

Аудиторияи расонаҳои нав

Наталья Лосева

Дар ин қисмати китоб шумо ба саволҳо дар бораи он ҷавоб меёбед, ки чӣ тавр аудитория тағйир ёфт ва ин амал то ҳануз яқоя бо навгониҳои таҳаввулоти технологие, ки олами расонахоро дигаргун сохт, идома дорад.

- Чӣ тавр ва чаро бояд чен(қиёс) карда шавад ?
- Ангезаҳои асосии истеъмоли хабар кадомҳоянд ?
- Чаро сифати аудитория муҳим аст ва зерин мафҳум манзурамон ҷӣст?
- Чӣ тавр редаксиа бо аудитория метавонанд мустақиман ҳамкорӣ кунанд?
- Барои ҷалби таввачуҳи мухотабони худ расонаҳои хирфавӣ ва дигар манбаъҳои иттилоот чӣ тавр рақобат мекунад?

Афзорҳои андозагирӣ

Ба андозагирии аудитория ба шакли муфассал ва аз қаринаи онлайни, нисбатан ба тозагӣ-аз ибтидои солҳои 2000-ум, шуруъ намуданд, яъне аз замоне ки имиконоти фанӣ, фанновариҳо, усулҳо ва барномарезиҳо фароҳам омад. Чанд соли дигар барои ба вучуд оварди анъанаҳои коркарди босуръати додаҳо ва корбурди ҳамарӯзаи онҳо дар расонаҳо масраф шуд. Воқеъан, то ҳануз ҳам корбарони бештар ҷаҳол ва ҳушманди маълумот оид ба аудиторияҳо, сомонаҳои кишри тичоратанд.

Бо вучуди ин ҳама, технологияҳои замонавӣ ва муҳити омӯрӣ бароямон имкон медиҳад, ки рафтори аудиторияро, аксуламалашро, дархостҳо ва ҳатто ҳастагиашро дар ойнаи



мачозии дақиқнамо назорат намоем. Ойинае, ки дар режими вақти воқеӣ, метавонад амалан дар бораи рафтори қорбар ва дархостҳои аудитория ҳикоя кунад.

Илова бар ҳама, медали қору бори расонаҳои замонавӣ ба таври васеъ аз донишҷӯ ва фаҳмидани рафтори аудитория вобастагӣ дорад ва баъзи фароҳам шудаи ин донишҷӯ: синну сол, ҷинс, маҳал, вақти маъмулан қорбарӣ аз сомона, мавзӯҳои мавриди назар- худ ба худ ба сармоя табдил меёбанд, ки аз ҷумла, метавонанд фурухта ё хирида шаванд.

Хитмап. Як воситаи омузиши рафтори аудитория дар сомона «харитаи гарм» аст. Ҳар қадар қоргарон бештар клик кунанд, ҳамон қадар тасвири доғ бузургтар мешавад.

Якҷоя бо технологияҳо, ки усулҳои қоркарди додахоро такмил медиҳанд, низомии назорат аз болои рафтори аудитория рушд мекунад, робитаи фаҳмиши назариявӣ ва таҷрибаи амалии истифодаи ин донишҷӯ зичтар ва пурсамартар мегардад. Муносибат ба нишондодҳои

шуморавӣ табдил ва оқилонатар мешавад: фаҳмиши муътамад дар бораи он устувор мегардад, ки бо вучуди муҳим будани нишондодҳои шуморавӣ ҳам ба ноширон ва ҳам ба рекламадиҳандагон рӯз аз рӯз бештар нишондиҳандаҳои сифатӣ мароқовар мешаванд.

Мураккаб будани дарки аудитория дар он аст, ки на танҳо технологияҳои андозагирӣ иваз мешаванд, балки моҳиятан ҳуди аудитория ҳам дигаргун мешавад: бо суръати баланд, ҳатто гоҳе дар давоми як сол:

- одатҳои корбарон тағйир меёбанд;
- Азнавтақсимшавии ҳиссаи ниғаҳдорандагони иттилоот дар доираи иттилооти рӯзмарраи корбарон руҳ медихад ;
- алокамандӣ ба ин ё он қолаб/формат, ки муд буд, аз байн меравад
- нишондиҳандаҳои дарозо ва умқи ҳузури корбар иваз мешаванд.

Имрӯз, вақте аз аудитория, хусусиятҳои он ва сифати рафтори ӯ сухан мегуем, бояд бифаҳмем, ки сохтани як меъёр ва аз рӯи он амал кардан номумкин аст. Аммо барои анҷоми оқилонаи кор бо аудиторияи якҷоя бо соҳа тағйирёбанда, бояд ченакҳои асосӣ, таърихи таҳаввулоти аудиторияи расонаҳои нав, равандро ва инкишофи онҳоро ҳуб донист ва ояндаро пешгуӣ кард.

Лора Хазард, аз муҳаррирони машҳури Nieman Journalism Lab – и амриқоӣ дар мақолаи барномавии хеш аҳамияти ченакҳо ва таҳлили додаҳоро оид ба шумора ва сифат ва рафтори корбарон дар расонаҳои нав чунин қайд мекунад: «Омузиши аудитория барои расонаҳои хабарӣ, ки кушиш доранд дарк кунанд, ки тамоси дуруст бо аудитория чӣ гуна

бояд бошад, ниҳоят зарур аст»¹. Ба ақидаи коршиносни аз ҷониби ин лаборатория пурсидашуда, таҳлили таъҷили ва дарозмуддати додаҳо зарур аст, зеро имрӯз вақти истеъмоли иттилоот амалан тамоми лаҳзаҳои бедории корбар аст. Вале дар тамоми муддати рӯзи иттилоотӣ ҳамон як корбар худро бо шеваҳои гуногун метавонад чилва диҳад: хондан ё нахондани матнҳои дароз, сарлавҳаҳои сарсарӣ дидан, клик кардан ё ба назар нагирифтани фароматнҳо, назар додан ё табодули иттилот намудан ё ғон аксуламал нишон надодан, тамошо кардан ё накардани аксу суратҳо

Дар шароити рақобати сангин редаксияҳо барои корбарон ҳар лаҳза мубориза мебаранд, кушиш миенамоянд, ки вақти муносибтар ва маҳсулоти созгортар пешниҳод кунанд.

Барои мисол. Дар соли 2015 ҳамзамон якҷанд нашрияти минтақавии бритони «барномаҳои бегохирӯзӣ» чоп намуданд ва кушиш карданд, ки ба тарзи нав авҷи бегохирӯзро, яъне вақте ки шахвандон пас аз кор дар роҳ то хона одатан, рӯзнома мехонанд, дарк ва ба даст бигиранд. Тачрибаи нашрияти русзабони meduza.io ҳам, ки обунашавӣ ба “Медузаи бегохирӯз”-ро шуруъ намуд, бо муваффақият буд.

Акнун, биед, бубинем, ки кадом ченакҳои асосии шумора, сифат ва рафтори аудиторiarо бояд роҳбарон, продюсерон, муҳаррирон ва рӯзноманигорон бидонанд ва истифода кунанд.

Шумораи корбарон.

Сарфи назар аз осонии андозагирӣ, ин нишондод аз нуктаи назари шарҳ ва баҳогузори объективӣ хеле нозук аст. Дар

1

Laura Hazard Owen, Two out of two news organizations recommend user research. July 29, 2015: <http://goo.gl/JG72Y0>.

назари аввал ин нишондихандаи аз ҳама объективии аз замонҳои қабл аз рақамӣ расида, дар асри дигитол шомили фарзиёт ва шарту шароитҳо мешавад.

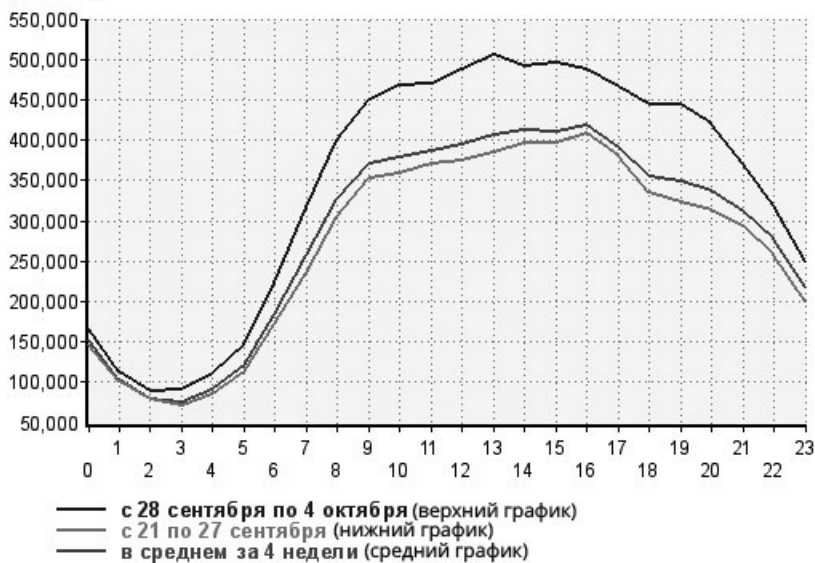
Ченакҳо метавонад нишон бидиҳанд: шумораи мӯроҷиатҳо аз IP-адреси муайян (дар пушти он метавонанд якчанд қорбар фаъолият кунанд), шумораи мӯроҷиатҳо аз IP-адресҳои мухталиф, ки дар пушти он як қорбар истодааст, шумораи мӯроҷиатҳо аз таҷхизоти мухталиф ба платформаҳои гуногуни нашрия, ки онро ҳам метавонад як қорбар татбиқ намояд. Ҳисоби қорбарони сабтшуда нисбатан метавонад манзараи объективиро бидиҳад (вакте омор шумораи мӯроҷиатҳоро аз «аккаунтҳо» нишон медиҳад). Сарфи назар аз ин тағйиру ислоҳот, маҳз ҳаҷми шуморавии аудитория чун сифати нишондихандаи базавӣ мекунанд, ки ҳангоми андозагири аудитория ба он така мекунад.

Шумораи қорбаронро тавсиф намуда мо дар назар дорем :

1. Подамони воқеӣ,
2. Дастгоҳҳои мунхасир ба фард,
3. IP-адресҳо.

Чалвали воридшавӣ ба сомонаи Лента.ру ба ҳисоби миёна дар як шабонарӯз. Нуқтаҳои «авҷ» ва «вақти доғ» танзим шудаанд. Авалан, барои он ки ҳиссаи баланди таҷхизоти мобилӣ дар тарафики ин сомона шиддати бефосиларо тахминан таъмин менамоёнд, сониян, маҳалли аудиторияи ин манбаъ ба навҳо ҷудо шудааст. Ин маънои паҳншавӣ дар минтақаҳои замонири дорад. Ва норасоии як минтақа аз ҳисоби прайм-тайми дигар минтақа ҷуброн мешавад.

Просмотры



Среднесуточный график посещаемости сайта lenta.ru.

и

о

Ба таъбири дигар мӯроҷиати шахси воқеӣ ба манбаъ аз ҷониби ченакҳо метавонад ба гунаи мӯроҷиатҳои гуногун аз таҷхизоти мухталиф ё IP- адресҳои гуногун ба қайд гирифта шавад. Аммо ин чадвал, ки мафрӯзот ва нуқсонҳоро ба эътибор ғрифта, ҷйзе ба ҳисоби миёна аст, ба ҳар ҳол ҳаракати рушди расона ва шухрати онро миёни аудитория нишон медиҳад.

Чун ҳамагуна омор, нишондодҳои шуморагии аудитория нисбианд ва оварданашон дар мавзӯ назокат меҳаҳад. Динамикаи афзоянда ва ҷудошавандаи аудиторияро таҳлил намуда, мо бояд муддатҳои замони ва рафтори умумии аудиторияи мазкурро ба инобт бигирем

Барои ҷамъоварии омор ва назорат аз болои рафтори аудитория сарчашмаҳо ва абзорҳои зиёде, маҷонӣ ва ё бо василаҳои базавии маҷонӣ :

- Рутбабандӣ(рейтинг) ва маҷмуи абзорҳо liveinternet.ru; • рутбабандии шухрати мақола дар шабакаҳои иҷтимоӣ mediametrics.ru;

- top.mail.ru — рутбабандӣ ва омори манбаъ аз mail.ru;
- Ҷабзорҳо бо дастрасии маҷозӣ ба ҳадамоти бузурги ҷустуҷуй — Яндекс.Метрика и Google Analytics;
- Socialbackers — абзор барои таҳлили фаъолият дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва ғайра, мавҷуданд.

Дар як шабонарӯз

Назорат аз болои нишондоди шуморагии аудитория дар як шабонарӯз ба мо иттилооти зеринро оид ба динамикаи аудитория дар муқоиса медиҳад:

- дар қиёс бо рӯзи гузашта ;
- ҳисоби миёнаи ҳамин рӯз дар давоми ҳафта;
- қиёс бо нишондоди рақибон дар ҳамин шабонарӯз;
- қиёс бо нишондодҳои ҳамин бахш дар як шабонарӯз.

Дар ҳамин ҳол на танҳо нишондодҳои шуморагӣ, балки таносуби онҳо ва равандро ҳам бояд муқоиса шаванд

Масалан, агар ба ҷои авҷи маъмулӣ дар рӯзи ҷаҳоршанбе барои нашрияи шумо, маълумоти баракс бигиред, бояд боиси нигаронӣ шавед. Ё масалан, аксар расонаҳои доираи шумо дар фосилаи соати 12 то 14(масалан ҳангоми паҳши хабари муҳиме) авҷи воридшавӣ ба нашрияро нишон диҳанд ва дар шумо ин авҷ ба назар нарасад.

Маъмулан, ҳар расонае барои худ «хати қач»-и воридшавии қорбаронро дар давоми шабонарӯз дорад. Инҳироф ба суи «плюс» ё «минус» дар хати қач диққати маҳсус меҳаҳад.

