

Абзорҳо ва маҳорату малакаҳои журналист

Сергей Паранко

Расонаҳои хирфавӣ ҳамаҷуз ҳазорҳо соат маводи матнӣ ва видео истеҳсол мекунад. Барои мисол, 21 274 пойгоҳи телевизионӣ дар ҳамаи ҷаҳон рӯзе то 85 000 соат маводи тоза истеҳсол мекунад. Дар ҳоле ки бинанда дар як шабонарӯз барои тамошо 5 соат вақт сарф мекунад ва муҳтавои истеҳсолшуда аз зарфияти истифодаи як инсон дар тамоми умр бештар аст. Барои ҷалби таваҷҷуҳи аудитория ба мавод на танҳо расонаҳо, ширкатҳои тичоратӣ ва муҳимтар аз ҳама, шабакаҳои иҷтимоӣ ҳам талош доранд.

Дар соли 2014 шаҳрвандони Русия ба ҳисоби миёна барои расонаҳо дар як шабонарӯз 8,5 соат вақт ҷудо намудаанд; 4 соат барои ТВ, тақриб 3 соат барои радио ва наздик ба 10 дақиқа барои хондани рӯзномаю маҷаллаҳо.

Ҳамаҷуз нашрияи интернетии Рунет садҳо соат «барои хондан» мавод истеҳсол менамояд, вале дар бехтарин ҳолат ҳам шояд 1,5 соати он хонандаи худро пайдо кунад. Дар замоне ки хабар чун борон бар сари хонанда мерезад, вазифаи асосии журналист на пайдо кардани иттилоот, балки аз ғалбер гузарондан, тафтиш кардани санҷидан ва тафсир кардани он аст. Барои муайян намудани он ки кадом малакаҳо қори истифодабарандаро дар ин масъалаи мушкил осон менамоянд, бояд самтҳои асосии талаботро тавсиф кард, ки дар пеши журналистикаи интернетӣ истодаанд,

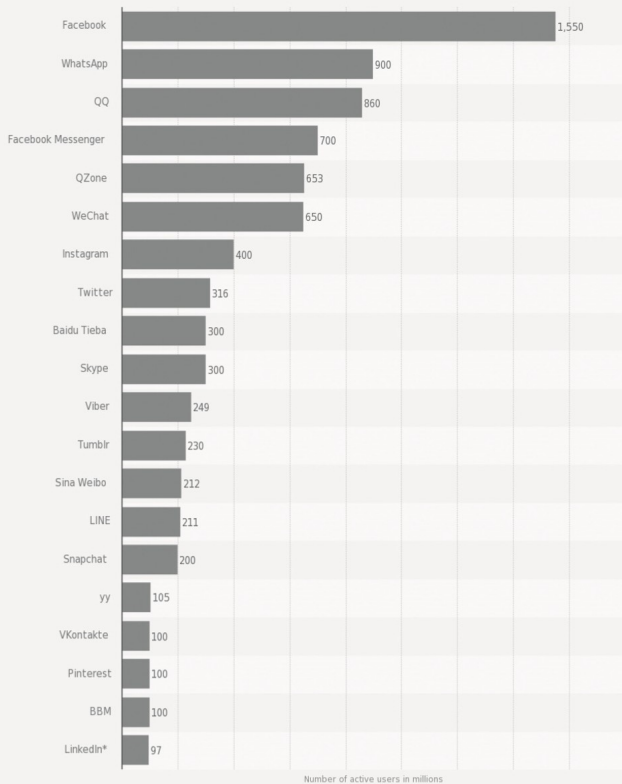
Талаботи ҷадид барои журналисти расонаҳои нав

Дар охири қарни XX як инсони маъмулӣ дар тури ҳафта он қадар иттилоот мегирад, ки аз маълумоти умумии тамоми умр ба дастовардаи як шахс дар оғози аср, бештар аст.

Дар асри XXI интернет сатҳи нави дастрасӣ ба донишхоро таъмин намуд, ки инсоният дар тури таърихи ҳеш чамъ оварда буд ва расонаҳо дар паҳн намудани мавод монополияро аз даст доданд. Акнун ҳар қорбари шабакаи иҷтимоӣ метавонад фавран барои аудиторияи васеъ маводро барасонад, метавонад ҳам муаллиф ва ҳам ношир бошад.

Тибқи додаҳои гузориши Statista Inc, дар ноябри соли 2015 шумораи қорбарони Facebook дар дунё аз 1.5 миллиард бештар аст. Ин шабакаи иҷтимоӣ бо фосилаи назаррас аз дигарон фарқ мекунад. Барои муқоиса теъдоди қорбарони Instagram 400 миллион ва шумораи қорбарони шабакаи иҷтимоии маъруфтари русзабон-ВКонтакте 100 миллион аст.

Leading social networks worldwide as of November 2015, ranked by number of active users (in millions)



Source:

Facebook, We Are Social, WhatsApp, Twitter, Tumblr, LinkedIn, Google
© Statista 2015

Additional Information:

Worldwide, We Are Social, WhatsApp, Tumblr, LinkedIn, Google, as of November 27, 2015; social networks and messenger chat app/vsp included

statista

Корбарони шабакаҳои иҷтимоӣ аз ҳад зиёд ғаъоланд. Дар ҳар дақиқа ба Твиттер 347 пост ирсол мешавад, корбарони YouTube бошанд то 300 соат маводи видеоиро мегунҷонанд. Даҳ сол қабл мо мегуфтем, ки оянда дар дасти Web 2.0-муҳтавоӣ аз ҷониби корбарон истехсолшуда аст. Расонаҳо, блогнависон ва журналистикаи шаҳрвандиро ҳам таҷриба карданд. Вақтҳои ахир ба назар мерасид ки мавзӯё доғ нест, вале дар асл чунин нест.

Нозукии кор дар он аст, ки аз маводи истехсол намудаи корбарон манфиатдори асосӣ на расонаҳо, балки шабакаҳои иҷтимоӣ шуданд, ки ба истифодабаранда имкони барои аудиторӣ васеъ паҳн наудани мавод ва барқарор намудани иртиботи дучонибаи босуръат, дар шакли лайк, ретвит ва назар доданро фароҳам оварданд.

Имрӯз муҳтавои аз ҷониби корбарон истехсолшудае, ки дар шабакаҳои иҷтимоӣ нашр шудааст, дар очилияти нашр бо расонаҳои хирфавӣ мусобика мекунад. Корбар на ҳамеша ғолиб меояд, аммо садди мушкилгузаре аз сару садои иттилооти ба вуҷуд меоварад, ки онро убур кардан ва таваҷҷуҳ ба хеш ҷалб намудан беш аз пеш саҳттар мешавад.

Иқтидори маҳдуди таваҷҷуҳ

Дар китоби «Зехни муташаккил: фикр дар асри иттилооти барзиёд» нейробиолог Дэниел Левитин таваҷҷуҳро аз муҳимтарин манбаъҳои зехнии бадан ва тавоноии маҳдуди майнаи инсонро дар тамарккуз додан- асоситарин мушкилоти ҷомеаи навин ва минҷумла рӯзноманигорон, меномад. Равоншинос Михай Чиксентмихай ва муҳандис – Роберта Лаки бидуни огоҳӣ аз якдигар, муайян намудаанд, ки майнаи инсон дар як сония на бештар аз 120 бит иттилоотро ҳазм карда метавонад. Сухбат бо як нафар 60 бит таваҷҷуҳ дар як сония меҳаҳад, яъне шахсе, ки бо диққат ҳамзамон ду мусоҳибро гӯш мекунад, дар ниҳояти имкониятҳои физикии хеш қарор дорад.

