

Корнієць Олександр Миколайович, аспірант Інституту інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України, [distosvita@ukr.net](mailto:distosvita@ukr.net)

## **ЗАСОБИ СТАТИСТИЧНОГО СПОСТЕРЕЖЕННЯ ПРИ ВИКОРИСТАННІ СОЦІАЛЬНИХ СЕРВІСІВ ДЛЯ НАВЧАННЯ ТА КОНСУЛЬТУВАННЯ УЧНІВ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

Зараз спостерігається стрімкий розвиток соціальних засобів комунікації. При використанні соціальних сервісів для навчання та консультування учнів ЗНЗ виникає питання, як оцінювати вплив масових сервісів на поставлені цілі? Тобто, виникає необхідність збору та оброблення статистичної інформації про діяльність учасників. Статистичні звіти допоможуть оцінити вплив соціальних засобів комунікації на досягнення поставлених цілей. Об'єднані дані веб-аналізу та соціальної активності дозволяють отримати загальне уявлення про контент і активність спільноти щодо нього.

Останнім часом високою популярністю користуються інструменти для збору статистики від найбільш відомих пошукових систем: Яндекс.Метрика і Google Analytics. Далі розглянемо можливості сервісу Google Analytics.

**Google Analytics** — безкоштовний сервіс для ведення детальної статистики відвідувань веб-сайтів від компанії Google. Сервіс дозволяє оцінити трафік веб-сайту та ефективність різноманітних маркетингових заходів. Також забезпечує розширені можливості аналізу даних, у тому числі їх відображення у вигляді зручних графіків. Сервіс працює з використанням HTTPS. Аналітику використовують близько 49.95% з 1,000,000 провідних веб-сайтів (за оцінкою Alexa.com).

Безкоштовна версія обмежена 10-ма мільйонами переглядів сторінок на місяць. Користувачам з активним аккаунтом Google AdWords надається можливість відстежувати необмежену кількість переглядів сторінок.

Наразі в Google Analytics є можливість побудови 80 видів звітів, які можна налаштовувати. Наприклад, щоденні відвідування (кількість відвідувачів за день, тиждень, місяць тощо), перегляд сторінок, середня тривалість відвідування, показник відмов (відсоток переглядів, при яких сторінка була єдиною переглянутою), відсоток нових відвідувань, типи трафіку (джерела переходу на сайт), популярні пошукові запити, за допомогою яких користувач потрапив на сайт, час перебування на сайті за країною, відображення статистики відвідувань на карті світу, активність у соціальних мережах (скільки відвідувачів сайту поділились інформацією у соціальних мережах), досягнуті цілі (вказується кількість переходів на сторінку, яку адміністратор сайту позначив обов'язковою для перегляду) тощо.

Використовуючи отриману статистику (з яких сервісів користувачі заходять на сайт, скільки часу вони залишаються на ньому, які сторінки вони переглядають, де вони знаходяться географічно) можна оптимізувати навчальний контент таким чином, щоб його використання було найефективнішим.

Кількість соціальних платформ продовжує збільшуватися, тож потрібно виділити сервіси, яким слід більше приділяти часу та уваги, щоб залучити більшу цільову аудиторію. Google Analytics надає звіти («Соціальні джерела»), за допомогою яких, можна виділити сайти та соціальні мережі, які перенаправляють трафік найвищої якості.

Google Analytics дозволяє стежити за тим, як користувачі діляться навчальним контентом, як на сайті так і поза його межами. Якщо на сайті навчального середовища є кнопки соціальних мереж, наприклад, «+1» від Google і «Подобається» від Facebook, то важливо знати, які з них натискають відвідувачі та для якого вмісту. Окрім того, дані про те, як спільнота взаємодіє з вмістом поза межами сайту, дають змогу оцінити, як повідомлення поширюються у соціальних мережах.

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 матеріали та взаємодіє з публікаціями та відеозаписами на інших веб-ресурсах, а не на основному.