Нишондиҳандаҳои шуморагӣ дар як шабонарӯз ба таври қаврӣ нишон медиҳанд, ки ба қадом андоза расонаи қабарӣ муваффақ буд, рӯзи иттилоотиро дар қиёс бо рақибонаш, бо аудитория бохт ё бурд.

Худ аз худ ин нишондиҳандаҳо бидуни таҳлили амиқи манбаъҳои аудитория, таҳлили сифати кори журналист, таҳлили феврият ва инфироди будани мавод, пешбурди он дар шабакаҳо иҷтимоӣ ва дастрасии фаннии платформаҳо дорои иттилоот нестанд, вале шохиси кейсҳои муваффақ ё баракс мушкилот ҳастанд.

Ҳафта, моҳ, сол

Назорати дуру дароз аз болои динамикаи шуморавии аудитория дар умум барои арзёбии динамикаи он, دیدан ва тасҳеҳ намудани давраҳои рушд ва инқирози аудитория, муқоисаи он бо ҳатти қачи мушобеҳи он дар расонаҳои ҳамин бахш, имкон медиҳад. Ҳати қач дар фосилаҳои тулонии назорат дар бораи бисёр ҷйзҳо- дар бораи ниёзи аудитория ба ин ё он навъи хабарҳо, ё ҷй гуна шиддати истеъмоли мавод иваз мешавад, накл кардан метавонанд

Масалан, миёнаи солҳои 2000 барои бисёр расонаҳои интернетӣ замони инқирози возеҳи аудитория шабона, рӯзҳои шанбе ва якшанбе, идҳои моҳи май ва идҳои солинавӣ буд. Ҳоло бошад мо натавонем чур шудани ҷадвалҳоро дар ин мавридҳо, балки авҷи онро дар шаби соли Нав мебинем.

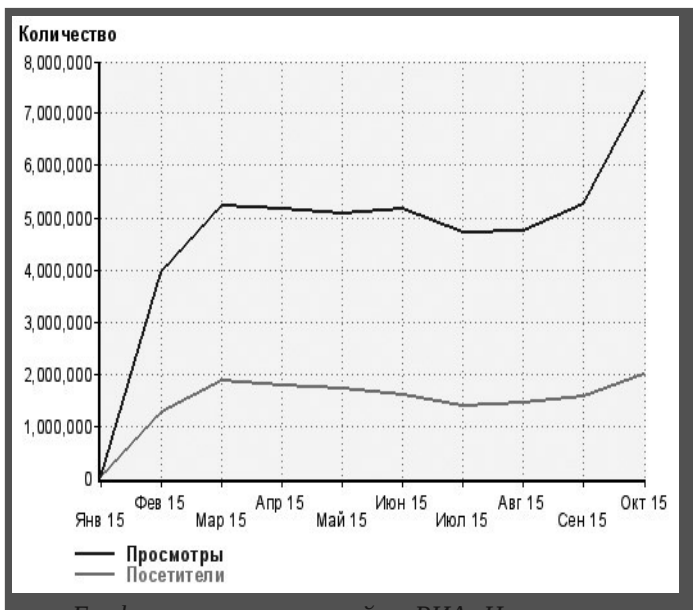


График посещаемости сайта РИА «Новости» на протяжении 10 месяцев.

Аз чадвалҳои дарозмуддати ҳузури корбарон дар сомона муҳимтаринаш чадвали солона аст. Маҳз ҳамон барои дидани давраҳои анъанавии авҷи истеъмоли ахбор ва «мавсимҳои камранг» имкон медиҳад. Чадвалҳои солона расонаи худ, рақибон ва умуман бахшро бо диққат таҳлил намуда, авҷ ва нузули аудитория, мавсимҳои фаъолшавӣ ва аз ҳама муҳимаш - мавзӯҳои пешсафро дидан мумкин аст .

Қисми бештари тавачҷуҳи аудитория бо алангаи тавачҷуҳи анъанавии аудитория ба ин ё он мавзӯ алоқаманд аст. Муайян намудани он барои дар назар гирфтани равандҳо ҳангоми банақшагирии дарозмуддати кори редаксия, маърақаҳо оид ба пешбурди қор, таҳияи лоиҳаҳои махсуси тарғиботӣ ва мавзӯӣ, нашр ва паҳши мавод дар шабакаҳои иҷтимоӣ мусоидат менамояд

Ба сифати боз як абзори мутавозӣ барои тафтиши гипотеза метавонад таҳлили дархостҳои ҷустуҷӯи аудитория бошад. Масалан, дар Россия ҳангоми акрабаки соатро дар моҳҳои март ва октябр пешу қафо гардондан афзоиши дархостҳои « акрабакро ба кучо барем», « кай онро тағйир диҳем» ба қайд гирифта мешуд. Солҳои охир ин дархост ба шакли зер табдил ёфт: «Россия оё имсол ҳам вақтро тағйир медиҳад».

Редаксияҳои ботаҷриба медонанд, ки шуруъ аз ноябр яке аз дархостҳои машҳур: «Чӣ тавр дар Соли нав истироҳат менамоем» аст ва барои ҳамин мақолаи мувофиқ ё ба шакли инфографика мавод омода мекунад. Дар шаҳрҳои калон бошад дар моҳи апрел на танҳо аз рӯзҳои истироҳати май, балки ҳатто иттилоот дар бораи «чӣ тавр ҳаракат дар роҳро танзим мекунад» мепурсанд. Дар миёнаҳои апрел аз иттилооти «анҷоми Евровидение кай аст» ва «чӣ тавр аз аллергия начот ёфт» ҷустуҷӯ мекунад.

Чунин «мавзӯҳои мавсимӣ» вобаста аз самт, қолаб ва минтақаи нашрия метавонанд дар моҳе иборат аз 20-25 номгӯй бошанд. Донистани онҳо метавонад кори редаксия ва пешбурди расонаро дар қолаби банақшагирии дарозмуддат дар радиои тақвими чорабиниҳо хеле беҳтар кунад.

Вазифа. Барои ҳар моҳ на каматар аз як мавзӯи «мавсими»-и ҳар сол такроршаванда пешниҳод кунед..

Бе шаку шубҳа, дар таҳлили дарозмуддат авчи сару садохоро атрофи навигарии таъсиргузори «сахт» (аудиторияро тарконанда), ки ҳузури корбаронро дар сомонии расона ва гунаҳои мобилии онҳо чандин бор меафзояд, бояд ба эътибор нагирифт. Масалан, дар ҳақиқи динамикаи ҳузур дар ахбори расонаҳо ҳодисаҳои 11

сентябри соли 2001, «Норд Ост» ва Беслан махсус чудо шуда меистанд.

«Таркишҳои» ғайрианъанавии аудитория на камтар аз анаъанаҳои такроршаванда мароковаранд. Онҳо барои сари бисёр чйзҳо андеша кардан ва ба мулохиза гирифтани водор менамоёнд.

Дар зухӯроти аз ҳад зиёди модели рафтори аудитория ишораҳоро барои ҳал ва рушди мавзӯҳои дидан мумкин аст ва ҳамчунин метавон оид ба сифати коркарди мавзӯ, кор бо сарчашмаҳои аудитория, пешбурди фаврии қору бор ва садокати аудитория ҳулосаҳои бавосита ва бевоситаро анҷом дод. Масалан, мумкин аст:

-муқоиса намудани афзоиши аудитория сомонии худ ё гунаи мобилии он ба рақибон дар соҳа;

- муқоиса намудани манбаҳои трафик ва самаранокии соҳаҳо- сарчашмаҳо ҳангоми паҳши breaking news;
- дидани он ки чӣ тавр дар шароити васеъ шудани маҷрои вуруди аудитория сифати рафтораи тағйир меёбад;
- таҳлил намудани он, ки аз назари манбаҳо, яъне заминаҳои ки қорбарон аз онҳо омадаанд, трафик то қадом андоза тақсимбандӣ шудааст;
- ва ҳамчунин дигар ҳулосаҳои аҷибӣ муфид.

Ҳангоми таҳлили аудитория на танҳо ба қайд гирифтани шумораи қорбарон муҳим аст. Дар мадди назар гирифтани он ҳолатҳои низ муҳиманд, ки имкони пешгӯии равандро ва дақиқтар мутобикгардонии паҳлуҳои технологияи имкониятҳо, қадвали тартиби паҳши барномаҳо, қолабҳои нави нашри мақолаҳо бо дархости аудитория медиҳанд ва ҳамчунин имкони таҳмин кардан ва ба ҳисоб гирифтани манфиатҳои аудитория ва махсусиятҳои истеъмоли маводро фароҳам меоваранд:

- тавассути кадом таҷхизот ворид шудаанд? Ба ҳисоб гирифтани на танҳо навъи таҷхизот-компютер, ноутбук, телефони хушманд, планшет, телевизиони ба компютер пайваст муҳим аст, балки модели таҷхизот ҳам муҳимаст;
- чуғрофияи аудитория- ҳолати ҷағулода муҳиме, ки дар навбати аввал дидани мувофиқати фароғии чуғрофии дар назаргирифтаи нашрияро бо воқеияти феълӣ имкон медиҳад ва барои нашрияҳои минтақавӣ бошад барои пайгирии тавозун ва сатҳи баробари фароғии аудиторияи минтақавӣ ва назорат аз болои авҷ ва нузули ҳузури қорбарон дар сомона ва манотиқи майлу рағбати онҳо ба мавзӯҳо имкон медиҳад.

Кейс. Намунаи чуғрофияи номуваффақ метавонад қиссаи пешбурди сомонаи минтақавии оилаи бузурги АИФ.гу. дар ш.Псков бошад. Редаксияи «қорчалон» қарор дод, ки вобаста ба наздик буданаш ба Санкт Петербург аудиторияи бузурги онро «азҳуд» қунад. Аз ин ру, лентай хабарии шуъбай псковии АИФ аксаран аз навигариҳои мақбули аудиторияи Питербург буд.. Мақолаҳо бисер вақт дар баҳши хабарии Яндекс ҷо гирифта трафики зиёд меоварданд. Дар натиҷа сомонаи псковӣ миёни дигар манбаъҳои музофотӣ пешсаф шуд. Аммо аудиторияи асосан аз тариқи агрегаторҳо омада дар ҳадди 90% аз Санкт Петербург ва вилояти Ленинград буд. Ин аудитория дар «ядроӣ»-и сомонаи псковӣ маскан намегирифт, таъсиргузориҳои манбаъро дар минтақа таъмин намекард ва гузашта аз ҳама, на барои рекламадиҳандаи Псков ҷолиб будо на барои Санкт-Петербург.

Ченакҳои сифатии рафтори аудитория

Имкониятҳои беназири донишмандони аудитория худ, аниқ донишмандони он, ки хонанда ба қадом андоза дар тамос гирифташ бо мақолаи журналист чалб шудааст, дар «дохил» рафтораш чӣ гуна аст, чӣ қадар вақт барои хондан сарф кард, оё бо диққат буд ё на, муаллифро ҳис кард ё на, хоҳиши бо касе раду бадал дошт ё на, чӣ қадар зуд-зуд ба ин сомона бармегард ва умқи садоқаташ то кучост ва ғайраро қаблан журналистика ҳеч вақт надошт.

Дар оғоз бояд зикр кард, ки масъулият барои рафтори босифат ва босамари аудитория дар сатҳи баробар бар души инҳост:

- журналист,
- продюсер, ки вазифааш рушди дорой дар умум ва аз ҳар як мавод дар алоҳидагист,
- таҳиягарони сомона, гунаи мобилии он ва барномаҳои мобилӣ ,
- дизайнерҳо.

Рафтори сифатии корбар, асосан, посухи бедехӣ ва ҳатто ноандешидашуда ба маҷмуи дахҳо омилест, ки корбарро барои рафтори босифат водор намудаанд. Яке аз нишондиҳандаҳои муҳими рафтори аудитория чалб шудани корбар аст. Он нишондиҳандаи иҷмолиест, ки дар болои аризишҳои асосии сифат қарор гирифтааст .

Бархе аз ин параметрҳоро дуруст ва аниқ, бархеро қисман ва бархеро фақат тавассути тадқиқотҳои омехтаву мураккаб метавон андозагирӣ намуд. Барои фаҳмиши роҳаттари ин ченакҳо, онҳоро дар гуруҳҳо баррасӣ менамоем.

Ченакҳои бевосита

Инҳо шохисҳое ҳастанд, ки тақрибан бо арқоми дақиқ рафтори корбарро дар сомона бозгӯй мекунанд ва ба ҳайси

яке аз муҳимтарин нишондихандаҳои «рафтори сифатӣ» хидмат мекунанд.

Дарозии ҳузури корбар — чанд саҳифаро дар як воридшавӣ корбар ба сомона ва ё гузинаи мобилии он хонд. Дар як шабонарӯз ин ҳузур метавонад чанд бор такрор шавад.

Маънои ин ҷист: корбар ба яке аз саҳифаҳои сомона ворид шуд (муҳим нест, ки ба кадом ва чӣ тавр) ва ҳамзамон боз аз чанд саҳифа дидан кард. Ба гумони ғолиб, корбар маводеро пайдо кард, ки интизори диданаш буд, барояш аҷиб ё муфид буд, рохҳои дигари возеҳи гузаштан ба дигар мақолаҳо дар ҳамин мавзӯ ё эълони дигар навиштаҳоро дид. У вақти бисёре дар сомона гузаронд ва ба кадри кофӣ саҳфаҳои онро хонд. Дар ин кор маводи муҳим ва созгор бо завқи корбар, сарлавҳаҳои дурусту ҷаззоб, суръати кушодашавии сомона, саҳифабандии фаҳмо ва дигар омилҳо мусоидат намуданд. Чунин қобар ба эҳтимоли қавӣ боз ба ин сомона бармегардад.

Вақти дар манбаъ сарфшударо метавон бо ченакҳои мухталиф андозигирӣ намуд: ба ҳисоби миёна дар як ҳузур/нишаст, дар як шабонарӯз, дар моҳ ва ғайра. Нишондихандаи бавосита ё мустақими ҷалби аудитория, ки дараҷаи ҳамкориҳои аудитория бо манбаъро дар ҳама гуна ниғаҳдорандаҳои иттилоот шаҳодат медиҳад.

