

СУЧАСНІ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ АНАЛІЗУ ХЕШТЕГІВ

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

**BlackBell Inc, Київ, Україна

Анотація. Розглянуто сучасні платформи, створені для аналізу хештегів – слів або фраз у мікроблогах соціальних мереж. Хештеги дозволяють за мінімальних затрат зробити повідомлення максимально публічним і притягнути більше уваги до теми. Наведено порівняння відомих платформ з українським сервісом Hashtago.

Ключові слова: хештег, соціальні мережі, мікроблог.

Аннотация. Рассмотрены современные платформы для анализа хештегов – слов или фраз в микроблогах социальных сетей. Хештеги позволяют при минимальных затратах сделать сообщение максимально публичным и привлечь больше внимания к теме. Приведено сравнение известных платформ с украинским сервисом Hashtago.

Ключевые слова: хештег, социальная сеть, микроблог.

Abstract. The paper is concerned with modern platforms creating for hashtag analysis. Hashtags are the words or phrases in microblogs in social media. Hashtags allows messages to become popular and highlight some topics without any effort. The comparisons of known platforms with Ukrainian Hashtago service were given.

Keywords: hashtag, social media, microblog.

1. Вступ

Хештег з'явився як відповідь на потребу упорядкувати наростаючий інформаційний хаос у соціальних мережах. Завдяки активному використанню цього інструменту користувачами, підтримка хештегів з'явилась у всіх найбільш популярних соціальних мережах.

Будь-яка комбінація символів, в заголовку яких буде знак хештег (#), якщо її використовує велика кількість людей, може притягнути більше уваги до теми. У Twitter, коли хештег став популярним, з'явилась вкладка «Актуальні теми». Актуальність може бути організована за географічною ознакою або за всіма параметрами Twitter. Хештеги не реєструються, не контролюються ніж одним із користувачів або групою користувачів. При цьому вони не можуть бути «видалені» з загальнодоступного користування, тим самим означаючи, що хештеги можуть використовуватися в теоретичній нескінченності. Вони також не мають неоднозначності означень, тобто єдиний хештег може бути використаний для будь-якої кількості цілей.

З точки зору маркетингу, хештеги мають велике значення для брендів. За допомогою правильного створення кампанії та підбору хештегу бренди можуть збільшити аудиторію користувачів свого продукту, привернути увагу до певних проблем та до подій, які бренди проводять.

Аналітика, отримана на основі аналізу хештегу, його використання та розповсюдження, допомагає бренду дізнатися більше інформації про зацікавленість користувачів, взаємодію користувачів із брендом.

2. Огляд сучасних платформ, створених для аналізу хештегів

Аналітика по хештегах є популярною темою для створення застосунків. Є проекти, які збирають інформацію для певної однієї соціальної мережі, деякі збирають по декількох. Серед таких проектів є Hashtagtracking, Keyhole, Topsy та ін.

Користувачі інтернет-ресурсів пишуть 100 млн повідомлень з хештегами кожного дня, і настав час адаптувати стратегію маркетингу бренду для аналізу цієї інформації. Використовуючи #Tracker, бренди можуть піднести свою активність у соціальних мережах до нового рівня. Знаючи інформацію про хештеги, можна розширити силу маркетингових звітів, поліпшити рекламу планування кампаній, вивчити своїх конкурентів, зрозуміти цільову аудиторію та отримати посилання на найбільш авторитетні профілі, щоб зв'язатися з ними.

2.1. Hashtagify

Hashtagify – це застосунок для знаходження хештегів, що найчастіше використовуються з досліджуваним хештегом, та його трендів популярності. Розробники цієї платформи називають себе енциклопедією хештегів, в якій знаходиться 56,674,377 знайдених хештегів та 4,894,170,734 проаналізованих твітів (записів у Twitter).

При відкритті даного застосунку одразу пропонується аналітика найпопулярнішого хештегу у Twitter. На сторінці є візуальне зображення зв'язку цього хештегу з іншими (рис.1), що робить інформацію більш зручною для сприйняття. Крім того, можна дізнатися кореляцію між ними, популярність цих хештегів у мережі та стрічку найновіших записів із використанням хештегу.



