

Корнієць Олександр Миколайович,
аспірант Інституту інформаційних
технологій і засобів навчання
НАПН України, м. Київ,
distosvita@ukr.net

СТАТИСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ВІДЕОСЕРВІСУ YOUTUBE ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КОЛЕКЦІЙ ЕЛЕКТРОННИХ ОСВІТНІХ РЕСУРСІВ З ПРОФОРІЄНТАЦІЙНИМИ ВІДЕОМАТЕРІАЛАМИ

Інформаційно-комунікаційні технології, у тому числі мультимедіа, надають нові можливості профорієнтаційного впливу вчителів природничо-математичних дисциплін на учнів старших класів.

Використання мультимедійних продуктів у системі загальної середньої освіти, зокрема відеоуроків, відображено у працях Пінчук О.П., Сейтвелієвої С.М. [2, 3].

Під час уроку вчитель може показати відеоматеріал профорієнтаційного змісту, не використовуючи сервіси мережі Internet. Однак, вчитель не має можливості показати всі відеоматеріали (про професії, про вибір професії тощо) під час уроку. Як вихід, він може створити добірку відеоматеріалів використовуючи сервіси мережі Internet та надати учням посилання на неї. Цим самим учитель має змогу зробити процес позааудиторної професійної орієнтації учнів більш керованим.

Засобом для створення колекції профорієнтаційних відеоматеріалів може бути відеосервіс YouTube, який дозволяє створювати публічні списки відтворення, додавати до них власні відеоматеріали або завантажені іншими користувачами.

Ефективна профорієнтаційна робота можлива тільки за наявності зворотного зв'язку. Цей зв'язок краще за все забезпечує статистичне спостереження.

Під час надання доступу до відеоматеріалів профорієнтаційної тематики доцільно знати, скільки відвідувачів переглянуло відео, скільком сподобалось

або не сподобалось, скільки користувачів забажали отримувати повідомлення про надходження нових відеоматеріалів для загального доступу (тобто підписалися на Ваш канал), які відеоматеріали користуються більшою популярністю, скільки користувачів додали відеозаписи у вибране, скільки користувачів надіслали посилання на переглянуті відеоматеріали по електронній пошті або у соціальні мережі (ВКонтакте, Facebook, Google+, Twitter, Однокласники, LinkedIn тощо). Статистичні звіти допоможуть оцінити вплив соціальних засобів комунікації на досягнення цілей, які були поставлені. Об'єднані дані веб-аналізу та соціальної активності дозволяють отримати загальне уявлення про відеоматеріали і активність спільноти щодо них.

Для аналізу взаємодії користувачів з відеоматеріалами можна скористатись вбудованим засобом YouTube Analytics – безкоштовним сервісом для ведення детальної статистики переглядів відеоматеріалів, розміщених на зазначеному вище відеосервісі. Він дозволяє отримати статистичні дані за різні періоди та забезпечує розширені можливості аналізу даних, у тому числі їх відображення у вигляді зручних графіків, це дозволяє оцінити трафік каналу та ефективність різноманітних заходів.

Основна відмінність між YouTube Analytics (<https://www.youtube.com/analytics>) і Google Analytics (<https://www.google.com/analytics>) полягає в тому, що перший надає дані тільки про взаємодію з відеоматеріалами завантаженими в YouTube (перегляди відео, сподобалось або не сподобалось, скільки підписалося на канал, додавання у вибране, надсилання посилання на переглянуті відеоматеріали по електронній пошті або у соціальні мережі тощо) а другий опрацьовує дані про відвідувачів сторінок веб-сайту (відвідування, повторні відвідування, перегляди сторінок, пошукові запити тощо). Слід також зауважити, що можлива інтеграція цих двох засобів використовуючи Google Analytics ID.

Ми будемо розглядати YouTube Analytics, оскільки він є вбудованим засобом і не потребує встановлення та налаштування, а можливості використання Google Analytics нами вже розглядалися [1].

Наразі в YouTube Analytics є можливість побудови різних звітів, наприклад, перегляди, демографічні показники, місця відтворення, середня тривалість переглядів, джерела трафіку (переходу на YouTube), користувачі, які підписалися, сподобалось/не сподобалось тощо.

Використовуючи отриману статистику: з яких джерел користувачі заходять для перегляду відео, скільки часу вони переглядають відеоматеріали, які відеофайли вони переглядають найчастіше, можна оптимізувати відеоконтент таким чином, щоб його використання було найефективнішим.

Використовуючи отримані дані, можна виділити ефективні шляхи залучення нової цільової аудиторії. Кількість соціальних платформ продовжує збільшуватися, тож потрібно виділити сервіси, яким слід приділяти більше часу та уваги, щоб залучити більшу цільову аудиторію.

Контент стає значно ефективнішим, коли ним починають ділитись. Якщо публікується новий відеоматеріал, то недостатньо відстежувати лише основні показники в послідовності (наприклад, унікальних відвідувачів). Поєднання трафіку й обміну в соціальних мережах об'єднує соціальну взаємодію з контентом, що дозволяє приймати виважені рішення для зміцнення спільноти й підвищення частоти обміну відеоматеріалами на YouTube та поза його межами.

YouTube Analytics дозволяє стежити за тим, як користувачі діляться відеоматеріалами за вибраний період.

Люди дедалі активніше взаємодіють із контентом, діляться ним і обговорюють його в соціальних мережах. Понад 80% взаємодій із вмістом сайтів здійснюється не на сайтах-першоджерелах, а на інших ресурсах. Тому, імовірно, більшість користувачів дізнається про відеоматеріали та взаємодіє з ними на інших веб-ресурсах, а не на YouTube.

Отже, під час профорієнтаційного консультування учнів старших класів, використовуючи колекції відеоматеріалів, побудовані за допомогою соціального сервісу YouTube, учителям загальноосвітніх навчальних закладів потрібно стежити за взаємодією учнів із відеоконтентом, а також за тим, як ним діляться користувачі соціальних сервісів. Використовуючи сервіс збору та

оброблення статистичних даних YouTube Analytics, учитель може відстежувати джерела, з яких іде цільовий трафік, інформацію, якою найбільше діляться і в яких соціальних мережах. На основі отриманих даних учителі природничо-математичних дисциплін можуть покращити свою профорієнтаційну роботу з учнями загальноосвітніх навчальних закладів. Використовуючи відеоматеріали, які дають найбільший трафік та переходи на цільову сторінку, вчитель може завантажувати відеоматеріали на сервіс YouTube та розміщувати посилання на них на власному сайті та в соціальних мережах більш ефективно.

Список використаних джерел

1. Корнієць О.М. Методи статистичного спостереження за профорієнтаційною діяльністю соціальних педагогів у персональному навчальному середовищі [Електронний ресурс] / О. М. Корнієць // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2012. – № 6 (32). – Режим доступу : <http://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/777>
2. Пінчук О.П. Використання мультимедійних продуктів у системі загальної середньої освіти // Інститут інформаційних технологій і засобів навчання Центрального інституту післядипломної педагогічної освіти. Інформаційні технології і засоби навчання. Електронне наукове фахове видання . – 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/ITZN/em4/content/07popeso.htm>
3. Сейтвелиева С.Н. Видеоурок как элемент образовательной технологии [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Sitimn/2010_24/videoyroku%20kak.pdf.