Сухан дар бораи он меравад, ки агар вақти дар сомона сарф намудаи корбар бештар аз қимати миёна дар ҳамин сегмент(бахш) бошад, ба гумони ағлаб, аз он шаҳодат медиҳад, ки расона бо инизориҳои корбар, аз нуқтаи назари сохтор, забон, лаҳни гузориш тавъам аст ва барои корбар ишороти мутақобил(линкҳо) дар дохили сомона идрокшавандаанд. Илова бар ин, вақти зиёди дар сомона будани корбар барои манбаъҳои дорои ядроии қавӣ, бо

хиссаи бештари корбарони доимӣ, хос аст. Ҳатто корбари тасодуфӣ, ки дар сомона ё гунаи мобилии он ворид шудааст ва чун сохтори ин сомона ба ҷалб сохтани таваҷҷуҳи корбар равона шудааст, дар ҳалқае дар мемонад, ки диққатро ба худ мекашад ва абзорҳои дилхоҳашро тақдир менамояд. Агар мавод барои коргар муҳим бошад, ҷазб кунад, эҳсосоташ ё кунҷковиашро бедор кунад, ба суолаш посух гуяд, ё ба таъъин мувофиқ бошад, иҷрои клики минбаъда ҷандон душвор нест. Муҳимаш ороиш ва сохтори сомона нуқоти зерини гузаришро пешниҳод намоянд: эълони мавод, линк ба видео, суратҳо ва ғайра).

Яке аз иштибоҳоти асосӣ ҳангоми пешниҳоди мавод, ҷӣ дар дохили сомона ва ҷӣ дар дигар манбаҳои тарғиботи шарикон, саргарм шудани беш аз меъёр ба «назаррабои»-шиорҳо, сӯйиистифода аз роҳҳои «номашруъ», қасдан инхироф намудан ва суҳанбозист, ки ҳатман боиси дилсардии корбар шуда, ҳамаи онро чун фиреб қабул мекунад.

Дар ин ҳолат «клике», ки як дафъа бой дода шуд, нашриро аз гузаришҳои минбаъда маҳрум месозад.

Чунин ҳам мешавад, ки сомонаҳои дорои ядроҳои хуби аудитория, вале соҳиби начандон сохтор ва дизайни муваффақ, нишондихандаҳои баланди вақти дар сомона сарфа намудаи корбар доранд. Нишондихандаҳои баланди қори пурсамари чунин расонаҳо бо маводи инфиродӣ ва баландсифатон ва гуруҳи аз ҳад содиқи дар давоми солҳо ташаккулифтаи аудитория алоқаманд аст.

Шумораи саҳифаҳои дар як нишаст/хузур дидашуда (умқи бозбинӣ) — аз параметрҳои сифатии муҳим дар ҷойи

сеюм аст. Ин нишондиҳанда бо дутои собиқ марбут аст, ҳарчанд ки бо вучуди аҳамияти собикаҳо, баъзан истисной нест.

Агар мо дар бораи сомона мегуем, пас шумораи саҳифаҳои хондашуда -ин шумораи воридшавӣ ба саҳифаҳои инфиродии сомона аст, яъне онҳое, ки URL худро доранд. Ин чузъиёти муҳим аст, зеро манзури баъзе технологияҳо азнавкунии визуалии мавод бидуни табдил URL аст.

Редаксияҳои муччаҳаз бо фанновариҳои пешқадам ва гуруҳҳои фаннии таҳиякунанда, лаброторияҳои дохилии редаксияҳо барои ниғаҳ доштани аудитория дар манбаъ бо пешниҳоди даҳҳо варианти дар сомона «мондан» ва кушиши дақиқтару самараноктар «уфтодан» дар маҷрои интизориҳои корбарон ва ба даст овардани «клик» дар «салибаки гушаи рост» талоши бисёр мекунанд. Яке аз самтҳои имрӯз бештар ояндадор ва умедворкунанда таҳқиқот дар соҳаи таҳлили семантикии матнҳост. Ин, минҷумла барои он муҳим аст, ки “линкҳои мавзӯӣ” ва ҳаракат ба суи “покетҳои инфироди”и-сарлавҳаҳо барои корбароне, ки рафторашон алақай омухта шудааст ва интизориҳои иттилоотиашон пешгӯйишаванда аст, аниқу дақиқтар интиҳоб шаванд.

Агар дар маҷмуъ умқи бозбинӣ дар бораи сатҳи баланди чалби аудитория ва ҳамкориҳои фаъол бо манбаъ мегуяд, мо метавонем, дар бисёр ҳолоти хусусӣ дар муқоиса бо нишондиҳандаи вақти умумии дар манбаъ гузаронидашуда ва дарозии ҳузури корбар дар сомона шохиди **ноҳинҷорӣ** дар ин самт бошем. Масалан, нишондоди умқи бозбиниро метавонанд галареяи суратҳо баланд бардоранд, вақте

корбар дар давоми дақиқае метавонад 10 – 20 суратро бубинад, ки ҳар кадоме URL инфиродӣ дорад. Нишондоди баланд нисбат ба саҳифаҳои дидашудаи корбари инфиродро сомонаҳои дорои форумҳои мутаракқӣ ва шарҳи ғаҷоли мақолаҳо доранд. Масалан, сомонаҳои «ИноСМИ» ва «Эха Москвы», ки дар омили дохилиашон ҳиссаи саҳифаҳои ташреҳдор хеле баланд аст. Корбар дар интизори шарҳи тоза, дар “майардончаи”-як ё якчанд мақола монда, чанд дафъа саҳифаро нав мекунад.

Ба таври сунъӣ нишондоди «умк» саҳифаҳои автомати навшавандаи паҳши мустақимро таъмин менамояд, ҳарчанд паҳши маъруфу хуби маводи матнӣ метавонад боздиди табиӣ маводро таъмин намояд.

Омилҳое, ки дар заминаи масрафи зиёдтари вақт, боиси пастшавии нишондодҳои умқи бозбинӣ мешаванд, ғолибан бо қолабҳои муваффақи визуалӣ рабт доранд. Масалан, корбарон метавонанд вақти зиёдеро дар тамошои “дохили” инфографикаи интерактивии мураккаб, (бошуӯрорна бо мавод дар тамос буда) гузаронанд. Аммо ин тамос аз нуқтаи назари чалби корбар дарозу босамар, дар ҳисоби “як бор нав кардани саҳифа” дохил мешавад.

Ҳолати бо он мушоҳибаҳои ҳини дидани қолабҳои видеоии loor- аст, вақте дostonҳои видеоӣ дар ҳалқаи яғонаи дароз гирдоварӣ шудаанд ва корбар метавонад соатҳо бо плеери насбшуда “ҳамкорӣ” намояд. Ин ҳам монанди ҳамон мисоли инфографика аст, аз ҷиҳати техникӣ “як дидан” ба ҳисоб меравад.

Инҳо ва боз дигар омилҳоро ҳангоми таҳлили рафтори корбарон бояд ба назар гирифт, ки ба нишондодҳои «сифатӣ», ба табиати трафик таъсири амиқ мегузоранд.

Чӣ муҳимтар аст: шумора ё сифат? Баҳси пайдоиши тухм ва мурғ. Бе шумора аз ғалбер гузаронидани аудитория, ки дар натиҷа гуруҳи содики қорбарон ташаккул меёбанд, руҳ намендиҳад

«Талқин»-и ноандешидашудаи аудитория, дар навбати худ, сомона ва дигар платформаҳоро ба «сабати беҳбурида» табдил медиҳад, ки дар он ҷамъоварии қормағз номумкин аст, яъне метавонад боиси қорбарони беқоидае гардад, ки на ба манфиати манбаъ ҳастанд ва на ба манфиати рекламадиҳандагон.. Аз ҷониби дигар сомонаҳои бузург, вале бо ядрои ҳоболуд, бо вучуди доштани нишондоҳои сифатӣ, бе воридшавии маҷрои тозаи аудитория рушд намекунанд.

Дурустии андозагириҳо

Дар бораи нишондиҳандаҳои шумораӣ ва сифатӣ суҳан ронда, бояд теъдоди иштибоҳоти зиёдеро ҳам дар назар дошт. Қисми бештари абзорҳо, аз ҷумла Liveinternet, Google Analytics ва Яндекс.Метрика, қудрати шинохтани ҳар қорбарро ба ҳайси қорбари инфиродӣ, бо назардошти тамоми таҷҳизоте, ки истифода мекунад, надоранд.

Ҳамон як қорбаре, ки ба сайт аз телефон дар метро ё аз ноутбуки қорӣ аз қорхона ворид мешавад, қорбари мухталиф ҳисоб карда мешавад. Ва баръакс-аъзои оилае, ки аз як компютери хона истифода мекунанд ва аз як IP- адрес дохил мешаванд, аз ҷониби ин абзорҳо, сарфи назар аз таваҷҷуҳи мухталиф ва модели рафторашон, чун як қорбари инфиродӣ шинохта мешаванд.

Агар корбар дар сомона ба қайд гирифта шудааст ва ё аз дигар роҳҳо мо хуввияташро ташхис намудаем, имконияти бештар барои беҳтар донинистан он: мавзӯҳои писандидааш, алоқамандӣ ва робита байни мавод ва навъи таҷҳизоте, ки истифода мебарад, хангоми истифодаи маъмулӣ ё гузинаи мобилии он роҳҳои характернок дар дохили сомона, тафовут дар истифодаи шому сахар, дар рӯзҳои корӣ ё истироҳат ва дигар афзалиятҳо ва рафторҳои фароҳам меояд, ки имкони бештар маънидор намудани пешниҳодотро доранд.

Ширкатҳои интернетии бузурги ҷаҳон имрӯзҳо барои сохтани абзорҳои хушманд ва шинохти корбарон, танзим ва паҳн намудани мавод вобаста ба рағбат ва шавқи корбарон масрафҳои хангуфте доранд. Шахсикунонидани мавод ба яке аз тамоюлҳои ҷудогона ва мулохизашаванда дар рушди соҳаи расонаҳо табдил ёфтааст. Фармоишгар ва мухаррики асосии ин таҳқиқотҳо, албатта соҳаи тарғиботи молу ашё, хидматрасониҳо дар интернет ва муҳити таҷҳизоти мобилист.

Ядрои аудитория

Ин нишондод аз ҷониби иддаи ками абзороҳои андозагирӣ пуштибонӣ мешавад ва алҳол услуби ягонаи муайянкунӣ надорад. Ба ҷавҳари аудитория он кобароне дохил мешаванд, ки маъмулан якҷанд бор дар давоми муддати муайян ба манбаъ бармегарданд (масалан, на камтар аз як бор дар ҳафта дар давоми моҳ). Ин нишондихандаи муҳим аст, вале ҳануз ҳам аз нигоҳи услуби муайянкунӣ баҳснок аст. Дуруст ба ҳисоб гирифтани шумораи воридшавии корбарро ба манбаъ дар ҳоле чен кардан мумкин аст, ки корбар бақайд гирифта шудааст ва хуввияташ дар тамоми

дастгоҳҳояш, новобаста аз макон ва вақти мӯроҷиат ба расонаи мушаххас, муайян аст.

Бо вучуди ин, мухотабонро, ки шартан метавон «чавҳар» номид, бидуни шак, барои расона муҳиманд. Инҳо корбарони содиқанд, ки вақти зиёдеро дар сомона мегузaronанд ва саҳифаҳои зиёдро бозбинӣ менамоянд (яъне омилҳои тарғиботиро ташвиқ мекунад). Онҳо маъмулан, бо тавзеъи линк дар шабаҳои иҷтимоӣ ва хабарфиристандаҳо, дар интишори мавод ғайбӣ ширкат мекунад. Редаксия барои ҷалби онҳо маблағ сарф намекунад, ҳарчанд тимҳои продюсерии дурбин барои мусоидати ин чавҳар ва мустаҳкамтар намудани садоқати мухотабин малағгузори мекунад.

Фардикунонии иттилоот

Омузиши рафтори корбар, маҷмуи омор оид ба рафтор, майлу рағбат, тарзи истифода вобаста ба вақт, макон ва платформа ва миқдори таҷҷамуъи иттилоот оид ба корбар барои сохтани модели «фардикунонии иттилоот» ва шахсан маводи инфиродиро ба корбар расондан имкон медиҳанд. Маҳз дар чунин маҷро порталҳои асоии ҷустуҷуй ва агрегаторҳои хабарӣ ва шабаҳои иҷтимоӣ кор мекунад ва онро инкишоф медиҳанд. Тирамоҳи соли 2015 дар бораи фардикунонии сарлавҳаи хабарҳо дар баҳши навигарӣ Ҷандекс изҳор намуд ва шарҳ дод, ки корбарон ғолибан ва дар навбати аввал сарлавҳаи он нашрияҳоеро мебинанд, ки ба онҳо вақтҳои бештар сар задаанд.

Бештар намудани фардикунонии иттилоот бо ғояи ҳарчӣ зиёдар дар маҷрои хоҳишу интизорӣҳои корбар будан, дар атрофи корбар муҳити иттилоотии боз ҳам мувофиқтар сохтан, инкишофи самаранокии реклама ва таъсиррасонӣ ба сифати рафтори мухотабонро афзудан, рабт дорад.

Қобили зикр аст, ки фардикунонии фазои иттилоотӣ дар ниҳояти кор таваккули/хатари сохтани «нақб» ва «гетто» ва «манзараи олам»- субъективӣ - муттипликатсиониро тавлид мекунад.

Тамоюл ба фардикунонии иттилоот дар навбати аввал аз ҷониби соҳаи реклом ва хадомоти онлайнӣ ташаккул ва таҳрик меёбад.

Ҳадаф аз таҳқиқот ва тасмимҳо дар баҳши фардикунонии иттилоот ва истифодаи донишҳо дар бораи корбарон- ба корбар ба шакли дақиқ расонидани пешниҳодоти тарғиботии махсусан ба ӯ мувоҷеҳшуда ва ё хабарҳо дар лентаи у ва дӯстони мачозиааш, иборат аст.

