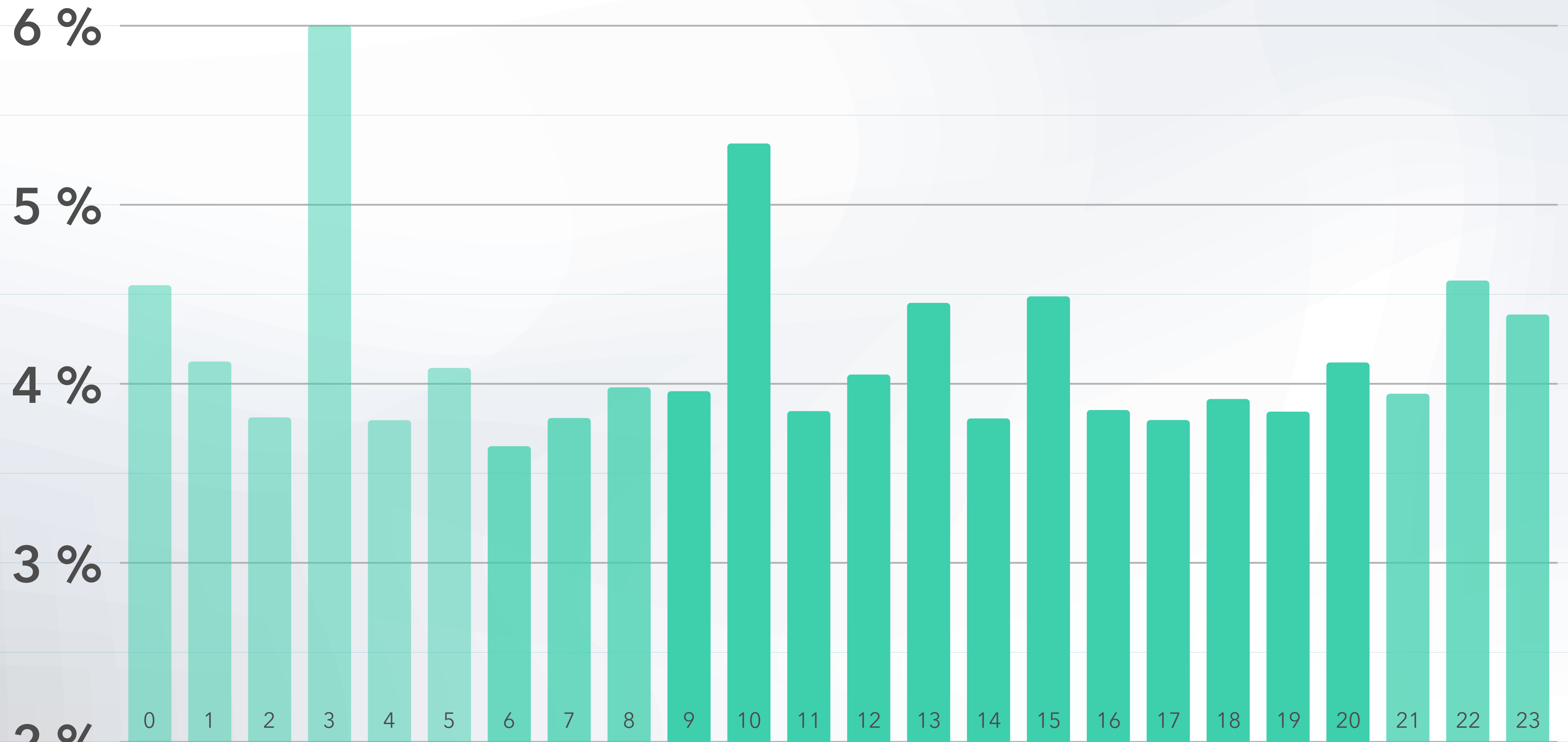
§ 2

Активность аудитории по времени суток

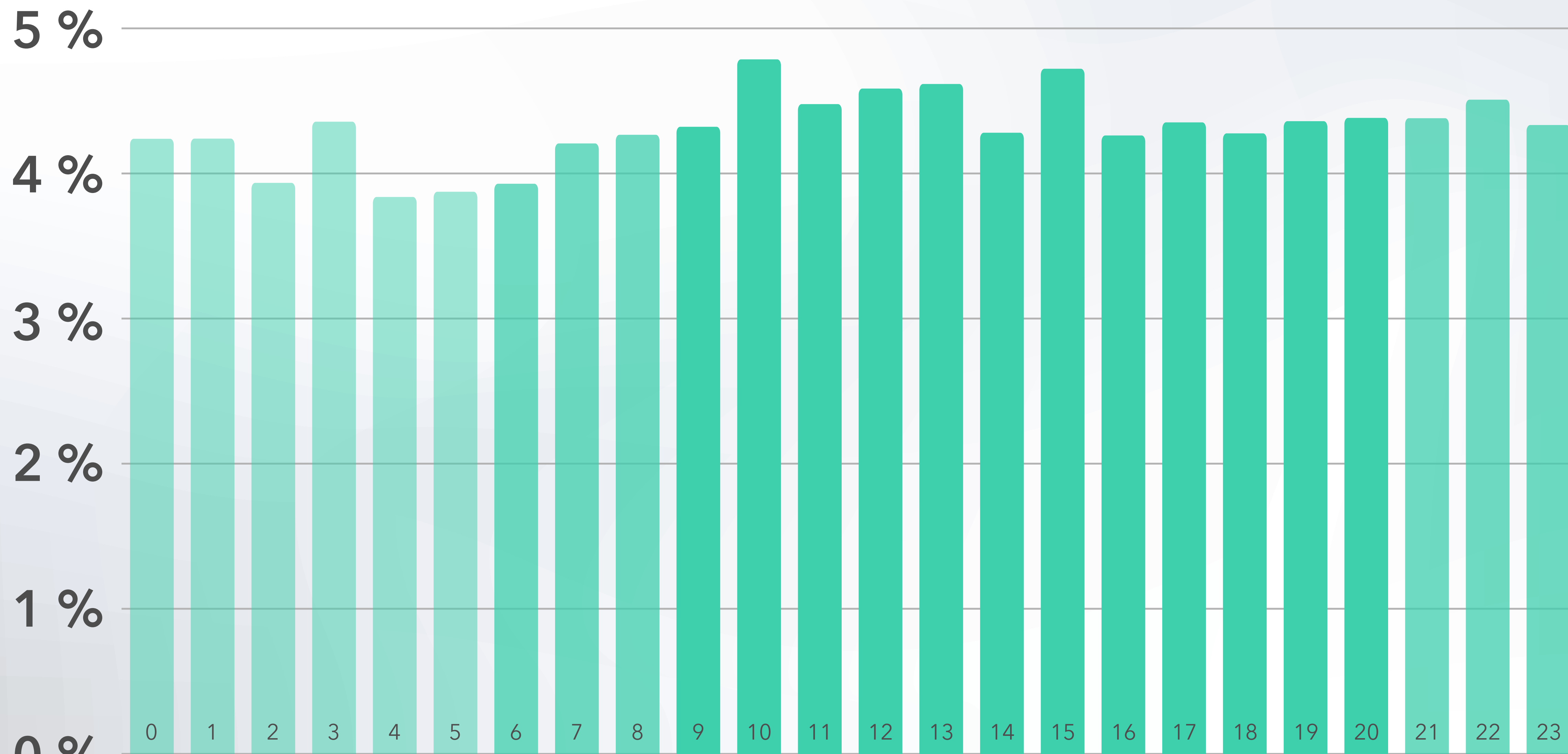
YouTube



Telegram



Среднее по всем сетям



**Активность аудитории
в зависимости от объёма текста
в публикации**

Методика расчётов I

Сервис автоматически разбивает все публикации на 3 категории:

**Короткий
пост**
до 160 символов

**Средний
пост**
160...1 000
СИМВОЛОВ

**Длинный
пост**
свыше 1 000
СИМВОЛОВ

Методика расчётов II

Средняя активность у постов конкретного сообщества с текстом определенной длины

$$= \frac{\text{Сумма всех активностей у постов с текстом определенной длины}}{\text{Количество постов этого формата}}$$

Процент активности у средних постов, публикуемых с таким содержанием

$$= \frac{\text{Средняя активность у постов такого формата}}{\text{Сумма средних активностей по всем форматам}} \times 100 \%$$

Методика расчётов III

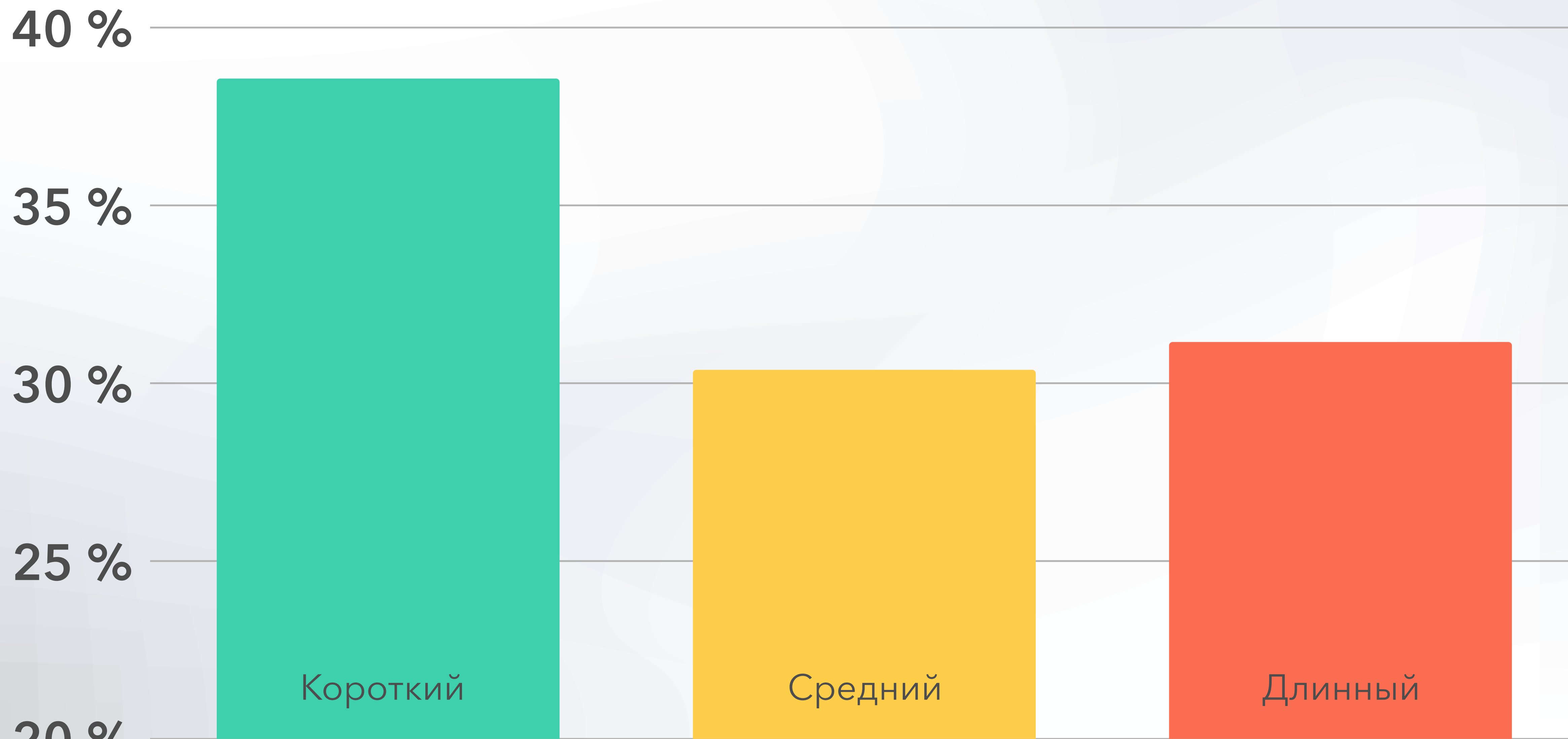
Агрегированные данные разных анализов $=$ $\frac{\text{Сумма данных по всем выгрузкам с текстом данного формата}}{\text{Количество ненулевых значений}}$

Выровненные процентные соотношения в рамках пересчета из-за ненулевых значений $=$ $\frac{\text{Средний показатель по каждому формату}}{\text{Сумма всех средних показателей}}$

