

ШІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ВЕЛИКИХ ОБСЯГІВ ДАНИХ З СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА НОВИНИХ САЙТІВ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ ТРЕНДІВ

Супрун О.О., доцент, кафедра МІРЕС, ХНУРЕ
Чалик Д.С., студент, кафедра МІРЕС, ХНУРЕ

Анотація. Розглянуто застосування штучного інтелекту для автоматизованого аналізу даних та виявлення трендів. Визначені основні переваги ШІ для аналізу ключових слів.

Ключові слова: ШІ, SEO, АВТОМАТИЗАЦІЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ, ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ, АДАПТАЦІЯ, GOOGLE, AHREFS, SEMRUSH.

В епоху цифрової трансформації обсяги даних, що генеруються в соціальних мережах та на новинних сайтах, зростають експоненційно. Ці дані містять цінну інформацію про актуальні тренди, суспільні настрої та поведінку користувачів. Однак, ручний аналіз таких великих обсягів даних є неможливим. Штучний інтелект (ШІ) пропонує ефективні методи для автоматизованого аналізу цих даних та виявлення трендів.

Пошукова оптимізація (SEO) стає ключовим фактором успіху для будь-якого вебсайту. Аналіз ключових слів, як фундамент SEO, традиційно вимагає значних часових та ресурсних витрат. Однак, з розвитком технологій ШІ, з'являються нові можливості для автоматизації та оптимізації цього процесу. Поєднання SEO+ШІ відкриває нові можливості для бізнесів, які прагнуть залишатися на передовій у своїй галузі. Значення якісного контенту для SEO важко переоцінити. Пошукові системи, такі як Google, постійно вдосконалюють свої алгоритми, щоб забезпечити користувачам доступ до найбільш релевантної та корисної інформації.

Традиційний аналіз ключових слів, що включає ручний збір, обробку та інтерпретацію даних, є трудомістким та неефективним. ШІ-інструменти, використовуючи складні алгоритми машинного навчання та обробки природної мови (NLP), здатні обробляти величезні обсяги даних, виявляючи приховані закономірності та тенденції.

Основні переваги використання ШІ для аналізу ключових слів.

1. Автоматизація та швидкість: ШІ-інструменти автоматизують процес аналізу, дозволяючи швидко обробляти тисячі пошукових запитів та виявляти релевантні ключові слова.

2. Точність та глибина аналізу: ШІ здатний виявляти складні взаємозв'язки між ключовими словами, аналізувати їхню популярність та конкурентоспроможність.

3. Прогнозування та адаптація: ШІ може прогнозувати майбутні тренди та популярність ключових слів, дозволяючи створювати контент, що залишатиметься актуальним.

4. Персоналізація: ШІ може аналізувати поведінку користувачів та їхні пошукові запити, надаючи персоналізовані рекомендації щодо ключових слів.

На ринку представлено безліч ШІ-інструментів для аналізу ключових слів, серед яких наступні.

1. Google Keyword Planner: Використовує алгоритми машинного навчання для прогнозування пошукового трафіку та пропонує релевантні ключові слова на основі історичних даних:

–цей інструмент, розроблений Google, тісно інтегрований з рекламною платформою Google Ads;

– він надає дані про обсяг пошуку, конкуренцію та пропозиції ставок для ключових слів;

– використовує алгоритми машинного навчання для аналізу історичних даних пошуку та прогнозування майбутніх тенденцій;

– дозволяє знаходити нові ключові слова, пов'язані з вашим бізнесом або вебсайтом;

– надає інформацію про географічне розташування пошукових запитів;

– безкоштовний для використання (з обліковим записом Google Ads);

– надає точні дані від Google, найбільшої пошукової системи у світі;

– допомагає планувати рекламні кампанії та SEO-стратегії.

2. Ahrefs: Використовує ШІ для аналізу пошукових запитів, оцінки конкуренції та прогнозування потенційного трафіку:

– Ahrefs є потужним інструментом для аналізу зворотних посилань, ключових слів та конкурентів;

– використовує ШІ для аналізу великих обсягів даних про пошукові запити, вебсайти та контент;

– надає детальну інформацію про конкуренцію за ключовими словами, обсяг пошуку та потенційний трафік;

– допомагає виявляти можливості для створення контенту та покращення SEO;

– має функцію аналізу контенту, яка допомагає знайти теми, які добре працюють у вашій ніші;

– має потужні функції для аналізу ключових слів та контенту;

– допомагає знаходити "прогалини" у контенті конкурентів.