Чӣ тавр воқеъиятҳои субъективӣ дар ин ҳолат бо воқеъиятҳои объективӣ бархурд мекунад, яке аз масоили технологӣ, ташкилӣ ва фалсафии солҳои наздик аст.

Чалби мухотабон(аудитория)

Бо пайдошавии абзорҳои назорат ва фаҳмиши он, ки аудитория иттилоотро чӣ гуна қабул мекунад, ҳамгириояш бо брендҳо чӣ тавр аст, бо редаксияҳо чӣ гуна муносибатро мепазирад, параметри шумораи корбарон- параметри асосӣ дар андозагириҳои аудиторияи онлайнӣ буданро аз даст дод. Ҳарчӣ бештар мафҳуми «чалби аудитория» ба гуш мерасад.

Нишондихандаи чалби аудитория имрӯз параметри ҳалқунанда мешавад, чун ноширону продюсерон на танҳо ва на чандон шумораи хонандагонро, балки самаронокии рафтори корбаронро баҳогузорӣ мекунад. Мафҳуми чалби

аудитория дар пахлуи садоқати аудитория қадам мезанад, вале на ҳамеша бо ӯ айният дорад.

Инак, бубинем, ки кадом омилҳо метавонанд мустақиман ё бевосита бароямон дар бораи чалби корбарон дар нисбати нашрияҳо, барномаҳо ё мавзӯҳо нақл кунанд. Кадом ҳаракотро мо аз аудитория интизорем, вақте дар бораи сатҳи баланди чалбшавӣ суҳан мекунем?

Продюсерҳо метавонистанд ягон корбари чалбшудаи намунавиро чунин тасвир кунанд:

- Он як бемори муътоди иттилоот аст, ки рӯзе чанд бор ба ҳама платформаҳо, ки нашрия барнома пахш мекунад, аз ҷумла каналҳои шабакаҳои иҷтимоӣ ва иттилоотӣ, аз ҳама гуна дастгоҳҳо (ноутбук, смартфон, планшет, соатҳо ва ғайра) сар мезанад. Дар сомона ба қайд гирифта шудааст, дар тамоми чорабиниҳо ва пурсишҳо иштирок мекунад, аз хидматҳои пулакӣ истифода мебарад, ба реклама ақсуламал нишон медиҳад, маводро фаъолона шарҳ медиҳад, ба маводи сомона ва гузинаҳои мобилии он лайк мегузорад, табодули назар мекунад. Ҳамчунин дар гуруҳҳои нашрия дар шабакаҳои иҷтимоӣ ба месенчеру дигар нашрияҳо линк мефиристад, дар бозиҳо ва викторинаҳо сахм мегирад, сурат ва видео мефиристад ва дар чорабиниҳои оффлайн ширкат меварзад, муаллифон ва рубрикаҳои асосиро мешиносад, қаблан аз лоиҳаҳои иҷтимоӣ ва маҳсулоти нав оғош шудааст ва фаъолона дар бораи онҳо дар саҳифаи худаш дар шабакаҳо ва сари дастархон бо дӯстонаш ҳикоя мекунад.

Асалан, чунин корбар вучуд дорад, як нафар аз миллион. Аммо вазифаи редаксия чалб намудани садҳо нафарест, ки дорои чунин сифатҳои пурраи корбари намунавии чалбшуда бошанд.

Корбари чалбшуда аз корбари самаранок (фаъл) фарк мекунад. Корбари фаъл метавонад ба саҳифаи охири сомона ворид шавад, як муддат ончо бимонад, аз линк ба дигараш гузарад, дар ниҳояти кор ба реклама клик кунад ва ҳатто таваччуи худро ба рекламаи хариди маҳсулот ва хидматрасониҳо иброз намояд. Аммо корбари чалбшуда таърихи муносибатҳои шахсии худро бо нашрия, муаллифон, барномаву лоихаҳо дорад. Ва дар ин муносибатҳо аксаран корбар пешбар аст ва мутаносибан аз ҷониби редаксия дастгиришаванда аст. Хусни таваччу ба корбар метавонад дар он ифода ёбад, ки муаллиф андешаи хонандаро зикр мекунад ё барои ҳар сурат ё видеои фиристодааш корбар ҳолҳо мегирад ва метавонад рейтингии корбариро ба баланд бардорад ё ба марафони тирамоҳии хонандагон даъват шавад.

Муҳимаш он аст, ки сенария чалбшавӣ дар пояи дурусти андешидашудаи абзорҳо (обуна, овоздеҳӣ, тугмаи шабакаҳои иҷтимоӣ, чунон ҷойигир шудаанд, ки табодули мавод барои корбар роҳат бошад) бо имконияти сабт ва узвият ва афзалиятҳо барои «узви доимии клуб» сохта шудааст.

Саҳифабандии матн, коргардонии суҷаҳои чандрасонии тулонӣ, ки ба корбар имкони дар ҳадди аксар аз мақола «мурур» кардан ба зерсарлавҳаҳо, видео, иқтибосҳои овозӣ, намоиши суратҳо ва панелҳо бо тугмаи шабакаҳои иҷтимоӣ «фуру» рафтани медиханд, бисёр муҳиманд.

Хулосаи калом, фароҳам овардани шароит барои чалби корбар-кори ҳамаҷузъи технологӣ, эҷодӣ ва ташкилии на танҳо продюсерон, балки қисми бештари редаксия аст.

Барои тасаввур намудани сценарияи ҷалби қорбар ва муносибаташ бо ахбор ва расонаҳо фаҳмидан ва тасаввур намудани он зарур аст, ки ҷӣ тавр дар асл даври истеъмоли ахбор аз тарафи қорбари замонавӣ сурат мегирад.

Редакцияи баъзе расонаҳо боз як ченаки ҷалби қорбар-«ҳисобкунаки умқи мурур»-ро ворид намудаанд, ки имкони дар доираи як мақола ҳисоб кардани ҳиссаи ҳузури қорбарро дорад. Он муайян менамояд, ки хонанада то нимаи мақола хонд ё то сархати охири. Чун қоида ин нишондод ба ҳисоби миёна аз 50% зиёд нест, вале агар қоргардонии мақола дуруст андешида шуда бошад: расму тасвирҳои ба бандҳои мақола мувофиқ, унсурҳои интерактивӣ, ва врезкаҳо.. метавонад хеле болотар бошад Мақолаҳои ки то охир хонда намешаванд, маъмулан, аз матнҳои дуру дарози яқлухт иборатанд.

Давраҳои истеъмоли иттилоот

Аудиторияи расонаҳои навро метавон чунин тавсиф кард: «парвози»-и бо брендҳо камошно, барои қор танҳо дар доираи як нашрия майлнадошта, вақташро дар тамос бо як мақола сарф накунада ва ниятҳои худро ба ҳубӣ ифоданакунада. Бо вучуди ин, вазифаи ҳар редакцияи ташкили босамар ва ба қадри қофӣ гуногуннави манбаҳои барои аудиторияи худ аст ва он ҳам бо ҷалби ҳадди аксари васоил дар вақти иҷмолии ҳадди аксари имконпазир.

Аз нияти қорбарони иттилооти хабарӣ шуруъ мекунем. Қорбар ҷӣ мехоҳад? Ба шакли носуфта, вале қомилан дуруст,

метавон се навъ сенарияи мӯроҷиати корбарро барои ахбор муайян намуд:

- 1) нияти ифодашуда: корбар бошуӯрона барои дарёфти иттилоот дар зиндагии рӯзмарааш вақт ва макон интихоб мекунад. Маънояш он аст, ки корбар ба таври доимӣ ва бо ангега дар зиндагиаш гирифтани иттилоотро мақсад гузоштааст, ба эҳтимоли зиёд чунин навъи бинанда /хонанада руйхати асосии расонахоро дорад ё ба сифати нуктаи воридшавӣ ба навигариҳо -агрегаторҳои хабариро истифода мебарад. Ин корбар фаъл аст ва метавонад тафсилот ё нуктаи назари алтернативиро ҷустуҷу кунад, фаълоне аз линкҳо табодул кунад, шарҳ бинависад ва назари худро доир ба ходиса ва далелҳо дошта бошад ;
- 2) нияти вобаста ба вазъият: чунин корбар истеъмолкунандаи доимии хабар нест, вале бо назокат ва фаълоне метавонад ба мавзӯҳои мушаххас ва дар вазъияти breaking news зерин таъсири муҳит аксуламал нишон диҳад. Бо гирифтани ниру, чунин корбар метавонад ҳамчунин барои дарёфти тафсилот ба агрегаторҳои хабарӣ сар бизанад ва дар “ҳофизааш” руйхати расонаҳоеро нигоҳ дорад, ки барояш бештар қобили боваранд ё забони баён, лаҳн ва қолабашон дар асоси таҷрибаҳои собиқааш барояш бештар ошност;
- 3) нияти ғайрифаъл: усулан чунин навъи корбар барои гирифтани хабар аз расонаҳои касбӣ, назорат аз болои олами хабарҳо, ҷустани тафсилот ва ё сарчашмаҳои аввали хабарҳо майл надорад. Ӯ бештар ба пасту болоравии шавқу рағбатҳо дар лентаи умумии дӯстон таъя мекунад ва ин лентаро чун манбаи иттилоот, андешаҳо, муносибатҳо ва баҳои қоршиносон истифода мебарад. Ба саволи инро аз

кучо медонед?, ба гумони ғолиб ҷавоб медиҳад, ки дар ВКонтакте ё Яндекс навишта буданд...

Акнун вазъият ва шароитро бубинем, ки дар он истеъмолкунандаи замонавии иттилоот қарор дорад. Ў чӣ гуна аст? Серқор ва чандрасонаист, пайдар пай ва мутавозӣ аз платформаҳо истифода мекунад, ҳам иттилоот дастрас мекунад ва ҳам онро паҳн менамояд; ба воҳидҳои иттилоотӣ камтар диққат медиҳад; бештар ба сифати бинанда аст, бисёр вақт барои сохтани нуқтаи назар ва муносибатҳо нисбат ба рӯйдодҳо гузоштани масъулиятро ба души пешсафони андешаҳо ва брендҳо афзалият медиҳад. Дидани эълонҳо ва пешниҳодҳои гуногунро барои як маълумот дар таҷҳизот ва платформаҳо мунтазир аст. Барои клик қардан дар анонс ё сарлавҳаҳо дар муддати чанд сонияе тасмим мегирад. Бо вучуди тасмимгирии эҳсосотӣ, дар талаботаш ба иттилоот хеле мантиқӣ аст, бисёр вақт бо статуси паҳнкунандаи иттилоот ҳамақанда нест:

Расона, болгер, ширкат ва хабарсоз

Дар давоми 15—20 сол мо тағйироти сифатӣ дар мафҳуми истеъмоли иттилоот ва публисистикаро ба даст овардем. Дигаргуниҳои асосиро метавон ба шакли зер хулоса намуд:

- истеъмоли иттилоот ба шакли қанданашаванда сурат мегирад. То пайдоиши интернет барои ин вақт ва макони муайян лозим буд. Масалан, нашри пагоҳирӯзии ахбор дар радио, рӯзномаи саҳрғохӣ дар метро, табудул ва муҳокимаи он дар ҷойи қор, рӯзномаи шом ё маҷалла дар роҳ сӯйи хона, ахбори шаб тавассути ТВ, маҷаллаҳои ҳафтавор дар

бустонсаро ва ғайра. Имрӯз мо метвонем мутлақо дар бораи даври биллофосила сухан гуем;

- истеъмоли байниплатформавии иттилоот ба вучуд меояд. Равандҳои технологӣ ба чунин тарзи муносибат мебаранд, ки ба «гузариши» мутлақо канданашавандаи истеъмол аз аз як таҷҳизот ба таҷҳизоти дигар шароит форахам меоранд. Яъне корбар метавонад ба тамошои видео хангоми тановули субхона шуруъ намуда, аз ҳамон чои таваккуф кардааш дар планшет онро дар метро идома диҳад. Гузашта аз ин бисёр қолабҳо таҷҳизоти махсусро талаб надоранд ва маводро ба роҳат ва номаълум барои корбар мувофиқ мегардонад;

- истеъмоли иттилоот интерактив шуд: барои корбар муҳим дар ҳамкорӣ/ иртибот мондан бо манбаъ, фавран ақсул амал нишон додан ва муносибат ба мавод муҳим аст;

- корбар қисми муҳим ва ҳатмии интишори хабар шуд: амалан расонаҳо бар души аудитория қисми масъулияташонро оид ба паҳн намудани ахбор гузоштанд;

- хангоми истеъмоли иттилоот корбар маҳз барои ахбор вақт ва макони махсус ҷудо мекунад; ахбори омода намуда ва интишорнамудаи расонаҳо дар маҷрои инфиродии иттилоот миёни хабарҳои ғайрикасбӣ ё маҳдуд ҳастанд (хабарҳои дӯстон, хабарҳои корӣ, иттилооти бонкӣ, хабарҳои обу ҳаво, нақлиёт, басташавии роҳҳо, натиҷаи бозиҳои тими дӯстдошта, эълони намоишномаҳо ва ғайра). Корбар инхисори расонаҳоро бар иттилоот ва шарҳи ахборро зерӣ суол мебарад;

- бо кумаки технологияи рушдбанда ҳар чӣ бештар тақдими маводи инфиродишудуро, яъне маҷрои иттилотеро, ки ба манфиатхояш дар ҳадди ақсар мувофиқ аст, барои худ мутобиқ мегардонад, аммо воридшавӣ ва интишори



Сегодня ньюсмейкеры сами сообщают информацию

маводеро махдуд месозад, ки фарзан барои корбари мушаххас мароқовар набошад.