Рис. 1. Зв'язки хештегу #travel

На другій вкладці “Top influencers” можна побачити 6 найбільш популярних користувачів, які використовують даний хештег, наскільки вони спеціалізуються на цьому хештезі (як часто його використовують) та перейти на їх профіль у соціальній мережі Twitter.

Зареєструвавшись, також можна побачити у третій вкладці використання хештегу з різними мовами та тренди популярності по днях та годинах (рис. 2).

Popularity trend for #travel [Start comparing hashtags](#)

Last 2 months:

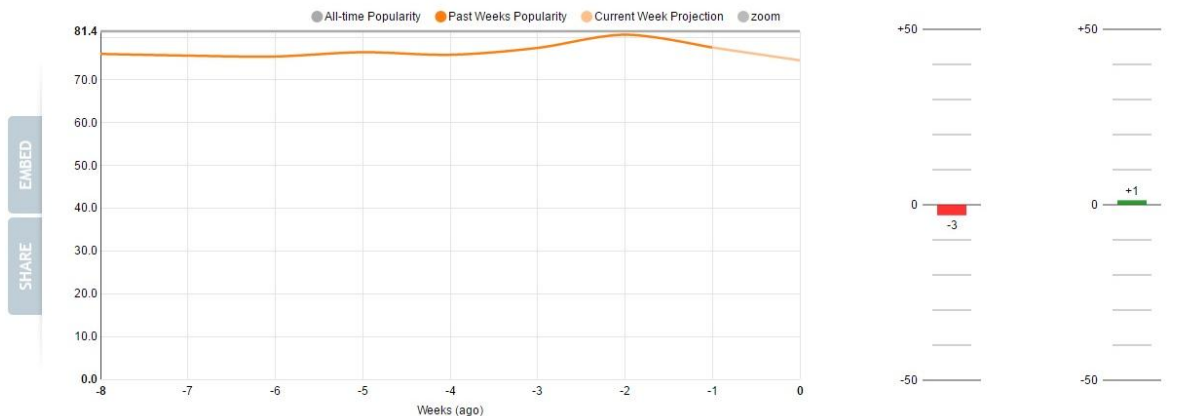


Рис. 2. Тренди популярності хештегу #travel

Також у даному застосунку можна порівнювати тренди популярності різних використаних хештегів. Перейшовши на четверту вкладку, можна розглянути стрічку записів користувачів з хештегом #travel. Застосунок Hashtagify також надає можливість відслідковувати будь-який інший хештег, але тільки у Twitter.

2.2. RiteTag

Платформа RiteTag надає інформацію про тренди хештегів на даний момент часу, аналітику самого хештегу та можливість досліджувати свій профіль у Twitter.

Аналіз даної платформи проводиться на прикладі хештегу «#icebucketchallenge». Ввівши хештег, одразу можна побачити таку інформацію про нього: кількість твітів на годину, кількість ретвітів, поширення хештегу, відсоток записів із зображеннями, посиланнями на інших людей та набір хештегів, в яких міститься даний (рис. 3).

Hashtags containing 'icebucketchallenge'