§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

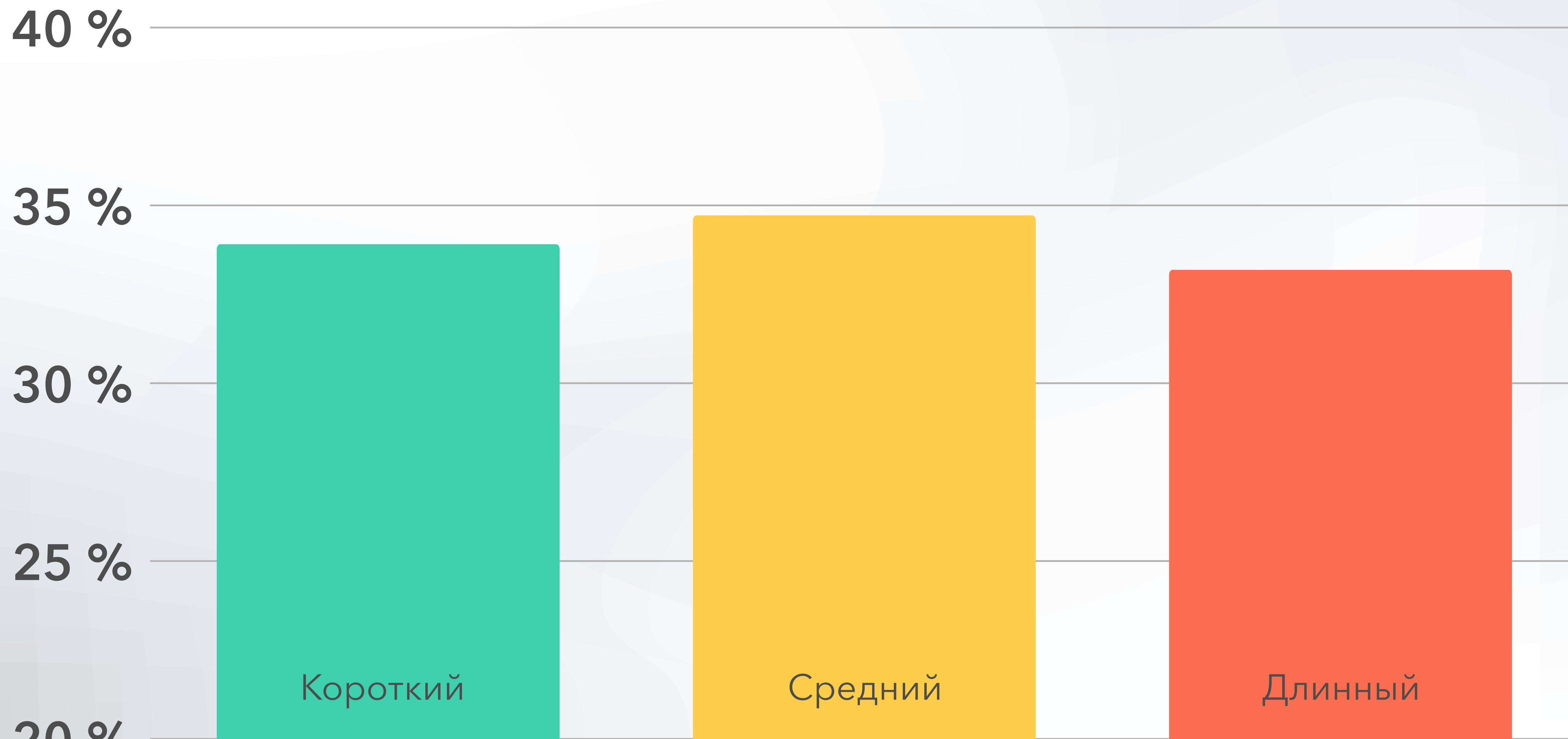
ВКонтакте



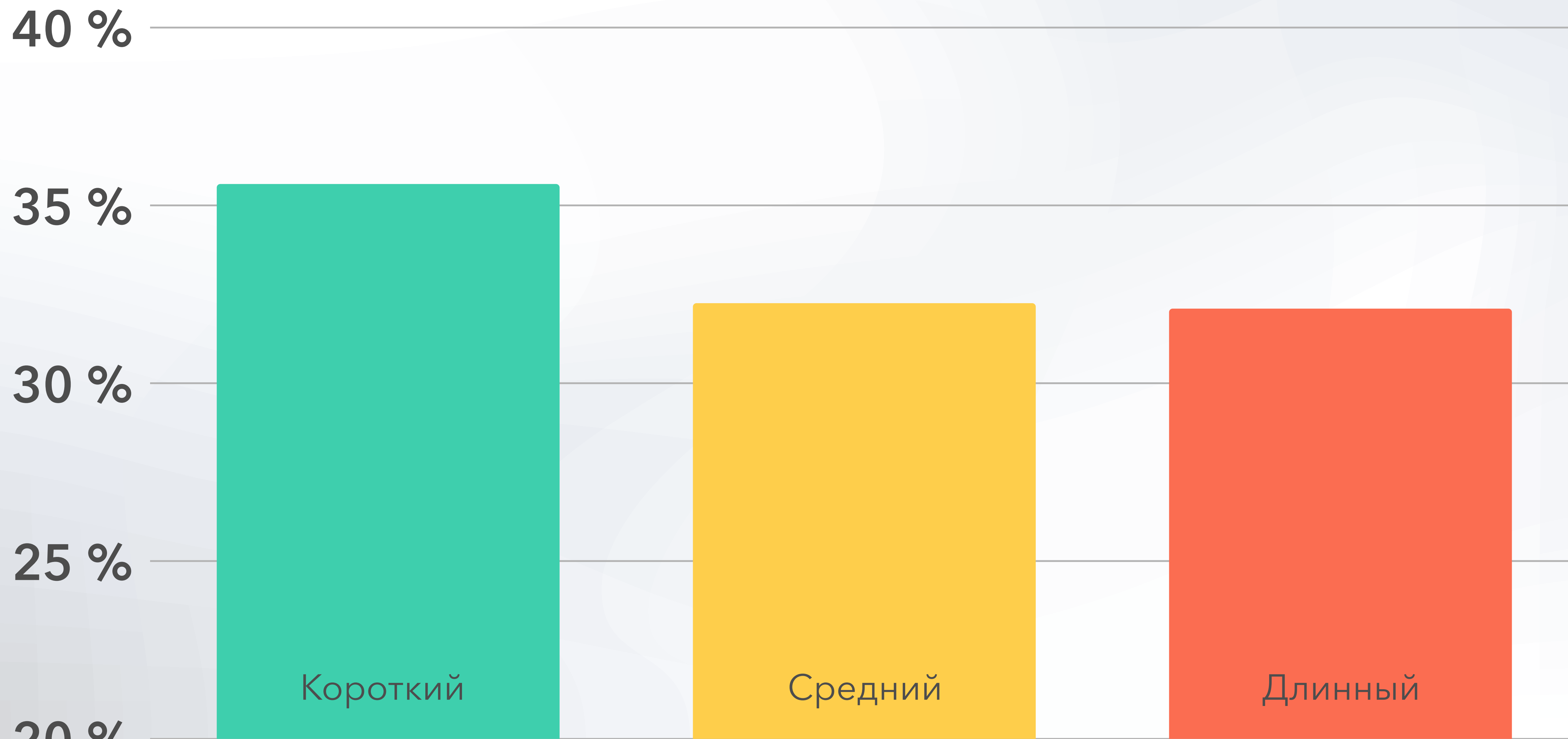
§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