(Иттилоотро имрӯз хабарсозон худашон ба корбарон мерасонанд. Масалан, дар расми боло, ки ҷӣ тавр сомонаи соҳавӣ бо хирфавиён рақобат мекунад)

- корбар расонаҳои таъсисёфтаго на чун як институти интишори иттилоот ё сарчашмаи аввал, балки бештар ба

сифати филтр-тасфиякунандаи иттилоот ё нуқтаи таъйди он қабул менамояд;

- расонахоро чун татбиқи салоҳияте мепиндорад, ки барои шарҳи иттилот, гирифтани тавсияҳо ва муйянкунии самтҳо заруранд;
- рекламоро аз маводи редаксионӣ фарқ намекунад ва кушиши фарқ кардан ҳам надорад, вале имконияти фаврии табдил додани манфиаташро дар хариди хидматҳо ва маҳсулот талаб мекунад

Ҳамчунин аудитория ангезаҳои асосиро барои гирифтани иттилооти хабарӣ ва публисистӣ нигоҳ медорад, ки аз омилҳои зерин иборатанд: саривақт доништан, огоҳ будун, иттилоъ доштан, бослоҳият будан, дарки эҳсосот кардан, таассӯрот бардоштан, худро хушҳол карда вақт гузарондан ва ғайраҳо.

Пахши байниплатформавии мавод

Тадқиқот дар аксар малакатҳои рушдёфта нишон медиҳад, ки кори нахустине, ки насли ҷавони то синни 25 сола, сарфи назар аз ҷинс, маҳалли зист ва навъи кор, пагоҳӣ анҷом медиҳад, даст суйи телефони хушманд ё планшет дароз кардан аст. Инҳо маҳз он ашёанд, ки насли нави аудитория бо онҳо бедор мешавад ва хоб меравад.

Mobile first —шиори асосии стратегияи рушди расонахоро набояд тахтуллафзӣ (дар робита бо телефонҳои хушманд), балки аниқтараш чун як сатҳи фиристанда ва инъикоскунадаи дар дастрасии наздиктарин ба қорбар бояд фаҳмид. Имрӯз он телефон, смарффон, телевизор ва соат аст, фардо амалан ҳамагуна сатҳи ҳамвор: миз, девор, дари микровалновка, оинаи ҳаммом, дари ҷевони ошхона. Муҳити технологияи моро фарогиранда чунон бо суръат

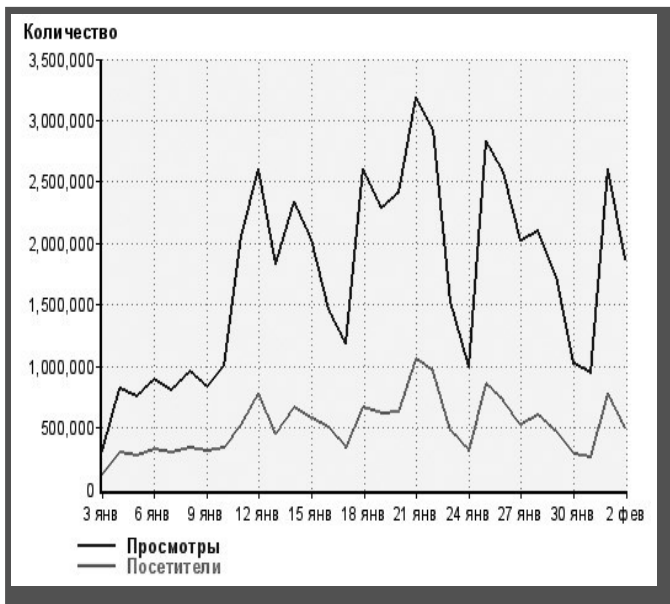
тағйир меёбад ва «насли ҷадид» чунон ба он зуд одат мекунад, ки ноширонро ба ҷуз аз пуштии аудитория давидан дигар чорае нест.

Таъмин намудани истеъмоли бефосилаи иттилоот кори мураккаб ва мароқовар аст, дар ҳоле ки як воҳиди иттилотӣ дар давоми як нишастӣ қорбар бояд аз таҷҳизоте ба таҷҳизоте ҳичрат кунад, хусусият ва қолаби инъикоси воҳиди иттилоотиرو иваз намояд, вале муҳтаворо ниғаҳ дорад. Сохтани чунин қолабҳо ва мутобиқгардонияшон ба ҳама таҷҳизоти қорбарон талаботи асосӣ барои чанд соли оянда аст.

Ба муҳаррирон ва продюсерон лозим меояд, ки қорбари иттилоотро на дар шакли гусаста, балки яклухт бубинанд, вале дар ҳамин ҳол дарк кунанд, ки бо ҳар таҷҳизоти нав ва дар ҳар ҳолати нав шеваи рафтори қорбар иваз мешавад

Самти асосӣ ва ҷудоғона -пахшест, ки бо ниғаҳдорандағони мобилии иттилоот созгор қарда шудааст. Аудитория алҳол ба қолабҳои зерин ниёз дорад:

- гузинаи шабакавии сомона барои **нигаҳдорандаҳои мобилӣ** (Смартфону и планшетҳо);



Изменение аудитории сайта kooomersant.ru в течение недели. Сравните графики нескольких недель — графики похожи.

- дизайни мутобикшуда (маҷмуи саҳифабандҳои сомона вобаста ба ҳаҷми дастгоҳи мобилӣ);
- барномаҳои таъминоти мобилӣ барои телефонҳои ҳушманд ва планшетҳо;
- glance-версия, ки махсус барои соатҳо сохта шудааст.

Омор барои ба таври возеҳ фаҳмидани он мусоидат мекунад, ки чӣ тавр интихобу афзалиятҳои ҳамон як корбар, як аудиторияи нашрия, вобаста ба ҳолатҳо: дар дохил ё хориҷ аз кишвар, дар хона ё кор, рӯзҳои истироҳат, дар роҳбандони бегоҳ ё шаҳрҳои бузург, дигаргун мешаванд. Агар ба омори мӯроҷиатҳо тавассути ситемаҳои амалиётӣ назар андозем, дар бисёр расонаҳои маъруф мо афзоиши Android ва iOS-ро дар субҳи рӯзи шанбе ва бартарияти Windows дар тури рӯзҳои кории ҳафта мебинем.

Паҳш тавассути ниғаҳдорандаҳои бегонаи маълумот махсусан мушқил(вале имконпазир) аст. Бо ин мафҳум таҷҳизот ва муҳите фаҳмида мешавад, ки барои чамъовариҳои мустақими омор оид ба аудитория ва таъсиррасонӣ ба он таҳти назорат нестанд. Аз ин гуна таҷҳизот машхуртаринашон «экранҳои иттилоотӣ»: дисплейҳо дар фурудгоҳҳо, фурушгоҳҳо, метро ва воситаҳои нақланд, ки навигариҳо ва маводи тафреҳиро бо услуби хоси худ паҳш мекунанд.

Маъмулан, ин омезиши унсурҳои визуалӣ(сурат, видео ва аҳёнан инфографика) ва матни(то 250 аломат) кутоҳ аст. Фарогириҳои чунин паҳш дар шаҳрҳои бузург бо шумораи ҳазорҳо ва дар абаршаҳрҳо бошад ҳатто бо миллионҳо чен карда мешавад. Ин колаб фаъолияти дучонибаро тақозо надорад (ба истиснои кушиши таҷрибавии тақдими иттилоот тавассути фановариҳои идоракунии фосолавӣ), тамосҳоро бо корбарон сабт намекунад, чӣзе дар

бораи адозаи ҷалби онҳо намедонад ва ба корбар имкони паҳнкунандаи иттилоот буданро намедихад.

Ҳарчанд аз эҳтимоли кавист, ки дар солҳои наздик экранҳои иттилоотӣ то шаклҳои мухталифи ҳамкориҳои дучониба ва тамос бо аудитория таҳаввул кунанд.

Яке аз навҳои дигаргунаи паҳши мавод дар мачоли бегона, бе шак, паҳши редаксия дар шабакаҳои иҷтимоист. Инҳо каналҳои ҳастанд, ки дар тобеъияти бевоситаи редаксия нестанд, алҳол наметавон аз онҳо даромад гирифт, аммо аз нигоҳи таъсиррасонӣ ба аудитория, фаъолияти дучониба, барқарор намуднаи муносибатҳо байни корбар ва брендҳо соҳиби зарфиятҳои бузурганд.

Саволҳо.

. Чаро рӯзҳои истироҳат дар омили он таҷҳизоте, ки корбарон барои мӯроҷиат ба расонаҳои хабарӣ истифода мебаранд, телефонҳои хушманд ва плиншетҳо нисбат ба «десктопҳо» бештаранд? На камтар аз 10 мисоли сценарияи истеъмоли ахборро дар давоми як шабонарӯз биёред(масалан, андаруни нақлиёт бо смартфон, офис дар вақти маҷлис, офис пеш аз корбаро. Фарз кунед, ки дар қадом ҳолатҳо корбар бо эҳтимоли қавӣ видео тамошо мекунад ва саҳифаи зиёдтарро бозбинӣ менамояд ва дар қадом ҳолат фақат ба дидаани сарлавҳа иқтифӯ менамояд. Дар қадом ҳолат эҳтимолияти табодули иттилоот намуданаш дар шабакаи иҷтимоӣ ҳаст.

Манбаъҳо

Манбаъҳои трафик мафҳуми муҳимтарини менечмети аудитория мебошад. Дар пушти мафҳуми технократии «трафик» корбари хело ҳам мураккабсохт ва зинда истодааст. Рӯз то рӯз уро «чамӯу гир» қардан дар дохили

аудиторияе мушкилтар мешавад, ӯ беш аз пеш шеваи инфиродӣ ва сохтани муносибатҳои хусусиро бо брендҳо, сомонаҳо, гузинаҳои мобилӣ, бо лентаи нашр дар Facebook ё гуруҳ дар ВКонтакте талаб менамояд.

Кори харрӯза ва ҳар соати ҳар як редакция аз дуруст интишор додан, тақсим намудан ва фиристондани иттилоот ба каналҳои мухталиф, аз ҷумла маҷолоти бегона, ба кори босамар фаро гирифтган, ҷалб намудан ва маҷзуб сохтани аудиторияи худ иборат аст.

Вазифаи муҳимтарини ин раванд ташаккул додани ядро ва зерядроҳои босуботи аудитория- онҳоест, ки ба таҷрибаи собиқашон, ба муносибатҳои бошуӯрона ё эҳсосоташон ба брендҳо таъя мекунанд ва дар оянда ба сомона мустақиман ворид мешаванд ё ӯро аз руйҳат интиҳоб мекунанд.

Воридшавии мустақим

Дар ҳоли воридшавии мустақим (воридшавӣ тавассути «закладкаҳо») корбар ба саҳифаи асосии сомона ё баҳши он аз «закладкаҳо» истифода намуда, онро нуқтаи маншаъ ё оғоз қарор медиҳад ё ҷйзеро ки аз ҷиҳати фанӣ наметавон вуруди мустақим гуфт, вале аз назари ҳадафгузорӣ метавон тафсир қард (ба мисли ҷйдани сӯроғаи сомона дар сатри ҷустуҷуйи сӯроғаи электронӣ)

То вақтҳои наздик ҷунин тарзи рафтор хеле бо арзиш ба шумор мерафт ва ҷун рафтори хоси аудиторияи бештар содик-ядроӣ манбаи сомона тафсир мешуд. Қимати ҷунин навӣ аудитория дар он аст, ки барои ҷалби он нуру ва маблағи камтар масраф мешавад. Онҳо қобилияти бештари қорӣ доранд ва умқи боздидашон ва тааддуди баргаштанашон ба манбаъ хеле баланд аст. Воқеъан онҳое, ки мустақиман ворид мешаванд гуногунанд ва ҳадди аққалл ду гуруҳанд:- онҳое ки ядроӣ доимии сомонаро

ташкил медиҳанд ва онҳое, ки ташрифашон ба сомона ва гузинаи мобилии он бастагӣ ба ҳолату вазъиятҳои муайян дорад.

Масалан, чунин ядроӣ «вазъиятӣ» метавонад дар сомонаи очонсиҳои хабарӣ (tass.ru, ria.ru) ифода равшан пайдо кунад.

Дар лаҳзаҳои breking news гузариш ба саҳифаи асосӣ ин сомонаҳо ба шиддат гуё аз ҷои “номаълум” афзоиш меёбад ва аз нишондиҳандаҳои ҳисоби миёнаи шабонарузӣ ба маротиб бештар мешавад. Ин аз он шаҳодат медиҳад, ки гуруҳи калони корбароне ҳастанд, ки аз тарзи рафтор, лаҳн, услуб ва шеваи кори ин сомонаҳо хуб огаҳанд ва таҷрибаи боэътимоди гирфтани ахбор дар ҳолати breaking news доранд ва бо брендҳои ин манъбаҳо ошноӣ доранд. Дар давраҳои инкирозу бухронҳои иқтисодӣ ва молиявӣ афзоиши воридшавии мустақим насби саҳифаҳои сомонаҳои расонаҳои иқтисодии бообуру (rbc.ru, finam.ru, interfax.ru) мешавад.

Давомоти ҳузур дар саҳифаи асосӣ солҳои зиёде чун нишондиҳандаи сифати аудитория- «чавҳардорӣ» (ядронокӣ) ва органикии он ба шумор мерафт. Ва ҳатто рейтингҳои сомонаҳо дар солҳои аз ҳама пойин буданашон бо пешфарз кардан дар асоси давомоти ҳузур дар саҳифаҳои асосӣ муайян карда мешуд. Муддатҳо ҳам барои рекламадиҳандагон ин тасаввур буд, ки бояд молашон танҳо дар саҳифаи аввал ва раваннаи аввал тарғиб шавад. Сабқат барои саҳифаи аввал ба он овард, ки редаксия бо роҳи раво ва нораво аудиторияро ба он сӯй «равон» карда, тамринҳои макру ҳиял анҷом медоданд. Гуфтан арзиш дорад, ки ин чӣ қадар боиси норухатиҳои корбарон мешуд. Ниҳоят умри ин

ҳуққабозӣ ба сар омад, вале боварҳои кухна барои кушиши чен кардани сифати аудитория хануз ҳам ба назар мерасанд.

