



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Центр исследований гражданского общества
и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ

ЛАЙК, ШЕР, ХЕЛП: БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ВОЛОНТЕРСТВО В СЕТЯХ

И.В. Мерсиянова, директор Центра исследований
гражданского общества и некоммерческого сектора
О.А. Громова, ведущий аналитик Центра исследований
гражданского общества и некоммерческого сектора

Москва, 2018



- ❑ Сбор информации производился из социальных сетей VK и FB: наполнение базы данных осуществлялось по тегам постов с дальнейшим анализом пользователей, общих друзей, данных о пользователях, комментариев, просмотров, лайков. Из всей полученной информационной базы были удалены нерелевантные темам посты, такие как рекламные сообщения, отрывки из художественных произведений и т.п. Всего было проанализировано 7929 постов в сети VK за период ноябрь - начало декабря 2017 г. и 3903 сообщение сети FB в период с января 2017 г. по начало декабря 2017 г.
- ❑ При анализе были выстроены взаимосвязи между данными. В рамках анализа текстовой информации создавались 'векторы постов' с использованием лемминга и стемминга; кластеризация постов производилась с помощью 'алгоритма без учителя'. В дальнейшем был составлен классификатор кластеров по результатам 'анализа без учителя' с последующим соответствием поста кластеру.
- ❑ Для составления статистических параметров постов по кластерам использовался JavaScript. По векторам кластеров были построены 'облака слов', с помощью которых можно увидеть наиболее часто используемые слова для каждой области. Для анализа коммуникации внутри каждой исследуемой темы были построены 'графы' по данным о пользователях и по данным о кластерах с помощью библиотек Python.
- ❑ Для раскрытия содержательного аспекта выявленных кластеров использовались методы качественного анализа данных ряда сообщений: по тегам «благотворительность», «пожертвования» для четырех кластеров по социальным сетям VK, FB; по тегам «волонтерство», «добровольчество» для четырех кластеров по социальным сетям VK, FB. Также были проанализированы изображения, которыми пользователи иллюстрировали свои посты в соцсетях.

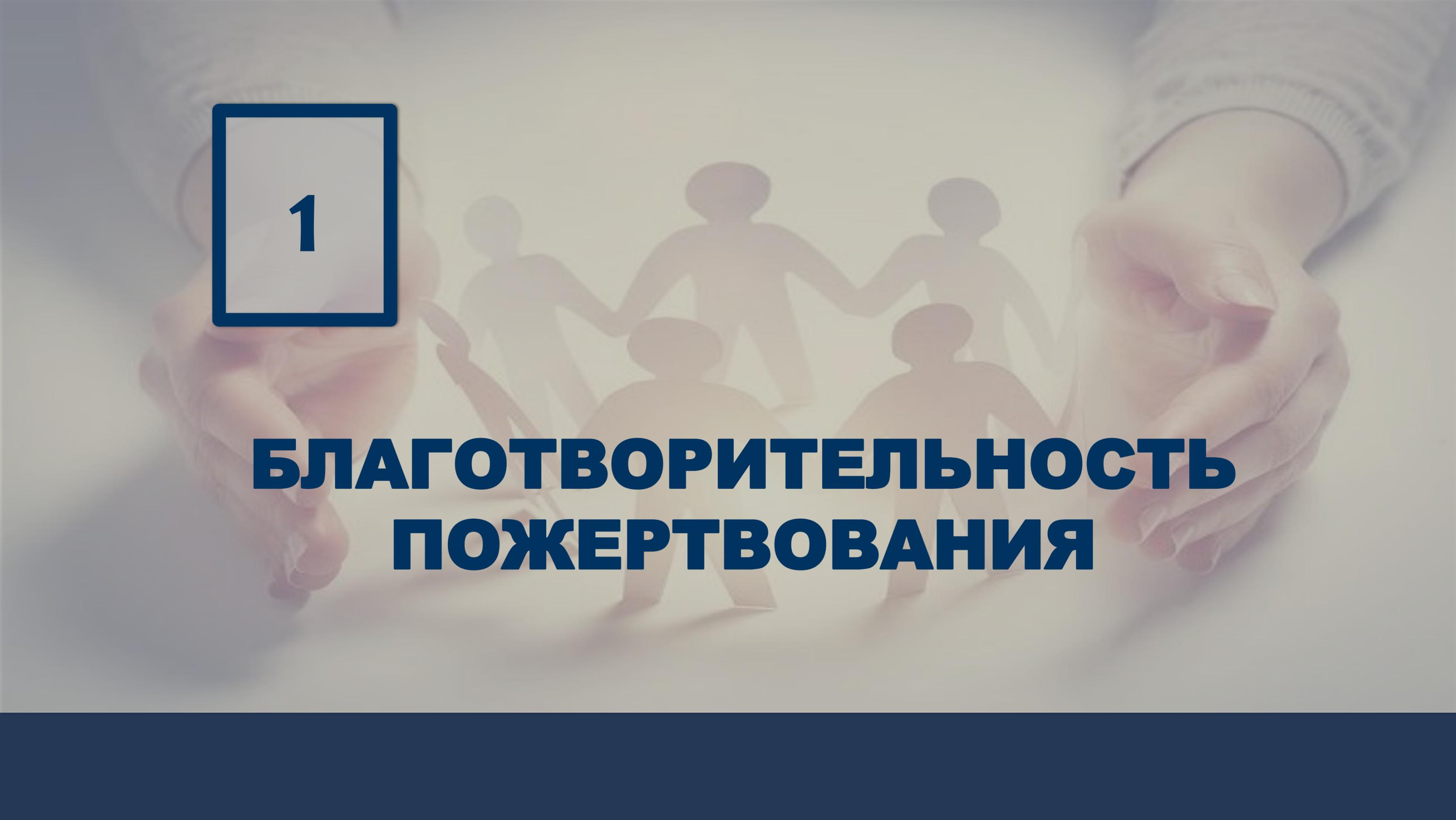


Область применения полученных результатов

- ❑ Полученные данные могут быть использованы как вспомогательное пособие для некоммерческих благотворительных организаций при размещении постов в социальных сетях и при планировании коммуникации.
- ❑ Данные исследования помогут лучше понять особенности аудитории в социальных сетях в вопросах коммуникации сообщений, имеющих отношение к волонтерству, добровольчеству, денежным пожертвованиям и благотворительности.
- ❑ Выявленные ключевые слова могут быть использованы как смыслообразующие элементы в коммуникации при создании сообщений и разработке кампании.
- ❑ Изучение особенностей коммуникации внутри выявленных кластеров и количества откликов на различные кластеры поможет выбрать более релевантные каналы коммуникации, обратить внимание на темы, вызывающие наибольший отклик.
- ❑ Также, проведенное исследование помогает понять, какие темы наименее представлены, что в дальнейшем может быть причиной других исследований, посвященных низкой вовлеченности, невысокого отклика на определенные темы в рамках благотворительности и волонтерства, а также поиску возможностей для актуализации данных тем.



1

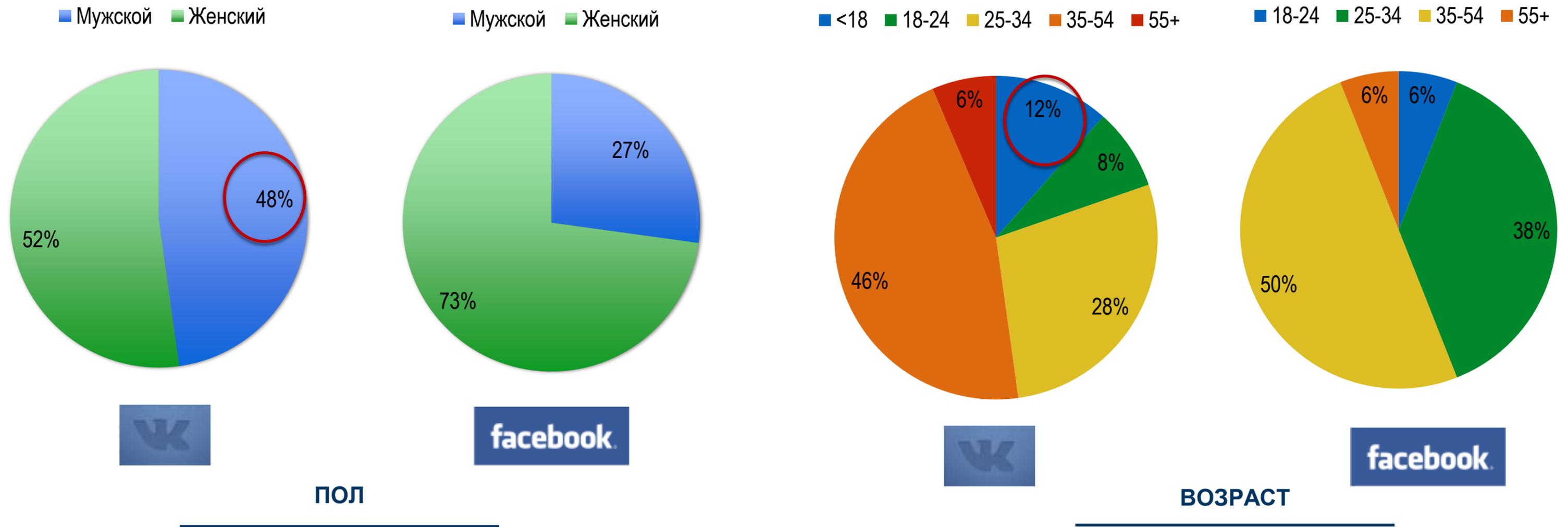


**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ
ПОЖЕРТВОВАНИЯ**



Социально-демографические параметры аудитории в VK и FB

- ❑ С тегами благотворительность, пожертвования в сети VK практически **равномерное распределение по полу, в сети FB преобладают женщины.**
- ❑ **Аудитория VK моложе в сравнении с аудиторией FB** для участников, которые используют теги благотворительность, денежные пожертвования.



АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.

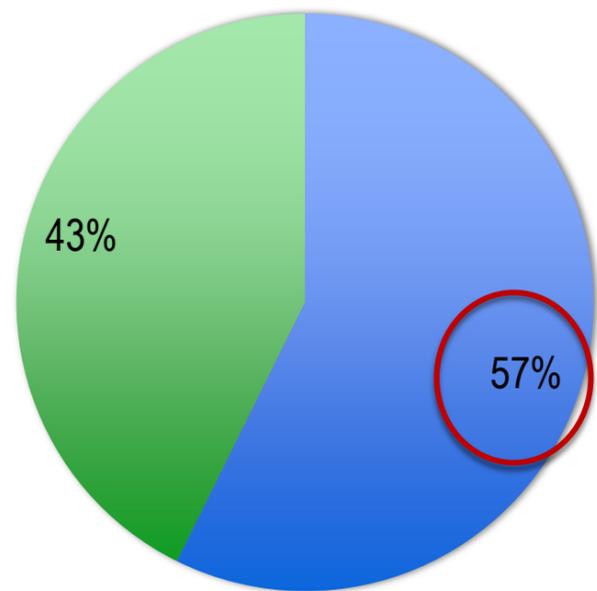
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, ПОЖЕРТВОВАНИЯ



Различия в социально-демографических параметрах по тегам пожертвования и благотворительность в VK

- ❑ С тегом пожертвования чаще встречаются посты мужчин, в то время как с тегом благотворительность чаще встречаются посты женщин.
- ❑ С тегом благотворительность чаще встречаются посты пользователей 25-34 лет, в то время как с тегом пожертвования чаще встречаются посты пользователей 35-54 лет.

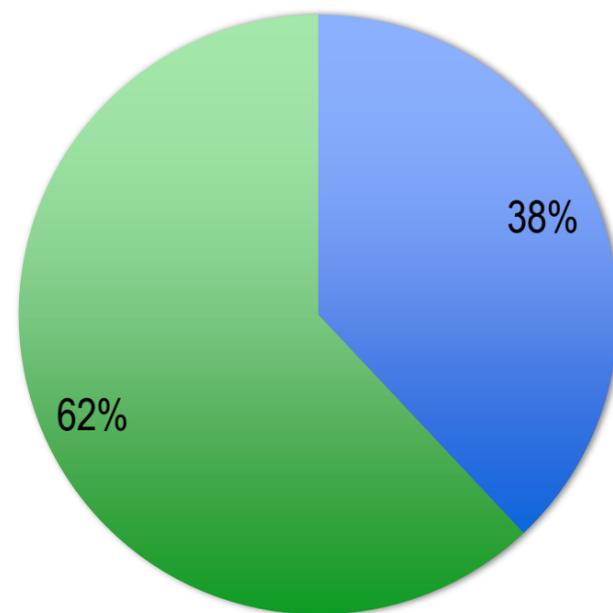
■ Мужской ■ Женский



ПОЖЕРТВОВАНИЯ

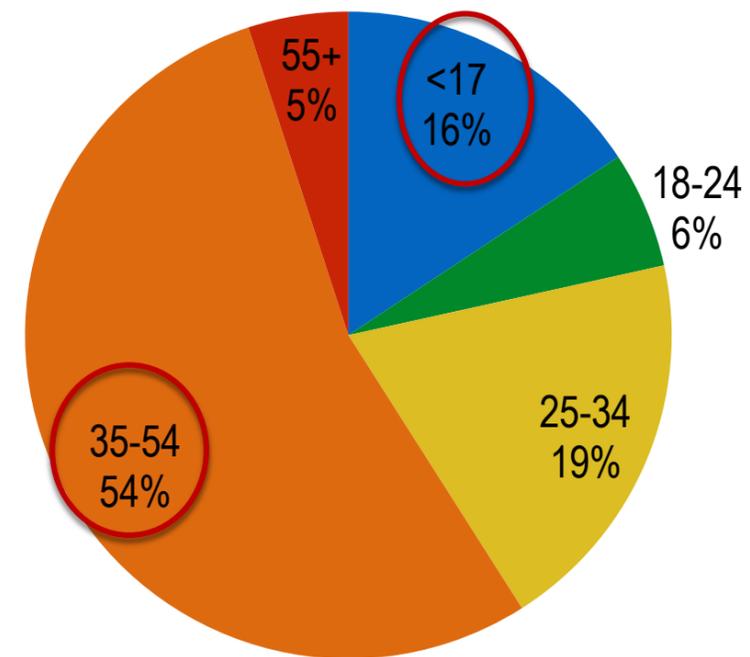
N = 1891

■ Мужской ■ Женский



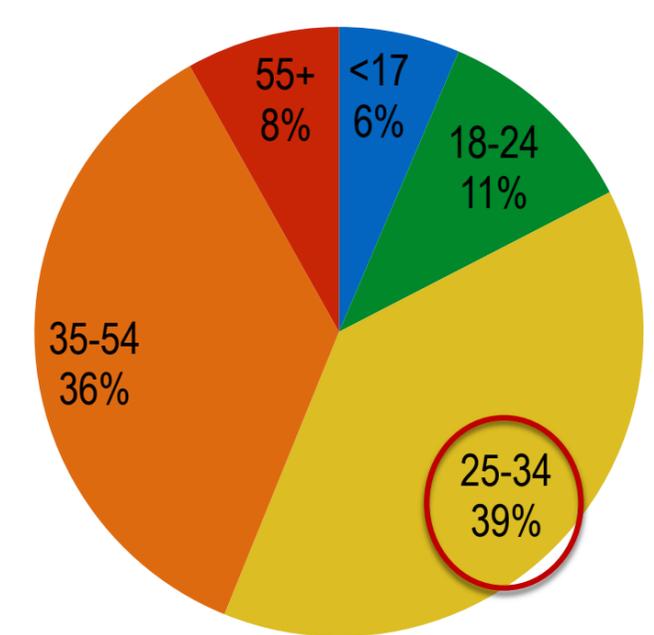
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