Facebook



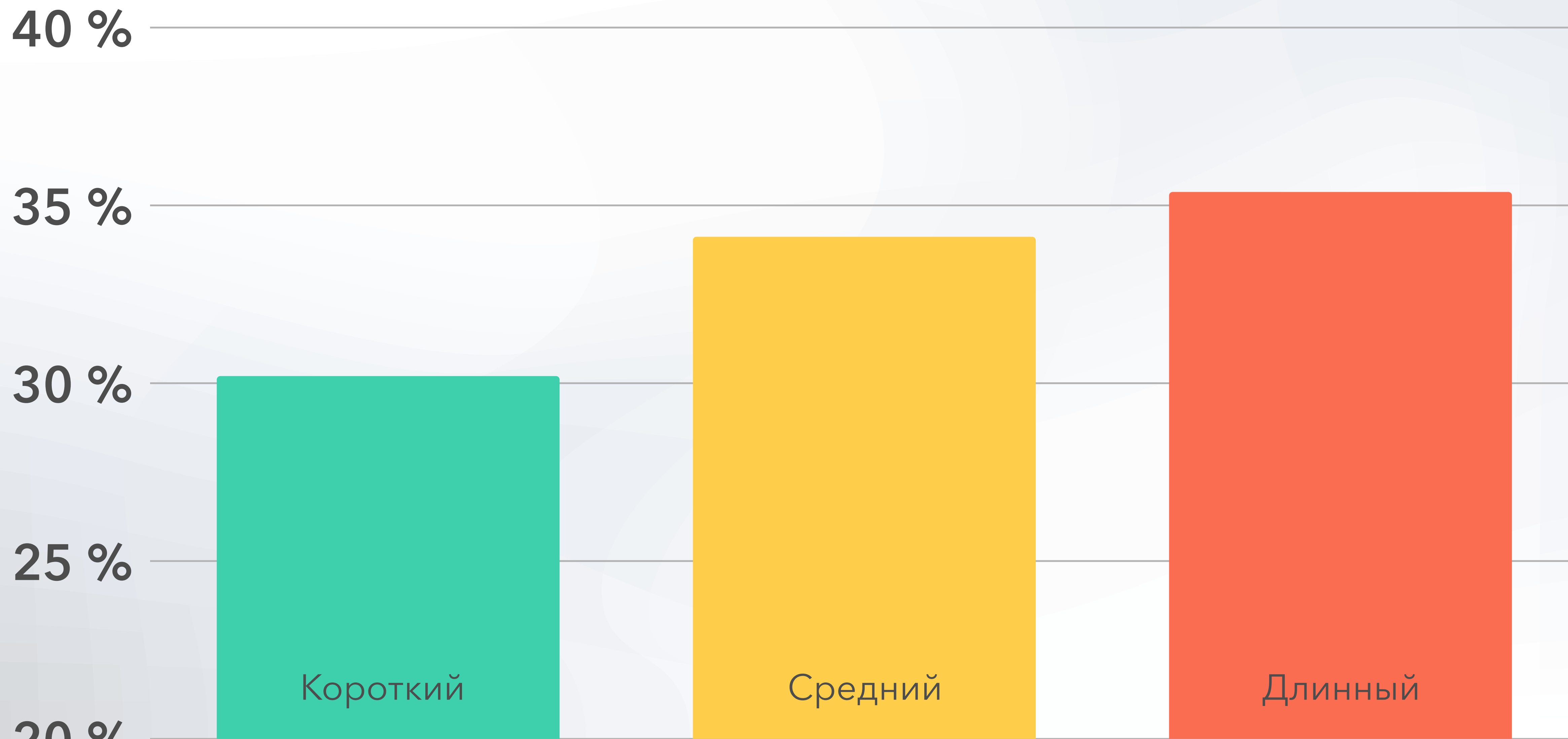
Одноклассники



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

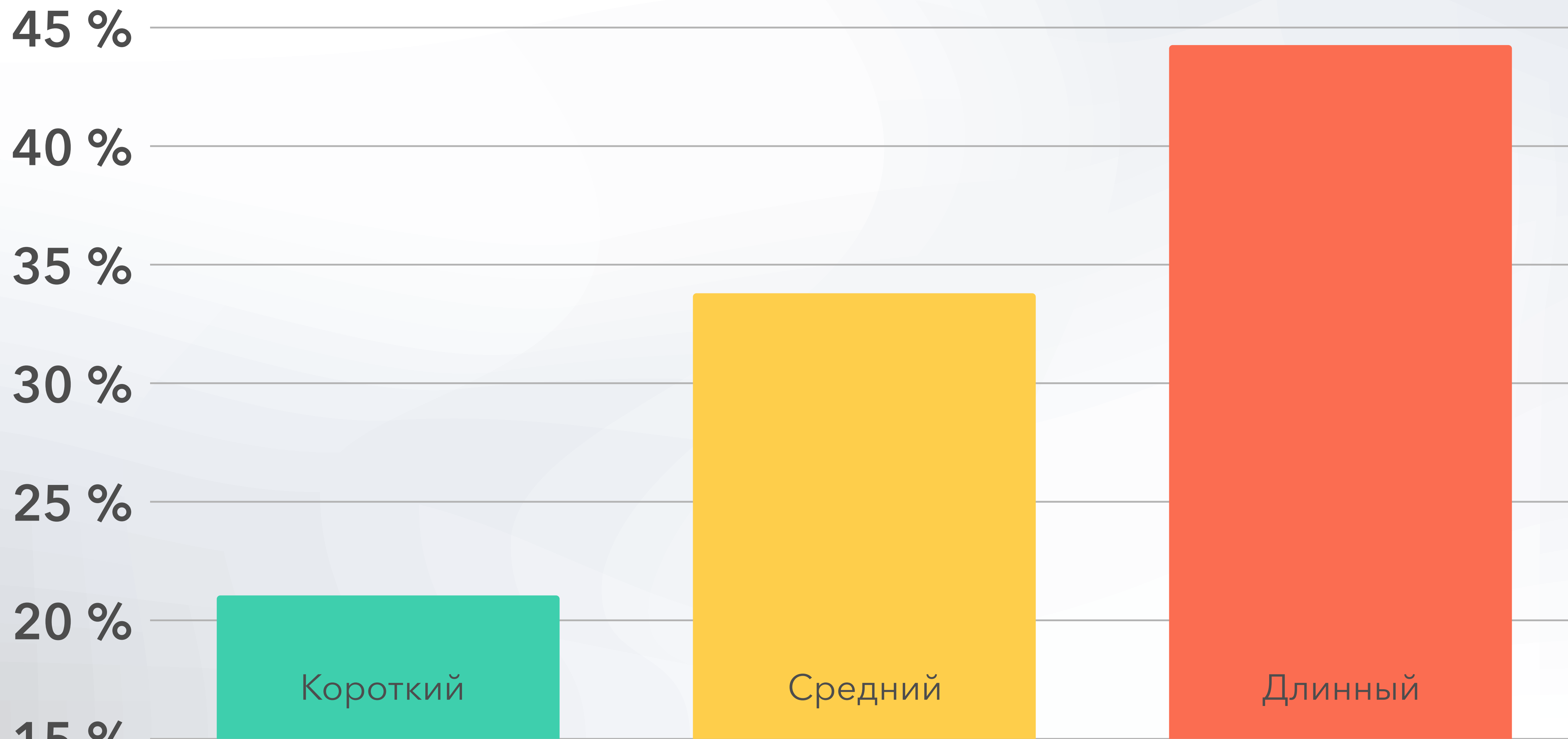
Instagram



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

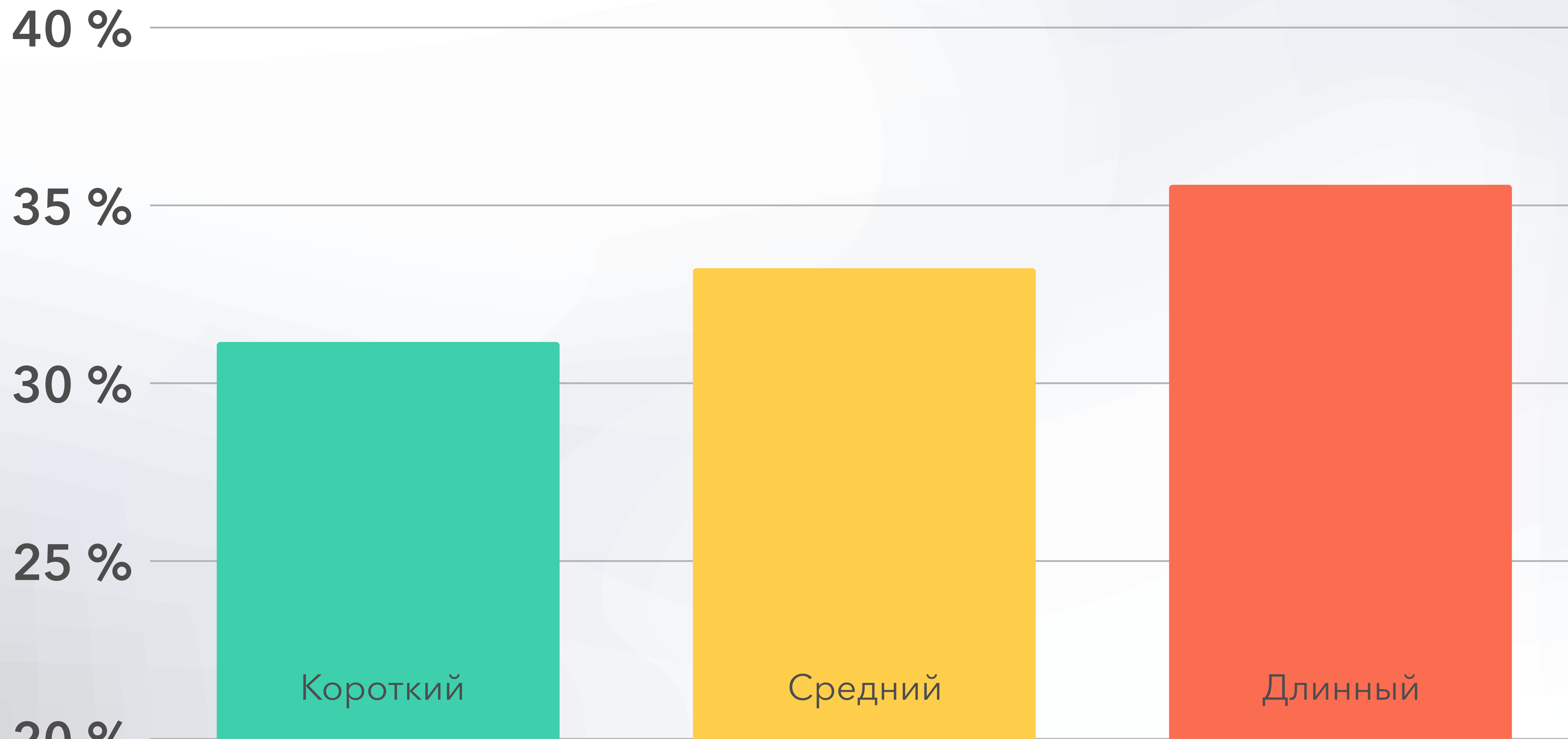
YouTube



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

Telegram



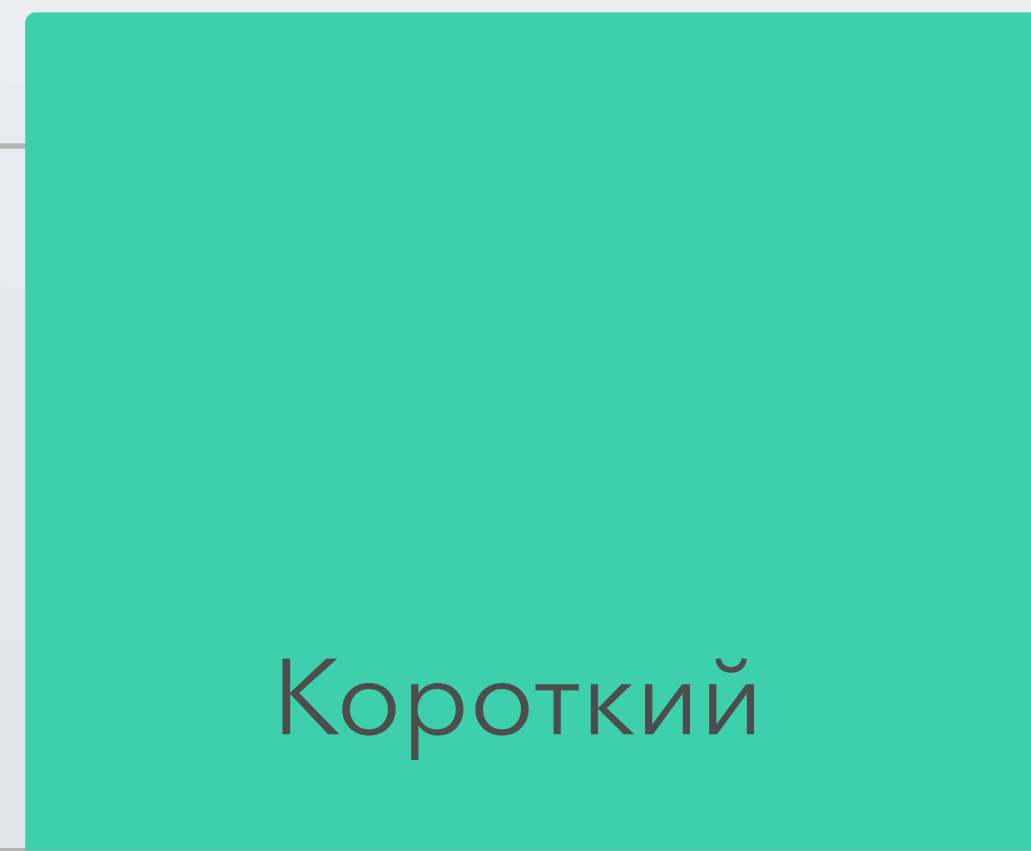
Среднее по всем сетям

40 %

35 %

30 %

25 %



Короткий

Средний

Длинный

ВКонтакте

6 %

5 %

4 %

3 %

Короткий

Длинный

Средний

Пн

Вт

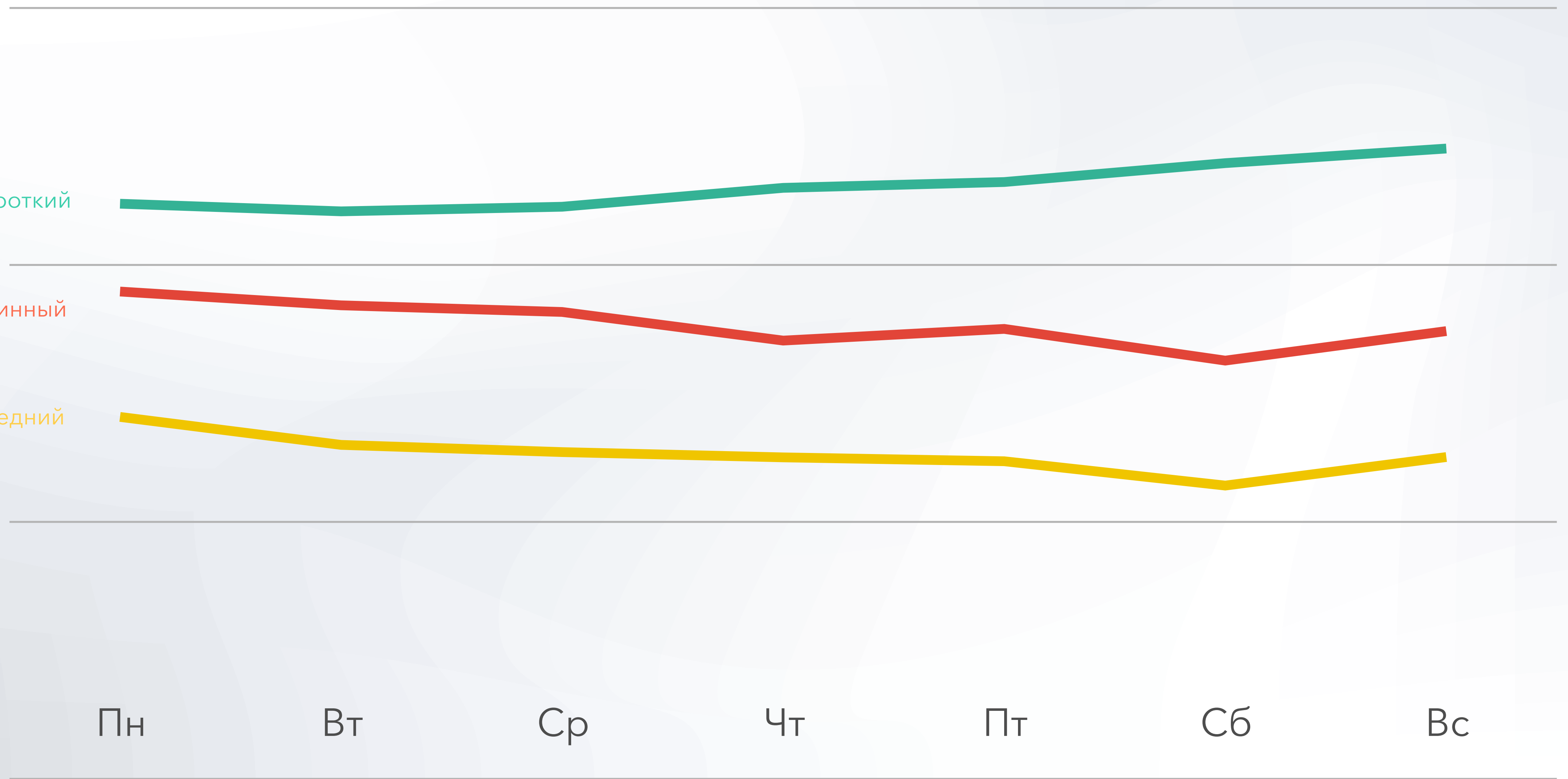
Ср

Чт

Пт

Сб

Вс



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

Facebook

6 %

Длинный
Короткий
Средний

5 %

4 %

3 %

Пн

Вт

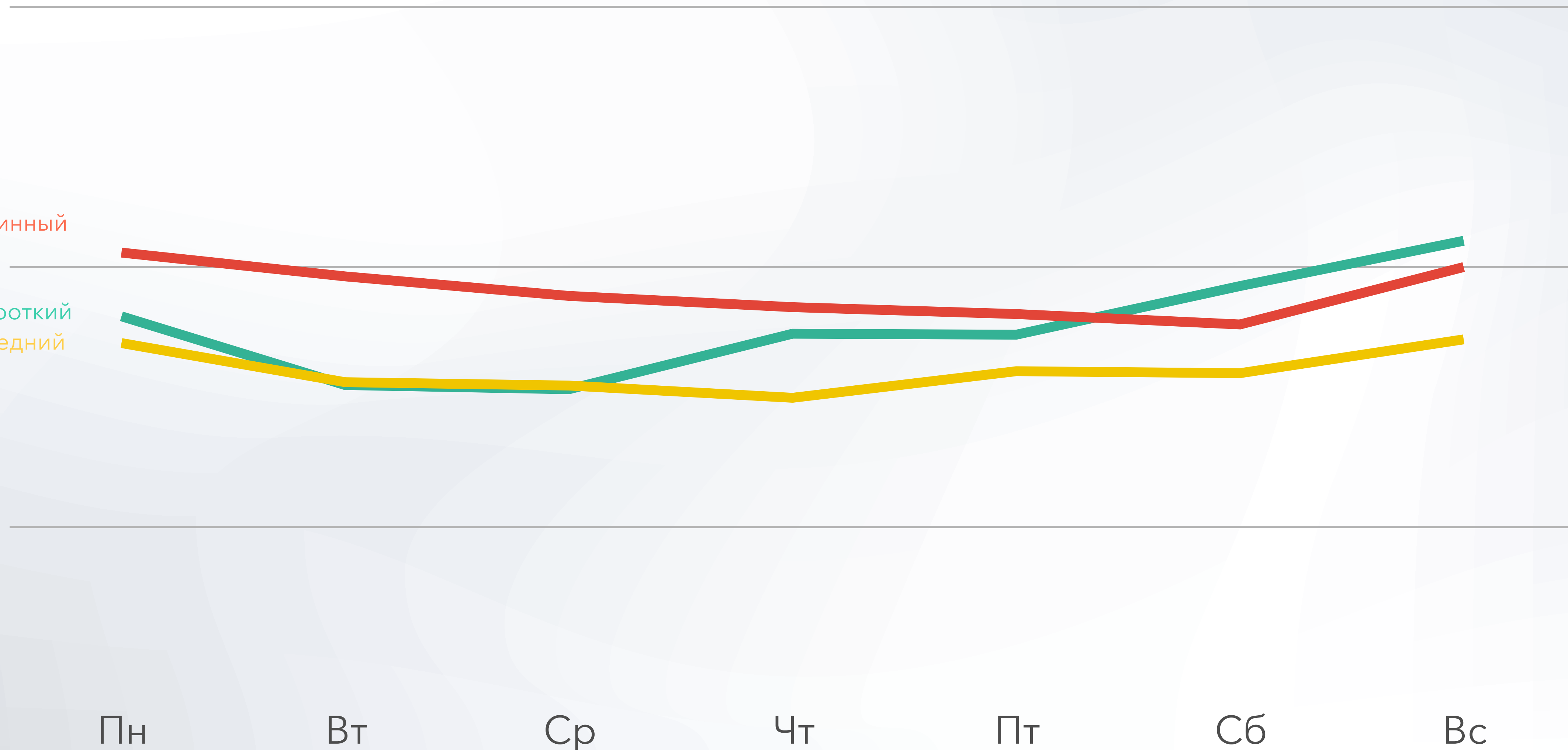
Ср

Чт

Пт

Сб

Вс



Одноклассники

7 %

6 %

5 %

4 %

3 %

Короткий

Длинный
Средний

Пн

Вт

Ср

Чт

Пт

Сб

Вс