Яке аз равандҳо, ки аз таҳаввулот дида бештар ба инкилоб мемонанд, динамикаи манфии чӣ вурудҳои мустақим ба сомона ва чӣ гузаришҳои дохилӣ ба саҳифаи асосии сомона аст. Тамоюли гузариш ба саҳифаи дохили манбаъ, на ба рубрикаву сюжет, на ба мачмуи тегҳо(барчаспҳо) ё дигар саҳифаҳои индекси(шоҳисии) роҳнамо, балки мустақиман ба мақола- тамоюли баръало возеҳ ва афзоишбанда мешавад.

Чустучӯ

Трафики чустучӯ тавассути гузаришҳои дархостшаванда аз агрегатҳои асосӣ шакл мегирад ва имрӯз яке аз манбаъҳои асосии трафик аст. Солҳои охир дархости чустучӯ барои дарёфти иттилоот дигар танҳо иҷроқунандаи ҳамин вазифа нест, балки яке аз воситаҳои раҳнамоӣ шуд. Дар бисёр ҳолатҳо корбарон сатри чустучӯро на барои ёфтани иттилоот тариқи калимаҳои калидӣ, балки барои расидан ба манбаи мушаххаси дилхоҳ истифода мебаранд

Иттилоот аз сомонаҳои мушахас барои роботҳои чустучуқунандаи нағз мутобикшуда ва дорои дизайну саҳифабандии ба хубӣ муназзамшуда, метавонанд трафики комилан мувофиқ ва ҳадафмандро бигиранд

Омор нишон медиҳад, ки самаранокии қори аудиторияе, ки ба сомонаҳои хабарӣ тавассути мошинҳои чустучуӣ меояд, чандон назаррас нест. Ҳузури онҳо қутох ва умқи ҳузурашон зиёд нест. Фокус-гурӯҳҳо нишон медиҳанд, ки ҳам барои тамоси нахустин ва ҳам барои тамосҳои такрорӣ корбар бо манбаъ сатҳи пасти шинохти брендҳо хос аст.

Аммо бо эълони мушаххас ва иттилооти бо ӯ мувофиқ шонси

барпо намудани тамоси эъҷобӣ(мусбат) бо корбар ва ҷалби ӯ барои кори минбаъда дар сомона вучуд дорад.

Агрегаторҳо

Агрегаторҳои хабарӣ барои расонаҳои рақамии рӯз ҳамзамон ҳам комёбӣ ва ҳам ноқоманд. Гузаришҳо аз Яндекс.Новостей, Google News, Рамблер, Mail. Ru дар Русия, маъмулан, дар миёни се-панҷ манбаи дасти аввал меистанд. Ҳар кадоме аз ин манбаъҳо бо сомонаҳои хабарӣ ба таври худ муомила мекунад: инҳо ба сатҳи гуногуни автомати интихоби сарлавҳо ва лид «дар равзанаи аввал» раванди хабарӣ, ҳаҷми матн иқтибосшуда(аз сарлавҳо то матн пурра) ва имконияти ҷойигир намудани мавод дар бахшҳои пулакӣ ва ғайра.. фарқ мекунад. ,

Дар ҳамин ҳол шумораи зиёди корбарон, бахшҳои хабарии Яндекс, Google Mail.Ru-ро ба сифати як расонаи хабарӣ қабул доранд. Гузашта аз ин, омузиши фокус-гурӯҳҳо барои расонаҳо падидаи ногувореро нишон медиҳанд: қисми бештари корбарон, ки тавассути линкҳо дар манбаъҳои босифат ва инфиродии гуногун мақолаҳоро мекушоянд, таҷрибаи худро чунин шарҳ медиҳанд: масалан, “хабарро дар Яндекс хондам” ё ”дар ин бора дар Мэйл навишта буданд, ки...”. Гузашта аз ин самаронокии рафтори корбароне, ки ба сомонаҳои хабарӣ тавассути агрегаторҳои хабарӣ омадаанд, аз ҳад зиёд паст аст: умқи боздид 1-1,7 саҳифа, давомнокии нишаст камтар аз як дақиқа. Ба таври ғайримустақим метавон ҳамчунин дар бораи сатҳи пасти табдилёбии корбарон ба ядроӣ манбаъ гуфт.

Сарфи назар аз гуфтаҳои боло, талош барои трафик аз коллекторҳои хабарсоз барои продюсерони манбаъҳои хабарӣ нуқтаи асосии мубориза мемунад. Ин тарфики зинда ва мувофиқ барои интизориҳоест, ки дар омади кор

шумораи аудиторияро дар як шабонарӯз, ҳатто барои расонаҳои бузург, метавонад дучанд намояд..

Муносибати расонаҳои хабарӣ ва агрегаторҳои хабарсоз чиддӣ буд ва менамояд: яъне як тараф онҳо таҳаввулотро пушти сар карда шаффоф ва боиси эҳтироманд (масалан, тақрибан хилаи расонаҳо, барои ба таври математикӣ афзудани сарлавҳаҳои мавзӯоти доғ ва мутобиқан дар «топ» ҷойгир шуданашон), аз тарафи дигар, шеваи тақдими сарлавҳаҳои хабарӣ дар тамоми агрегаторҳои хабарсоз ба он равона шудааст, ки зарурати гузариш ба манбаъ-сарчашмаро барои корбарон то ҳадди аққалл биоваранд. Агрегаторҳои хабарсоз беш аз пеш ва бо боварии бештар барои корбарон «расонаи мустақил» шудан доранд. Дарёфти шеваи дурусти ҳамкорӣ байни расонаҳо-истехсолкунандагони иттилоот ва порталҳои бузург ҳамчун нигоҳдорандагони маҷрои асосии аудитория идома дорад.

Шабакаҳои иҷтимоӣ

«Таввасути твиттер хабар доданд», «дар фејсбук хонадам»-ин баёни одӣ ва рӯзмарра гӯёи он аст, ки шабакаҳои иҷтимоӣ аз ҷониби аксар корбарон - аудитория, чун «худ аз худ расонаи мустақил» қабул шудаанд. Ин як амали муназзам ва табиист, ки онро таваққуф додан мушкӣл ва ғайриимкон аст. Расонаҳои касбӣ ва ниҳодонидашуда дар лентаи дӯстони корбарон «об шуда» рафтанд.

Ин дар ҳолат, ки дар бисёре аз кишварҳо трафӣк аз аудитория дар миёни сарчашмаҳои асосии аудиторияи сомонаҳои бузурги хабарӣ ва гузинаҳои мобилии онҳо ба ҷойи аввал баромад. Дар Россия дар охири соли 2015 трафӣк аз шабакаҳои иҷтимоӣ ба сегонаи асосии манбаъҳои асосии корбарон дар расонаҳои пешсаф дохил шуд.

Дар ИМА мувофиқи маълумоти созмони мустақили тадқиқоти Pew Research Centre тамоюли афзоиши истифодаи Twitter ва Facebook чун манбаи асосии ахбор дар тамоми дарачаҳои сиинусолии одамон ба назар мерасад. Алалхусус дар ҳолати breaking news шумораи мӯрочиатҳо барои ахбор дар шабакаҳои иҷтимоӣ дучанд мешавад. Қобили зикр аст, ки сарфи назар аз он ки ҳиссаи корбарони шабакаи иҷтимоӣ собит мемонад, ҳиссаи корбароне, ки шабакаи иҷтимоиро барои хабарҳо истифода менамоянд, афзоиш меёбад.

Гузашта аз ин, дар фарқият аз трафик тавассути агрегаторҳои хабарсоз, гузаришҳо аз шабакаҳои иҷтимоӣ пурсамартаранд ва аудитория дар сомона ва гузинаи мобилиаш ҳам аз рӯи давомнокии нишаст ва ҳам аз рӯи шумораи саҳифаҳои аз назар гузарондааш фаъолияти баландтари қорӣ нишон медиҳад. Шояд, инро чунин шарҳ дод, ки лентаи дӯстон бошууӯрона ва бешууӯрона чун таҷаммуи «манбаъҳо»и мувофиқ, бо забони фаҳмо, бо далелу пиндорҳо ва бо мавқеъ ва маҷоли манфиатҳои қорбар наздик ташаккул меёбад. Моънояш ин аст, ки сухан натавонанд дар бораи сатҳи баланди боварӣ ба ин линкҳо дар маҷрои хабарӣ, ҳамчунин дар бораи эҳтимолияти бузурги ворид шудан ба тобишҳо ва қолабҳо ва мутаносибан дар бораи тамоси хубтари имконпазир ва табдилшавии манфиатҳо дар гузариш, меравад. Ана дар ҳамин ҷо равиши суннати ҳамкориҳои нашрия ва аудитория ба наҷом расида, мувоҳисаи хеле ҳам дардовар ва зарурати интиҳоб оғоз меёбад: модели ягона ва муваффақи ҳамкориҳои қорбарон дар шабакаҳои иҷтимоӣ танҳо гузариши ниҳой ба сомона ва гузинаҳои мобилии он –заминаҳое, ки зеро назорати нашрия ҳастанд, шумурда шавад ё хайр?. Посухи кутоҳ:- на. Чун ҳама гуна иртибот бо қорбар, эътиמוד ба зурӣ(пофишорихо) суде надорад. Маҷбур қардан ва базур қор қардан сари қорбарон тасаввӯроти қолабии ноширон, ки аудиторияи дуруст онест, ки ба онҳо тааллуқ дорад, қори бесамар, хатарнок ва беҳуда аст. Ивазшавии парадигмаҳо, аз қоидаи «мо дар хона ҳамаро интизорем» майл қардан ба қоидаи « мо он ҷоем, ки хонандаи мо ҳаст» аз ҳама мушқил, усулӣ ва дар айни замон талаботи шавқовар дар асри «расонаҳо навин» мемонад.

Эҳтимолан, аудитирияи «мо» дар шабакаҳои иҷтимоӣ якбора чанд сценарияи истеъмоли ахборро метавонад татбиқ намояд (зери мафҳуми ахбор ҳамагуна пахши барномаҳои касбӣ, аз ҷумла гузориш, мусоҳиба, очерк, навори суратҳо, видео ва ғайра фаҳмида мешавад). Вазифаи расонаҳо, умуман ва аз продюссерон, қисман, аз ҳамаашон истифода кардан аст:

1. сценарияи якум- сода ва аънанавӣ: қорбар линки мақоларо дар лентаи дӯстони худ пайдо мекунад ва ба сомона ва гузинаи мобилии он ворид мешавад ва чун қорбари маъмулӣ рафтор мекунад. Яъне гузариши фаври ба мустақимро иҷро менамояд. Дар ин ҳол муҳим нест, ки ин линкро КҶ гузошта- нашрия ё нафаре аз қорбарон . Гузашта аз ин линк дар аккаунти пешсафи андешаҳои гуруҳ метавонад нисбат ба гуруҳҳои расмӣ ё саҳифаи расмӣ нашрия дар шабакаи иҷтимоӣ, ба маротиб самараноктар бошад

2. қорбар фарзияи матн, матни суратдор, ё маҷмуи суратҳо ё видеои барои шабакаи иҷтимоӣ мутобиқшударо дар лентааш пайдо намуда, ба канали расмӣ нашрия мегузарад. Ин алақай табдили фарзии хоҳишҳои қорбар ба амалест, ки ба нашрия раван шудааст. Дар ин ҳол ӯ ба сомона ва ё гузинаи мобилии нашрия намегузарад, аммо бо маҳсулот ва бренди редаксионӣ ҳамқорӣ мекунад, яъне гузариши эҳтимолӣ, ҳарчанд дар ҳоли таввақуф бошад ҳам, вучуд дорад;

3. қорбар «матни қомил»-и ба анҷом расида, ихтисор нашударо меёбад. Барояш роҳат аст, зеро фаъолияти иловагиро тақозо намекунад. Ин ҳамон ҳолатест, ки қорбар дертар мегуяд:- «дар фејсбук навишта буданд, ки»..., аммо редақсия аз воридшавии мустақим ба сомонааш ва ҳатто

ба гуруҳҳои расмиаш дар сомона маҳрум менамояд. Алҳол на роҳи возеҳи ба касби даромад табдил додани чунин муносибатҳои корбар ва нашрия ва на табдил додани аудитория ба корбарони эҳтимолии сомона ё барномаҳои таъминоти мобилӣ вучуд надорад. Сухан асосан дар бораи сохтани тамос бо бренд ва ташаккули эҳсоси ҳузури он дар ҳамагуна муҳити интихобшуда ва дастрас барои корбар меравад.

Шабакаҳои иҷтимоӣ ҳануз ҳам муҳити тағйирёбанда ва ташаккулёбанда боқӣ мемонанд. Бо боварии комил касе марҳилаҳои таҳаввули онро пешгӯӣ кардан наметавонад. Аз ин ру қоидаҳои дар санг ҳақшуда, пешгуиҳои муътамад дар бораи он, ки умуман чӣ муддатҳо боқӣ мемонанд ва чӣ онҳоро иваз менамояд вучуд надоранд, вале он фаҳмиш вучуд дорад, ки нашрияҳо ва продюсерон бояд ба ин дигаргуниҳо, раванду тамоюлҳо ниҳоят ҳассос бошанд. Онҳо шабакаҳои иҷтимоиро на чун муҳити паҳши якҷонибаи барномаҳо ва чамъоварии гузариш ба сомонаҳо, балки чун қолаби комилан нави журналистика-журналистикаи гуфтугӯйҳо ва ҳамкориҳо бояд қабул намоянд. Барои ҳамин ҳам меъёри самаранокии ин ҳамкорӣ аз тасаввӯроти анъанавӣ ба таври назарраст фарқ хоҳад кард.