Також в мережі Інтернет є засоби для збору та обробки статистичних даних з одного сервісу. Наприклад, аналізувати діяльність у мережі мікроблогів Twitter можна за допомогою [Tweetstats.com](http://Tweetstats.com), [Twittercounter.com](http://Twittercounter.com), [Tweetwasters.com](http://Tweetwasters.com), [Tweeteffect.com](http://Tweeteffect.com), [Tweetvolume.com](http://Tweetvolume.com), [Twitaholic.com](http://Twitaholic.com) тощо.

Ці сервіси дають змогу дізнатись середню кількість твітів за день та місяць, графік твітів в залежності від часу доби, сумарну кількість твітів за днями тижня, топ 10 твітів користувача, топ 10 сервісів для твітера, якими користується користувач, топ 10 користувачів мережі, яких ретвітів користувач, топ 1000 найпопулярніших користувачів мережі мікроблогів (по кількості фоловерів), популярні слова у твітах, рейтинг мікроблога користувача відносно інших мікроблогів, скільки разів згадується те чи інше слово у твітах та порівняти значення, зміну кількості фоловерів протягом певного періоду (рис. 1) тощо.

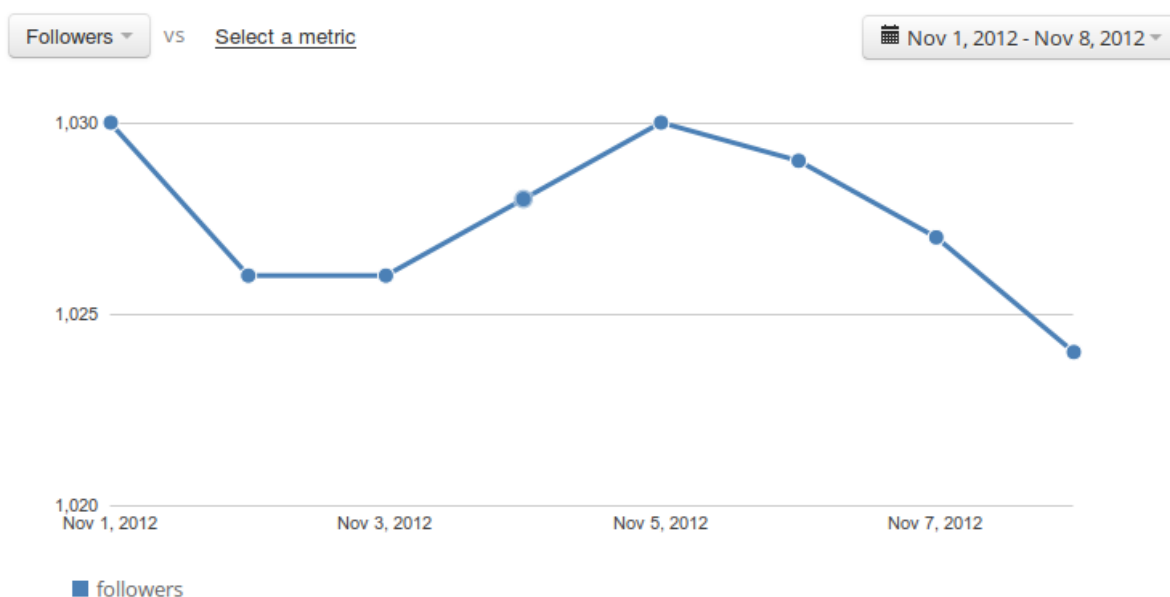


Рис. 1. Графік зміни кількості фоловерів протягом тижня

Під час використання соціальних сервісів для навчання та консультування учнів потрібно стежити за взаємодією учнів з навчальним контентом, а також за тим як ним діляться користувачі соціальних сервісів. Використовуючи сервіси збору та обробки статистичних даних, наприклад, Google Analytics, можна відстежувати джерела, з яких іде цільовий трафік, інформацію, якою найбільше діляться і в яких соціальних мережах. Застосовуючи ті методи, які дають найбільший трафік та переходи на цільову сторінку, можна розміщувати матеріали на сайті та в соціальних мережах більш ефективно.