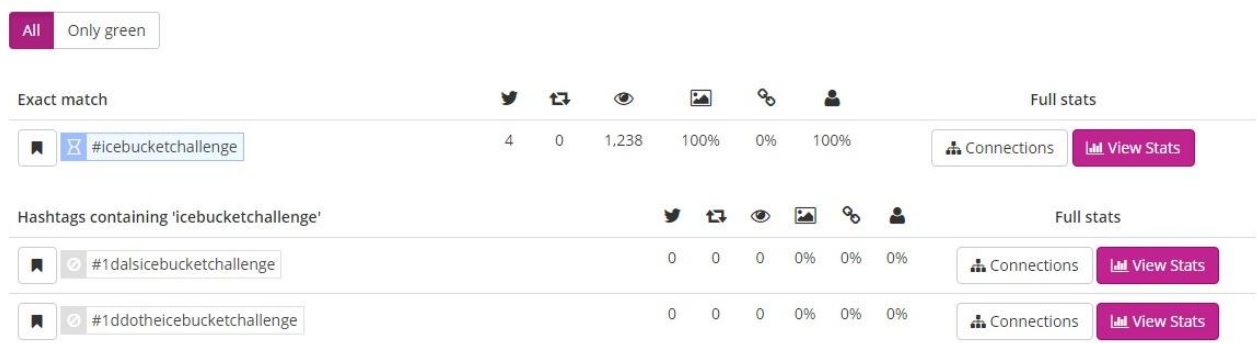


Рис. 3. Аналіз хештегу #icebucketchallenge

Також дана платформа надає інформацію про 6 найчастіше вживаних, разом з уведеним, хештегів та дані аналізу по них.

У детальній аналітиці можна побачити середню статистику за годину, графік кількості унікальних твітів, ретвітів та поширення хештегу, графік унікальних твітів та ретвітів по днях за останні 4 тижні, графік по годинах за останні 7 днів, 10 найпопулярніших користувачів, що використовували введений хештег, результати аналізу по частинах світу, де

використовувався хештег найчастіше, найбільш уживані мови із хештегом та стрічку з найновіших записів користувачів у Twitter. Також, на платформі можна побачити дерево хештегів, як і на попередній платформі, але більш розширене (рис. 4).

Отже, дана платформа дає змогу дізнатися про найбільш актуальні на даний момент хештеги та слідкувати за трендами хештегів зі своїх записів.

Платформа RiteTag має зрозумілий інтерфейс із потрібною кількістю корисної інформації.



Рис. 4. Дерево хештегів у RiteTag

2.3. Keyhole

Keyhole – це застосунок для спостереження за хештегами в реальному часі. Для тестування даної платформи використовувався, як і в попередньому підрозділі, хештег «#icebucketchallenge». Зайшовши на платформу, можна легко побачити форму для введення хештегу та одразу вибрати, по якій соціальній мережі збирати інформацію: Instagram або Twitter, або по двох одразу.

Безкоштовно ресурс видає тільки «sample data» за якийсь проміжок часу. Але також є можливість побачити історію з даними аналізу цього хештегу.

За введений проміжок часу можна дізнатися кількість користувачів, кількість записів користувачів, охоп та враження. Також надається графік кількості записів по днях, стрічка з 5 записів (сортована за кількістю взаємодій з ними або найновіші), діаграма кількості оригінальних записів, ретвітнутих та відповідей, графік найбільш використовуваних сайтів у записах. Можна побачити найбільш популярних користувачів, записи яких містять даний хештег, та користувачів, що нещодавно використовували цей хештег.

Також є демографічна діаграма (хто більше використовував хештег – жінки чи чоловіки) та діаграма джерел, з яких були написані пости.

Наочно можна побачити карту світу з виділеними областями, де найбільше всього було записів з даним хештегом (рис. 5).

Як і у попередніх двох платформах, є список найбільш пов'язаних з даним хештегів.