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

Instagram

6 %

Длинный

5 %

Средний

4 %

Короткий

Пн

Вт

Ср

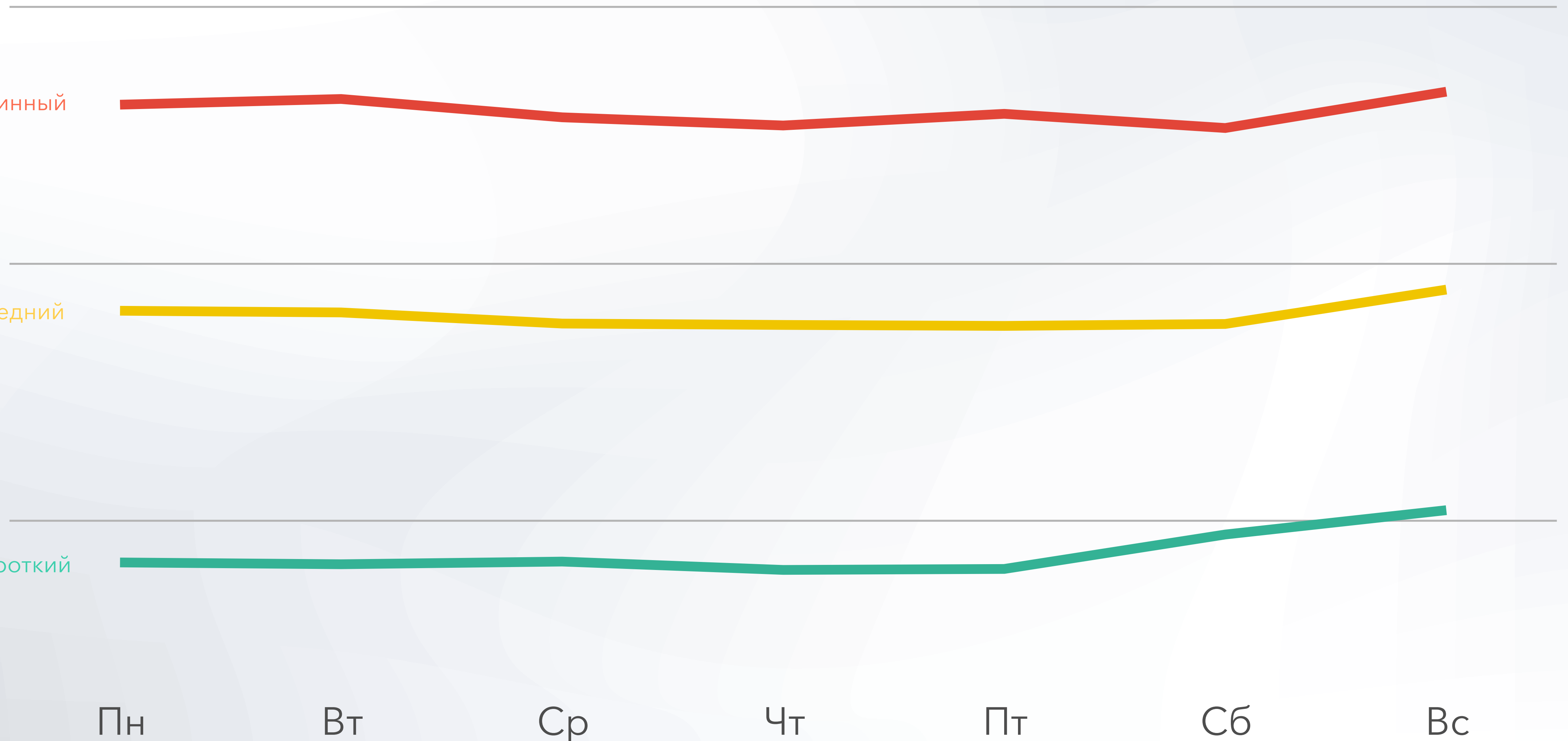
Чт

Пт

Сб

Вс

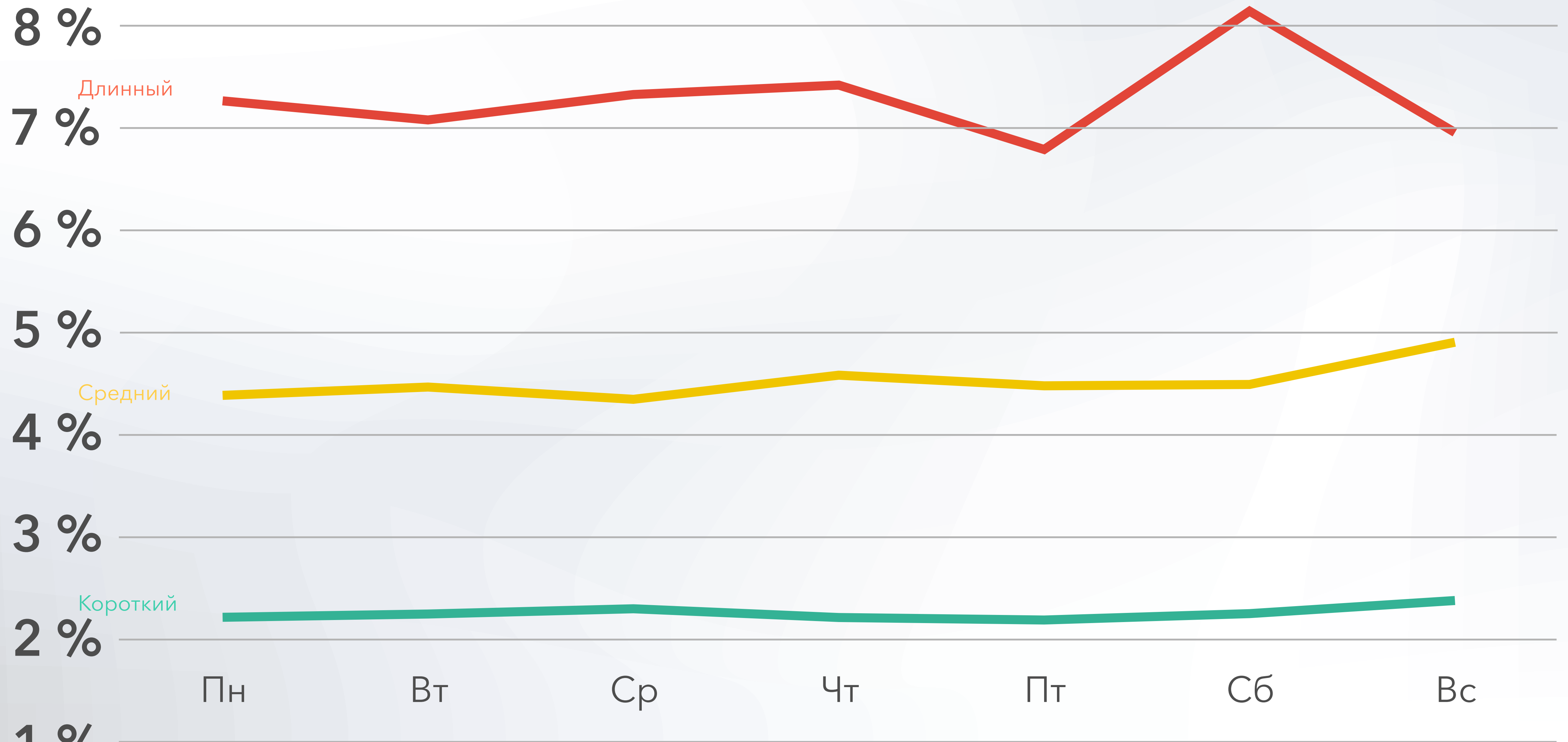
3 %



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

YouTube



§3

Активность аудитории в зависимости от объёма текста в публикации

Telegram

6 %

Длинный

5 %

Средний

4 %

Короткий

Пн

Вт

Ср

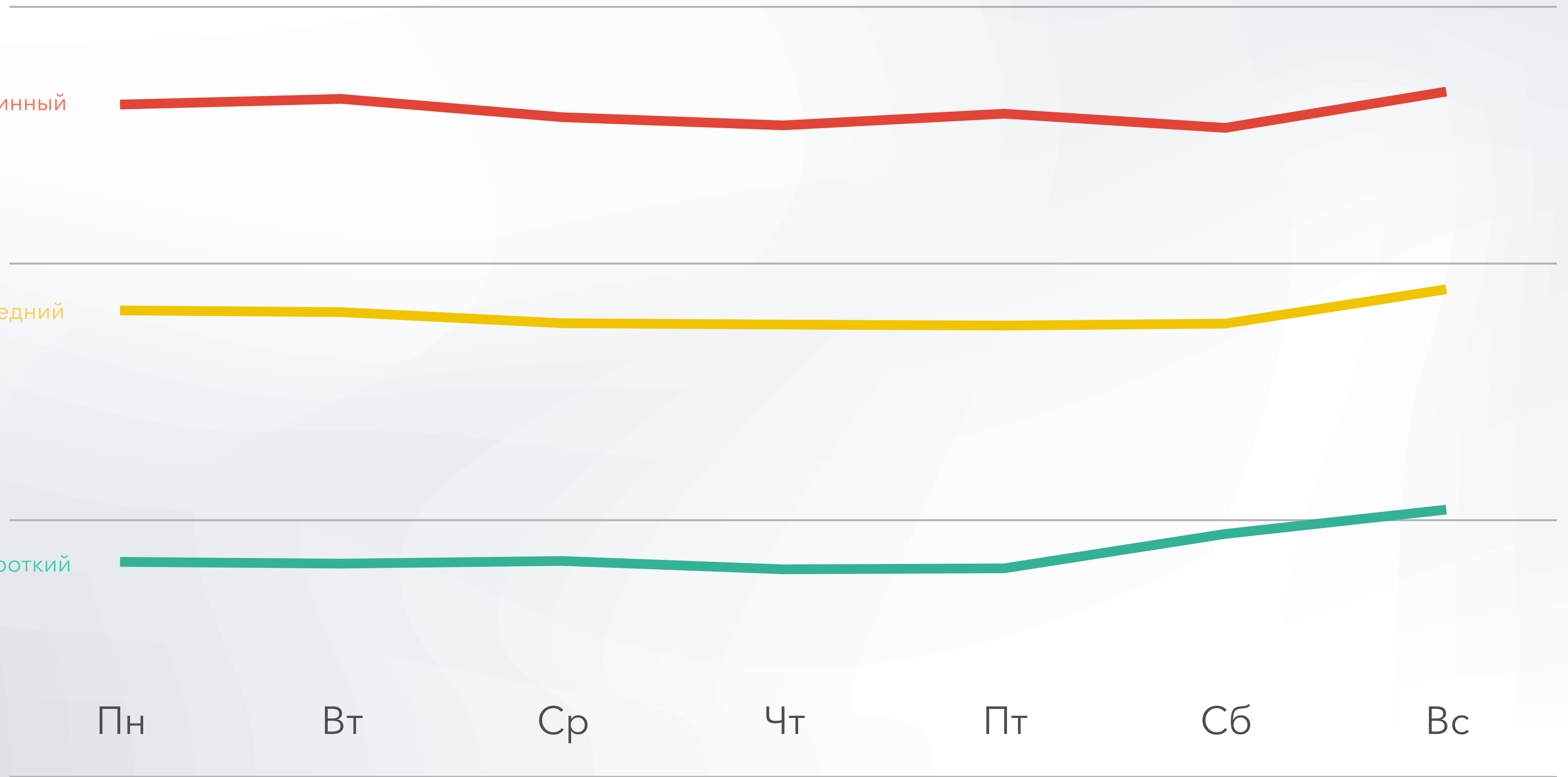
Чт

Пт

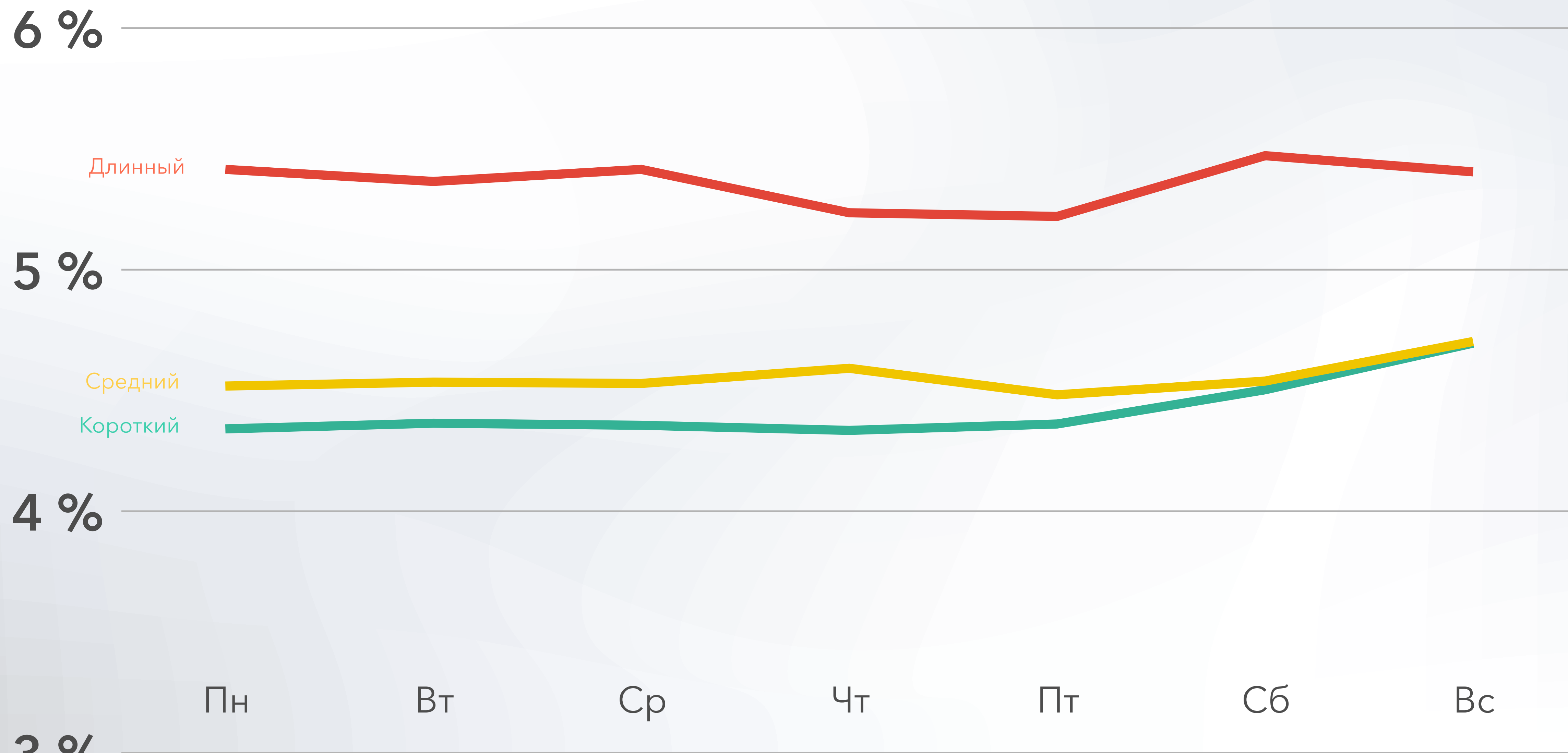
Сб

Вс

3 %



Среднее по всем сетям по дням недели



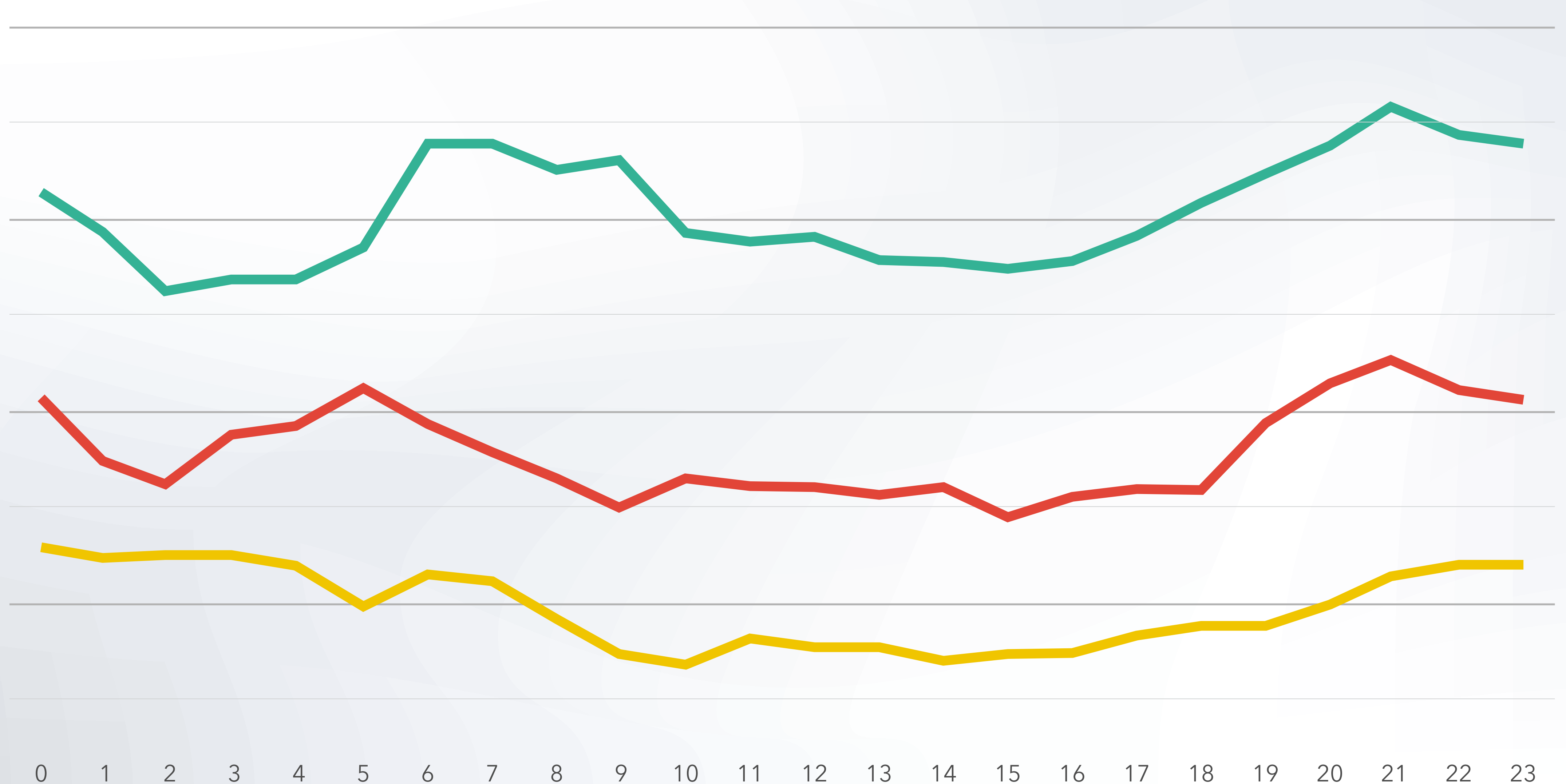
Среднее по всем сетям по времени суток

1,8 %

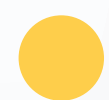
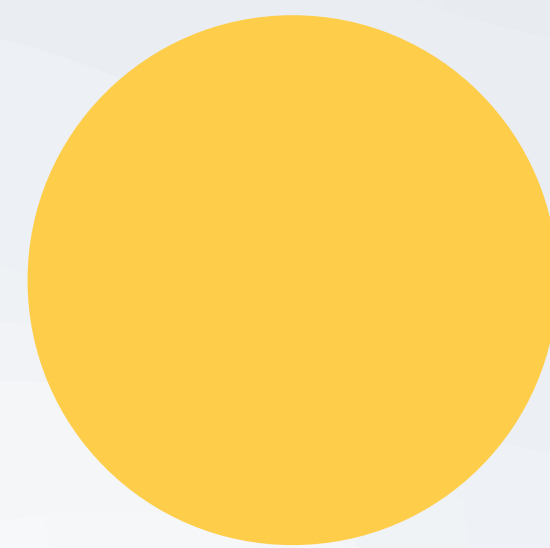
Короткий
1,6 %Длинный
1,4 %Средний
1,2 %

1,0 %

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23

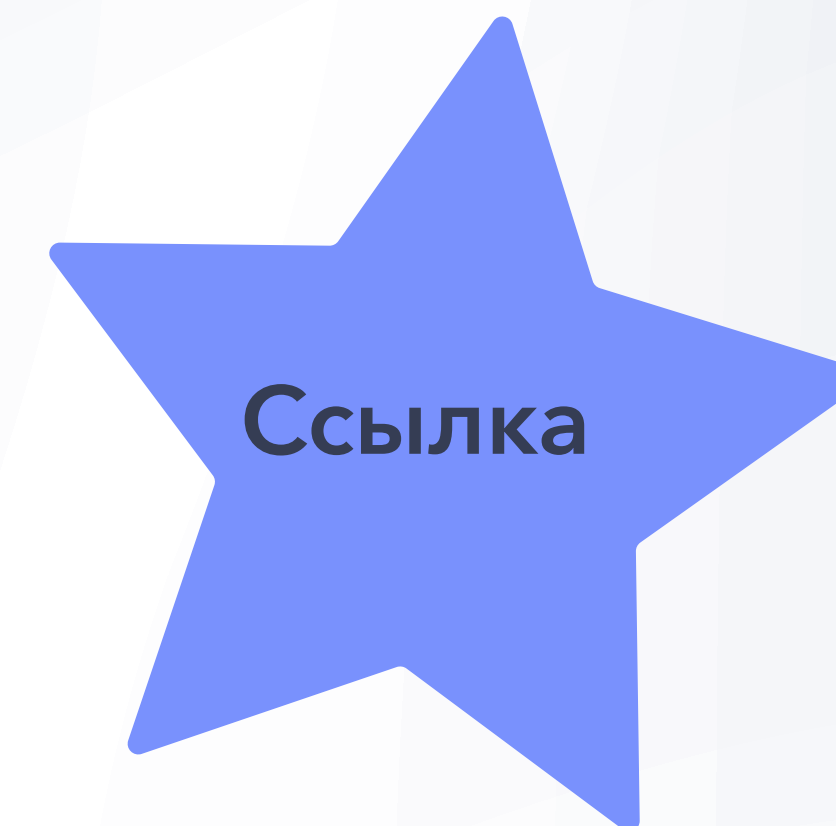


Активность аудитории по типу содержания публикации



Методика расчётов I

Сервис автоматически разбивает все публикации на 4 формата содержимого:



Методика расчётов II

Средняя активность у постов этого формата определенного сообщества

=

Сумма всех активностей у публикаций определенного содержания

Количество постов этого формата

При Наличии в публикации сразу нескольких видов прикреплений активность рассчитывалась для каждого вида содержимого отдельно, как у самостоятельной публикации

Процент активности у средних постов, публикуемых с определенным типом прикрепления

=

Средняя активность определенного формата

Сумма средних активностей по каждому формату

× 100 %

Методика расчётов III

Агрегированные данные
разных анализов

=

Сумма данных по всем выгрузкам
этого формата

Количество ненулевых значений

Из выборки исключались сообщества, не публиковавшие за отчетный период записи в какое-либо время