N = 1832



ПОЖЕРТВОВАНИЯ

N = 859



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

N = 700

ПОЛ



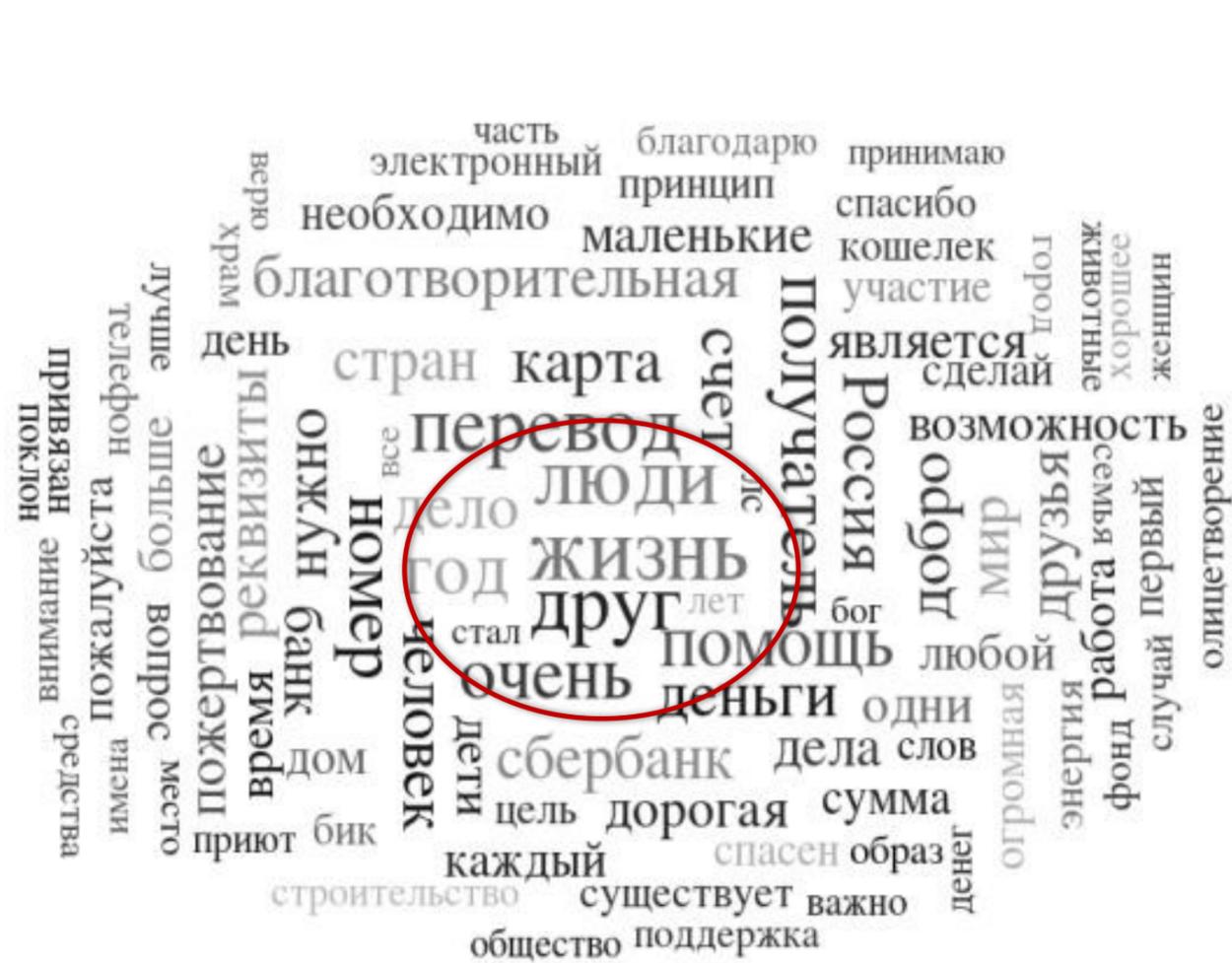
ВОЗРАСТ





Сравнительный анализ облака слов по тегам благотворительность, пожертвования в социальных сетях FB и VK

- ❑ Ключевыми, смыслообразующими словами для пользователей сети VK являются «жизнь», «люди». Нет сильного смыслообразующего тега «благотворительность».
- ❑ Ключевым смыслообразующим словом в сети FB является «благотворительность» как направление деятельности в целом.



ОБЛАКО СЛОВ

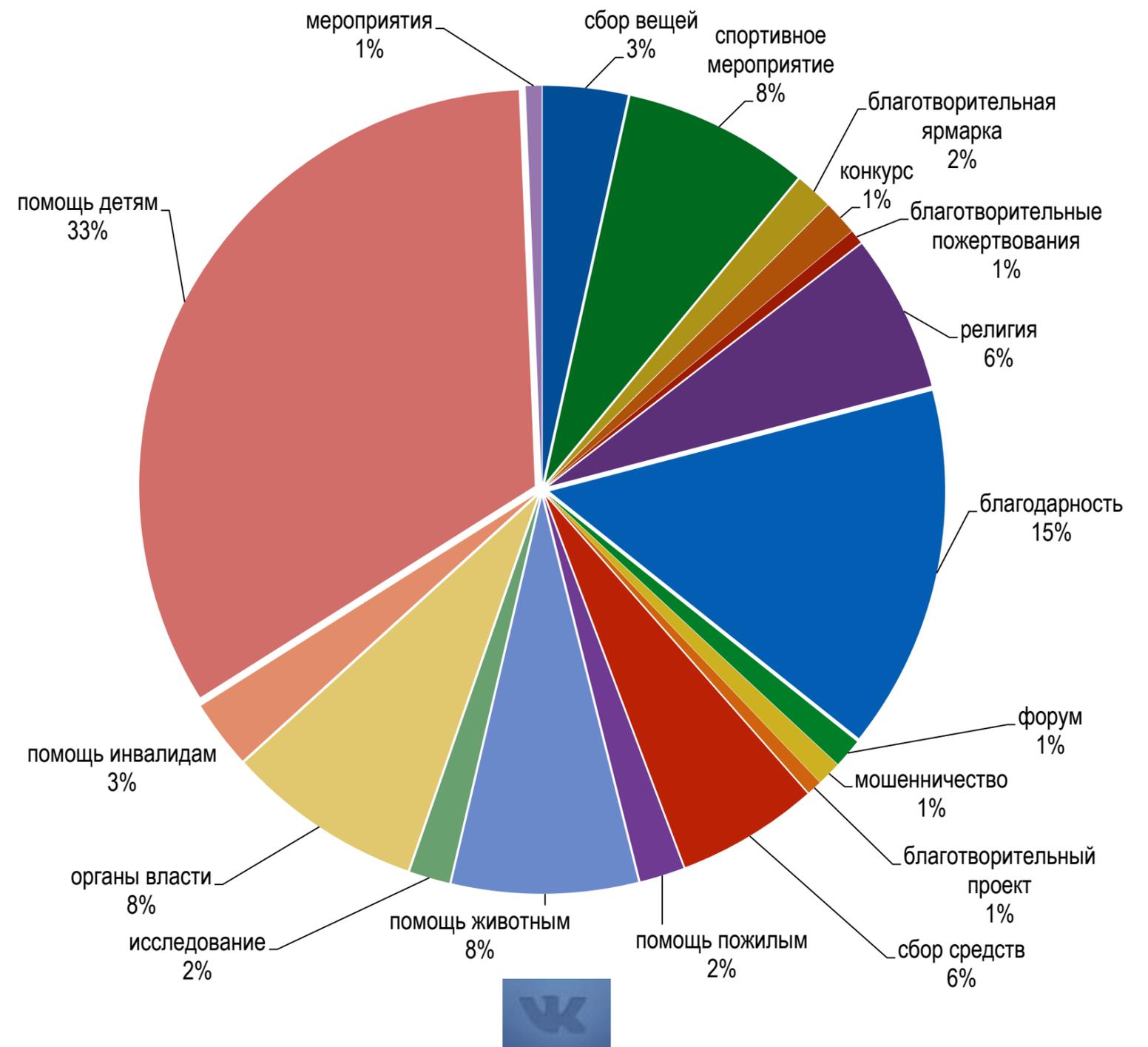




Кластеры сообщений по тегам «благотворительность», «пожертвования» в социальной сети VK

- ❑ Среди сформированных кластеров наиболее существенный по объему - «**помощь детям**» (33%), в то время как «**помощь пожилым**» и «**помощь инвалидам**» составляют лишь 2% и 3% соответственно.
- ❑ Заметен кластер «**благодарность**» - 15%.
- ❑ Кластер «**религия**» (6%) существенно больше в сравнении с таким же кластером в сети FB (2%), так же как и в ситуации с кластером «**органы власти**»: 8% в сети VK в сравнении с 4% в сети FB.
- ❑ Кластер «**мошенничество**» составляет 1%.

КЛАСТЕРЫ СООБЩЕНИЙ

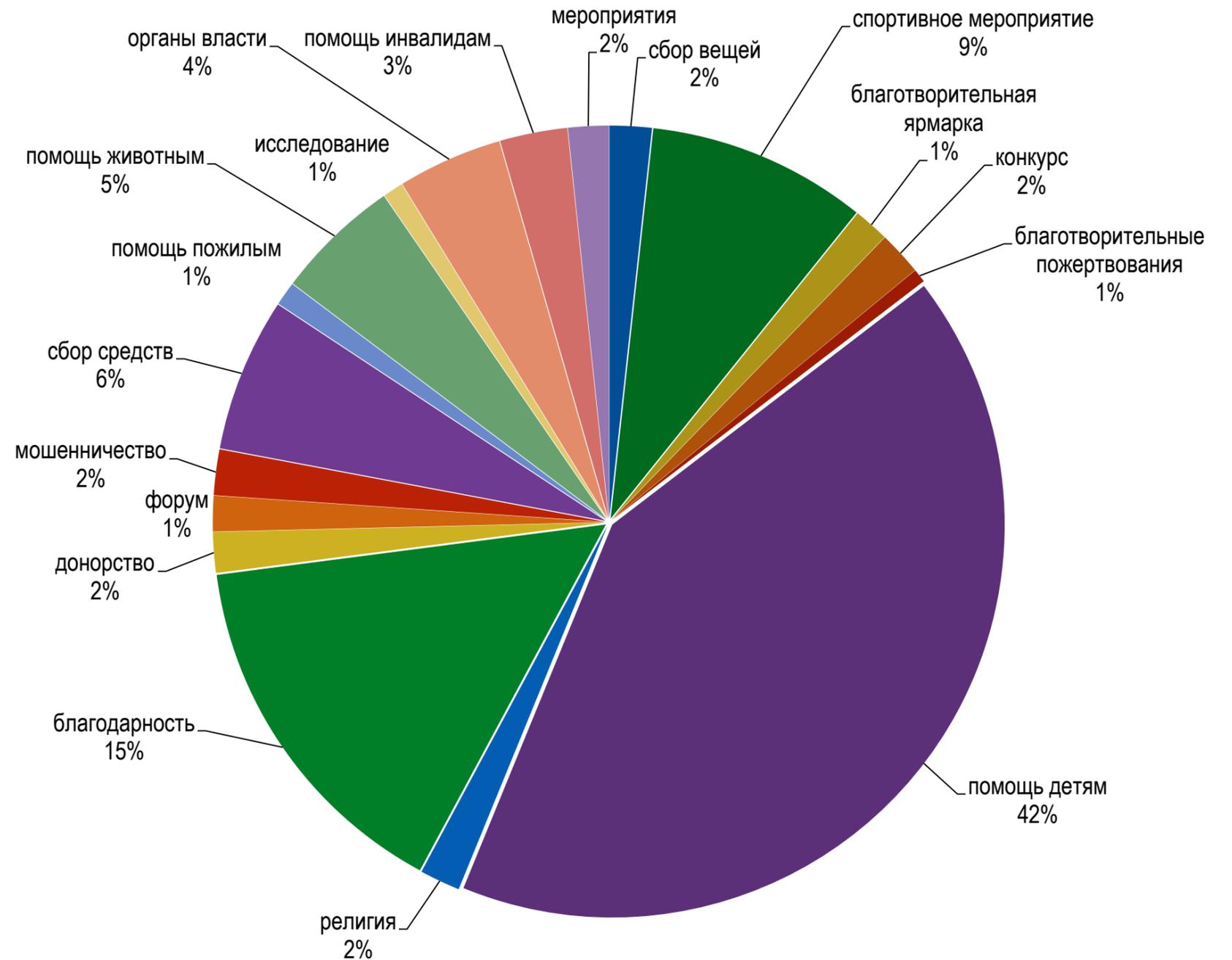




Кластеры сообщений по тегам «благотворительность», «пожертвования» в социальной сети FB

- ❑ В сети FB основным кластером также является «**помощь детям**» (42%), и его размер существенно больше, чем в сети VK. В то время как кластеры «**помощь инвалидам**» и «**помощь пожилым**» также незначительны – 3% и 1% соответственно.
- ❑ На фоне других кластеров, так же, как и в сети VK, заметен кластер «**благодарность**» – 15%.
- ❑ В сети FB выявлен кластер «**донорство**» (2%), в то время как в сети VK он не выявлен.
- ❑ В сети FB также присутствует кластер «**мошенничество**» (2%).