Левитин менависад «дар бештар ҳолатҳо шумо дарк намекунед, ки се нафар ҳамзамон дар бораи чӣ мегуянд. Моро миллиардҳо одамон дар ин сайёра ихота кардаанд, вале дар як лаҳза фақат тавоноии фаҳмидани ду нафарро дорем. Левитин барои онҳое, ки имкони пардохти ҳаққи чунин хидматрасониҳо доранд, зуҳури касби навро бо номи мутахассиси «тасфийи диққат/таваҷҷуҳ» пешгуйӣ мекунад. Сарварони ширкатҳо, сиёсатмадорон ва ситораҳои синамо бо худ мутахассисеро мегиранд, ки воридоти иттилооти бесудро монеъ мешаванд ва баръакс маълумоти муҳимро интиҳоб ва пурратар карда мерасонанд. Одамони камтар муваффақ барои дарёфти иттилоот ба тавони худ ва журналистони касбӣ эътимод мекунанд, ки онҳо ҳам ба сифати як нав «филтри тавачҷуҳ» барои аудиторияшон баромад мекунанд. Ин масъулияти бузург ва имконияти ҷиддӣ ё худ роҳи начоти журналистикаи замонавист

Сару садоҳои техникаӣ дар муҳити рақамӣ

Дар тафовут аз расонаҳои маъмулӣ (аз нашриҳо то телевизион), ки комилан ҳудро машғули «иртибот бо хонанда/бинанда» мебинанд, нашрияи интернетӣ дар муҳити оксидии захролуди пур аз омилҳои мушаввавшунанда ва мунсарифкунанда аст. Онҳо бо дигар барномаҳои дар таҳҷизоти корбар насбшуда барои ҷалби тавачҷуҳ дар рақобатанд. Ҳуллас, барои ҷалби тавачҷуҳи корбар дар як вақт мессенҷерҳо, шабакаҳои иҷтимоӣ, почтаҳои электронӣ ва нашрияҳои интернетӣ талош мекунанд. Сару садои баланди техникаи муҳити рақамӣ тамаркузи диққати хонандаро заъиф мекунад. Ин дар навбати худ дар интиҳоби мавзӯҳо ва тарзи пешниҳоди онҳо муносибати навро талаб дорад.

Муҳим он аст, ки насли ҷадид асосан мухтаво/маводро аз таҷҳизоти мобилӣ истеъмол мекунад. Бо хондани мавод аз телефон қорбар бо иттилоияҳои кутӯхи автоматӣ зухурқунанда (попап) масруф мешавад. Матни дурурдарозро то охир хондан ноқулай мешавад. Яъне дар асри журналистикаи рақамӣ бояд мавод ба тарзи дигар пешниҳод шавад.

Ба ҷузъҳо тақсим қардан ва мушахасгардонии ИТТИЛООТ

Ду сол қабл The New York Times дар гузориши худ (Innovation Report) аз марғи сгемаи маъмулии истеъмоли иттилоот хабар дод. «Трафик (мурур) дар саҳифаи асосии сомона солана мох ба мох меафтад. Трафики саҳифаҳои асосии бахшҳо(рубрикаҳо) низ хеле ночиз аст». Ин дар ҳолест, ки трафики умумии сомона науфтадааст, танҳо одамон роҳи ворид шуданро иваз намуданд: аз роҳи ҷустор ва шабақоти иҷтимоӣ

15-20 сол пеш қорбарон нашрияҳои интернетиро аз тариқи **каталоғи рейтингҳо** меёфтанд. Онҳо ба саҳифаи асосии сайт ворид мешуданд, онро ба ишорамарчаъ(закладка) илова намуда ба аудиторияи мухлисон шомил мешуданд. Дар айни ҳол сарчашмаи асосии трафик барои расонаҳои рақамӣ шабақаҳои иҷтимоӣ, ҷустор ва маркетинг(шабақаҳои табодул, хариди трафик) мебошанд, ки ҳамаашон қорбарро мустақиман ба саҳифаи иттилоотии дилҳо мебаранд

Ҳонандае, ки аз шабақаи иҷтимоӣ бо лентаи мушаххаси худ ба сомона(сайт) меояд, нисбат ба мухтавои маводи пешниҳодшаванда серталаб аст. Тасмим дар бораи бастанӣ

равзана (окно) ё идома додани хониш, фавран баъди ворид шудан ба саҳифаи мавод, гирифта мешавад, на пас аз бо такрор сар задан ба саҳифаи асосӣ. Корбар ханӯз дар маҳилаи бо мухтаво шинос шавам- нашавам, хеле сариъ манбаъро тарк мекунад. Истеъмоли кулли мавод чояшро ба истеъмоли чузь -чузъи мавод дод.

Ба истехсоли маводи тафрехӣ, ки боиси хушҳолии хонандаи бетакаллуф/ бепарвост, саргарм шуда, метавон хонанда- мухлиси вафодорро аз даст дод. Расонаҳо бо чидду чаҳди зиёде аз пушти нишондихандаҳои воридшавӣ (growth hack), шуда, аризишмандии маводро фаромуш мекунанд. Ба рекламаҳои хурди тичорие, ки диққатамонро бо сарлавҳа ё ороиши зебо ба худ мекашанд, клик мекунем, вале аксаран дар зари бастаи зарҳалқорӣ чизи беарзише ниҳон аст. Микдори мавод ва ҳамчунин маводи дусдӣ, ба прогресси геометрӣ меафзояд ва хонанда мафҳуми digital detox-ро “ҳазм” мекунад. Ба зудӣ аудитория суол мегузорад, ки аз расонаҳо бо мо чӣ мерасад, агар худамон тавони истехсоли маводро бо ҳамин сифат дошта бошем?. Ноширон бар онанд, ки корбар ба саҳифаи асосии манбаъ ворид шуда манзараи воқеии оламро мебинад ва яқин мекунад, ки дар он чо мавзӯъ васеъ баррасӣ мешавад, аммо гап сари он аст, ки корбари шабакаҳои иҷтимоӣ маводро тибқи усули “даромадан ва баромадан” истеъмол мекунад. Ин чунин маъно дорад, ки саҳифаи асосии манбаъро шахс намебинад. Расонаҳо қайҳо боз даричаи воридшавӣ ба интернет нестанд. Ин нақшро шабакаҳои иҷтимоӣ иҷро мекунад. Аз он муҳит берун овардани корбару бо “ҳилаҳо” ба доми саҳифаҳои худ андохтанаш, барои расонаҳо мисли бо дасти худ кандани қабри обрӯяшон аст

«Проблема: мо ба технология машғул шуда тамаркузро аз журналистика ба дарёфти нишондихандаҳои воридшавӣ, паҳншавии он ва дигар қорҳои дилписанд кучондем. Ба маводи журналистӣ фоизи ками маводи расонаҳо рост меояд. Вале ин фоиз бисёр ҳам муҳим аст. Одамон бояд манзараи рӯйдодҳо ва шарҳи онро, ки дар пушти ин ходисаҳо ҷӣ меистад аз мутахассисоне бифаҳманд, ки барои барқарор намудани манзараи воқеӣ масъуланд. Ҳодиса дар асл чигуна буд- ба ин қор журналистика машғул аст ва барои ҳамин ҳам у институтҳои муҳим ва таъсиргуздор аст»- менависад сармуҳаррири нашрияи «Секрет фирми» - Николай Кононов.

Лентаҳои шахсишуда ва уфтодани трафики саҳифаҳои асосии нашрияҳо на танҳо боиси мурдани ҳаваси хонанда, балки сабаби аз маҷрои навигарихо дур мондан ҳам мешавад. Чунин маҳдудияти сатҳи огоҳӣ барои ҷомеа хатари ҷиддӣ дорад, вале аз тарафи дигар барои расонаҳо, ки барои тасфия, ташреҳи мавод бо пешниҳоди манзараи воқеии ходисаҳо ба хонанда омодаанд, дари имкониятҳоро мекушояд

Дар чунин шароит шоистагии рӯзноманигоре, ки барои нашрияҳои интернетӣ менависанд, аз малакаҳои зер иборатанд:

- чустучуӣ маълумот;
- тасфия ва шарҳи он;
- пешниҳоди моҳиронаи мавод;
- арзёбии истифодаи расонаҳо аз мавод

Малакаҳо ва абзорҳои журналисти расонаҳои нав

Чустучуйи маълумот

Қаблан гуфта шуд, ки расонаҳо дар тавлид ва интишори мавод инхисорро аз даст доданд. Суръати ғавриятро ҳам.