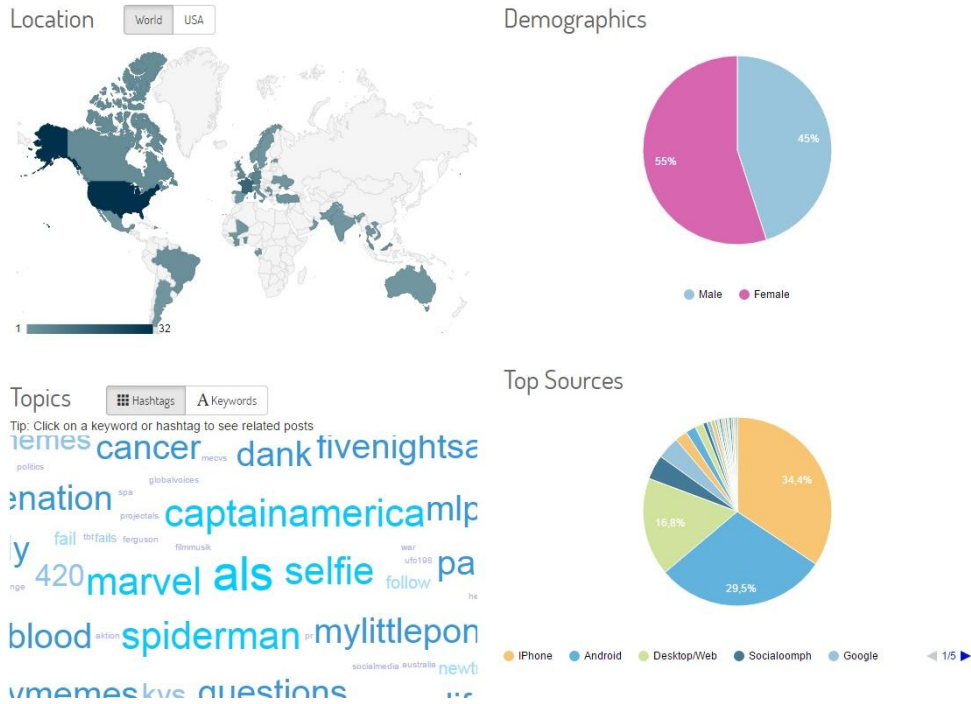


Рис. 5. Аналіз хештегів платформою Keyhole

2.4. Hashtracking

Зайшовши на даний додаток, можна зробити висновок, що аналізуються хештеги по двох соціальних мережах: Twitter та Instagram. Для аналізу хештегів додаток вимагає авторизуватися через одну з соціальних мереж. Авторам вдалося авторизуватися тільки за допомогою Twitter.

При введенні тестового хештегу впливає вікно, в якому є інформація про кількість твітів, ретвітів, оригінальних твітів та повідомлень (рис. 6).

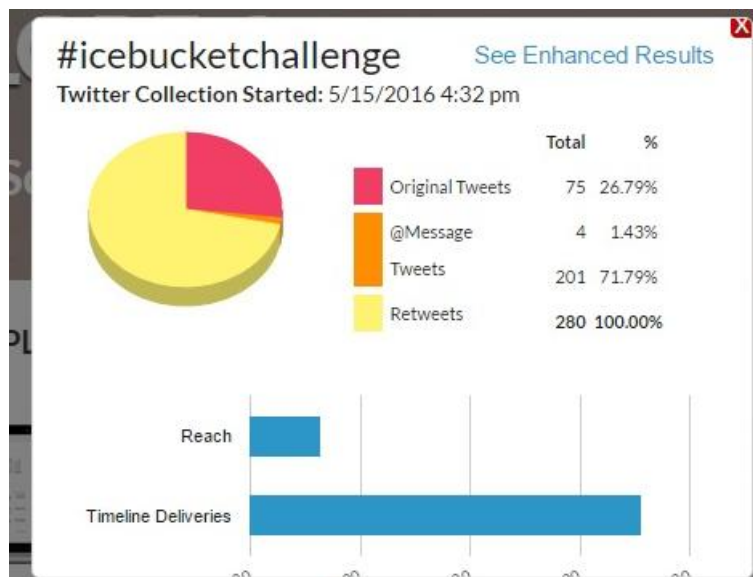


Рис. 6. Платформа Hashtracking

Перейшовши до більш розгорнутої інформації, можна також побачити найвпливовіших користувачів, користувачів за найбільшою кількістю мікроблогів та стрічку найновіших повідомлень.

2.5. TagSleuth

Платформа TagSleuth збирає аналітику по більшій кількості соціальних мереж, таких як Twitter, Instagram, Vine, Tumblr. Безкоштовно надаються дані аналізу тільки по одній з соціальних мереж.

На прикладі соціальної мережі Instagram дізнаємося, яку інформацію надає дана платформа.

Отримавши дані аналізу, найкраще можна побачити стрічку найновіших записів із хештегом, кількість записів і повідомлень за проміжок часу та обсяг вражень. Серед того, що аналізується, є найчастіше вживані разом із даним хештеги найбільш активні користувачі, найчастіше застосовані фільтри на фотографії, найбільш популярний запис та карта світу із даними про кількість записів.