КЛАСТЕРЫ СООБЩЕНИЙ





Анализ эмоционального тона сообщений в сети VK под тегами благотворительность, пожертвования

- ❑ Большинство сообщений в кластерах имеют нейтральную эмоциональную окраску (в сравнении с кластерами по тегам волонтерство, добровольчество).
- ❑ Практически ни один кластер не выделяется яркой позитивной эмоциональной окраской сообщений.
- ❑ Единственный кластер, имеющий заметную негативную эмоциональную окраску – «мошенничество» (47%).
- ❑ Мы можем предположить, что чем больше вовлеченность в деятельность, тем более заметна эмоциональная окраска.

КЛАСТЕР	ТОНАЛЬНОСТЬ		
			
Сбор вещей	23%	12%	65%
Спортивное мероприятие	39%	7%	54%
Благотворительная ярмарка	36%	0%	64%
Конкурс	38%	4%	58%
Благотворительные пожертвования	24%	6%	70%
Религия	16%	8%	76%
Благодарность	38%	6%	56%
Форум	14%	0%	86%
Мошенничество	0%	47%	53%
Благотворительный проект	28%	7%	65%
Сбор средств	27%	2%	71%
Помощь пожилым	34%	16%	50%
Помощь животным	22%	15%	63%
Исследование	14%	0%	86%
Органы власти	6%	0%	94%
Помощь инвалидам	23%	8%	63%
Помощь детям	31%	12%	57%
Мероприятия	20%	3%	77%

ТОНАЛЬНОСТЬ СООБЩЕНИЙ



A hand holding a paper airplane, with a group of people holding hands in the background.

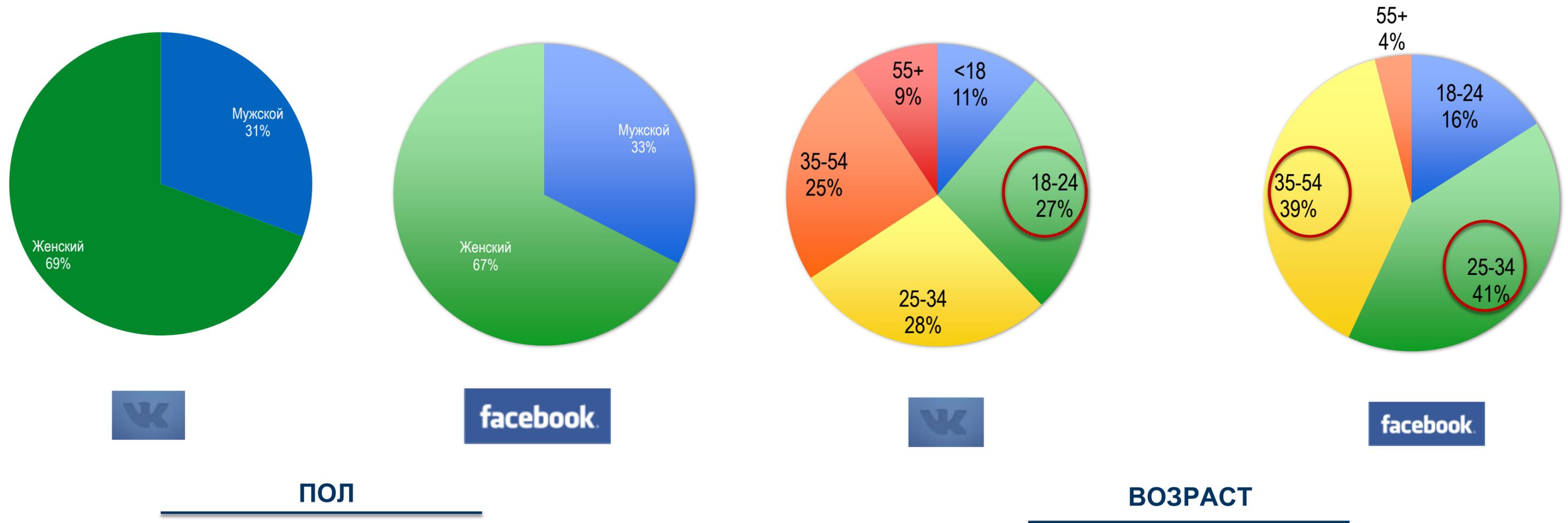
2

ВОЛОНТЕРСТВО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО



Социально-демографические параметры аудитории

- ❑ С тегами волонтерство, добровольчество в сетях VK и FB **преобладают женщины.**
- ❑ В сети VK с тегами волонтерство, добровольчество число пользователей до 25 лет существенно превышает число пользователей до 25 лет в сети FB. **В сети FB число пользователей 25 лет и старше составляет основную аудиторию с тегами волонтерство, добровольчество.**



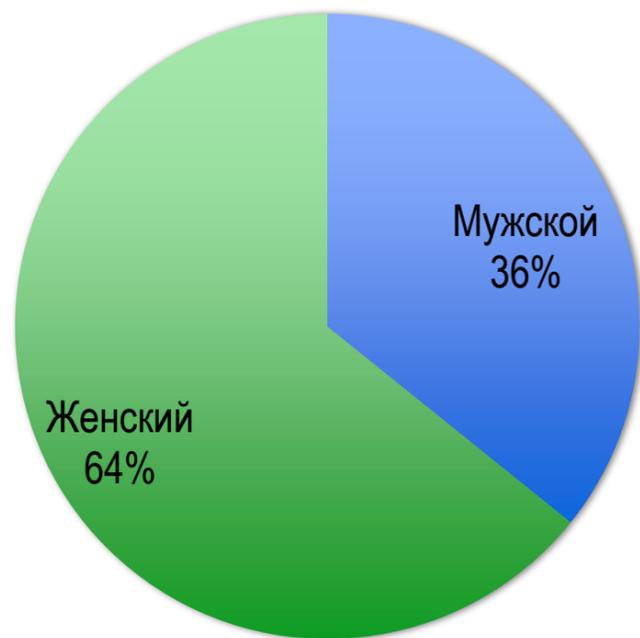
АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.

ВОЛОНТЕРСТВО, ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО



Различия в социально-демографических параметрах по тегам волонтерство и добровольчество в сети VK

- ❑ В сети VK мужчины чаще используют тег добровольчество, чем тег волонтерство.
- ❑ Пользователи сети VK 18-24 лет чаще используют тег добровольчество, пользователи 25-34 лет чаще используют тег волонтерство.



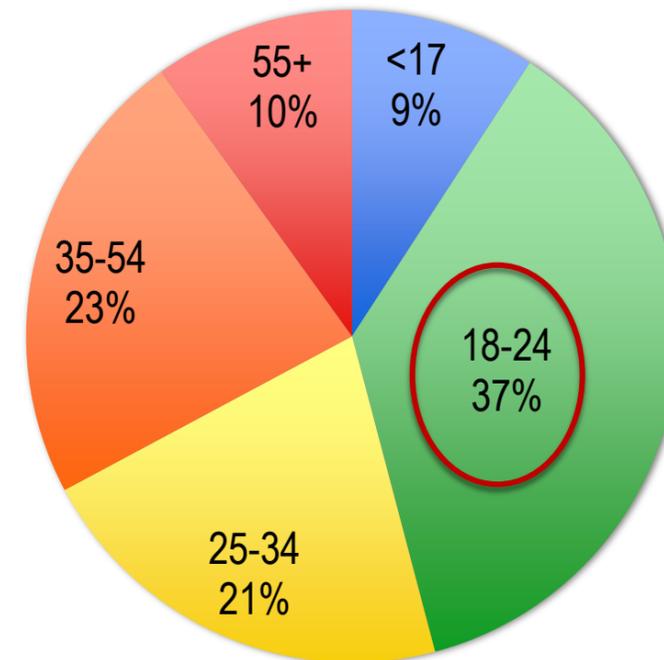
ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

N = 1400



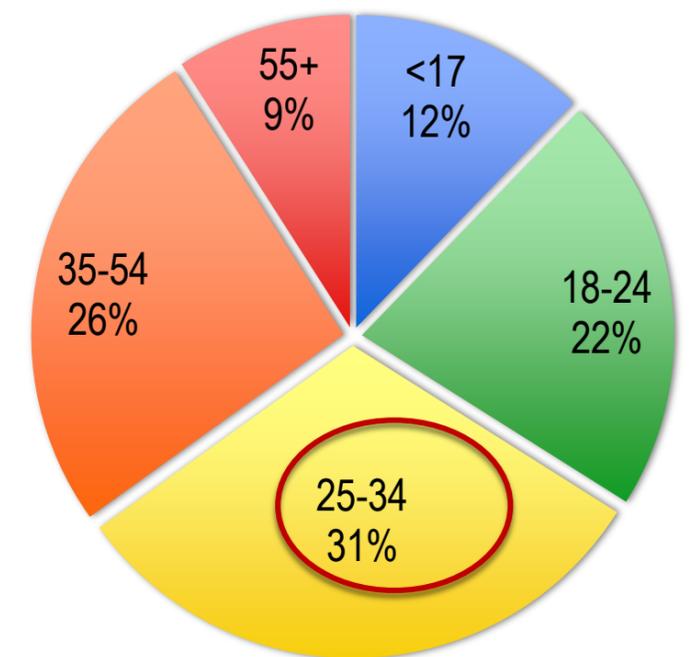
ВОЛОНТЕРСТВО

N = 2795



ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

N = 512



ВОЛОНТЕРСТВО

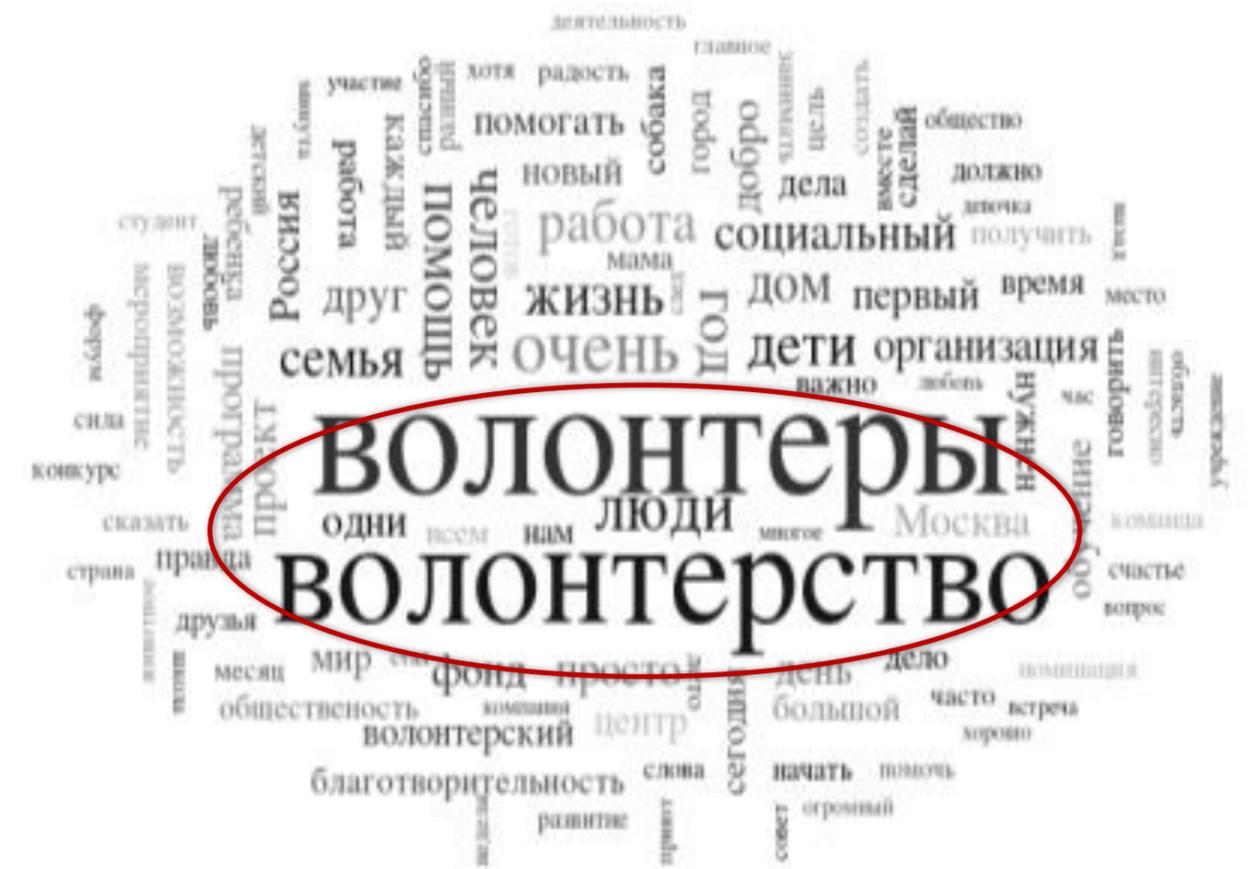
N=1037

АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.