Аз Twitter ва Facebook қорбарон маълумотеро пайдо мекунанд, ки дар бораи он очонсиро пешқадами иттилооти дертар менависанд. Ба хотир оваред, Иля Яшин нахустин шуда дар Twitter оид ба қатли Борис Немтсов хабар дод ва расонаҳо дар ин бора ба сабти Яшин дар шабакаи иҷтимоӣ таъя қарданд.

Хулоса, ҳангоми иҷрои қорҳои ғаври бо навигариро рӯзноманигор бояд аз абзорҳои мониторинги шабакаҳои иҷтимоӣ истифода барад. Барои самарнокии қор бояд руйхати манбаъҳоеро сохт, ки ба таҳассуси нашрия мувофиқанд. Дар Twitter ё Facebook имрӯз тамоми расонаҳо, аксар журналистон, вазорату сохторҳо, одамони машҳур, сиёсатмадорон ва гуруҳҳои ҳамсуд аккаунт доранд. Метавон аз аккаунтҳои инфиродӣ ё сохтани профили махсус барои тамоми идора истифода бурд, (қадомаш ки роҳаттар бошад). Дар навбати аввал ташкил ва ба таври доими васеъ намудани руйхати манбаъҳо дар Твиттер тавсия дода мешавад. Ҳамчунин бояд назорат қард, ки ҷӣ тавр ва бо КҶ ин манбаҳо ҳамқорӣ мекунанд, ба қӣ ҷавоб мегардонанд, маводи қиро бозқузорӣ мекунанд. Ин имқон медихад, ки бештар маълумоти ғаври ба даст ояд ва ҳамеша дар сафи пешғомони маҷрои навигариро бошед.

Мониторинги Twitter

Twitter ҳудаш ба як маънӣ шабакаи иҷтимоӣ фарогир(глобалӣ) аст, зеро ҳовии ишороҳо ба диғар шабакаҳои иҷтимоӣ ва хидматрасониҳост ва бо нишон

додани сурату видео журналистонро аз хондани матнҳои дароз озод менамояд.

Twitter барои мониторинг абзори хеле қулайи — TweetDeck (tweetdeck.twitter.com)-ро пешниҳод менамояд. Бо кумаки он метавон фаъолияти лентай худро назорат кард: кӣ чи гуфт, кӣ ба кӣ чи ҷавоб дод ва киро пайгири мекунад. Аз твитҳои барои кор зарур метавон як маҷмуа ҷамъовари намуд. Метавон пешрафти трендхоро назорат кард, ки тавассути барҷаспҳо (хэштегҳо) ишора шудаанд, ё фаҳмид, ки кадом (тамоюлҳо) трендҳо ва дар кадом гушаи дунё имрӯз муҳиманд ва ҳамчунин метавон лентаро ба варақаҳои мавзӯӣ таксим карда, ҳар кадомро дар алоҳидагӣ назорат кард.

Мониторинги Facebook

Пайгирии одамон ё гузоштани ишораи лайк ба гуруҳҳои кофист, ки маълумоти муфид медиҳанд.

Ин кор ду нозуки дорад:

- авалан, муҳим барои кор бо профили корбарон ва саҳифаҳо ва гузоштан авлавияти баланди инъикоси он дар лента
- сониян, барои самаранок анҷом додани ҷустур дар Facebook, руҳати васеи манбаҳо бояд ҷамъовари шавад: дар абзори ҷустуҷуи ин шабакаи иҷтимоӣ муҳтавои «дӯстон» ва «дӯстони дӯстони шумо» дастрас аст.

Мониторинги Instagram

Дар кори назорати одамони машҳур бояд аз Instagram истифода кард. Шахсиятҳои ҷамъияти ба роҳат расмхоро

мкони

нашр мекунад, ки минбаъд бахонаи иттилоотӣ мешаванд. Веб-версияи Instagram ё хадамоти гуногуне, ки имкони мушоҳидаи лентаро медиханд, комилан барои назорат аз ҷойи кор (Websta.me, Iconosquare.com) ба дард меҳуранд.

Барои ҷустор бо геолокатсия дар Instagram бояд аз хадамоти Youpic.com истифода кард, ки он постҳоро аз тамоми олам бо **ишораи** ҷуғрофӣ манзур менамояд. Кофист ки дар харита ҷой ҳодисаи мавриди назар нишон дода шавад

Мониторинги VK (ВКонтакте)

VK имкони ҷустори постҳои дорой мулҳақот, ишора ва ё огоҳиҳо ва геолокатсияро дорад, Ин пурра кифоят мекунад.

Мониторинги самтҳои рушдбанди дигар расонаҳо.

Дар аксар расонаҳои бузург низоми назорати мавзӯҳои доғи рақибони худро месозанд, вале ҳамчунин метавон аз тасмимҳои озоди омодашуда, масалан аз Mediametrics, истифода кард.

Тасфия ё аз ғалбер гузарондан.

Сифат наشريя дар бисёр мавридҳо аз он вобаста аст, ки журналист маводи ҷамъшударо то кадом андоза тасфия кардааст. Хунари «обсофкунаки/ғалбери тавачҷух» доштан, ки танҳо иттилооти муҳимтаринро мегузаронад ва «партовҳоро» мепартояд, дар замони воқеияти иттилооти номаҳдуд зарур аст.

Қоидаи 1.

Танҳо барои аудиторияи мавриди назар навишан. Ва кушиши ба ҳама писанд ва ҳаматарафа буданро накардан.

Қоидаи 2

Навиштани он чӣ, ки ба аудиторияи шумо муҳим аст. Нашр накардани навигарихои протоколӣ, пешгуйихои тасодуфӣ ва дигаргунихои камарзиш. Хонанда барои назорат ва инкишофи мавзӯ хохишу вақт надорад, барояш натиҷа ва чамъбаст, ҳатто байнифосилавӣ, лозиманд. Барои хонанда донистани манзараи пурраи ҳодиса ва чи дар пушти он меистад, мароковар аст.

Қоидаи 3

Навиштан дар бораи чизҳое, ки журналист сарфаҳм меравад. Эътимод накардан ба очонсиҳо ва расонаҳои маъруф, ки «алақай мавзуи шуморо матраҳ кардаанд». Ҳама хато мекунад, бинобар ҳамин аз руйхати корҳо тафтиши факту рақамҳоро партофтан лозим нест.

Тафсир

Тафсир қардан, яъне аз мавзуоти муҳим тавре ҳикоя қардан, ки хонанда тамаркузи диккаташро гум накунад, бо қиссаи шумо ошно шуда аҳамияти онро дарк намояд

Қоидаи 1

Даст кашидан аз истилохоти зохирпарастонаи идорӣ, ки тавассути хабарҳои матбуотӣ ва навигарихои сохторҳои давлатӣ ба расонаҳо ворид мешаванд. Баёни мутантани расмиётӣ хонандаро аз дарки маънии асли дур мекунад ва муносибатро ба хабар тағйир медиҳад. Биёед, «чанг»-ро бо «гузаронидани амалиётҳои заминӣ», «ҳукумат фаъолиятеро татбиқ менамояд, ки ба барқароршавии иқтисодиёт равона шудаанд»-ро бо «ҳукумат кушиш мекунад, ки иқтисодиётро начот диҳад» иваз кунем. Вазифаи журналист возеҳ ва росту

содикона расонидани иттилоот ба хонанда аст, на бо суханрониҳои сиёсӣ ва тумтарок зоеъ кардани вақти онҳо.