Дані, що надаються платформою у соціальній мережі Twitter, відрізняються від тих, що можна побачити у мережі Instagram. З'являється інформація про найбільш вживані посилання у записах користувачів, діаграма джерел, з яких найбільше написали повідомлень, діаграма мов, графік кількості записів за проміжок часу та безліч людей, яким найчастіше були адресовані записи (рис. 7).

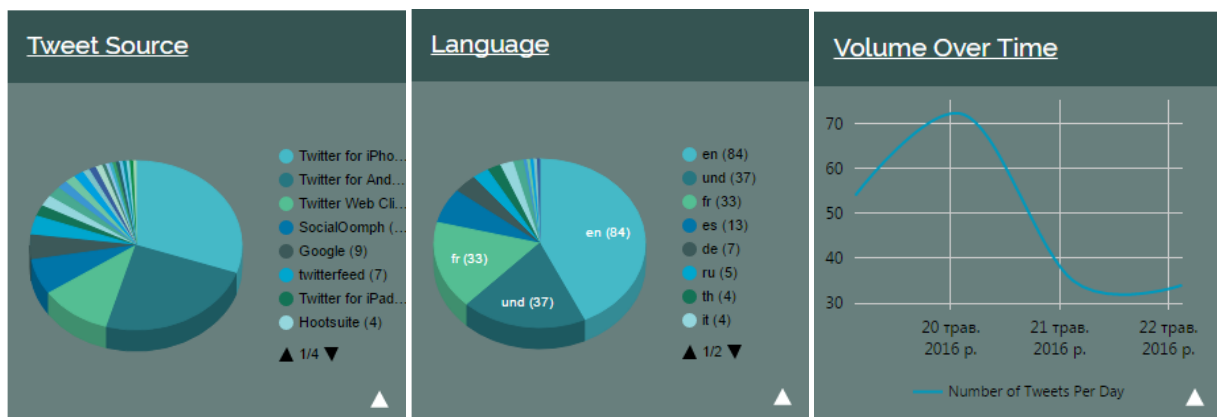


Рис. 7. Дані з платформи TagSleuth

2.6. Hashtags.org

Сервіс Hashtags.org надає дані аналізу по соціальній мережі Twitter. Можна задати будь-який хештег та отримати про нього інформацію. Також платформа відслідковує тренди використання хештегів у мережі, тобто можна побачити найбільш популярні теми на даний час.

Взявши за приклад хештег «#icebucketchallenge», дізнаємося, яку інформацію надає дана платформа. Перше, що можна побачити, це графік трендів погодинно за 24 години використання даного хештегу. Далі можна дізнатися, що означає цей хештег, або, якщо немає визначення, можна його додати.

Як стандартний набір до аналітики можна побачити найбільш активних користувачів, стрічку найновіших записів та діаграму хештегів, які найчастіше зустрічаються разом із даним, але назву безкоштовно можна дізнатися тільки одного з них (рис. 8).

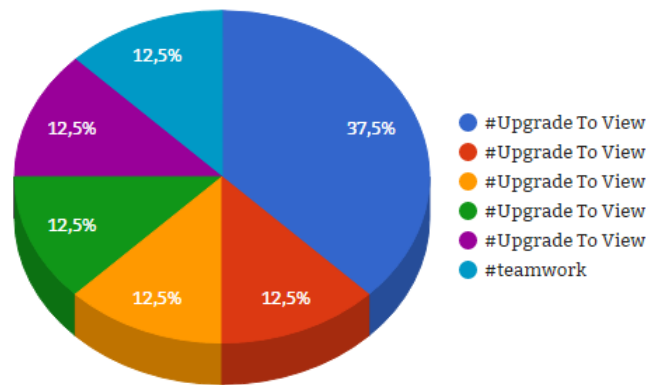


Рис. 8. Діаграма з платформи Hashtags.org

3. Платформа Hashtago

Метою створення Hashtago було розробити український сервіс, який би допомагав компаніям відслідковувати частоту використання хештегів користувачами соціальних мереж, управляти своїми компаніями, основаними на цьому інструменті, визначати «лідерів думок» тощо.