Сравнительный анализ облака слов по тегам волонтерство, добровольчество в социальных сетях FB и VK

- ❑ Среди пользователей **VK центральное место занимает слово «волонтер»**, оно же смыслообразующее, что говорит об активной позиции пользователей в волонтерстве (о волонтерстве пишут в первом лице);
- ❑ Ключевые и смыслообразующие слова среди пользователей FB «волонтеры» и «волонтерство» (объектное отношение - о волонтерстве пишут в третьем лице, генерация постов о волонтерстве как о направлении в целом).



ОБЛАКО СЛОВ



ВОЛОНТЕРСТВО, ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

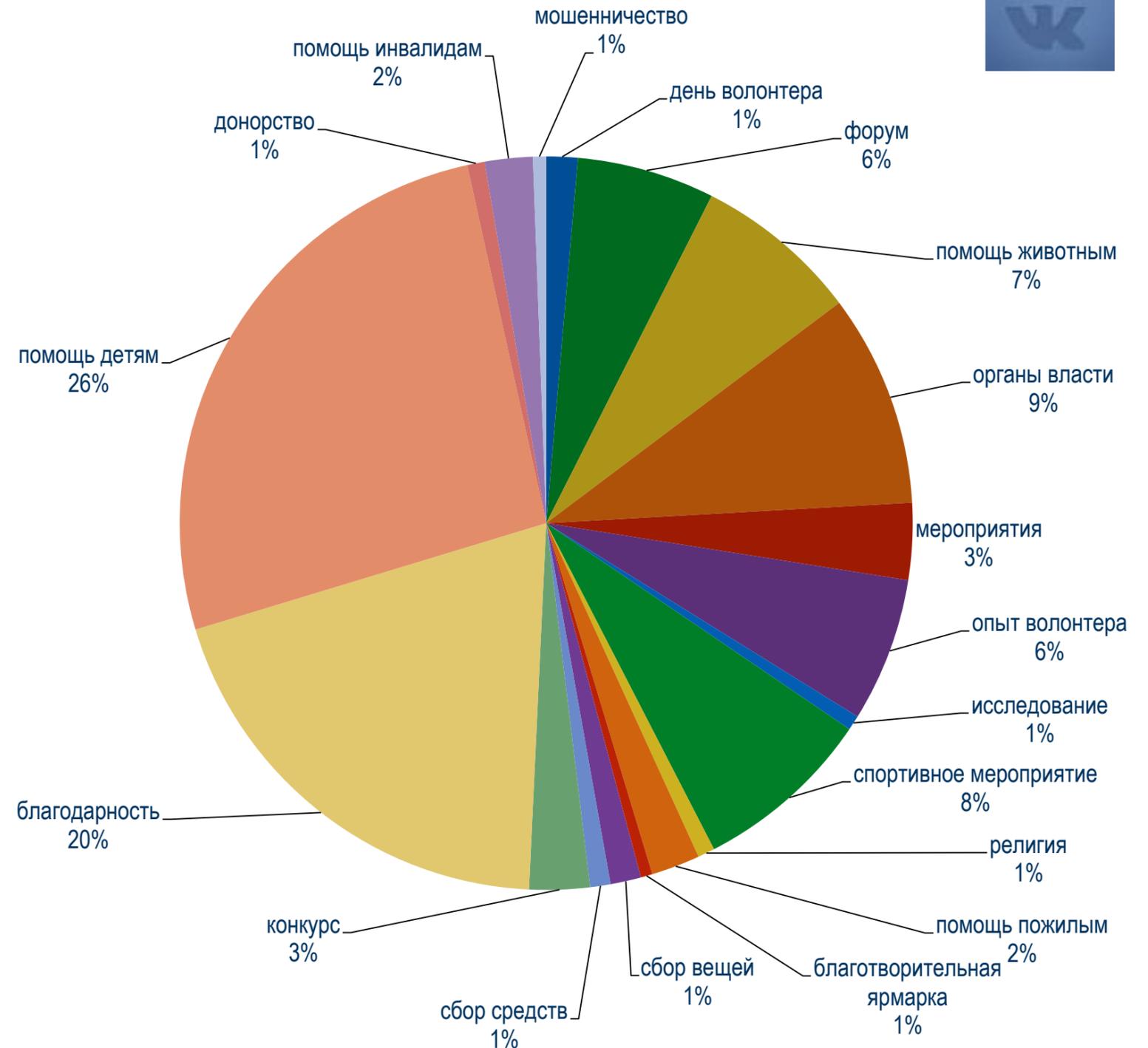




Кластеры сообщений с тегами волонтерство и добровольчество в социальной сети VK



- ❑ Среди пользователей VK преобладает кластер **«помощь детям» (26%)**, однако он **существенно меньше соответствующего кластера с тегами «благотворительность», «пожертвования».**
- ❑ В сети VK **сходным по размеру является кластер «благодарность» (20%).**
- ❑ Кластер **«помощь животным» (7%)** в целом по количеству постов превышает почти в два раза кластеры **«помощь инвалидам»** и **«помощь пожилым».**
- ❑ Кластеры **«помощь пожилым»** и **«помощь инвалидам»** также крайне малы – по **2% каждый.**
- ❑ Заметен кластер **«опыт волонтера» (6%).**



ВОЛОНТЕРСТВО, ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

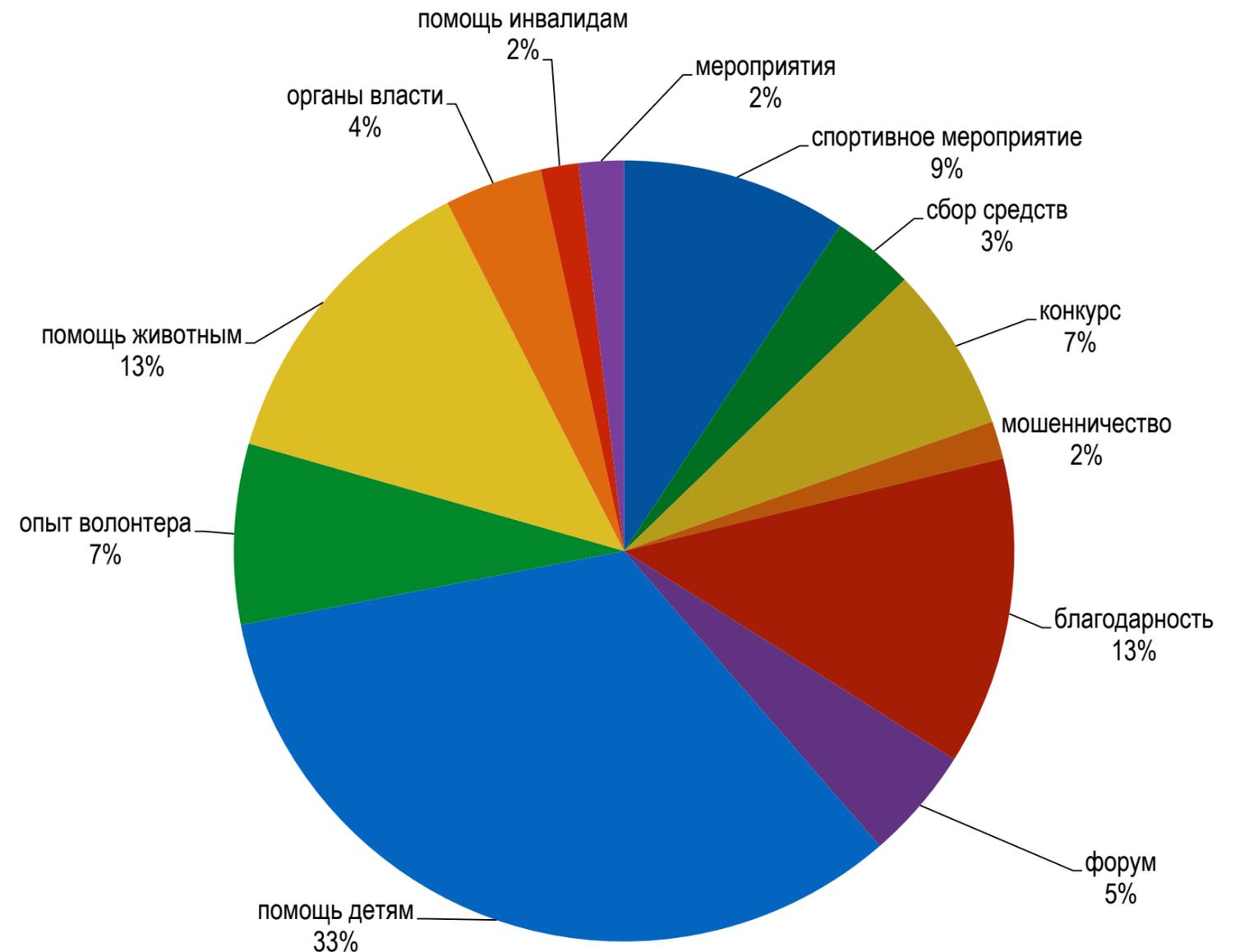


Кластеры сообщений с тегами волонтерство и добровольчество в социальной сети FB

facebook

- ❑ В кластерах сообщений в FB преобладает **«помощь детям» (33%)** и он существенно больше соответствующего кластера в сети VK.
- ❑ Кластер **«благодарность» (7%)** существенно меньше соответствующего кластера в сети VK.
- ❑ В сети FB меньше насыщен кластер **«органы власти» (4%)** в сравнении с сетью VK.
- ❑ Кластер **«помощь животным» составляет 13%**, в то время как **«помощь инвалидам» лишь 2%**, а кластер **«помощь пожилым» отсутствует**.
- ❑ Более заметен в сравнении с сетью VK кластер **«конкурс» (7%)**.

ВОЛОНТЕРСТВО, ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО





Тональность сообщений по кластерам в социальной сети VK

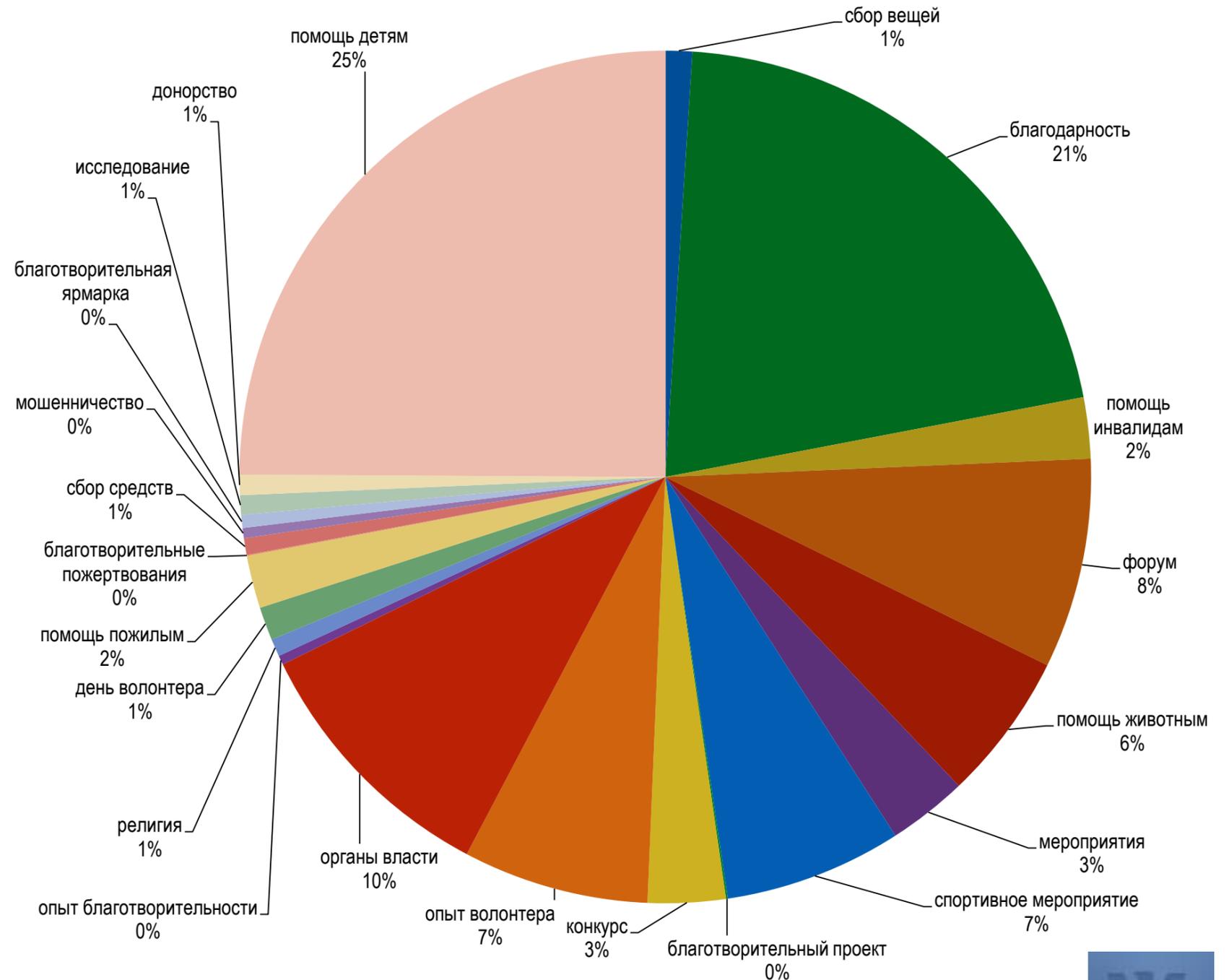
- ❑ Единственный кластер с высокой **позитивной тональностью** сообщений – это «**опыт волонтера**» (82%).
- ❑ Также позитивная тональность замечена для кластеров «**мероприятия**», «**конкурс**», «**благодарность**», «**день волонтера**».
- ❑ Заметна **негативная** тональность для кластера «**мошенничество**» (54%).
- ❑ Характерно, что кластеры «**помощь инвалидам**», «**ярмарка**», «**донорство**» **нейтральны**.
- ❑ Ряд кластеров также **нейтральны**:
 - ✓ исследования;
 - ✓ органы власти;
 - ✓ форум;
 - ✓ религия.