Қоидаи 2

Истилоҳот ва далелҳои ношкорро шарҳ додан ва идаохоро исбот кардан. Масалан «Бонки маркази меъёрҳои (ставкаҳои) калидиро ба N фоиз паст фаровард». Меъёри калидӣ чист?. Онро паст карданд: ин хубаст ё бад? Арзи хориҷиро фурухтан ё таъчилан харидан муфид аст? Хонанда вазифадор нест, ки ба ҳамаи инҳо сарфаҳм равад, ҳатто агар аудиторияи шумо сирф таҳассусист. Вазифаи шумо мусоидат ба хонанда аст, то ки аз ин лақаҳои сиёҳи манзараи олам раҳой ёбад.

Қоидаи 3

Додахоро бояд аиёни кард. Беҳтарин баёни навиштори мушкӣ ҳам, нигориши расму суратҳои тавзеҳиро иваз кардан наметавонад. Бояд аз тамоми воситаҳои истифода кард: сурат, сабти видео, графика ва ғайра. Хонандаи имрӯз матро скан мекунад, бо диққат онро намехонад, бинобар ҳамин муҳтавои иловагии аудиовизуалӣ барои тамаркуз ба андешаи асосӣ мусоидат мекунад. Тассавур бояд кард, ки мавзӯро чи тавр бояд бидуни матн шарҳ дод. Кадом расму нигоришҳои тавзеҳидиҳандаро бояд истифода кард?

Тафтиши далелҳо

Интернет пур аз маълумоти дуруғин ва далелгунаҳост. Мо бо дуруғҳои амдан гузошта шуда, бо мафҳумҳои ивазшуда, бо ҳолатҳои дучор меоем, ки иттилооти носанҷида чун бурҳон пешниҳод мешавад ва далели возеҳ ё муболиға ё таҳриф мешавад.

Вазифаи журналист шинохтани чунин ҳолатҳо, тафтиши дурустии далелҳо ва ироаи онҳо бидуни роҳ додан ба таҳрифхост.

«Хабари эҳсосбарангез» метавонад барқвор тавассути нашрияи интернетӣ дар саросари олам паҳн шавад ва дар ин очилият касе асолати онро тафтиш накунад. Баҳонаи асосии муҳаррирони гунаҳкор дар ин ҳолат чунин садо медиҳад: «Ман ин хабарро барои он нашр кардам, ки фалон нашрияи бонуфуз ҳам нашр карда буд», аммо охир он ҷо ҳам одамон кор мекунанд, яъне ҳеч кас аз хато кардан эъмин нест.

Хонандагон ва ҳамкорон чунин хаторо то дер фаромуш намекунанд. Хатой андак метавонад ба симати идора зиёни бузург расонад.

Хатарҳое, ки дар камини журналистанд:

- наشري калима ба калимаи иттилооти таъйиднашуда;
- таҳрифи далелҳо ҳангоми наشري дубора ё хини тарҷума аз забони хориҷӣ;
- иттилооти тафтишнашуда ё амдан дуруғ, ки ба сифати далел вонамуд месозанд.

Журналист вазифадор аст, ки ба ҳам чиз бо назари шубҳа бингарад. Танҳо дар ҳамин ҳолат метавонад ба ҳақиқат бирасад.

Қоидаҳои асосие, ки аз содир шудани хато бозмедоранд:

- дарёфти манбаи нахустини иттилоот;
- дарёфти манбаи алтернативии иттилоот, ки далели тафтишшавандаро тасдиқ намояд;

- истифода аз воситаҳои таъйидкунанда ҳангоми кор бо маводи аз ҷониби корбарон ва шабакаҳои иҷтимоӣ истехсолшуда.
- Ва аммо дар бораи шабакаҳои иҷтимоӣ. Онҳо на танҳо дар ҷустори иттилоот, балки дар тафтиши он ҳам кумак менамоянд. Ин падидаи «ҳазорон чашм» аст: амалан ҳеч ҳодиса ё ҷорабиниё, тазоҳурот ё ҷашнвореё бе иштироки «журналистони шахрвандӣ» (рӯзноманигорони мардумӣ)-одамони маъмулии бо смартфонҳо мучахҳаз намегузарад. Онҳо ҳодисаро сабт ва дар шабакаи иҷтимоӣ мегузоранд. Шохиди тасодуфии ҳодиса шуд? Дар маъракаи муҳим ширкат кард? Нохост гуфтугуи мансабдореро шунид? Ҳамаш дар шабакаи иҷтимоӣ пайдо мешавад.
- Маводи корбарон истехсолнамуда бидуни шакку шубҳа ба тафтиши асолат зарурат дорад, вале барои муайян намудани далелгунаҳо ва нусхабардориҳои маҳз ҳам мусоидат мекунад. Ин ба таври зер сурат мегирад.

Намуна: Тобистони соли 2015 аксар расонаҳои маъруф аз сукути чархбол дар хиёбони Сулҳ, дар маркази ш. Маскав хабар доданд. Ба маълумоти Навигатори Яндекс, корманди навбатдори Росавиатсия ва ҳадамоти таъчилиши шаҳр ишора мекарданд. Очонсии навигарихи шаҳр ҳатто мусохибе пайдо кард, ки уфтодани чархболро дар назди бинои №112 тасдиқ кард (<http://www.mskagency.ru/materials/2264834>). Мониторинги шабакаҳои иҷтимоӣ нишон дод, ки расми ҷойи ҳодиса вучуд надорад. Танҳо бознашри бешумори пости хабарии расонаҳо аст. Дар чунин вазъ бояд муҳаррир ба хулоса биёяд: ҳодиса набуд ва ин танҳо бофтае касест).

Аз тарафи дигар агар фақат як сурат ё як сабти видеой бошад, ки гуё ҳодисаро тасдиқ мекунанд, боз ҳам барои шубҳа маҷол ҳаст. Шохидон зиёданд ва ҷаро сурат якто?Ин

чо хатари бо хато, таққаллубкорӣ ё дуруғи нохоста ё тархрезишудаю амдан мувочех шудан вучуд дорад. Аз ин рӯ, хунари тафтиш кардани асолати сурат, видео ва хабари дар шабака дарчшуда маҳорати хос ва муҳими журналист аст. Дар навбати аввал бояд асолати аккаунтеро, ки сурат ё видео дар он гузошта шудааст ва ҳамчунин вақту чойи гирифтани видео ва суратро тафтиш кард.

Муайян намудани асолати аккаунти корбар

Қоидаи нахустин ва асосии кор бо иттилоотти аз манбаъ гирифташуда- иртибот бо ӯ барои гирифтани тафсилот аст. Дар ҳолати кор бо UGC(шояд манбаъи ноошноост?) аз тафтиши профили (намои шахсӣ) корбар бояд шурӯъ кард, бояд муайян кард, ки оё ӯ метавонад муаллифи мавод бошад. Барои ин бо лентаи мақолаҳо ва саҳифаҳо, ки дар онҳо корбар сабт шудааст, бояд ошно шуд, сурати рамзии (аватар) ӯро бо кумаки хадмоти чустори тасвирҳо (TinEye ё Google’s reverse image search) пайдо намуд, то ки ба инфиродӣ будани сурат қаноат ҳосил шавад.

Сурат ё видео дар навигариҳо зуд- зуд аз манбаи асли «иктибос» гирифта шуда нашр мешавад. Набудани алоқаи мустақим миёни манбаъ ва мавод дар бораи мунҳасир ба фард набудан ва ҳатто таққаллубӣ будани он шаҳодат медиҳад

Мисол: Агар дар профили корбар мавод ,одатан, аз рӯзгори як хидматчии минтақаҳои Русия нашр мешавад ва ногаҳон видеои амалиёти махсус аз шарқи Украина дарч ёбад, ба гумон аст, муаллифи ин ролик ё видеои гузошта ҳамин шахс аст.