Hashtago дає аналіз інформації по трьох соціальних мережах: Twitter, Instagram та Facebook, яка оновлюється кожні 24 години безкоштовно з можливістю змінювати частоту оновлення. Це корисний сервіс для рекламних агентств, маркетологів середнього бізнесу та брендів, у просуванні яких значне місце займають соціальні медіа.

Як приклади для використання #Tracker можливо виділити загальне дослідження ринку, аналіз активності конкурентів, доповнення звітів про рекламні кампанії, розуміння цільової аудиторії, лідерів думок та їх стиль життя.

Для загальної аналітики (для трьох соціальних мереж) обраховуються:

- кількість записів. Серед загальної кількості записів можна дізнатися, скільки з них є текстовими, скільки з них з картинками, відеозаписами, посиланнями;
- взаємодія з постами. Тобто кількість «лайків», коментарів, «репостів»;
- потенційна взаємодія. Тобто обраховується потенціальна взаємодія з записами із хештегом за спеціальною формулою;
- пов'язані хештеги. Обраховується 6 найбільш уживаних хештегів у заданих записах, їх частка серед усіх;
- найпопулярніші та найновіші користувачі. На екран виводяться 50 користувачів, які останні (по даті та часу) написали повідомлення з досліджуваним хештегом, а також 50 найпопулярніших (з найбільшою кількістю «лайків», коментарів та «репостів» тих записів, в яких є досліджуваний хештег).

За допомогою отриманого аналізу клієнт може дізнатися, яка із соціальних мереж найбільш дієва для компанії із його хештегом, яка соціальна мережа надає найкращі показники, проаналізувати цільову аудиторію, а також зробити аналіз конкурентів на базі їх хештегових компаній.

Розглянемо результати на прикладі хештегу “”#dieselreboot”, що використовував бренд Diesel (рис. 9).

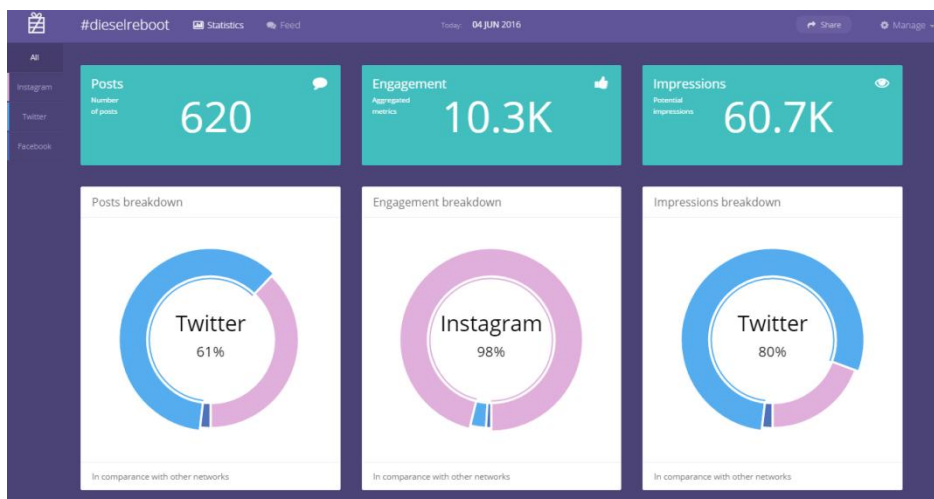


Рис. 9. Початковий аналіз

З інтерфейсу одразу можна побачити, що найбільше постів було у Twitter, але найбільше взаємодій у постах Instagram. Можна розглянути, яких саме взаємодій було більше.

Також, нижче, можна побачити графік трендів та найбільш уживані хештеги (рис. 10).