Шабакаҳои табодул

Шабакаҳои табодул- бидуни шак, дохилируссиягӣ ё анаиктараш падидаи дохилирунетӣ аст, ки тахминан намунаи дигар надорад. Табодули баннерҳо дар шакли ибтидоӣ дар охириҳои солҳо 1990 пайдо шуданд: «як ба як» табодул мешуданд, яъне маъмулан, дар бораи нашри мутақобилаи баннерҳо маслиҳат мекарданд. Ва ин кор бо

ин ё он шакл 15 сол боз дар холи таҳаввул ва идома ҳаст. Дар асл ин намоиш додани рекламаҳои тасвирӣ ва матнӣ ҳаст, ки арзишаш бо пул пардохт намешавад ва дар ивазаш мавод табодул мекунад. Ба ҳамин восита менбаъҳои интернетии нодор дар Рунет мушкилоти хешро оид ба тарғиб пешбурд, фарогирии аудитория ва мавқеъёбиро ҳал карданд. Алхол барои бисёр расонаҳои интернетӣ дар Рунет трафик аз ҳисоби ин «радду бадал» дар сегонаи аввали манбаъҳост.

Хусусияти ачиби ин фарҳанги табодули трафики бепул дар он аст, ки аудиторияи рақибон дигаргун мешавад ва ин ба васеъшавии ҷалби фарогирии аудитория ва афзоши ядрои сомона, агар қоидаҳои риоя шаванду қаллобӣ набошад, таъсири хуб ҳам дорад.

Мушкилии ҷиддӣ дар табодули баннерҳо равияи шиорпароканиҳои «пуч» ва таққалубкорӣ дар сарлавҳа ва слоганҳо боқӣ мемонад. Шарҳаш хеле сода аст: ба шиорҳои «кучагӣ» тавачҷух бештар аст, бештар клик мекунад. Дахҳо намунаи ҷӣ тавр баланд бардоштани CTR баннерҳо вучуд дорад. Масалан, дар **слоган** дар бораи марғи як шахсе, ки ном ё насабаш ба шахсияти маъруфе ё ситораи машхуре монанд аст; навиштан дар бораи нафаре, ки ҷон ба саломат бурдаст, тавре ки хонанда ба мурданааш гумон мебарад: «Перов ба садама дучор шуд» ва садҳо мисоли дигар. Корбаре, ки ҷунин баннерро мушоҳида кардааст, ҳисси дилмондагӣ ва асобоният пайдо мекунад. Анғезаи минбаъд бо ин манбаъ монданааш ба сифр баробар мешавад, яъне аз байн меравад ва манзалати харду иштирокҷӣ табодул поён меравад. Воқеъан, фокус-гурӯҳҳо нишон медиҳанд, ки корбарон майли қабул намудани баннерҳои шариконро

хамчун чузъи таркибии ҳамон манбае доранд, ки дар он чой дода шудаанд.

Табодули банерҳо ва эълонҳои кутохро метавон мустақиман ё тавассути шабакаҳои табодул анҷом дод. Табодули мустақим барои сомонаҳое муфид аст, ки суръат ва сатҳи воридшавии яксонӣ корбарон доранд, зеро барои инҳо риояи баробарӣ дар тамоми параметрҳо осонтар аст ва дар ҳоли доштани 5-10 партнер мудирияти аккаунтҳо исрофкорӣ нест. Шабакаҳои табодул аз души манбаъҳо захираи мудирияти аккаунти ҳар як ҳамшарикро ба душ мегиранд, вале хатароти худро ҳам доранд.

Хатарӣ нахустин ва асосӣ дар ҳуди фалсафаи шабакаӣ табодул нухуфта аст: шабака бояд дар табодули мусовии дороиҳо пул кор кунад, ки дар дохилаш ба онҳо хизмат мерасонад. Чунин ба назар мерасад, ки кори ғайриимкон аст. Аз ҳамин ҷост, ки қисме аз шабакаҳо ин корро мекунанд(чун қоида барои онҳое ки сатҳи ҳузури кам доранд) ва саҳифаҳои «иловагӣ» месозанд. Хатарӣ бадтарин, вале мутаассифона, роиҷ захролудшавии шабакаӣ табодул бо трафики роботӣ аст, ки вучуди он боиси таққалуб мешаванд ва манбаъ-иштирокчӣ «гузариш»- ҳои на одамон-корбарони воқеӣ, балки аз ҷониби робот истехсолшударо мегирад.

Бояд қайд намуд, ки гирифтори бемории трафики роботӣ шудан, мутаассифона, дар Россия ва ҳам дар дунё фарогирии васеъ дорад ва хусусан дар намоиш банерҳои тичоратӣ. Дар ҳоле ки аксар иштирокдорон ин бозор онро ба сифати қаллобӣ дарк ва қабул намекунанд.

Хатарӣ азими дигар дар табодули баннерҳо –ин банд кардани майдони муфиди саҳифа бо теъдоди зиёди аккаунти баннерҳост. Барои корбар ҳар саҳифаи дидагиаш чун

болотарин майдони пешниҳодоти рақоботпазир менамояд: линкҳои мавзӯӣ, сарлавҳаҳои дигар, нуктаҳои гузариш ба рубрикаву саҳифаҳои асосӣ, тарғиботи тичоратӣ ва баъзан то бист эълонҳои кӯтоҳи худӣ ва бегонаи табодулӣ. Фаҳмидан мушкӣл нест, ки як намоиши(таҷдид) саҳифа бо ин ҳама гулу гулкорӣ бо як клик хотима меёбад, ин яъне эҳтимоли клик кардан барои ҳар унсури дар саҳифа оварда ба таври драмавӣ кам мешавад. Зиёда аз ин шумораи бисёри линкҳо дар «манбаи беруна) сабабгори кам шудани умқи дидани сомона мешавад.

Бо вучуди хатарҳо ва суйиистифодабарихо, баннеру эълонҳои кӯтоҳи табодулӣ бехтарин абзори рушди аудитория мемонанд, (ва ҳамчунин дар дохили холдингҳои иттилотии бузург барои пешбурди мутақобили лоиҳаҳои монанд), вале танҳо дар сурати исифодаи оқилонаи ин абзорҳои нодир.

Мессенчерҳо

Мессенчерҳо барои аудитория таъсиргузор мешаванд ва барои пешсафи тавлиди трафик шудан талош мекунанд. Таъсири онҳо ба сохтори трафики воридшаванда, махсусан, дар минтақаҳо назаррас аст. Дар бисёре аз ҷумҳуриҳои Русия гуруҳҳои маҳаллӣ ва дорои мавзӯҳои маҳдуд трафикро барои манбаҳои иттилотии маҳаллӣ тавлид мекунанд, ки нисбат ба гузаришҳо аз агрегаторҳои хабарсоз, шабакаҳои иҷтимоӣ ва ҷустуҷӯӣ афзалият доранд. Трафик метавонад ҳам аз гуруҳи корбарон бошад ва ҳам аз каналҳои махсусе, ки нашрияҳо ташкил кардаанд.

Трафик аз **мессенчерҳо** сифатан зарфияти хуб дорад, зеро одатан, аз гуруҳҳои мавзӯӣ ворид мешавад, ки эҳтимоли зиёде барои «уфтодан» дар муҳити хоҳишҳои

корбарон ва ҳамчунин муҳити боварӣ ва тавсияҳо доранд. Метавон боэътимодона рушди минбаъдаи ин навъи хидматрасонӣ ва барномаҳоро бо чанд сабаб интизор шуд: трафик аз месенчерҳо, вақте сухан дар бораи реклама меравад, осонакак ба харид ё дархости хидматрасонҳо табдил меёбад; болотар будани сатҳи ҷалби корбар барои табодули иттилоот тавассути мессенчерҳо, дар муқоиса бо почтаи электронӣ, бештар умедворкунанда аст ва баҳусус ҳангоми даёфти ахбор дар қиёс бо мулҳақоти хабарӣ ва сомонаҳо.

Илова бари ин мессенчерҳо қобилият ҷазби табодули SMS -хоро доранд. Ин ҳам дар ҳолат, ки кушиши ширкатҳо—соҳибони мессенчерҳо барои берун нарафтани трафик ва боқӣ мондани аудитория, аз ҷумла иттилоот, дар дохили каналҳо ва «мақолаҳо» интизор меравад.

Рекламаи матнӣ

Истифодаи механизмҳои гуногуни тарғиботи матнӣ дар пешбурди маводи алоҳида саҳт машқук аст, вале он метавонад дар пешбурди маҳсулоти нав, бахшҳо ва лоиҳаҳои маҳсус пурсамар ва муфид бошад. Ин мутлақо дар ҳолатест, ки хоҳиши корбарон ба мавзӯ аз пешниҳоди иттилотӣ пешгомтар аст. Рақобат дар ҷунин вазъ баланд нест. Тарғиботи матнӣ нархи гарон надорад ва барои редакция бошад ин имкони дарёфти корбари нав бо зарфияти табдилёбии саривақтии ӯ ба корбари содиқ аст.

Масалан, эълони лоиҳаҳои маҳсус бахшида ба олимпиада ё чемпионати ҷаҳон оид ба футбол чанд моҳ қабл аз баргузориашон. Дар марҳилае, ки аудитория ҳам хоҳиш, ҳам суол ва ҳам кунҷковӣ дорад, вале ахбор хеле кам аст. Расонаҳое, ки то ин фурсати муносиб дар лоиҳаҳои маҳсус маълумоти умимӣ, бозихо, викторинаҳо, эълонҳо ва руйхати

хидматросониҳои мувофиқ (хариди билет, фармоиши либосҳои варзишӣ ва ғайра)-ро чамъоварӣ кардаанд, метавонанд, минҷумла тариқи рекламаи матнӣ, аудиторияи рақибонро ба тарафи худ кашанд .

Нархи баланди гузариш ва одатан матнҳои ғайриахбории блокҳое, ки дар онҳо рекламаи матнӣ гузошта мешавад, чанбаи манфии рекламаи матнӣ барои пешбурди маҳсулоти хабарӣ аст. Чанбаи мусбати он ба таври мустақим ба корбар расидани он аст. Табиист ки ин дар ҳолати баёни дуруст ва возеҳи матн аст, ки муҳтаво ва қимати маводро ифода кунад.

Оффлайн

Самаранокии пешбурди кори оффлайнӣ расонаҳои рақамӣ бахсбарангез аст.

Агар аз назари имичи реклама ё пешбурди бренд ва маҳсулоти нав дар бораи натоиҷ чӣзе гуфтан мумкин бошад, пас кушиши корбаронро мустақиман аз оффлайн ба онлайн овардан на дар Русия ва дигар кишварҳо натиҷа надодааст. Алҳол таҷрибаҳои табдил додани тамосҳои оффлайнӣ ба онлайн ба иллати носозгории алгоритмаҳо:кушодани барномаҳо, дарёфи рамз дар манзара ва ғайра самараи оммавӣ надодааст . Аммо, ба ҳар сурат, ҳуди идея ояндадор ба назар мерасад. Дар нест, ки вақтҳои наздик чунин табдилёбӣ шояд, бо истифода аз дигар технологияҳо ва алгоритмҳои барои корбар мувофиқ, татбиқ шаванд.

Саволҳо

- 1.Ба навъҳо чӣудо намудани манбаъҳои аудитория чаро муҳим аст?
- 2.Манбаъҳои асосии аудиторияро барои расонаҳои хабарӣ номбар кунед

3. Дар кадом ҳолат трафики ба сомона ё гузинаи мобилии он аз манбаи муайян овардашударро метавон босифат ё самаранок номид ?

Баҳогузори ба самаранокии манбаъҳо

Таркиб ва ҳиссаи манбаъҳои гуногун аҳамият доранд. Хушбахтона, замони барои аудитория «давида расидан» ба ноширон, рекламадихандагон ва бозори нишон додани рейтингҳо ва ба ҳамин корро анҷомёфта шумурдан, гузашт. Инак, чанд қоидаи муҳим барои танзими манбаъҳои аудитория.

Таҷзия намудани манбаъҳо, яъне ҳиссаи ҳар манбаъ набояд бештар аз 15-20 % бошад. Ба ҳеч вачҳ набояд, ҳатто ба мухтарамтарин манбаъҳо муътод шуд, зеро ин мавқеи расонаро зери ҳатар мегузорад. Чандин бор ба мушоҳида расида, ки рейтингҳои расонае баланд мешавад, трофик аз Яндекс-Новости ба 80% мерасад ё соҳиби 50% харидаи трафик дар яке аз порталҳо мешавад. Ҳеч гуна мушкилот: технологӣ, бозорӣ ё идеологӣ набояд нашрияро вобаста ва гирифтори як ду манбаъ гардонад.