Алгоритми тафтиши аккаунти корбар:

1. Профил бо хабар алоқамандӣ дорад ё на (чойи кор, маҳалли таҳсил ва зист, доираи завку манфиатҳо)?
2. Бо кадом фосилаи замони дар саҳифаи корбар мавод сабт мешавад?
3. Кай аккаунт сохта шудааст?
4. Кай ва кадом навъи суратҳо ё видео қаблан дарч шудаанд?
5. Дар кадом саҳифаҳои шабакаҳои иҷтимоӣ корбар номнавис шудааст ва оё мавзӯҳо бо ин мавзӯ иртибот доранд?
6. Чустор аз тариқи лақаби рамзии (никнейм) корбар чи натиҷа медиҳад?

Муайян намудан аз рӯи вақти сохтани сурат ё маводи видеоӣ .

Пас аз барқарор кардани робита бо манбаи асосии иттилоот, нахустин чизе, ки бояд дар мадди назар дошт, ин вақти наشري мавод дар шабакаи иҷтимоӣ аст. Бояд дар ёд дошт, ки шабакаҳои иҷтимоӣ вақтро бо соати минтақавӣ замони шумо чур мекунанд ва аз ҳамин сабаб сар задани иштибоҳ мумкин аст.

Дақиқ донишдани вақти ҳодиса ва муқоисаи он ба вақти наشري он аз ҷониби манбаъ зарур аст. Роҳи аз ҳама беҳтар бо муаллифи мавод тамос гирифтани ва мутақоид кардани уст, ки файли аслиро бифиристад. Аксар таҷҳизоти суратгири рақамии замонавӣ параметрҳои наворро (маълумот оид ба камера, режим, вақт ва макон) дар файлҳои тасвир бо кумаки формати EXIF сабт мекунанд. Ин додаҳои метавон бо кумаки ҳадамоти онлайнӣ Jeffrey's

EXIF viewer ё Findexif.com кашида гирифт, то ки асолати сурат, бо роҳи муқоиса намудани вақт ва макони навор бо вақти рух додани ҳодиса, тафтиш карда шавад.

Агар ба даст овардани асл номумкин аст ва додаҳои асосӣ дастрас нестанд, бояд суратро бо диққат омӯхт: самт ва дарозии сояҳо, ҳамчунӣ ваъӣ боду ҳаво метавонад вақти наворгириро муайян кунанд ва ҳатто баъзан шохиди таққаллубкорӣ гардад .

Алгоритми тафтиши вақти наворбардории сурат ё маводи видеой :

1. Онро тавассути TinEye ё Google's reverse image search тафтиш кунед, то қонеъ шавед, ки сурат қаблан нашр нашудааст
2. Қай сурат/видео ба шабака ворид карда шудааст?
3. Маълумоти дар мавод пешниҳодшударо дигар шохидон тасдиқ мекунанд? Чизе ба ҳамин монанд дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва расонаҳои маҳаллӣ ҳаст??
4. Ҳавои тасвир бо ҳаво дар вақти ҳодиса мувофиқанд?
5. Самт ва дарозии сояҳои вақти тасвир мувофиқат мекунад?

Алгоритм барои тафтиши макони наворбардории сурат ё маводи видеой:

1. Нашркундаи мавод метавонист дар ҷойи ҳодиса бошад (аз рӯйи сабтҳои қаблии профилаш)?
2. Метавонед макони наворгириро дар ҳадамоти картографӣ пайдо кунед? Оё онҳо яқсонанд?
3. Ҷузъиёти сурат макони наворбардорию тасдиқ мекунанд (рақами мошинҳо, забони овезаю рекламаҳо?)

4. Агар маводи видеоист, оё одамон бо забони маҳаллӣ ҳарф мезананд?

Барои тафтиши асолати маводи Youtube ба манбаи Citizen Evidence Lab (<http://citizenevidence.org>) аз созмони «Авфи байналмилалӣ» сар задан мearзад. Дар ин сайт дастурамали қадам ба қадам(<http://fluidsurveys.com/s/citizenvideo-stress-test/>) низ ҳаст, ки бо кумаки он журналист метавонад тафтиш намудани тафсилоти гузоштани видео, вақти дарчи он ва макони наворбардориро бидонад.

Пешниҳод кардани мавод

Дар боло зикр шуд, ки қорбари аз шабакаи иҷтимоӣ омада, дар саҳифаи манбаи шумо ва барои бодикқат хондани маводатон дуру дароз истоданӣ нест. Қорбар лентаро аз назар мегузаронад, сарлавҳаи ачибро мебинад ва клик мекунад. У мехоҳад, ки зуд аз ҷузъиёт бохабар шуда боз ба шабакаи иҷтимоӣ баргардад.

Фосилаи эътимод ба манбаи иттилоот ба ҳисоби миёна дар имтидоди 8 сония аст. Дар доираи ин вақт қорбар омода аст, ки аз чанд экран мурур кунад, сарсарӣ сармақолаҳоро ва чанд сатр матнро бубинад. Агар дар ҳамин фосилаи замони мавод таваҷҷуҳи қорбарро ҷалб накунад, саҳифаро тарк хоҳад кард.

Аз ин рӯ, вазифаи муҳими журналист, ғайр аз ёфтани мавзӯ ва шарҳи он, таҳияи мавзӯ таврест, ки диққати хонандаро ба худ кашад ва ба хондан ҷалб созад. Ин вазифа танҳо бо як сифати матн ҳал намешавад. Хонанда дар навбати аввал ба тарзи пешниҳоди мавзӯ мароқ зоҳир менамояд ва тасмим мегирад, ки умуман сарфи вақт арзиши бо диққат хондан ин маводро дорад ё на. Ба таъбири дигар, шиносӣ бо мақола дар ду марҳила мегузарад:

- баҳогузори: шавқовар аст? Аз уҳдааш мебароям? Киروي хондан аст? Тарзи пешниҳоди дурусти мавод ғолибан дар марҳалаи аввал аст;
- воқеияти хониш. Матни ҷаззоб ва услуби хоси муаллиф муваффақияти марҳалаи дуюманд.

Чанд коидае, ки метавонанд барои ҷалби тавачҷуҳи корбарон кумак кунанд:

Қоидаи 1. Мувофиқати сарлавҳа/ лид бо мазмуни мавод.

Барои ҷазби трофик, муҳаррирон бо сарлавҳа бозӣ мекунанд, яъне навиштаҳои гуногунро барои шабакаҳои иҷтимоӣ ва бахшҳои баннерӣ истифода мекунанд. Сарлавҳаро ҳамеша метавон тунду тезтар интиҳоб кард, муҳимаш он ки корбар клик кунад ва ба саҳифа мӯроҷиат намояд. Сарлавҳа дар зехни хонанда хостаҳоро ташаккул медиҳад, агар мавод ба интизориҳо мувофиқат накунад ва хонанда хостаҳояшро ба даст наоварад, ин боиси хайронӣ ва дилсардӣ мешавад.

Барои мақола оид ба олами мошинҳои нав, Авто Mail.Ru сарлавҳаи зерин: «Фурушгоҳи мошинҳо дар Токио: шумо ҳам метавонед бигуед «Вау»- ро истифода мекунанд. Дар мақола- маводи графикӣ ва сурати мошинҳои оянда ва чанд маводи видео ҳаст, вале умуман метавон гуфт, ки бо ороишу нигориши начандон аҷиб. Оре, як қадам ба оянда, вале на дар сатҳи «Вау». Дар мақола матн бисёр аст, вале сарлавҳа ваъдаи тамошо медод. Дар натиҷа нисфи корбарон ҳатто то миёнаи матн нахонданд.

Леди Mail.Ru сарлавҳаи "Тасаввӯротҳои нодурусти асосӣ оид ба занон, ки ҳама ба онҳо бовар мекунад"-ро истифода мекарданд. Корбар интизор буд, ки номгуӣ тасаввӯроти нодурустро ва шояд, фош намудани онҳоро бубинад. Дар асл бошад мақола «Устураҳои асосӣ оид ба равони занон: барои чи мо ба онҳо бовар мекунем»- шарҳи он аст, ки психологияи занон чи тавр кор мекунад. Дар натиҷа нисфи корбарон низ онро то охир нахонданд.

