

## АНАЛІЗ ВІДВІДУВАНOSTІ ФАНФІК-САЙТІВ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД АНОНСІВ

Інформація про відвідуваність сайту є важливою, оскільки дозволяє скоригувати подальші дії на розвиток проекту [1-3]. Такі данні можуть залежати від різних речей, починаючи від цільової аудиторії, закінчуючи сезонними святами, як регіональними, так і популярними в світі. У даному випадку трохи розглянемо цю тему, хоч і невелику її частину, й можливість застосування даних.

Варто зазначити, що для аналізу було обрано два сайти фанфіків, поширених серед української аудиторії, Фікмания та ФумФанфіки. А з впливаючих факторів обрано випуски аніме, оскільки дана область складає вагомий частину фанатської творчості. З дат анонсів можна зазначити два блоки. Перший – сезонні анонси, які відбуваються регулярно кожного року. Серед них зимовий сезон, що у січні, весняний сезон, котрий стартує у квітні. Наступним є літний сезон, у липні, та звершає все осінній сезон у жовтні. Другим блоком можна зазначити великі анонси, під час яких повідомляють про вихід великих, масштабних і відомих проєктів. Такі анонси відбуваються у березні, серпні та грудні. Розглянемо статистику відвідування сайтів з січня 2024-го року по січень 2025-го. На Фікмания бачимо 4 підвищення відвідуваності. Перше зростання йде на початку січня і потім на спад у кінці місяця. Друге зростання йде протягом березня. Третє зростання приблизно таке ж як і перше, відбувається з середини травня до середини червня. І останнє зростання у відвідуваності сайту, йде з середини липня і до початку серпня (рис. 1).

ФумФанфіки, має 3 чітко виділених підвищенні відвідуваності протягом року, проте вони більш рівномірні, на відміну від першого сайту. Перше зростання протягом січня, друге від середини травня до середини червня і третє зростання займає період другої половини жовтня (рис. 2).



Рис. 1. Відвідуваність сайту Фікмания за 2024 рік



Рис. 2. Відвідуваність сайту ФумФанфіки за 2024 рік

Не дивлячись на різницю між сайтами у відвідувані у другій половині року, можна чітко помітити однакове підвищення відвідуваності у січні, яке співпадає із зимовим анонсом тайтлів. Ще одним співпадінням обох сайтів є підвищення

відвідуваність від середини травня і до початку червня. І хоча анонси аніме та манги в цей період не оголошують, на це підвищення можуть впливають інші фактори: анонси інших важливих подій, фільмів, книг, серіалів, сезони свята, та що казати, навіть політична ситуація чи регіональні події можуть вплинути на відвідуваність.

Можемо припустити використання інформації наступним чином. Планування великих технічних оновлень, які можна поставити на час, коли очікується невелика кількість відвідувачів, аби трафік не сильно страждав. Підлаштування графіків роботи технічних спеціалістів так, що якщо у очікуваний час напливу відвідувачів сайт попливе, вони змогли б швидко все поладити. Підвищення можна використати для планування реклами, особливо це буде вигідно, якщо реклама буде перегукуватись з анонсами тайтлів у цей час. Подібний наплив можна використати для аналізу, аби зібрати данні й інтереси людей, для подальшого покращення сайту за їх запитамі й пропозиціями.

У підсумку можемо зазначити, що є моменти із різким зростанням й спад по відвідуваності сайтів для фанфіків. Оскільки фанатська творчість базується не лише на аніме й манзі, а ще на фільмах, книгах та іншому, не можливо брати лише одну річ як фактор впливу на відвідуваність. Також треба взяти до уваги цільову аудиторію, й їхня робота й спосіб життя також можуть впливають на цей параметр. Тож отриману інформацію можна використати за основу для різноманітних дій. Від часу й типу розташування реклами, до планування великих технічних оновлень, аби підготувати сайт до великого навантаження. Це впливає на користувацький досвід, зручність самих користувачів, дані для розробників, які ті зможуть використати для покращення сторінок та контенту. Отримання даних для статистики й подальшого аналізу отриманої інформації.

### Список літератури

1. Шиненко, М.А., Іванова, С.М., Кільченко, А.В., & Лабжинський, Ю.А. (2019). Використання сервісу Google Analytics для моніторингу сайту наукової установи. Збірник матеріалів конференції Інституту інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. (с. 91-109).
2. Khlamov, S., Mendieliya, M., Vovk, O., & Deineko, Zh. (2025). Comparative Analysis of Jmeter and Postman for API-Based Performance Testing. ICST-2025: Information Control Systems & Technologies. <https://ceur-ws.org/Vol-4048/paper34.pdf>.
3. Журавльова, М.В., & Вовк, О.В. (2018). Способи перевірки відвідуваності сайту. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. (с. 172-174). Науковий керівник: к.т.н. доцент Вовк О.В.