КЛАСТЕР	ТОНАЛЬНОСТЬ		
День волонтера	41%	3%	56%
Форум	21%	1%	78%
Помощь животным	18%	15%	67%
Органы власти	22%	0%	78%
Мероприятия	48%	5%	47%
Опыт волонтера	82%	6%	12%
Исследование	13%	0%	87%
Спортивное мероприятие	33%	0%	67%
Религия	20%	12%	68%
Помощь пожилым	37%	6%	57%
Благотворительная ярмарка	32%	0%	68%
Сбор вещей	27%	8%	65%
Сбор средств	33%	6%	61%
Конкурс	41%	0%	59%
Благодарность	41%	4%	55%
Помощь детям	35%	8%	52%
Донорство	24%	6%	70%
Помощь инвалидам	20%	10%	70%
Мошенничество	0%	54%	46%



Распределение изображений по кластерам в сети VK с тегом «волонтерство»

Наибольшее число изображений относятся к кластерам «**помощь детям**» (25%) и «**благодарность**» (21%), которые практически идентичны по размеру.



КЛАСТЕРЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ

ВОЛОНТЕРСТВО





Анализ изображений по кластеру «помощь детям» в социальной сети VK

- ❑ Наибольший кластер сообщений «помощь детям» включает три основных и нагруженных блока фотографий / изображений:
- ✓ Участие в мероприятиях, фото детей;
- ✓ Группы волонтеров, награждения, волонтерские книжки и достигнутые результаты;
- ✓ Призывы делать добрые дела, покупать подарки, делать адресные и неадресные пожертвования, анонс акций и мероприятий.



ПОМОЩЬ ДЕТЯМ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФЛЕШМОБ ПОМОГАЮЩИХ ПРАКТИКЕРОВ

ДЕКАБРЬ ДОБРЫХ ДЕЛ

Ярмарка "Базар добра" Вторая жизнь детских вещей

ORIFLAME – основной спонсор международного детского фонда

Клиновский Дом ребенка

Вместе мы можем помочь!



Анализ изображений по кластеру «благодарность» в социальной сети VK

- ❑ Основной блок фотографий в кластере «благодарность» относится к **официальным мероприятиям и награждениям**;
- ❑ Меньший блок фотографий относится к **благодарностям подопечных и к фотографиям «волосемей», «вологрупп».**



БЛАГОДАРНОСТЬ





Анализ изображений по кластеру «помощь пожилым» в социальной сети VK

- ❑ Самый большой блок фотографий относится к **посещению мест помощи пожилым** (дома престарелых, деревни);
- ❑ Также присутствуют **групповые фотографии и волонтеров, призыва участвовать и традиции помощи в России.**



ПОМОЩЬ ПОЖИЛЫМ



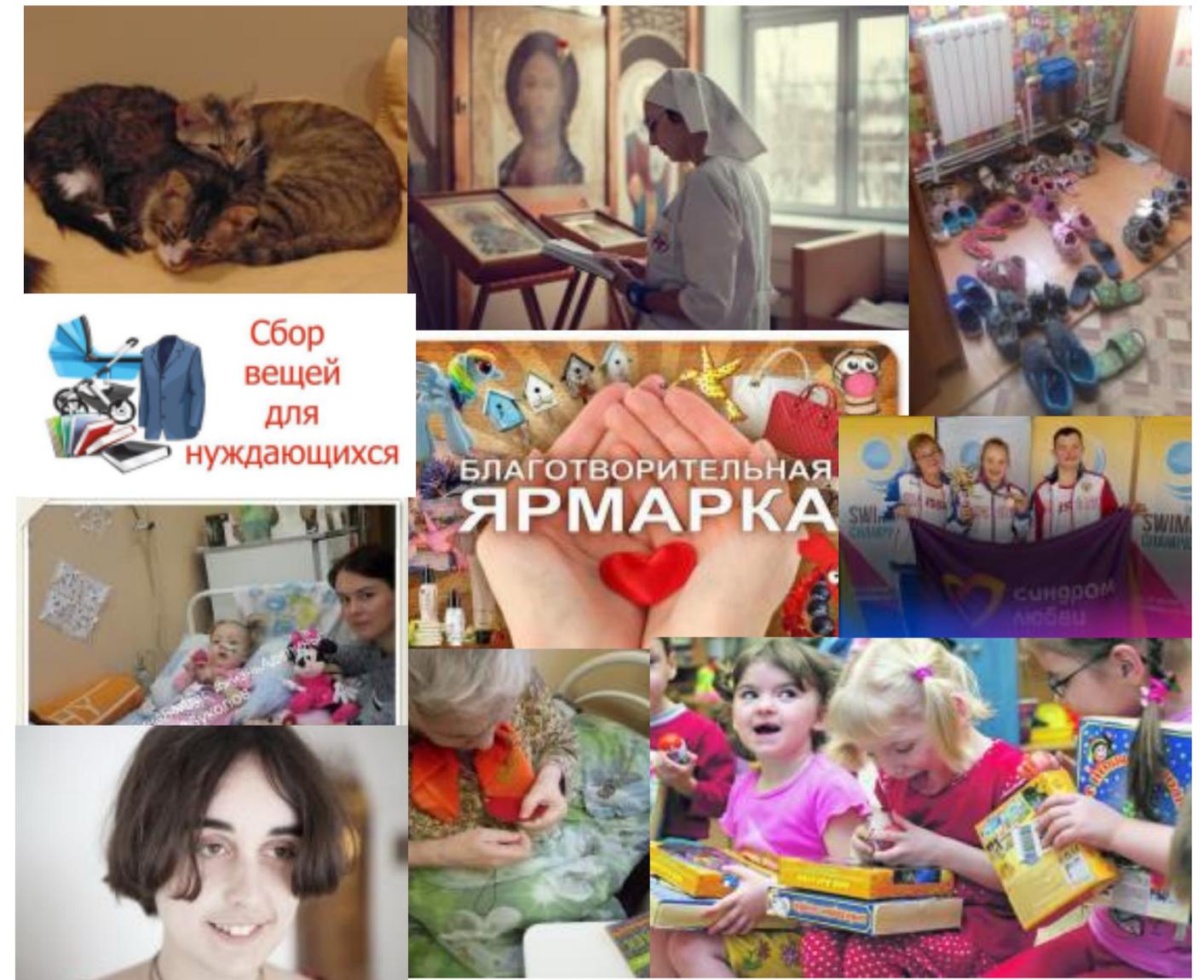


Анализ изображений по кластеру «благотворительные пожертвования» в социальной сети VK



- ❑ Фотографии зачастую относятся к таким темам:
- ✓ Детские дома и дома ребенка;
- ✓ Болезни детей, хосписы;
- ✓ Приюты для животных;
- ✓ Помощь особенным детям;
- ✓ Помощь многодетным семьям;
- ✓ Помощь пожилым;
- ✓ Помощь малообеспеченным и нуждающимся;
- ✓ Благотворительные ярмарки.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ



3

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ



Популярность постов: указано среднее количество по каждому показателю на один пост

- ❑ В сети **VK** заметно сильнее откликаются на посты с тегами волонтерство, добровольчество, чем на посты с тегами благотворительность, пожертвования.
- ❑ В сети **FB** гораздо сильнее откликаются на посты с тегами благотворительность, пожертвования, чем на посты с тегами волонтерство, добровольчество.

#ВОЛОНТЕРСТВО, #ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

КОММЕНТАРИИ

0,4



ЛАЙКИ

5



#ВОЛОНТЕРСТВО, #ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

ПРОСМОТРЫ

466



КОММЕНТАРИИ

0,6



ЛАЙКИ

19



#БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, #ПОЖЕРТВОВАНИЯ

КОММЕНТАРИИ

1,4



ЛАЙКИ

46



#БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, #ПОЖЕРТВОВАНИЯ

ПРОСМОТРЫ

199



КОММЕНТАРИИ

0,2



ЛАЙКИ

6



facebook



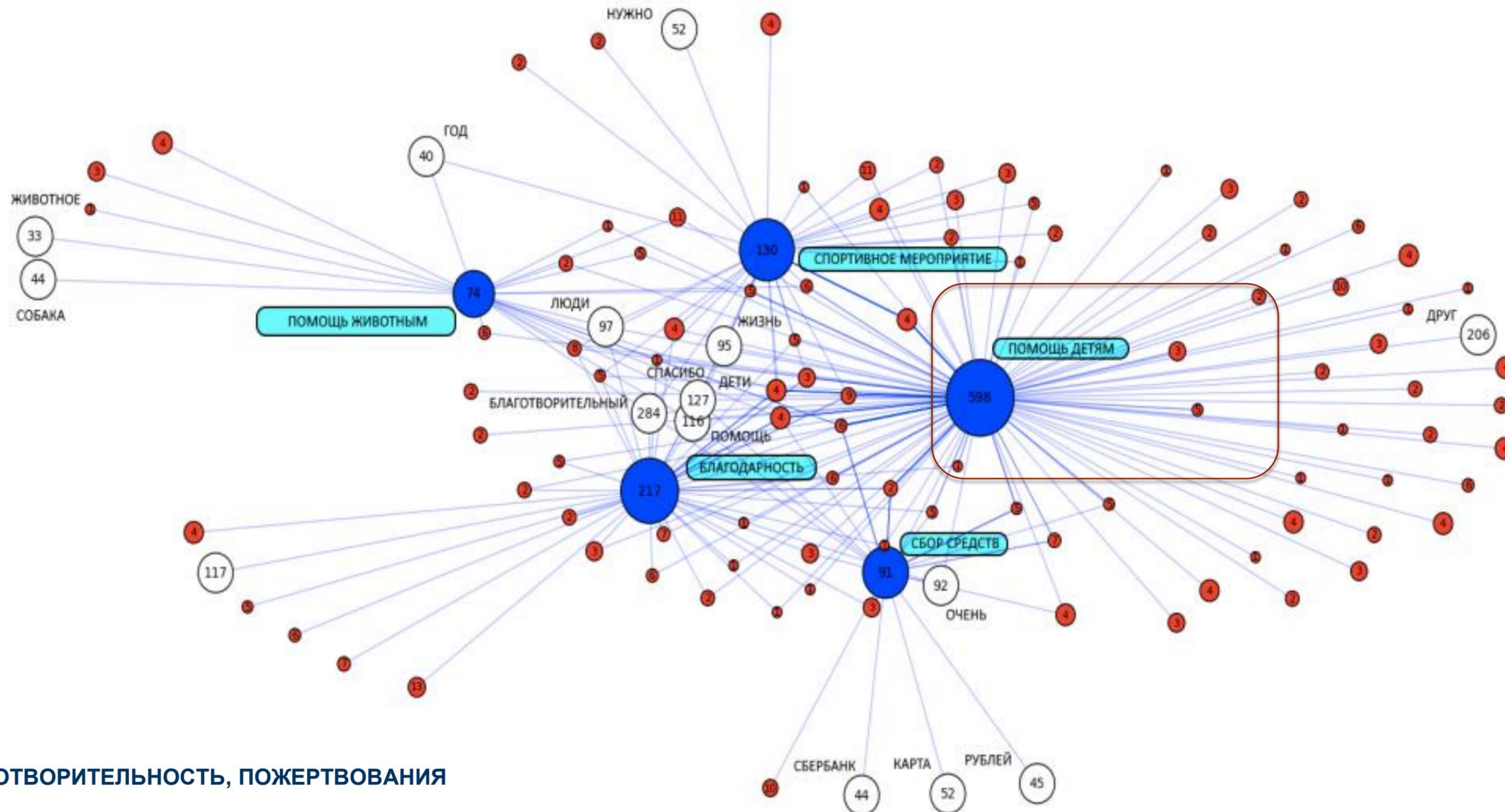
ПОПУЛЯРНОСТЬ ПОСТОВ



Графы: пересечение кластеров и пользователей в сети FB по тегам **благотворительность**, **пожертвования**

- 1 Количество постов по кластеру
- 1 Среднее количество слов на кластер
- 1 Количество общих друзей у автора поста