Боз як намуна аз Леди Mail.Ru, мақолаи «Дар пушти кадр: асрори наворбардории касбии макіяж (ороиш)» Ин сарлавҳа натиҷа надод ва идора онро бо сарлавҳаи «Фотомодел пас аз макіяж чи тавр менамояд» иваз намуд. Теъдоди кликҳо ба сарлавҳа хеле афзуд, вале хонадагон саҳифаро кушодан замон таркаш мекарданд. Сарфи назар аз он ки дар мавод сурати моделҳо пеш ва баъди мокияж буданд, хонанда интиҳоби суратҳоро бо усули «чи гуна буд/чигуна шуд» интизор дошт ва ин чизро намӯфт ва саҳифаро тарк мекард.

Қоидаи 2. Матн дар экрани якум.

Баъди хондани сарлавҳа ва тариқи линкҳо сар задан ба тафсилот, хонанда майли он надорад, ки вақташро талаф кунад, то ки суратеро, ки муҳаррир миёни сарҳат ва оғози матн бо далели он ки «ҳамин тавр зебо менамояд» гузоштааст, бо поёну боло рафан дар мавод дарёфт кунад. Ҳар қадар ки ошноӣ бо муҳтаво зуд оғоз ёбад, ҳамон қадар шонс зиёд аст, ки хонанда «намеравад» Расонаҳо бояд ғами онро хуранд, ки хонанда матнро дар экрани якум бубинанд.

Пас аз арзёбии тарҳи рӯзнома, бехтараш онро дар экранҳои хурд (1240x768) ва бо экранҳои телефони мобили дид.

Қоидаи 3. Матн ба блокҳо ҷудошуда

Матнро сохторбандӣ/муназзам кардан, яъне онро ба блокҳои хурд хурди –маъноӣ-мантиқӣ ҷудо кардан аст, мисли он ки китобро ба бобҳо тақсим кунанд. Матн сохторбандишуда ҳисси бо тартиб будан, эҳсоси гуворо будани хондани матнро медиҳад. Ҳар блок як идеяи мустақилро мекушояд ва ҳар кадоме зерсарлавҳаҳои худро дорад.

Қоидаи 4. Сарлавҳаҳои тафсилотӣ
Зерсарлавҳа дар мақола моҳиятан, нақшаи муъҷазӣ он аст, ки ба хонанда имкони бо суръат дидани матн, фаҳмидани мазмуни он ва интиҳобан хондани кадом қимсаи дилхоҳро медиҳад. Агар поре писанд омад хонданро идома медиҳад, ё масалан, зуд сарлавҳаҳоро аз назар гузаронда поре писандидаро дар зехн интиҳоб карда ба он бармегардад. Сарлавҳаҳо метавонанд умумимавзӯӣ ё тафсилотӣ бошанд. Умумимавзӯӣ ба саволи «Дар бораи чӣ сухан меравад»? ва тафсилотӣ ба саволи «Мушаххас дар бораи чӣ?» ҷавоб медиҳанд.

Масалан . Толеънома барои соли 2016.

Сарлавҳаи умумимавзӯӣ: «Ҳарчангҳо: ситораҳо шуморо дар тааҷҷуб мегузоранд». Хонанда хулоса мебарорад, ки баъдан дар матн толеъномаи ин бурҷ аст. Ситораҳо номаълум, ки чи ваъда медиҳанд.

Сарлавҳаи тафсилотӣ: «Ҳарчангҳо: шуморо сарват интизор аст». Фикри асосӣ маълум аст. Ҷузъиётро донишхонаҳои хонданро идома медиҳӣ.

Шояд чунин ба назар расад, ки сарлавҳаҳои умумимавзӯӣ ҳангомаҳо нигоҳ медоранд ва барои бо диққат хондан водор менамоянд. Дар ҳақиқат бошад, хонанда тафсилотро ҳар чи зудтар доништан меҳаҳад. Агар бо **скан** (нусхабардорӣ) кардани сарлавҳа моҳияти мақолаҳо дарк накард, ба гумон аст, ки ба матн баргардад.

Қоидаи 5. Сарҳати кӯтоҳ ва сермазмун

Хонанда руи сатри аввали сарҳат назаре меандозад ва бинобар ҳамин фикри асосиро бояд дар оғози **блок** овард. Дар он ҳол маънии мақола, новобаста аз суръати хониш, боқӣ мемонад.

Намуна. «Миёни гаджетҳои замонавӣ (воситаҳои техникаи навпайдо), ки муъчиби ҳайратанд, яке аз беҳтаринҳо лоиҳаи телефони ҳушманди Nokia Morph, ба шумор меравад, ки онро истехсолкунандаи финӣ якҷоя бо мутахассисони Кембриҷ омода кардаанд. Дар сохтани он истифодаи нанотехнология, моддаҳои электронии шаффоф, ва кашишбанда дар назар аст. Иловатан, қишри берунӣ- зохирии он бояд худ аз худ тоза шавад».

VS

«Барои Nokia Morph истифодаи моддаҳои электронии шаффоф, ва кашишбанда дар назар аст ва қишри берунӣ- зохирии он бояд худ аз худ тоза шавад

Лоиҳаи гаджетро истехсолкунандаи финӣ якҷоя бо мутахассисони Кембриҷ омода макунад. Телефони ҳушманди оянда ақро дар ҳайрат меоварад.

Қоидаи 6. Якнавохт набудани саҳифабандӣ

Тасаввур кунед, ки луғати тафсири мехонед. Аз сатр ба сатр навиштаҳо якнавохтанд ва танҳо чойҳои муҳим, ки ба шарҳ ниёз доранд, дар саҳифа бо ҳуруфи ғафстар навишта шудаанд. Матни якнавохт дилгиркунанда буда . хоҳиши дақиқтар дарк карданро аз байн мебарад.

Мақолаҳо ҳам ҳамин тавр ба назар мерасанд, агар хангоми саҳифандӣ ба қадри кофӣ заҳмат сарф нашавад. Мавод бояд шомили таҷрибаҳои гуногун бошад , ҳатто ҳини сарсарӣ дидан ҳам нишон бидиҳад, ки «дохил мароқовар аст» ва чизе ҳаст, ки чашмо ба худ бикашад. Чиро метавон истифода кард?

Қабл аз ҳама иқтибосу врезкаҳоеро ки фикри асосиро дар бар мегиранд, барои барои ороиши матн, бояд махсус «чудо» намуд.

Сониян, чандрасонай: сурат, навор, коубҳо(роликҳои кутоҳи 10-сониягӣ). Он метавонад муҳтавои аз ҷониби расона таҳияшуда бошад ё UGC.

Солисан, унсурҳои интерактивӣ: ороиши интерактивӣ, ко бо як клик дар тасвир кумак бо тафсилоташ, ҷадвалҳо, озмуну назарсанчиҳо пайдо мешаванд.

Қоидаи 7. Саҳифбандии «матн-чандрасонай-матн»

Се ролики видеой ё панҷ коуби пайи ҳам касро монади матни якнавохт ҳаста мекунанд. Матнро бо унсурҳои чандрасонай навбат ба навбат бояд гузошт. Агар маводи аслии шумо иборат аз видеороликҳост, онро бо шарҳи кутоҳ- кутоҳи матн мӯрофиқат намоед. Агар матни дарози иборат аз 40 000 аломат доред, аз пайи унсурҳои графикӣ ва интерактивӣ шавед, ки имкони роҳат хонданро фароҳам меоваранд.

Қоидаи 8. Расму тасвирхо ба чойи чадвалу руйхату оморхо

Расму тасвирхо хонданбобанд. Тамошои расм аз скан кардани матн ацибтар аст.