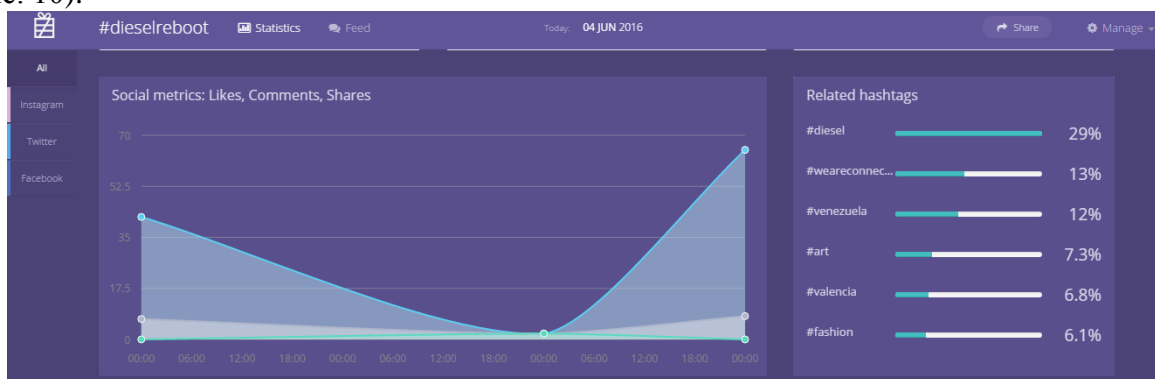


Рис. 10. Графік трендів і пов'язані хештеги

Розглянувши певну цількість платформ для аналізу хештегів, складемо порівняльну таблицю їх можливостей (табл. 1).

Таблиця 1. Порівняння платформ для аналізу хештегів

| | Hashtagify | RiteTag | Keyhole | Hashtracking | TagSleuth | Hashtags.org | Hashtago |
|---------------------------------------|------------|---------|---------|--------------|-----------|--------------|----------|
| <i>Соціальні мережі</i> | | | | | | | |
| Facebook | - | - | - | - | - | - | + |
| Twitter | + | + | + | + | + | + | + |
| Instagram | - | - | + | + | + | - | + |
| Vine | - | - | - | - | + | - | - |
| Tumblr | - | - | - | - | + | - | - |
| <i>Докладна інформація про записи</i> | | | | | | | |
| Кількість записів | - | + | + | + | + | - | + |
| Поділ записів за видами | - | + | - | - | - | - | + |
| Кількість взаємодій | - | + | + | + | - | - | + |

Продовж. табл. 1

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| Враження | - | - | + | - | + | - | + |
| Зв'язані хештеги | + | + | + | - | + | + | + |
| Стрічка записів | + | + | + | + | + | + | + |
| Графік трендів | + | + | + | - | + | + | + |
| Список користувачів | + | + | + | + | + | + | + |
| <i>Дані геолокації</i> | | | | | | | |
| Дані геолокації | - | + | + | - | + | - | - |
| Мова записів | + | + | - | - | + | - | - |
| <i>Додаткова інформація</i> | | | | | | | |
| Розділення аналітики між соц. мережами | - | - | + | + | + | - | + |
| Виділення джерел | - | - | + | - | + | - | - |
| Сумісна аналітика по всіх соц. мережах | - | - | - | - | + | - | + |

4. Висновки

Проаналізувавши певну кількість платформ, можна зробити висновок, що є деякий набір інформації, який повинен бути в аналізі хештегів обов'язково. Серед такої інформації: хештеги, що найбільше використовуються разом із заданим, певний набір користувачів (найпопулярніших або тих, що найбільше писали про даний хештег), загальна кількість записів, взаємодія з повідомленнями.

Порівняння вітчизняної платформи Hashtago, програмну розробку якої здійснювали автори статті з відомими сервісами, показав переваги та недоліки створеного продукту для аналізу хештегів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Hashtago [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://hashtago.com>.
2. Hashtagify [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://hashtagify.me/>.
3. Ritetag [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://ritetag.com>.
4. Keyhole [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://keyhole.co/hashtag-analytics>.
5. Hashtracking [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.hashtracking.com>.
6. TagSleugh [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.tagsleuth.com/>.
7. Hashtags.org [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.hashtags.org/>.

Стаття надійшла до редакції 06.06.2016