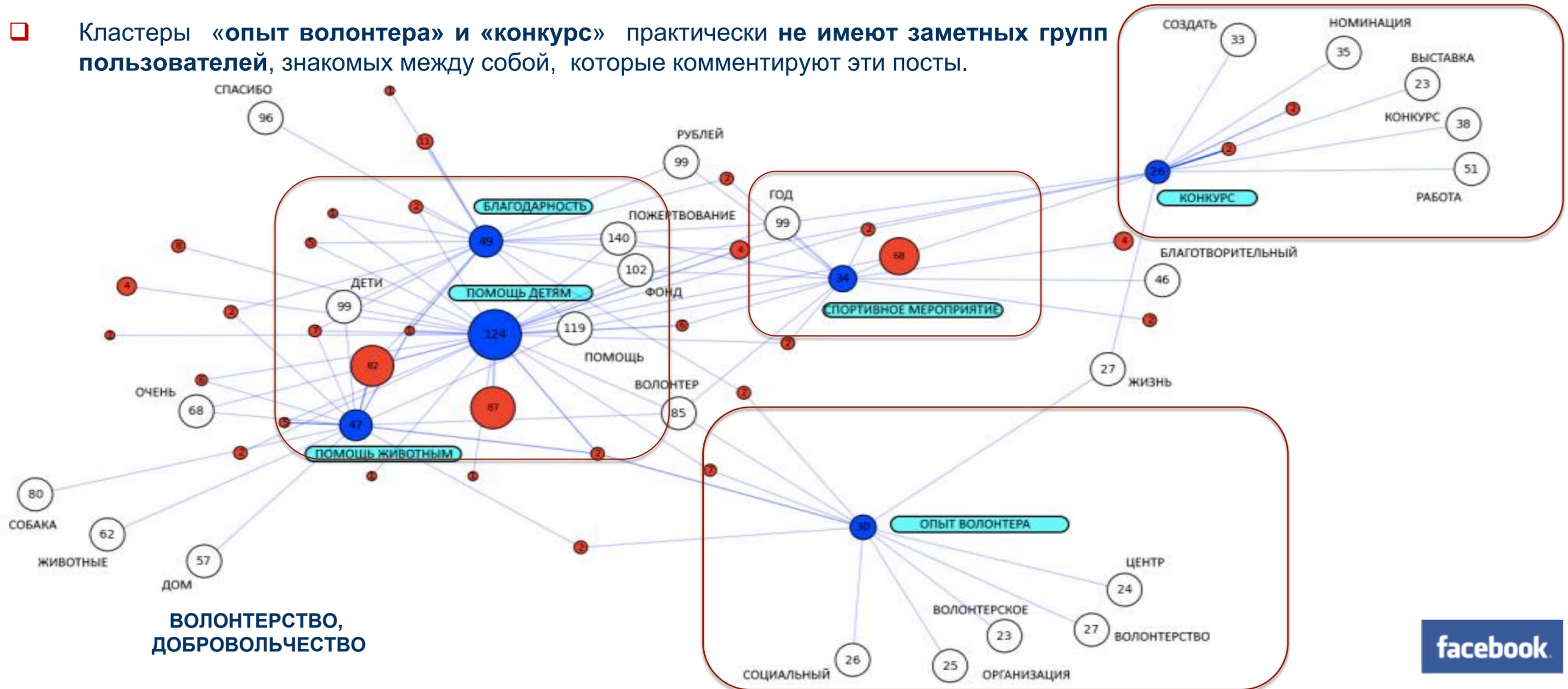
□ Для кластера «**помощь детям**» наблюдается **существенное число небольших групп, пользователи которых знакомы** между собой и комментируют посты. Заметна взаимосвязь многих кластеров: **сбор средств – благодарность, спортивное мероприятие – помощь детям, спортивное мероприятие – благодарность.**





Графы: пересечение кластеров и пользователей в сети FB по тегам волонтерство, добровольчество

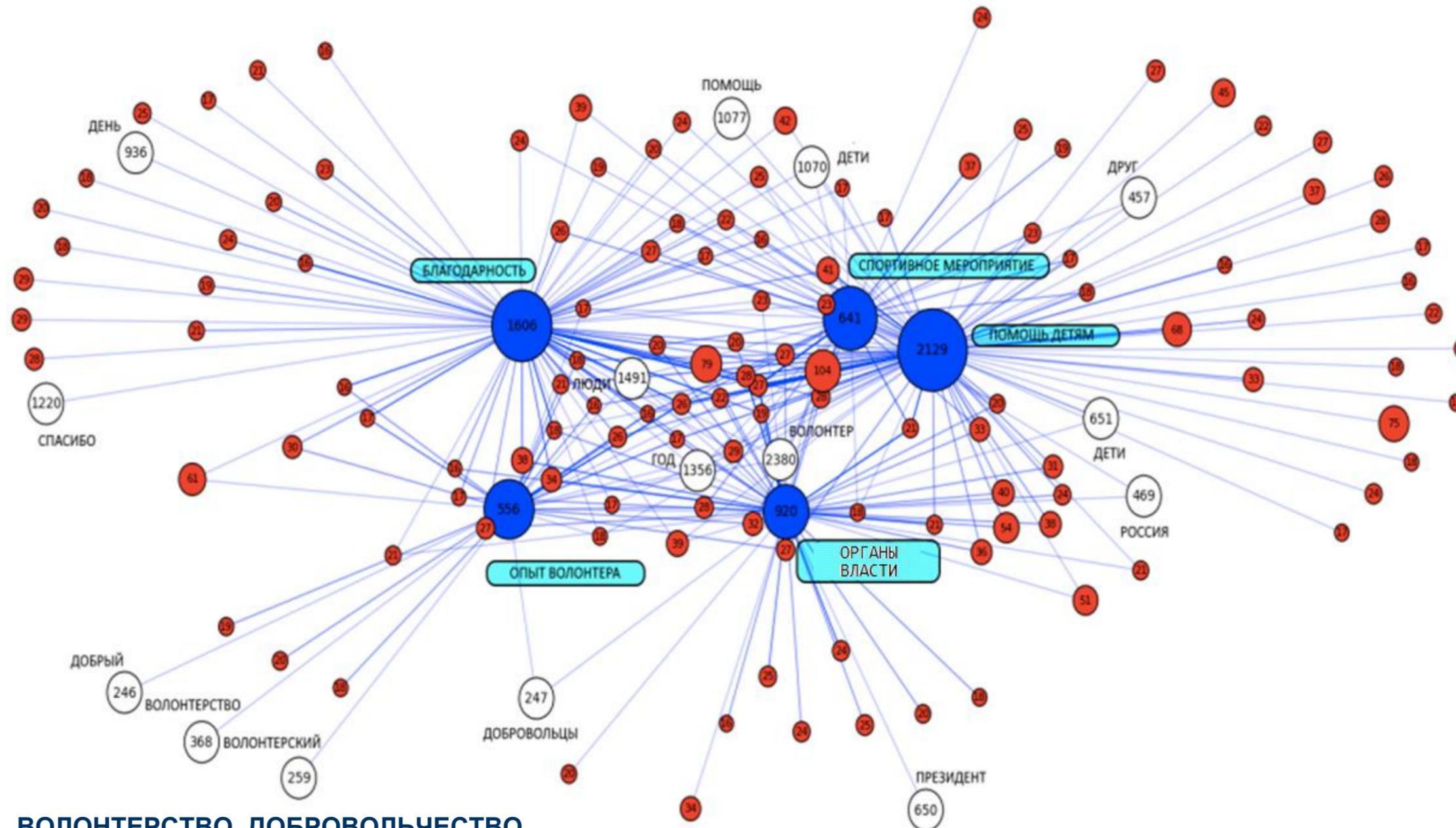
- Для кластеров «помощь детям», «спортивное мероприятие», «помощь животным» заметны **большие группы пользователей**, которые знакомы между собой и комментируют эти посты.
- Кластеры «опыт волонтера» и «конкурс» практически **не имеют заметных групп пользователей**, знакомых между собой, которые комментируют эти посты.





Графы: пересечение кластеров и пользователей в сети VK по тегам волонтерство, добровольчество

- Только на графе VK появляется кластер «опыт волонтера», который заметно связан с другими кластерами: благодарность, спортивное мероприятие, органы власти. Упоминания слов «год волонтера» тесно связан с кластерами «опыт волонтера» и «органы власти». Только здесь заметно упоминание слова «президент».



ВОЛОНТЕРСТВО, ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО



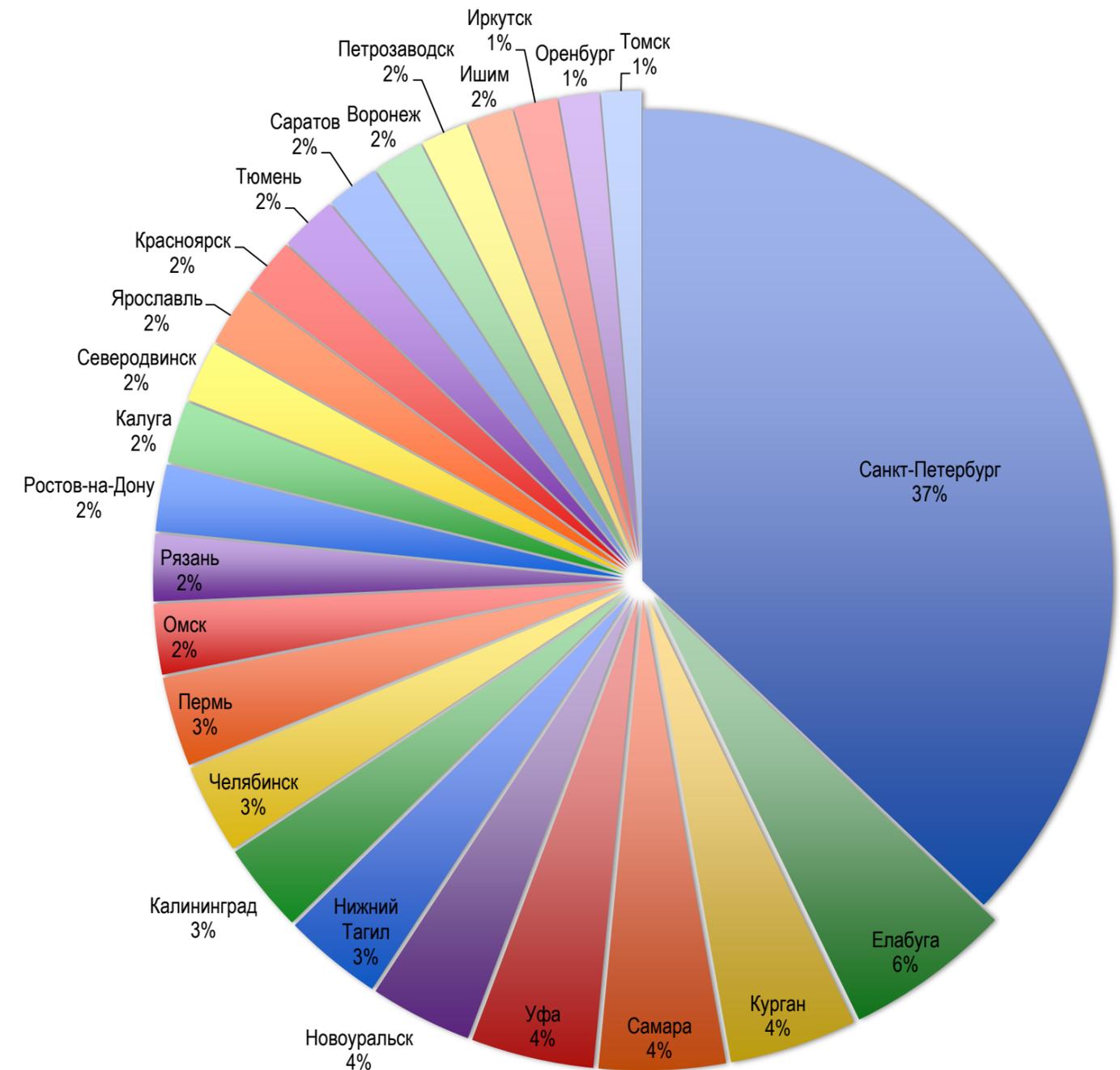


География: активность пользователей по городам в сети VK

- ❑ Аудитория сети VK, использующая теги благотворительность, волонтерство, представлена преимущественно в **Санкт-Петербурге (37%)**.
- ❑ Москва представлена крайне слабо, не выражены города других стран.



ГЕОГРАФИЯ



АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.

ВОЛОНТЕРСТВО, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

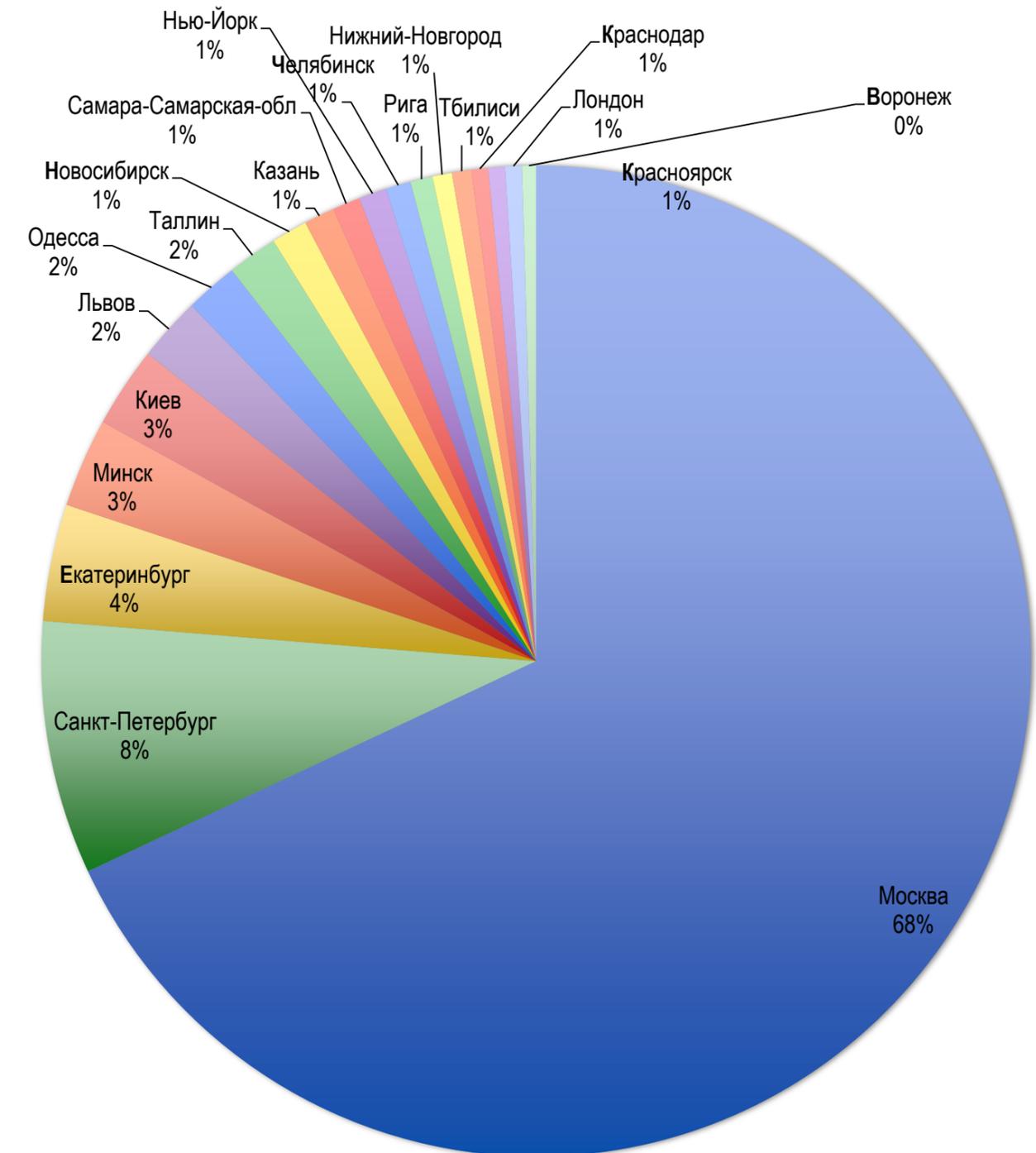


География: активность пользователей по городам в сети FB

- ❑ Аудитория сети FB, использующая теги благотворительность, волонтерство, представлена преимущественно в **Москве (68%)**.
- ❑ Можно заметить города других стран: Минск, Киев, Львов, Одесса, Таллин, Рига, Тбилиси, Лондон, Нью-Йорк.