Пример. Редакция Hi-Tech Mail.Ru исследовала, как пользоваться бытовой техникой, не расходуя много

Тасвирхо боиси сарфаи ваќти хонанда ва хам идораи расона мешавнд. Он чи ки аз журналист дар хаќми

2000- 3000 аломат шарх мехоҳад(3-4 дақиқа вақти хониш) тасвир ва инфографика онро дар зарфи сонияе дастрас мегардонад.

Намуна. Идораи расонаи Hi –Tech Mail.Ru тадқиқот оид ба он гузаронд, ки чи тавр бо сарфи ками барқ аз таҷҳизоти маишӣ истифода кард. Аз он шуруъ карданд, ки нархи як килловат чанд аст. Пешгуфтори мақола аз 4000 аломат ва чор ҷадвал иборат буд. Хонанда бояд ба инкошфи фикр дар матн мӯроқибат менамуд, аз тавсифу шарҳ вазъиятро дарк ва аз ҷадвалҳо нархи килловатро муайян созад. Матн бо инфография иваз шуд. Киловатҳои мавҳумро аз ҷадвалҳо ба нархи як бор шустан дар мошинаи чомашуйӣ баргардонданд, ки онро дар таҷрибаи худ санҷидан осонтар аст. Барои фаҳмидани он, ки барқ бароятон арзон ё қимат меафтад, бояд ҳамагӣ чанд сония сарф кунед.

Қоидаи 9. Андозаи мувофиқи суратҳо

Назорат бояд кард, ки суратҳо дар экрани майда дида шаванд. Дар ҳолати суратҳои амудӣ ва манзар (вюпорт)-ҳои хурд чунин мешавад, ки барои пурра дидани сурат онро чанд бор бояд пасу пеш бурд. Агар матн ба назар нарасад, хонанда мантиқи сужаро гум мекунад. Суратҳо бояд матнро тақвият ва тавзеҳ диҳанд, на аз он диққатро пароканда кунанд. Бо таҷриба собит шуда, ки суратҳои микёси 4:3 бузурганд ва манзари экранро пурра банд мекунанд ва аҳёнан боиси тарк намудани саҳифа мешаванд. Микёси қобили қабул 16:9 аст.

2.6. Арзёбии истеъмоли маводи таҳияшуда

Расонаи интернетиро бояд мутахаррик сохт, зеро аксуламали аудитория фавран ба вучуд меояд. Пас аз нашри мақола кор акнун шуруъ мешавад. Дар ин ҷо метавон таҷриба гузаронд: сарлавҳа иваз шуд- трафик беҳ шуд, ҳаҷми сурат тағйир ёфт-хонанда мақоларо тарк намекунад то охир мехонад.

Барои иҷрои ин «сеҳр», журналист бояд ба таҷзия ва таҳлили шабакаҳо сарфаҳм равад.

Меъёрҳои бозорбинии маъмулӣ ба дард намехуранд: боздид аз саҳифаҳо, нишондихандаи раду инкор, умқи боздид ва вақти дар шабака сарфшуда дигар фаҳмиши андозаи ҷалб шудани иштирокдоронро намедиханд.

Маълумоте ки медиханд танҳо теъдоди вуруд ба саҳифа аст. Аммо иштироккунанда бо хонанда баробар нест. Барои он ки одамон ба саҳифа баргарданд ва ба ин бренд арзиш қоиладор бошанд бояд иштирокдорро ба хонанда табдил дод. Ин раванд ҷи тавр сурат мегирад, қай ва ҷиро дар он бояд иваз намуд, дарки он бе арзёбии андозаи ҷалбшавӣ ғайримқон аст. Дар ин қор меъёрҳои редаксионӣ қумак мекунанд. Журналистоне, ки дар расонаҳои интернетӣ қор мекунанд, барояшон омӯхтани таҳлили се навъ меъёр: бозорбинӣ, редаксионӣ ва расонаҳои иҷтимоӣ зарур аст.

Меъёрӣ бозорбинӣ

Google.Analytics, Яндекс.Метрика, Top.mail.ru — барои ҷӣ лозиманд?

1 .Барои фаҳмидани он ки чанд нафар ба мақолои шумо сар зад :

- теъдоди қорбарони фардӣ, ки аз саҳифа дидан қардаанд;
- теъдоди боздид (саҳифа чанд бор фаъл шуда): як қорбар метавонад чанд бор қорид шавад.

2. □ Барои фаҳмидани он ки чи тавр шахс аз шабака истифода бурд:

- теъдоди боздид барои як нафар, ё «умки» боздиди он (ба ҳисоби миёна аз чанд саҳифа дидан кард);
- давомнокии миёнаи боздиди корбар (фосилаи байни аввалу охири воридшави ба шабака) ;
- нишондиҳандаи корбароне, ки аз шабака мебароянд (таносуби шумораи истифодабарандагоне, ки аз саҳифаи вуруди сайт мебароянд ё на аз як саҳифа бештарро мебинанд бо фоиз) зарур аст.

Доништан муфид аст, ки дар расонаҳои интернетӣ сарлавҳа аз рӯи шумораи ангуштзанӣ – (CTR: click-through rate) — рӯи он, яъне таносуби теъдоди клики мақола бар шумораи боздиди он, баҳогузорӣ мешавад. Масалан, агар сарлавҳа сад бор боздид шавад, вале ба он даҳ бор ангушт зада бошанд, CTR баробари 10% аст.

Доништан мароковар аст, ки тарзи пешниҳоди сарлавҳае, ки таҳрифи маъноӣ матнро ба хоҳири ҷалби хонанда ва баланд бардоштани сатҳи CTR раво мебинанд, кликбейт ном дорад. Ин кори бад аст ва одамони хирфавӣ ба ин кор даст намезананд

3. □ Барои фаҳмидани он ки корбарон аз кучо омадаанд :

- аз тариқи системаҳои ҷусторӣ ;
- аз тариқи шабакаҳои иҷтимоӣ ;
- аз тариқи шабакаҳои дигар (фаҳмидан мумкин аст, ки ба шумо кӣ ишора кард ва чанд нафар аз дигар ҷой гузаштаанд));
- аз тариқи гузаштанҳои дохилӣ (аз дигар саҳифаҳои сайти шумо)).

4. □ Барои фаҳмидани он ки манбаи мазкурро кӣ мехонад, мутаносибан яъне барои кӣ менависем:

- хусусиятҳои демографӣ (чинс ва синну соли корбарон);
- маълумоти ҷуғрофӣ (шумораи корбарон тибқи минтақаҳои гуногун).

Норасоии меъёрҳои бозорбинӣ дар чист?

Ҳар маводе метавонад трафики бузургро фаро гирад (шумораи иштирокдорон, теъдоди боздидҳо), вале маълумот оид ба шумораи магар аз умқи ҷалбшавии аудитория чизе гуфтад метавонад?

Ҷавоб ба ин суол*ҳеҷ аст, агар корбарон ба мавод «фуру» нарафтанд ва саҳифаро тарк карданд. То даме ки сатҳи ҷалбшавиро арзёбӣ накардаед, наметонед, ки кас маводи шуморо чи гуна истеъмол мекунад: чиро сарсари варақ мезанад ва чиро бо шавқ мехонад. Бидуни фаъолияти интерактивӣ- таҷдиди пост дар шабакаи иҷтимоӣ, гузариш ба саҳифаи дигар- саҳифаи мавод чун «қуттии сиёҳ» мемонад. Барои арзёбии шавқу рағбати воқеии аудитория ба мақолаҳо аз меъёрҳои редакционӣ истифода баред.

Меъёрҳои редакционӣ

Chartbeat.com, Parse.ly ва низомҳои дохилии нашрия барои ҷӣ лозиманд? Барои донишони он, ки корбар маводи шуморо чи тавр мехонад: ба чи тавачҷуҳ мекунад, чиро сарсари варақ мезанад ва дар қадом лаҳза саҳифаро тарк мекунад. Меъёрҳои редакционӣ барои беҳтар шудани матн ва муайян намудани он, ки қадом тарзи пешниҳод мавод кор мекунад, мусоидат менамоянд.