Выровненные
процентные
соотношения в рамках
пересчета из-за
ненулевых значений

=

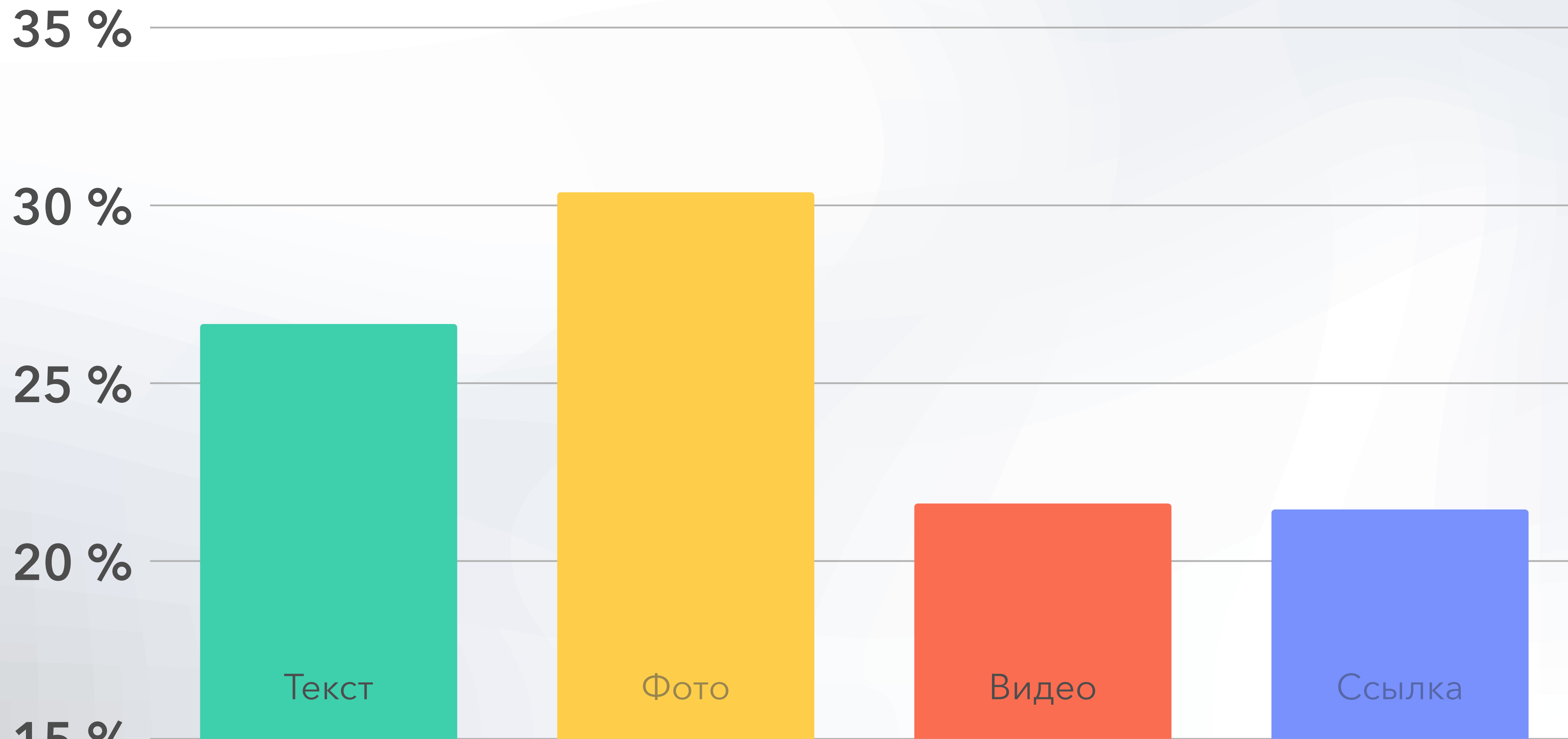
Средний показатель по каждому промежутку времени