ГЕОГРАФИЯ

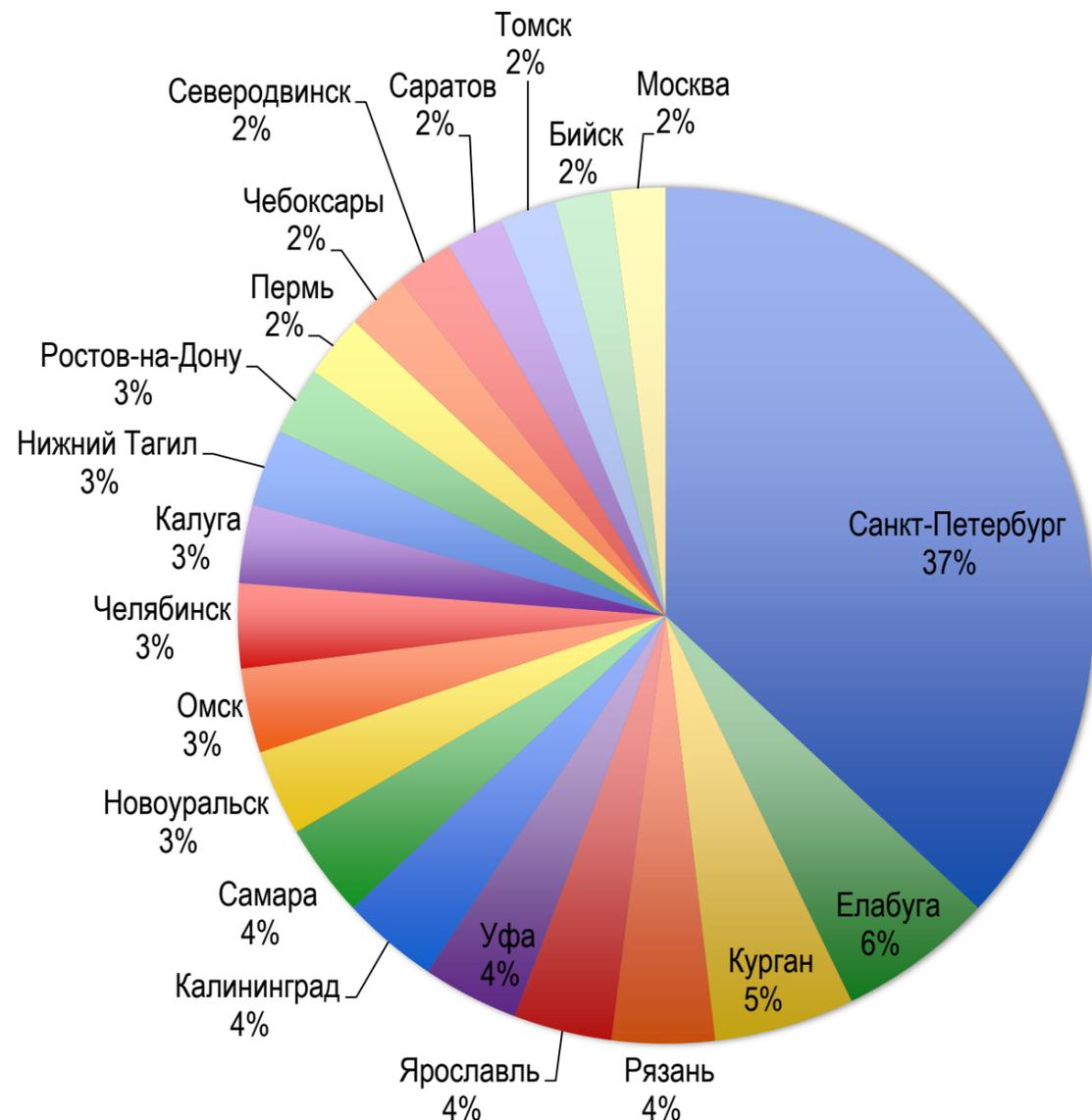




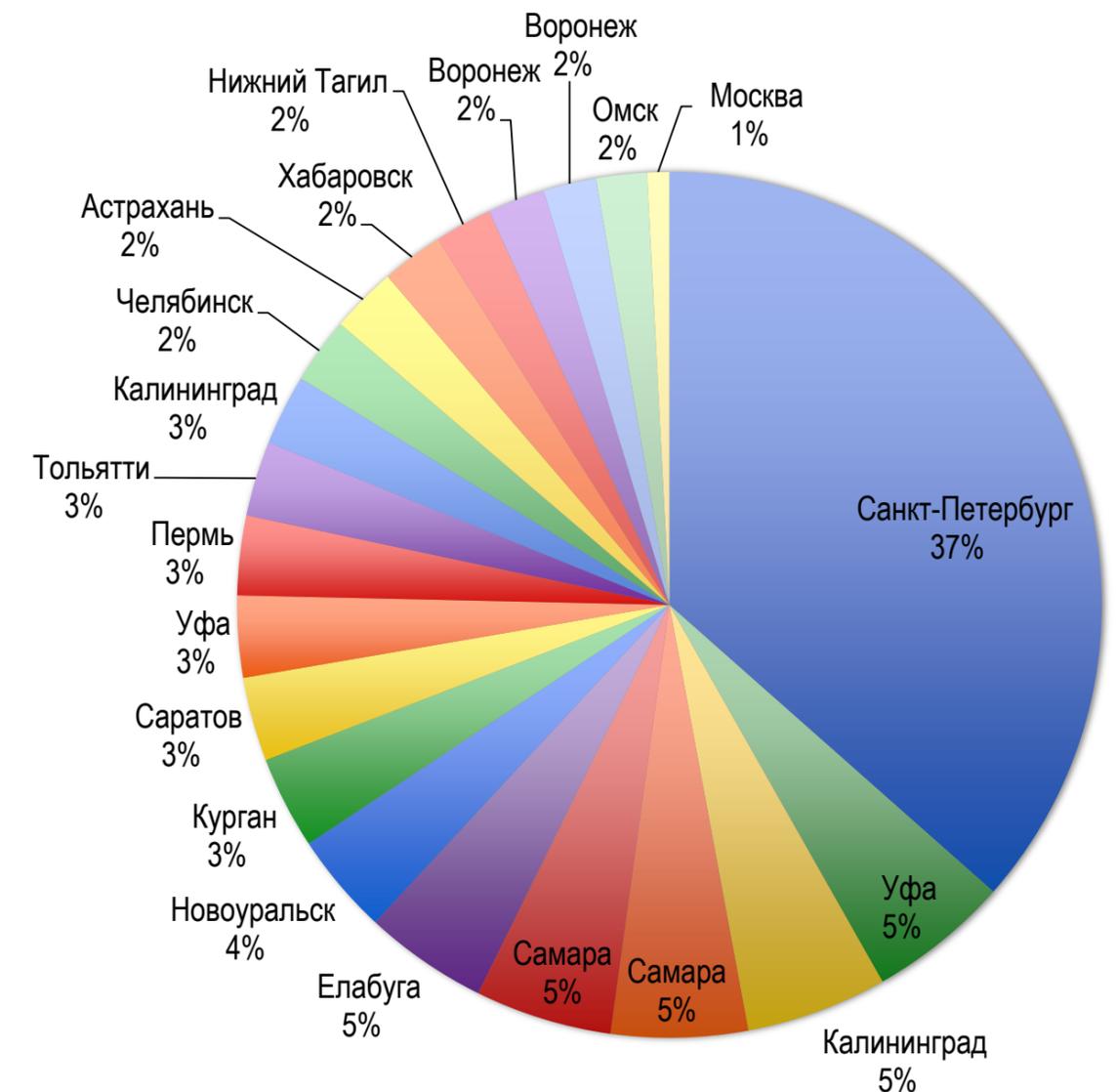
География: профиль пользователей социальной сети VK

- Большинство пользователей отметили Санкт-Петербург в качестве города, в котором они живут. Москва представлена крайне незначительно: 1-2%. Заметен широкий географический охват в России в сети VK.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ "ВКОНТАКТЕ" ПО ТЕГУ ВОЛОНТЕРСТВО



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ "ВКОНТАКТЕ" ПО ТЕГУ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ



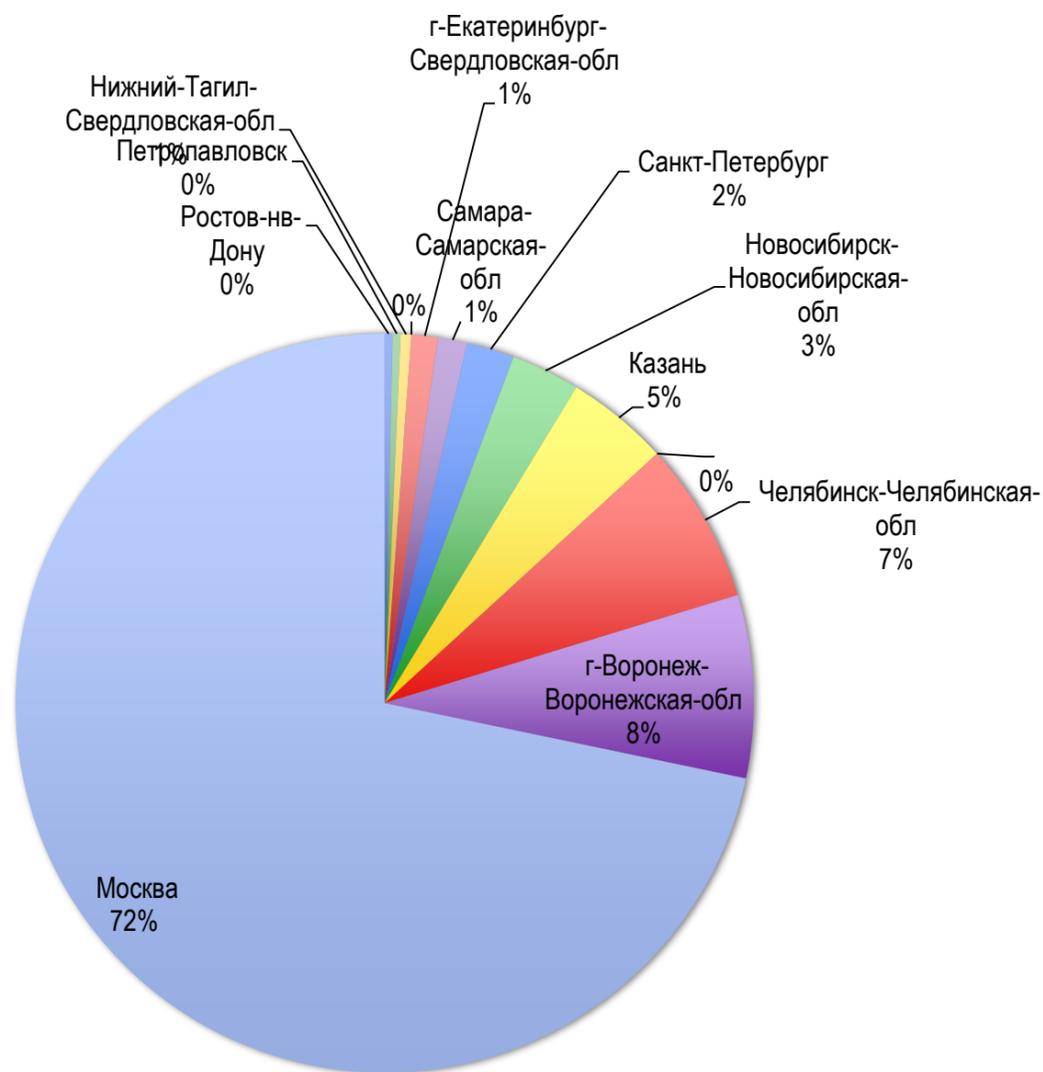
АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.