Шоҳисҳои асосӣ: боздиди саросарии мавод; муддати хониш. Бо истифода аз дониш оид ба сатҳи умқи боздиди пурраи саҳифаи шумо ва муддати хониши корбар, метавон ба натиҷагирии ситематиқӣ расид, ки чи тавр иштироккунанда

ба хонандае табдил меёбад, ки эҳтимол чандин карат ба манбаи шумо боз бармегардад.

Дарозои матн чанд бояд бошад, ки хонанада аз он рӯ нагардонад? Чӣ тавр маводи иловагии чандрасонай ба сатҳи чалбшавии аудитория таъсир мерасонад? Ба ин саволҳо параметри боздиди саросарӣ/пурраи мавод ҷавоб медиҳад.

Вале то ахир саҳифагардонӣ маънои пурра хонданро надорад. Барои дониستاني он ки воқеан диққати хонандро чӣ чалб кард, бояд муддати хониши ӯро ҳисоб кард.

Меъёрҳои шабакаҳои иҷтимоӣ (SMM-метрики) Socialbakers.com, Buffer.com — барои таҳлили «заҳролудшавӣ» бо мавод дар шабакаҳои иҷтимоӣ ҳастанд. Мафҳуми «виралност», ки истифода мешавад ба маънои заҳролудшавӣ бо вируси интишори маълумот дар шабакаҳо ва паҳнкундаи ин вирус қорбаронанд.

Хонадагон ба матн чи воқуниш нишон доданд, теъдоди ҷустуҷуҳо чанд аст, дар назарҳои шарҳҳо чӣ навиштаанд-ҳамаи инро бо кумаки метрикаҳои шабакаҳои иҷтимоӣ таҳлил намудан мумкин ва зарур аст. Buffer, масалан, барои наشري мавод дар шабакаҳои иҷтимоӣ гуногун мусоидат менамояд.

Ҷавҳари қори журналист аз ҳикоя қардани мавзӯ аст, вале дар як гушаи хиёбон истода қор задан қофӣ нест. Бояд маҳфиле орошт ва мавзӯро қунон баррасӣ қард, ки одамон онро то охир бишнавад. Танҳо бо метрикаҳо мусаллаҳ шуда метавонед ин қорро анҷом диҳед.

Ба қои хотима

Соли 2015 дар миёни каналҳои паҳнкундаи мавод тақсимои назаррас ба миён омад. Агар қаблан шабакаҳои иҷтимоӣ ва хабарфиристандаҳо(мессенҷерҳо) ба сифати

майдони тавлиди трафик буданд, акнун мушоҳида менамоем, ки чӣ тавр ин хидматрасониҳо сахнаи интишори муस्ताқими мавод мешаванд. Расонаҳо бо шароити нав мувофиқ мешаванд ва бо маводи худ ба сӯе мераванд, ки корбар он ҷо сукунат дорад.

Расонаҳои интернетӣ ба зудӣ ба core- ва meta- бахшҳо тақсим мешаванд, яъне мултиплатформа мешаванд

.Core — ин сомонаи мо бо мулҳақоташ, meta — ин муҳтаво барои манбаъҳои дигар ва муҳим дарки он аст, ки на ба сифати порчаҳои кӯтоҳи рекламавӣ(тизер), балки ба сифати маводи комил.

Дар маҷмӯъ вазифаи журналист ҳодисаҳои муҳим ва ҷаззобро нақл кардан аст. Агар бо маҷоз бигуем «дуқонҳо»(сомонаҳо)-и мо аз қанори «фурушгоҳҳои бузург» (шабақаҳои иҷтимоӣ, мессенҷерҳо), ки одамон ба онҳо рафтадро оғоз намуданд, дур афтадаанд. «Ҷорҷиён»-и мо бо муваффақиятҳои гуногун харидоронро аз ин «марказҳои тичоратӣ» ба дуқонҳои мо меоранд, вале фурсати он расида, ки дар бораи қушодани намоёндагӣҳои худ дар ҷойҳои биандешем, ки одамон ба он ҷо мераванд

Дар соли 2015 бисёр нашрияҳои амриқой ба истеҳсоли мавод дар шабақаҳои иҷтимоӣ ва мессенҷерҳо шуруъ намуданд, яъне аз тарғибу ташвиқи мавод ба нашри пурраи мавзӯ дар ҷое, ки ҳонада ҳаст, гузаштанд

Facebook Instant Articles and Apple News, Snapchat Discover — ин номҳо алҳол барои бозори мо ғариб намоёнд ҳам, ба назар мерасад, ки вазъ дар сол 2016 бо суръат тағйир меёбад.

Барои журналистон ва роҳбарони расонаҳо танҳо навишаю мақолаҳоро бо муҳити ва ниғаҳдорандагони(носители) нави иттилоот мувофиқат

кардан мемонад. Ин ҳам ба шаклҳои пешниҳод (як матн барои десктоп, дигарш барои телефон) ва ҳам ба лаҳни матн (дар муҳити вазнин вазнин дар муҳити мулоим мулоим) таъсир мерасонад.

Дар ҳар сурат журналистика намерида, ҳар чӣзе ки руҳ додаст ва руҳ медеҳад, танҳо иваз шудани ниғаҳдорандаҳои дostonҳо ва тадқиқоти мост ва талобаот ба қиссаву дostonҳои нав (хабару суҷаҳо) аз байн намеравад.

Саволҳои барои санҷиши худ

1. Кадом талабот алҳол дар назди жуналистика интернетӣ меистанд ?
2. Кодом малакҳоро бояд журналист дошта бошад ?
3. Чӣ гуна маводи истехсол намудаи корбар ба журналист мусоидат мекунад ?
4. Се қоидаи тасфияи иттилоот ва се қоидаи шарҳи онро номбар кунед .
5. Бо кадом хатарҳо дар қори журналист ба тафтиши далелҳо марбут аст ?
6. Кадом воситаҳои таъйидро ҳангоми кор бо маводи истехсолнамудаи корбарон медонед ?
7. Шабақаҳои иҷтимоӣ чӣ тавр метавонанд дар тафтиши далелҳо мусоидат намоянд?
8. Барои чӣ қолаббандии (форматирование) мавод зарур аст?

Сарлавҳи умумавзӯӣ аз тафсилоти чӣ тафовут дорад ?

9. Чаро журналист бояд ба таҳлили сомонаҳо сарфаҳм равад?
10. Фарқи метрикаи бозорбинӣ аз редаксионӣ дар чӣст?

Номгуйи адабиёти истифодашуда

1. Daniel J. Levitin, Why It's So Hard To Pay Attention, Explained By Science // Fastcompany.com. 2015, Sept. 23. [http:// goo.gl/Kr1fgX](http://goo.gl/Kr1fgX).

Маълумоти Havas Media дар асоси тадқиқоти TNS Gallup Media и Synovate Comcon. <http://goo.gl/pyUb5Y>.

2. Definition of Information Overload. <http://goo.gl/sQQG7J>.

3. Daniel J. Levitin. The Organized Mind: Thinking Straight in the Age of Information Overload. 2014. ISBN 9780525954187.

4. Beatriz Vieira 75% of Millennials in Brazil Either Access the Internet on Multiple Platforms or Exclusively on Mobile // comScore.com. <http://goo.gl/bDsydc>.

5. NYT Innovation Report 2014. <http://goo.gl/cvjDQU>.

6. «Мы превращаем читателя в инфонаркомана»: спикеры Media Makers 2015 о состоянии индустрии. <http://goo.gl/TshbNh>.

7. Максим Ильяхов, «Канцеляризм и формализм». [http:// goo.gl/6G1QOK](http://goo.gl/6G1QOK).

8. Attention Span Statistics. <http://goo.gl/dDKL> 40.

9. Максим Ильхов, «Транзитивные заголовки». [http:// goo.gl/kr9u69](http://goo.gl/kr9u69).