3. SEMrush: Використовує ШІ для аналізу великих обсягів даних про ключові слова, зворотні посилання та органічний пошуковий трафік:

– SEMrush є комплексним інструментом для SEO, контент-маркетингу та аналізу конкурентів;

– використовує ШІ для аналізу великих обсягів даних про ключові слова, зворотні посилання, органічний трафік та рекламні кампанії;

– надає детальну інформацію про позиції вебсайтів у пошукових системах, ключові слова, конкурентів та зворотні посилання;

– допомагає знаходити можливості для покращення SEO, контент-маркетингу та рекламних кампаній;

– має інструменти для аналізу соціальних мереж та PR;

– надає широкий спектр функцій для SEO та маркетингу;

– допомагає відстежувати ефективність SEO та маркетингових кампаній.

Важливо зазначити, що кожен з цих інструментів має свої унікальні сильні та слабкі сторони. Тому, для отримання більш повної картини, рекомендується використовувати декілька інструментів одночасно. ШІ робить значний внесок у процес оптимізації сторінок, надаючи можливість більш глибокого і точного аналізу структури сайту, метаданих і контенту сторінок.

1. Аналіз структури сайту.

AI аналізує структуру URL, внутрішні посилання, метатеги, заголовки та контент. На основі аналізу AI надає рекомендації щодо покращення цих елементів.

2. Рекомендації щодо заголовків.

AI підказує, які заголовки будуть більш ефективними (H1, H2, H3) з погляду SEO. Правильне використання заголовків допомагає пошуковим системам краще розуміти структуру та зміст сторінки, що сприяє підвищенню її рейтингу.

3. Оптимізація розміщення ключових слів.

AI аналізує ваш контент і підказує, де найкраще розміщувати ключові слова для підвищення релевантності сторінки. Це включає рекомендації щодо інтеграції ключових слів у текст, заголовки, метатеги та альтернативний текст для зображень.

4. Покращення внутрішньої перелінковки.

Алгоритми AI аналізують структуру посилань на вашому сайті та пропонують створення нових внутрішніх посилань між релевантними сторінками. Це покращує навігацію і користувацький досвід.

5. Аналіз та оновлення метаданих.

AI аналізує метадані сторінки, такі як метатеги, опис та ключові слова. Після цього він дає поради щодо покращення метаописів, що можуть збільшити CTR (click-through rate) сторінки в пошукових результатах.

6. Аналіз поведінки користувачів.

AI відстежує та аналізує поведінку користувачів на вашому сайті. Він виявляє слабкі місця і знаходить можливості для покращення, наприклад, якщо користувачі часто залишають сторінку на певному етапі.

Штучний інтелект є потужним інструментом для аналізу великих обсягів даних із соціальних мереж і новинних сайтів. Його застосування дозволяє автоматизувати процеси збору, обробки та інтерпретації інформації, що сприяє виявленню ключових трендів та прогнозуванню їхнього розвитку. Поєднання методів обробки природної мови, глибокого навчання та Big Data-аналітики забезпечує ефективність аналізу та виявлення прихованих закономірностей у цифровому контенті.

Розвиток ШІ у цій сфері має значний потенціал для комерційного та суспільного використання. Бізнеси можуть застосовувати його для маркетингових досліджень і прогнозування поведінки споживачів, політичні аналітики – для оцінки суспільних настроїв, а ЗМІ – для моніторингу інформаційного простору. Проте існують певні виклики, пов'язані з достовірністю даних, можливістю маніпуляцій і питаннями приватності.

Подальший розвиток технологій штучного інтелекту потребує вдосконалення алгоритмів фільтрації фейкових новин, підвищення прозорості роботи систем ШІ та розробки етичних стандартів для використання даних. Успішна інтеграція цих технологій у суспільні процеси сприятиме створенню більш об'єктивної та інформативної картини поточних подій і трендів у світі.

Література.

1. Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson.
2. Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2020). *Speech and Language Processing*. Pearson.
3. Cambria, E., & White, B. (2014). Jumping NLP Curves: A Review of Natural Language Processing Research. *IEEE Computational Intelligence Magazine*, 9(2), 48-57.
4. Lazer, D., & Pentland, A. (2009). *Computational Social Science*. *Science*, 323(5915), 721-723.
5. Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.