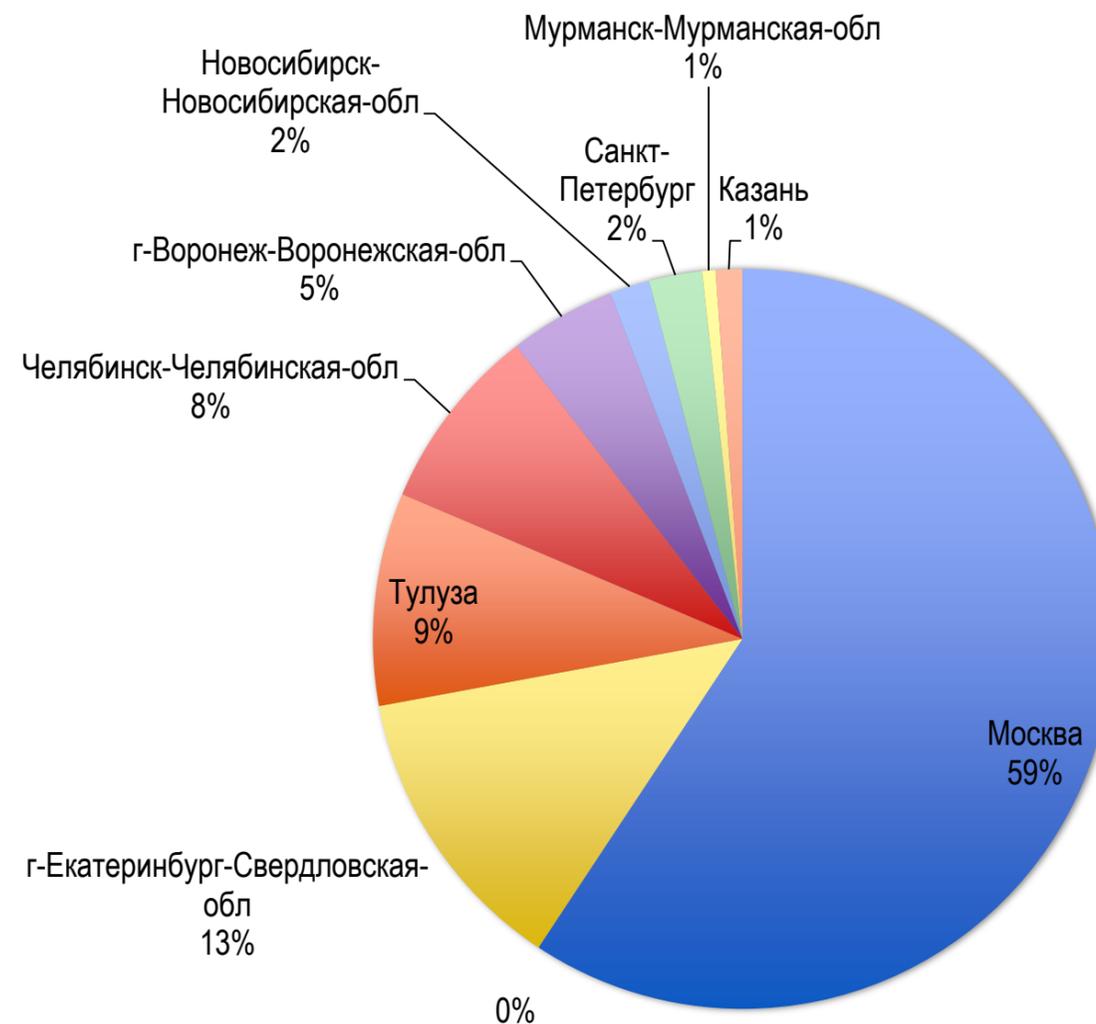
География: профиль пользователей социальной сети FB

- Среди пользователей, которые указали город проживания, лидирующее место в FB занимает Москва. В целом, охват городов России существенно ниже в сравнении с сетью VK.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ FACEBOOK ПО ТЕГУ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ FACEBOOK ПО ТЕГУ ВОЛОНТЕРСТВО

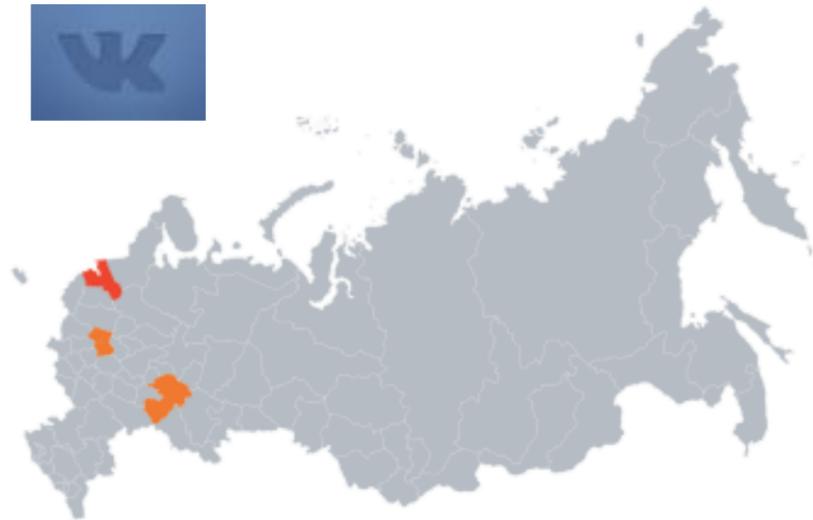


АНАЛИЗ СДЕЛАН ТОЛЬКО ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, УКАЗАВШИМ ДАННЫЕ В АНКЕТЕ.

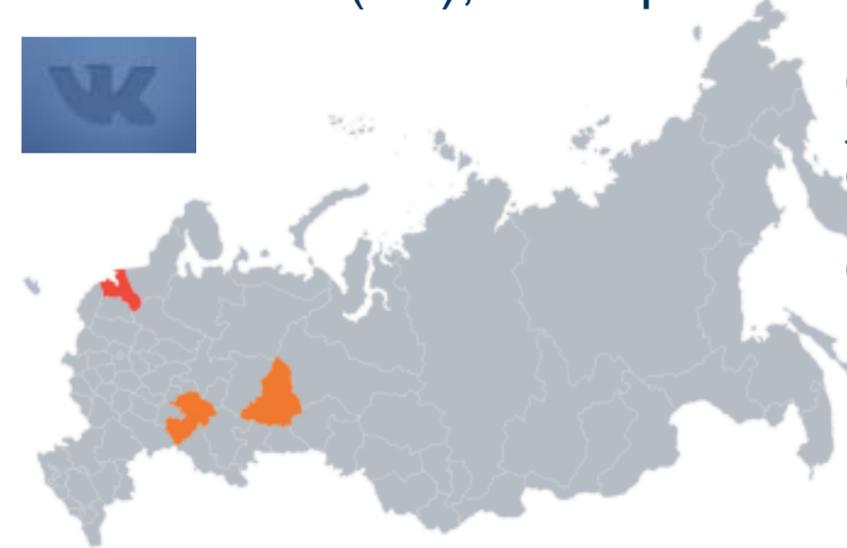


География активности по тегам

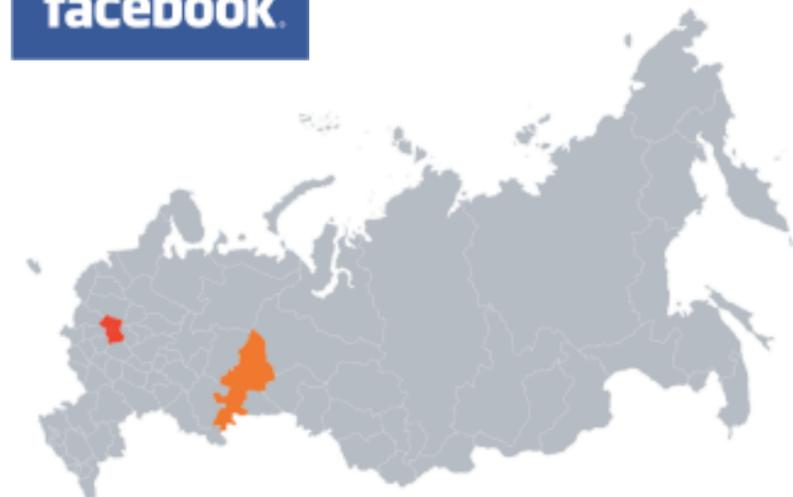
- Наиболее активными регионами по размещению постов с соответствующими тегам являются Ленинградская обл. (VK, FB), Свердловская обл. (VK, FB), Республика Татарстан (VK, FB), Челябинская обл. (FB), Московская обл. (FB), Воронежская обл. (FB), Самарская обл. (VK).



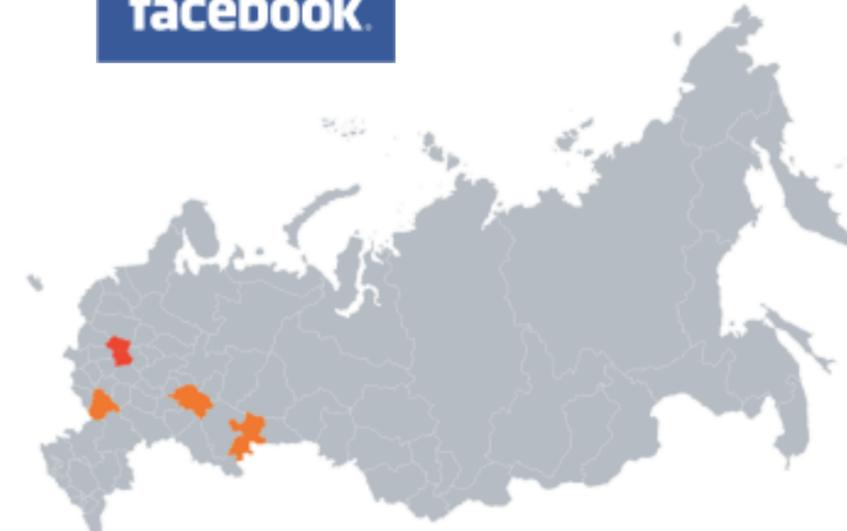
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ: 662
МОСКВА И МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ:
212
РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН: 154
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ: 132



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ: 448
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ: 110
РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН: 88
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ: 65



МОСКВА И МОСКОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ: 102
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ: 14
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ: 22



МОСКВА И МОСКОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ: 619
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ: 69
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ: 61
РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН: 39

ВОЛОНТЕРСТВО

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

4

ВЫВОДЫ



Выводы и гипотезы для будущих исследований: теги «благотворительность», «пожертвования»

- ❑ В сети FB больше представлена Москва, и в большей степени заметны города других стран, в то время как в сети VK существенно больше охват городов России, большинство пользователей живут в Санкт-Петербурге.
- ❑ В сети VK в равной степени представлены мужчины и женщины, в то время как в сети FB преимущественно женщины. В сети VK аудитория с соответствующими тегами моложе в сравнении с сетью FB. Интересно отметить, что в сети VK мужчины больше отмечены в постах с тегом «пожертвования», а женщины – с тегом «благотворительность».
- ❑ Необходимо отметить, что среди кластеров сообщений в двух сетях преобладает кластер «помощь детям», в то время как кластеры «помощь пожилым» и «помощь инвалидам» выражены крайне незначительно. Даже кластер «помощь животным» больше двух перечисленных кластеров в сетях FB и VK.
- ❑ Если говорить об эмоциональном тоне сообщений, то нет ярко выраженных кластеров с позитивной окраской с тегами «благотворительность», «пожертвования», преобладает в основном нейтральный тон постов. В качестве гипотезы можно предположить, что чем выше вовлеченность в процесс (ярмарка, конкурс, спортивное мероприятие), тем выше эмоциональная окраска. Посты кластера «мошенничество» имеют максимальную негативную окраску.
- ❑ В целом, большая часть содержания релевантна названию кластера, но в то же время содержание кластеров часто неоднородно. Так, например, кластер «помощь детям» может включать волонтерский опыт в сети VK или сбор денег на политическую кампанию в сети FB.
- ❑ В сети FB большее число лайков и просмотров набирают сообщения с тегами «благотворительность», «пожертвования», в то время как в сети VK существенно больше комментариев и просмотров набирают сообщения с тегами «волонтерство», «добровольчество». В сети VK появляются такие кластеры как: «органы власти» и «религия» на графах, в то время как в сети FB этих кластеров нет.



Выводы и гипотезы для будущих исследований: теги «волонтерство», «добровольчество».

- ❑ В сетях FB и VK преобладают женщины, если мы говорим об анализе постов с тегами «волонтерство», «добровольчество». Аудитория VK также заметно моложе в сравнении с аудиторией FB. Интересно отметить, что мужчины больше откликаются на тег «добровольчество», чем на тег «волонтерство».
- ❑ Среди пользователей VK чаще используется слово «волонтер» и употребляется от первого лица, в то время как в сети FB чаще использую слово «волонтеры» – в третьем лице, что свидетельствует о меньшей личной вовлеченности в волонтерство. Это подтверждается тем, что при анализе кластера «помощь детям» в сети VK основным является слово «волонтер», в то время как в FB – это слово «пожертвования».
- ❑ Интересно отметить, что кластеры «помощь детям» и «благодарность» в сети VK имеют почти одинаковый размер, в то время как в сети FB кластер «помощь детям» значительно больше других кластеров. Кластеры «помощь пожилым» и «помощь инвалидам» по-прежнему очень малы.
- ❑ Максимальный позитивный тон сообщений наблюдается для кластера «опыт волонтера», максимальный негативный – для кластера «мошенничество». Интересно отметить, что наибольшее количество изображений в кластере «благодарность», например, относится к награждениям, вручению грамот и дипломов.
- ❑ Содержание кластеров в сетях FB и VK менее релевантно названию кластеров в сравнении с тегами «благотворительность», «пожертвования», и например, кластер «помощь детям» может включать в сети FB упоминания дня волонтера, опыта волонтера, сообщений для привлечения волонтеров, сбор пожертвований на животных.
- ❑ Также интересно отметить, что такие кластеры как «опыт волонтера» и «конкурс» в сети FB не находят заметного отклика, их не комментируют, что может свидетельствовать о нерелевантности канала. В сети VK по данным тегам выражен кластер «органы власти» и заметно упоминание таких слов как «президент», «добровольцы», «Россия», что не выявлено для сети FB.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

<https://grans.hse.ru>

Телефон.: +7(495) 623 88 03

Адрес: 101978, Москва, ул.Мясницкая, д. 20, к. 519, 521