Сумма всех средних показателей

§4

Активность аудитории по типу содержания публикации

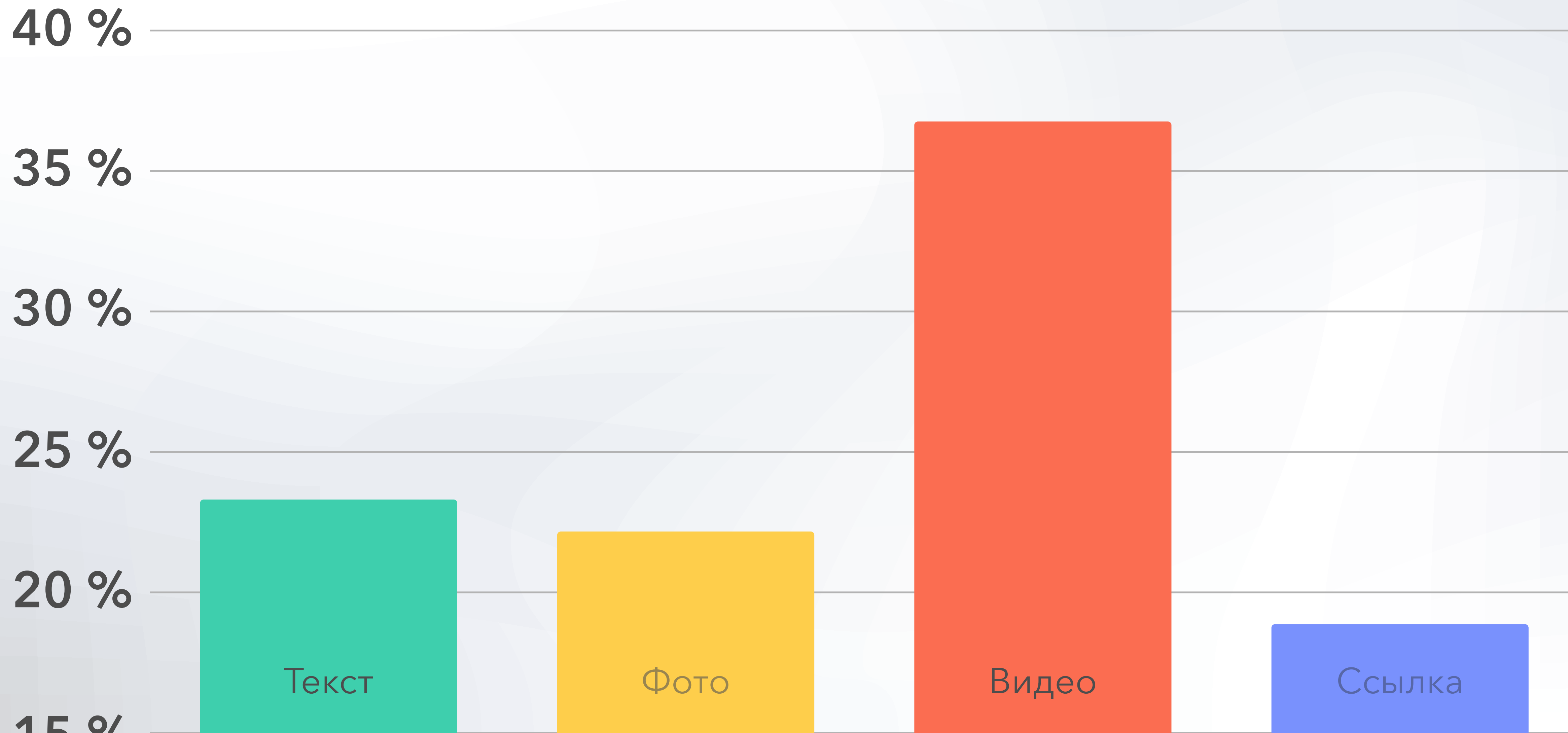
ВКонтакте



§4

Активность аудитории по типу содержания публикации

Facebook



Одноклассники

40 %

30 %

20 %

10 %



Текст

Фото

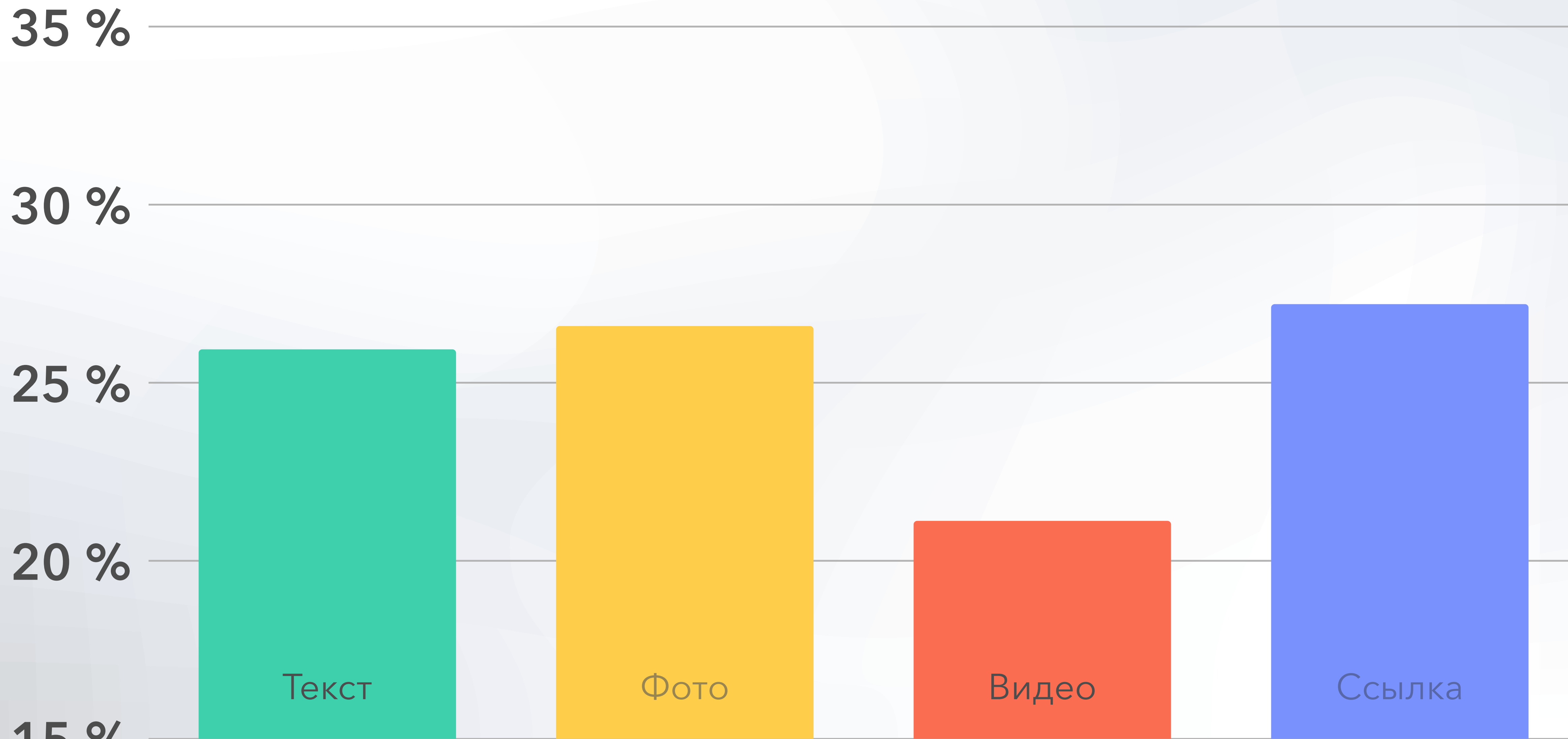
Видео

Ссылка

§4

Активность аудитории по типу содержания публикации

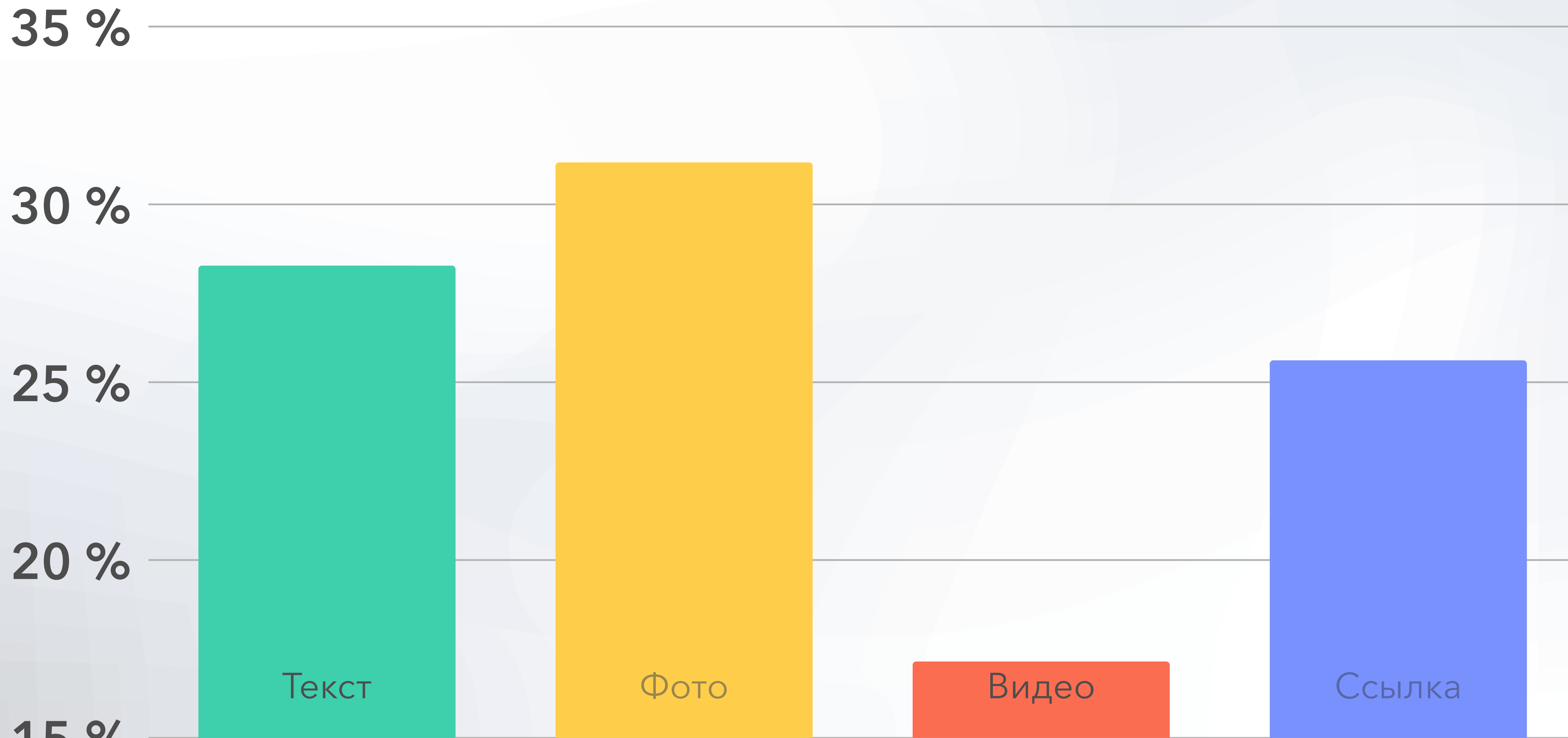
Instagram



§4

Активность аудитории по типу содержания публикации

Twitter



§4

Активность аудитории по типу содержания публикации

Telegram

35 %

30 %

25 %

20 %

15 %



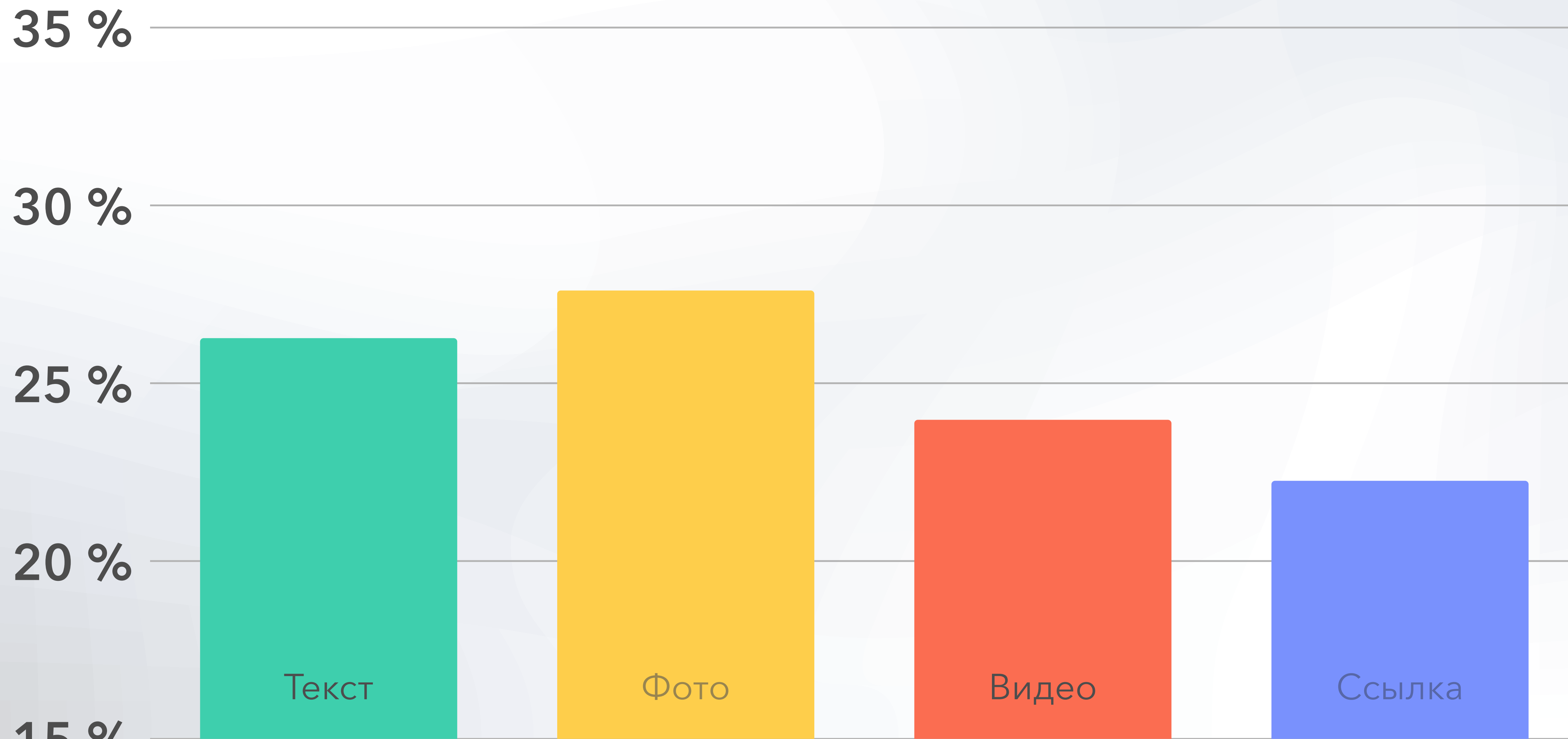
Текст

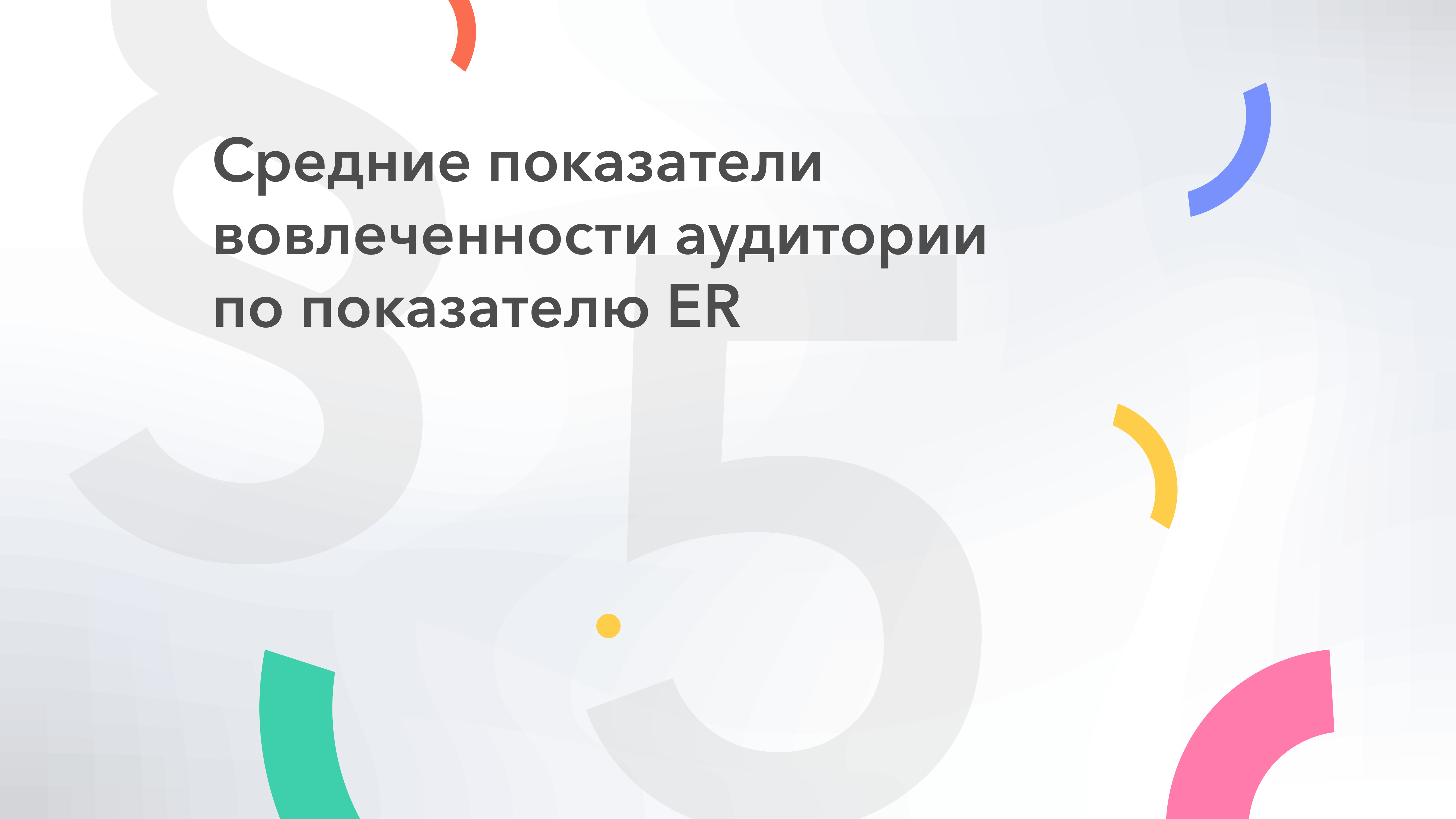
Фото

Видео

Ссылка

Среднее по всем сетям



The background features a light gray grid pattern overlaid with several large, semi-transparent circles in various shades of gray. Interspersed among these circles are several thick, curved lines in bright colors: red, blue, yellow, green, and pink. The text is centered in the upper-left quadrant of the image.

**Средние показатели
вовлеченности аудитории
по показателю ER**

Методика расчётов I

ER

(Engagement Rate) – коэффициент вовлеченности, демонстрирующий объективный показатель % вовлеченной в активность аудитории сообщества от общего числа подписчиков

Для каждого анализируемого сообщества рассчитывается два типа показателя **ER**:
в пересчете на среднюю публикацию
и в пересчете на средний день

Методика расчётов II

Сумма всех реакций за анализируемый период
(лайки, шеры, комментарии, реакции для Facebook)

$$ER_{post} = \frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки, шеры, комментарии, реакции для Facebook)}}{\left(\text{Количество постов этого формата} \right) \times \left(\text{Количество подписчиков на дату подсчёта} \right)} \times 100\%$$

Сумма всех реакций за анализируемый период
(лайки, шеры, комментарии, реакции для Facebook)

$$ER_{day} = \frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки, шеры, комментарии, реакции для Facebook)}}{\left(\text{Количество дней в анализируемом периоде} \right) \times \left(\text{Количество подписчиков на дату подсчёта} \right)} \times 100\%$$

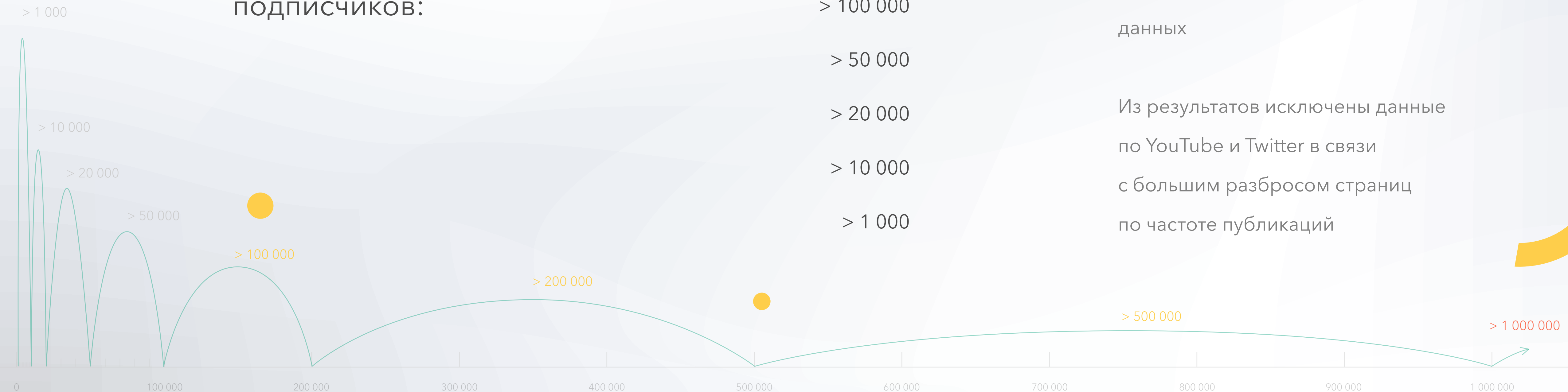
Методика расчётов III

Мы распределили сообщества на 8 категорий, в зависимости от кол-ва подписчиков:

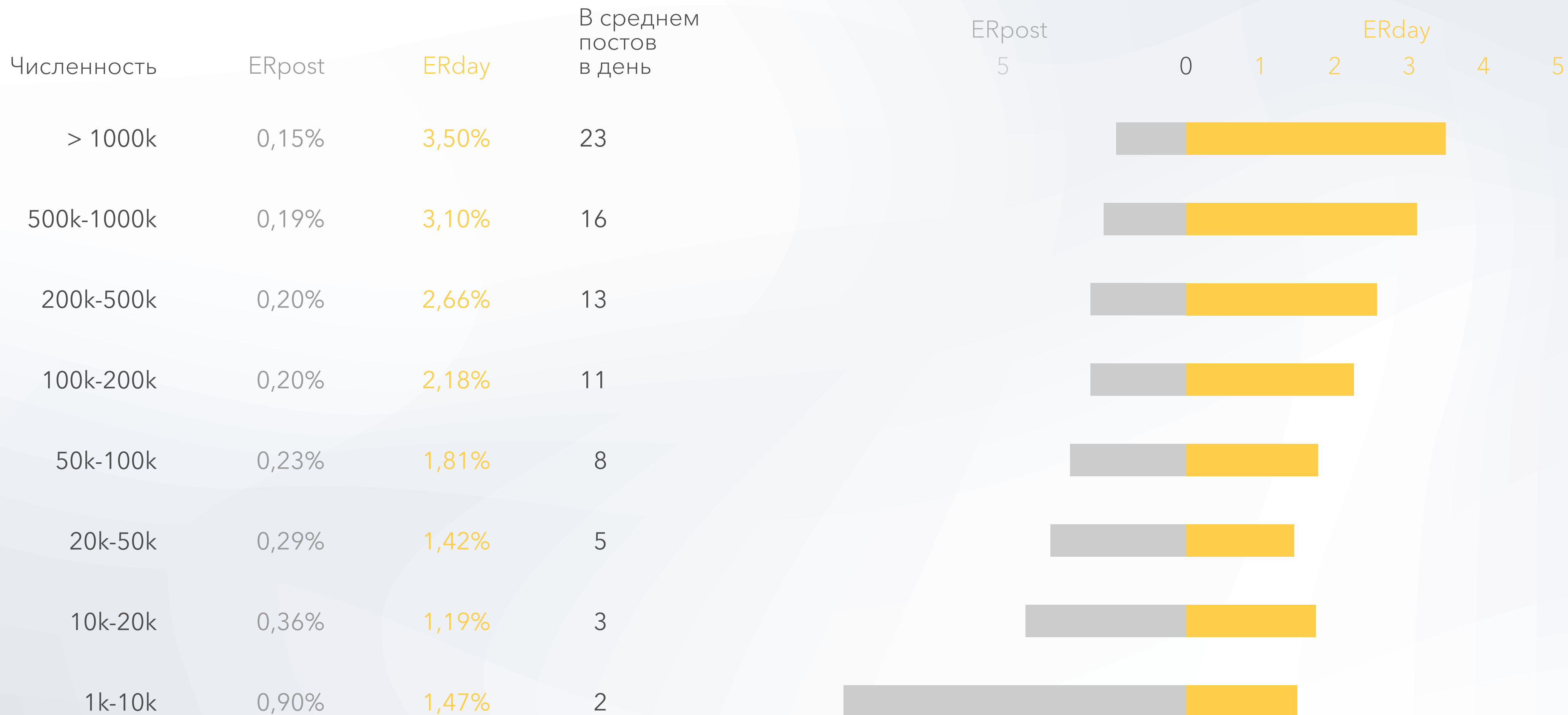
- > 1 000 000
- > 500 000
- > 200 000
- > 100 000
- > 50 000
- > 20 000
- > 10 000
- > 1 000

Из выборки исключались сообщества с нерепрезентативным объёмом проанализированных данных

Из результатов исключены данные по YouTube и Twitter в связи с большим разбросом страниц по частоте публикаций



ВКонтакте



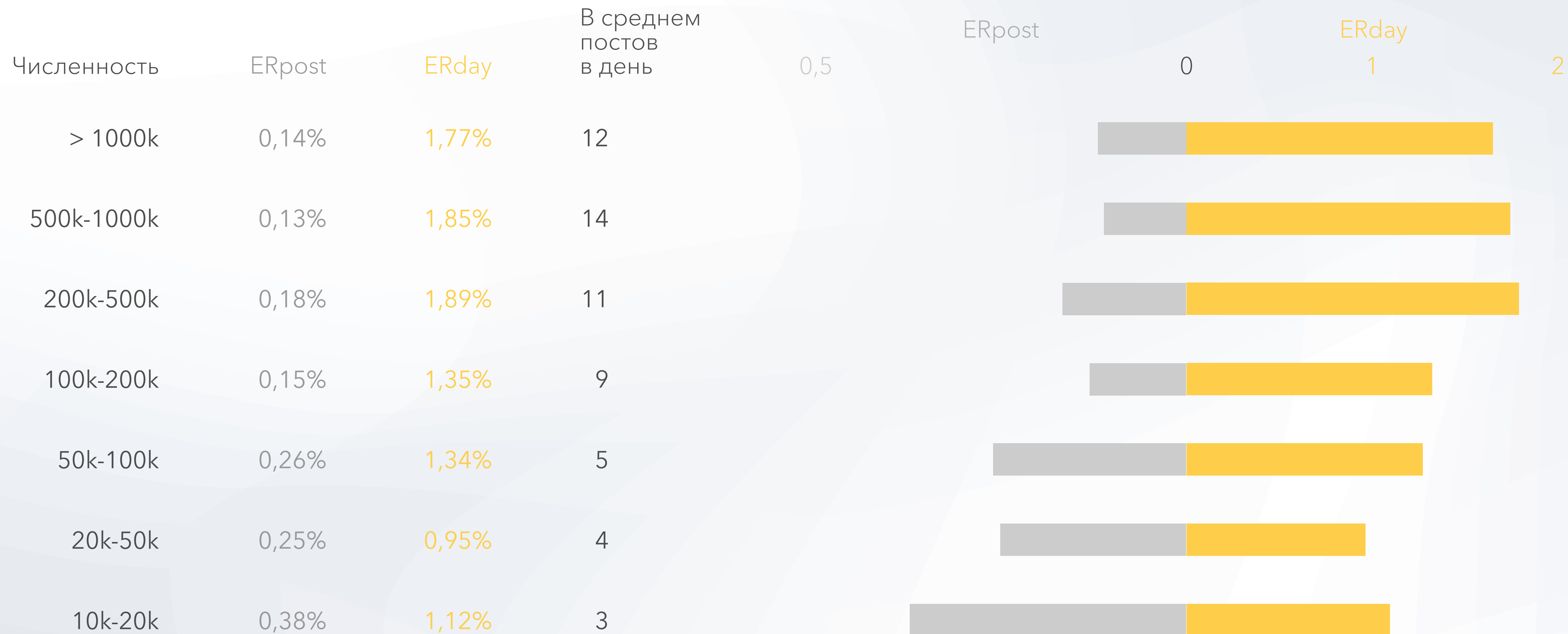
§5

Средние показатели вовлеченности аудитории по показателю ER

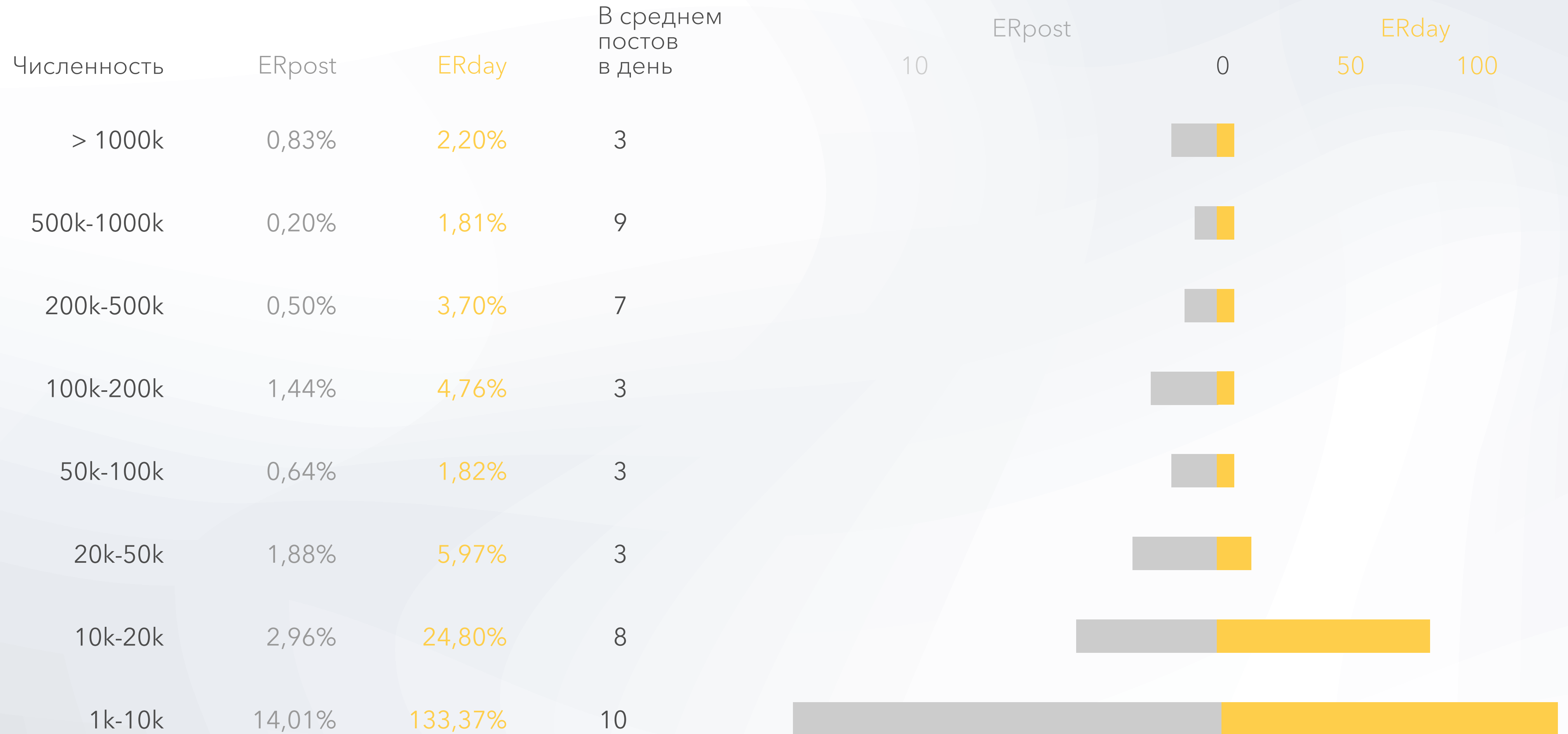
Facebook



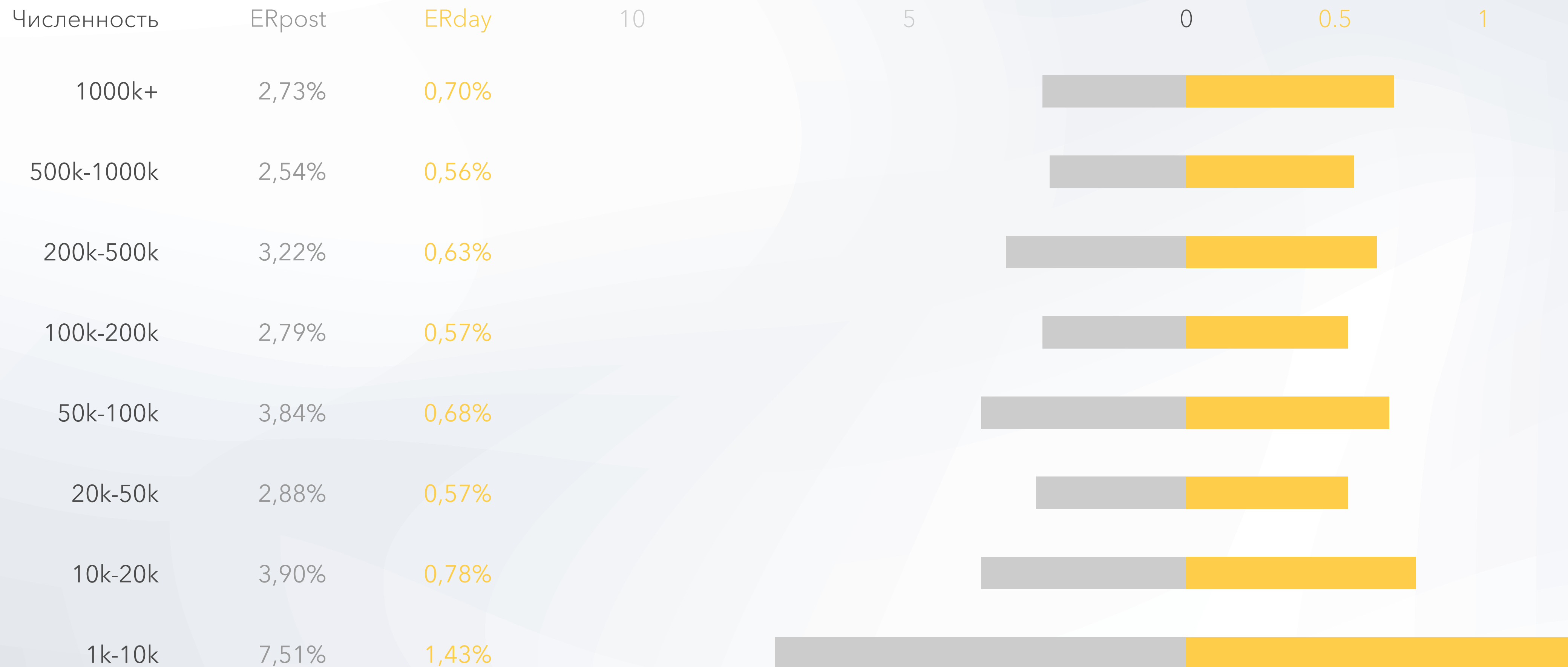
Одноклассники



Twitter



YouTube





Popsters

<https://popsters.ru>