Манбаъҳои трафики баъзе расонаҳои онлайнӣ (декабри соли 2015)

Ria.ru	Lenta.ru	Rg.ru	Aif.ru	Mk.ru	Vz.ru
1 news.yandex. закладки ru	news.yandex. ru	news.yandex. ru	news.yandex.ru	news.yandex.ru	Закладки yandex.ru
2 закладки yandex.ru	news.yandex. ru	yandex.ru	news.rambler. ru	news.google.ru	yandex.ru
3 google.ru	google.ru	google.ru	закладки	google.ru	google.ru

	google.ru	google.ru	
	m.news.	news.rambler.	news.
4	yandex.ru	yandex.ru ru	yandex.ru ya.ru
	yandex.ru		
5	yandex.ru	закладки	smi2.ru news.
	rbc.ru	закладки	rambler.
			ru
6		news.smi2.ru m.	m.news.ya
	news.rambler.		
	vkontakte.	news.	news.
	ru ru	yandex.	smi2.ru
		ru	
	infox.sg	news.mail.	m. news.
7		news.mail. ru	yandex.ru news.smi2. txt. ru
		ru	zarabotki.
			ru
8	news.smi2.ru	m.facebook.mediametrics.	m.facebook.
	news.	smi2.ru	
		com ru	com rambler.ru
9	mediametrics.mail.ru	приложение	lentaform.
	m.facebook.24	.smi. ru	Sociallife com com info
10	news.google.	m.news. m.vk.com	google.com. news.
	news.		
ru	ya.ru ua	google.ru	google.ru

Рукуд. Агар нашария 50% ё бештари корбаронеро дорад, ки ба он мустақиман ворид мешаванд(тавассути ёддоштбарчаспҳо(закладки) ё бо чйдани сӯроғаи он), бехтарин аст. Аммо танҳо дар ҳоле ки агар, бо нигоҳдории 50%--и дар боло зикршудагон шумораи аудитория нисбат ба хамин сегмент бештар афзоиш меёбад. Дар акси ҳол метавон дар бораи рукуд сухан гуфт. Баробари ба даст овардани теъдоди муайяни аудиторияи суннатгарои содик,

ки ин вокеан ҳам муваффақият аст, инкишофи босуръати манбаъ хотима меёбад. Ядрои нашрия бо мачрои нави корбарон «сероб» намешавад, аз ҳеч чой рушд намекунад. Яъне пас аз рукуд навбати фалачшавист

Сифати аудитория. Аудитория бояд фаъол ва қобилияти қорӣ дошта бошад. Дар навбати аввал мо дар бораи нишондихандаҳои анъанавӣ- шумораи саҳифаҳои дидашуда, вақти дар сомона масрафшуда ва бозгаштҳо мегӯем. Қорбарӣ «асируфтода» бояд «чалбшуда» гардад. Бидуни шубҳа ин қори дастҷамъонаи нашрия ва қорбарон аст. Нашрия бояд роҳҳои «чалб шуданро» пешниҳод намояд ва қорбар аз он баҳра барад. Барои ин бояд талаботу хоҳишҳои ошқоро ва зершуурии қорбар бо маром, оҳанг ва забони нашрия тавҷам бошанд.

Илова бар умқ ва вақти хузур, қорбарӣ дуруст интиҳобшуда метавонад сифатҳои хешро бо он ифода намояд, ки шарҳ бинависад, ба реклама тавачҷух нишон диҳад, аз хидмату хидматрасониҳо истифода кунад ва дар шабақаҳои иҷтимоӣ табодули линки мақолаҳо намояд. Чунин сенария метавонад орзу бошад, вале он пурра татбиқшаванда аст, маҳз тибқи он бояд роҳи намунавии қорбар- аз аввалин воридшавӣ ба манбаъ то чалбшавию қори босифат дар сомона сурат бигирад.

Қор барои гардиш ва ядро.

Ҳадаф аз қор бо тамоми манбаъҳо ҳар чӣ бештар қалб намудани аудитория ба ядро аст, ҳоҳ аудитория қалбшуда якҷафъаина бошад ҳоҳ тасодуфӣ. Шумораи чунин тамосҳои ташкилшуда метавонад панҷ ё даҳ бор бошад, аммо ҳадафи асосӣ яқтост- донисташаванда будани бренд, интиҳоби сарлавҳаи нашрия аз миёни сарлавҳаҳои ба он монанд ва ташрифҳои мустақими қорбарон. Сабти қорбар

дар сомона, обуна шудан ба хидматрасониho ва мавзӯho, иштирок дар мувоҳиса, обуна дар саҳифаҳои расмӣ ва гуруҳҳои нашрия дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва истифода аз маҳсулоти тичоратӣ ва хидматрасониho натиҷаи гузариши бомуваффақият маҳсуб мешавад.

Аҳамиятноки

Барои ба даст овардани он аудиторияе кушиш кунед, ки бо эҳтимоли қавӣ ба нашрия садокат хоҳад дошт ва пас аз якҷанд тамоси танзимшуда аз рӯйхати эълонҳо ё шуморо интиҳоб мекунад ё бо идроки возеҳ ба сӯи расонаи шумо меояд. Арзёбии аҳамият роҳҳои мухталиф дорад: хусусиятҳои демографӣ-иҷтимоӣ, рағбат ба мавзӯ, мувофиқати мавқеъҳо, забон ва ғайраҳо. Ин ҳам ба муносибатҳои шарикӣ дар табул ва ҳам паҳш дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва табиист ки ҳам дар хариди ҷой барои реклама дар манбаъҳои бузург дахл дорад.

«Тоза будан»-и аудитория аз «роботгунаҳо»: Аудитория бояд воқеӣ бошад на сунъисохт. Мутаассифона, пайгири намудани қорбари воқеӣ қори осон нест, вале бо назардошти маҷмуи аломатҳо ин қор имқонпазир аст (умқи ҳузур дар саҳифа байни қорбари асли ва робот тафовут дорад).

Мушкилоти тозагии аудитория дар навбати аввал барои табул аз тариқи «сеткаҳо» муҳим аст

Ҷуғрофия. Агар нашрия минтақавист ва пеш аз ҳама ба аудиторияи маҳаллӣ нигаронида шудааст, бояд манбаъҳо ҷунун танзим шаванд, ки ба маҳалли ҳудашон «уфтанд». Ва агар ҳатто фарз кунем, ки ба хабарҳои ноҳиявии шаҳр шахсон ба Маскав муҳоҷиршуда то ҳол мароқ зоҳир кунанд ҳам, барои рекламадиҳанда дақиқан мароқовар нестанд. Барои тарозуи нашрияҳои русӣ ҳам интизор

меравад,ки бори паллаи аудиторияи минтакавӣ вазнинтар аст

Маълум аст, ки кор бо манбаъҳо бояд хеле фаъолона ва ҳадафмандона сурат бигирад, ба он бояд ҳам шуъбаҳои масъул дар пешбурди маҳсулот (бозоршиносон у продюсерон)-и нашрия ва ҳам редаксия чалб шаванд.

Вазифаи аввалиҳо чалб намуднаи манбаъҳои нави аудиторияи ба вазифа ва ҳадафҳои редаксияи созгор, пайгирии майдонҳои нави фаъолият, кор бо пешсафони андешаҳо дар саҳифаҳо ва гуруҳҳои маъруф дар шабакаҳои иҷтимоӣ, ташкил намудани табодули босифат, кор бо каталогҳо, танзими содироти хабарҳо ба агрегатҳои хабарсоз, тарғиботи мустақим ва ғайра аст. Кор бо манбаъҳо набояд танҳо дар сатҳи дурнамо, балки фаврӣ, тактикӣ ва барои ҳалли масоили кӯтоҳ равонашуда ҳам бошад. Масалан, шарикҳои кӯтоҳмуддат бо манбаъҳои варзишӣ дар доираи лоиҳаи маҳсус бахшида ба олимпиада ё робитаи молиявӣ- иқтисодӣ дар доираи саводнокии молиявӣ ва ғайра...

Кори фаврӣ бо манбаъҳо ба фаъолона ва барқвор тақсим мешавад. Зери мафҳуми фаъолона маҷмуи комили чорабиниҳо- шуруъ аз мониторинги мавзӯҳои дар шабакаҳои иҷтимоӣ мувоҳисашаванда ва таҳлили мазӯҳои машҳури рақибон то коргардонии даххо эълону шиёору тизерҳо, ки ниҳоят дар барномаҳои шарикӣ 4 ё 5-то мемонанд, вале бо натоиҷи олитарин, фаҳмида мешавад

Кори барқвор(рективӣ) ҷавоби фаврӣ ба ҳар инҳирофест, ки дар низоми трафики воридшаванда руҳ медиҳад. «Афтидан»- хати қач поёнтар аз ҳисоби миёнаи шабонарӯзӣ маъноӣ ҳам мушкilotи техникӣ (масалан, ҳалал дар содироти сарлавҳаҳо) ва ҳам мушкilot дар қори маҳсулотҳои редаксиониро дорад, яъне дар мавқеи рӯз набудан, ноҳида

гирифта аз мавзӯҳои доғ, дер мондани хабарҳо аз тамоюлҳои асосӣ, сатҳи пасти мақолаҳо, аз ҳад зиёд содалавҳона ва ғайрииттилоотӣ будани мақолаҳо, сарлавҳаҳои ноухдабароёна бофташуда.... ва ғайра.

Воқеан, масъулияти редаксия ҳам камтар намешавад. Яке аз дигаргуниҳои назаррасе, ки дар соҳа ба амал омад аз он иборат аст, ки минбаъд кори журналист бо супоридани мақола ба редаксия анҷом намеёбад. Комёбии ҳирфавии шахсии журналист акнун танҳо ба қимати объективӣ ва субъективии мақола баҳогузорӣ намешавад, балки ҳамчунин (ё дар навбати аввал!) бо теъдоди воқеаҳои ҳузури корбарон, сатҳи кликзанӣ, лойкгузорӣ ва ҳатто бо он, ки мақола то кучо сарчашмаи касби даромад шуд, баҳогузорӣ мешавад. Забон, калимаҳо, ҳаҷми матн, тақсимбандии матн ва сарлавҳаи бобҳо, ки эҳтимол барои ниғаҳдорандагони гуногуни маълумотҳо аҳамият дорад, бояд аз ҷониби редаксияҳо ба назар гирифта шаванд. Мафҳуми муҳимтарин дар муносибатҳои аудитория ва редаксия, бо истилоҳ ядроӣ семантикии мавзӯҳо мегардад, яъне калимаҳои калидӣ, ки бениҳоят дақиқ ва муъҷаз моҳияти мавзӯро ифода мекунанд ва ҳам барои роботҳо ва агрегаторҳои хабарсоз ва ҳам барои корбарон, ки дар маҷрои ба яқдигар саҳт монанди сарлавҳаҳо, шиорҳо, эълонҳо барои клик задан бошуӯрона ё нохудоғоҳ тасмим мегиранд. Ядроӣ семантикӣ (ҷавҳари маъноӣ) дар бунёди алгоритмҳои ҷустуҷӯӣ ахбор ва ташаккул додани «шоха»- дар аксар агрегаторҳои хабарсоз нуҳуфта аст. Ғайр аз ин, барои роботҳои ҷустуҷӯӣ аҳамияти махсус дорад. Барои ҳамин аст, ки дар асоси он механизми сохтани тэгҳо дар низоми редаксияҳои пешсаф бунёд шудааст. Албатта, дар талаботи ядроӣ семантикии возеҳ ҷи́зе нав барои журналистон нест, вале қоидаи рӯя

намудани он журналистро барои истифодаи возех, муфид ва бо тартиби устувори забон маҷбур менамояд.

Пайгирии технократии вазъият ва кушиши дарёфти «санги чоду»-и сатҳи кликзании корбарон бемаънӣ ва хатарзо аст. Ядроӣ семантикӣ танҳо чангаки яқум барои чалби корбар, ишора барои тамоси аввал аст: чангакҳои минбаъда бояд нишона ё аломатҳои мухтавои нодир, эсклюзив, назари ғайримаъмулӣ, далелҳои тоза ё баръақс хулосабарории кутох, қулай ва роҳати визуалӣ бошанд.

Як қазия.

Зуд-зуд журналистон пай мебаранд, ки дар «шаҳаҳои» асосии бахшҳои хабарии Яндекс ва Google мақолашон нест.

Ҳангоми ҷустуҷуӣ бевосита маълум мешавад, ки мақола ба шоҳаи дарқорӣ нарафта ба шоҳаи камаҳамиятар афтодааст ва аз ин ру дар саҳифаи асосии ҷустуҷуӣ гар нест. Ин маъноӣ бошиддат афтодани маҳсулот дар шакли трафик аст. Аксаран чунин ҳолат бо сабаби мувофиқ наомадани ядроӣ семантикӣ мақола бо ядроӣ семантикӣ умумӣ «шоҳа» рух медиҳад. Масалан, очонӣ хабарӣ (баъдан беш аз 30 нашрияи дигар ҳам) дар бораи он хабар дод, ки воҳидҳои низомӣ маҳсули суриягӣ сарнишини тайёраи русии СУ-24-ро наҷот доданд.

Дар аксар мақолаҳои соати аввал нашрнамудаи ин расонаҳо калимаҳои «сарниши», «СУ-24» ва «наҷот доданд» ҳастанд. Сомаи яке аз бузургтарин рӯзномаҳои русӣ хабарро аз руи шакли ба инҳо монанд бо чунин сарлавҳа пахш мекунад: «Сарнишини тайёраи сукутқардари интиқол доданд...». Робот- ба ҳар ҳол дар соатҳои аввал, шояд, маҳз аз ин ру мақоларо ба дигар шоҳа мефиристад.

Муковимат, чанги сард ё гушагирии одии редакцияхо ва бахшҳои тичоратӣ- продюсерӣ нисбат ба якдигар хатарнок ва дурандешона нест. Танҳо ҳамкориҳои зич муваффақияти нашрияро таъмин мекунад. Ин фаҳмиши он аст, ки пешбурди муфид танҳо маводи ба шаклу мухтаво нодир дар ҷойи муносиб ва вақти муносиб аст ва баръакс бехтарин ва замонавитарин мавод бидуни пешбурди оқилона ва дуруст, метавонад боиси хондан 10 -20 нафар дӯстони муаллиф гардаду халос.

Самти алоҳида дар рушди равандҳои редаксионӣ бо мутобиқгардонии мақолаҳо, сарлавҳо, маводи визуалӣ барои пахш дар платформаҳои ғайристандартӣ: шабакаҳои иҷтимоӣ, экранҳои иттилоотӣ ва мулҳакоти барномаҳои мобилӣ ва ба сабабҳои насли нав марбут аст .

Суолҳо

1. Барои ҷӣ редакция бояд барои алоқа бо корбар манфиатдор бошад?
2. Ҷӣ тавр журналистон метавонанд дар пешбурди маводашон иштирок кунанд?
3. Чанд мақолаи хабариро аз тамоюлҳои замонавӣ интихоб намуда, ядроии семантикии барояшон умумиро ҷудо намоед

Ҷалби аудитория ба фаъолияти редаксионӣ

Яке аз тағйиротҳои муҳим, ки дар 15-20 соли охир дар бозори расонаҳо рух дод, дигаргуншавии моҳияти муносибати расонаҳо ва истеъмолкунандаҳои он аст. Ин навъи иртибот бисёрҷанба аст, зеро аз монолог ва паҳши якҷониба гузаштан ба диалог вазифаҳо ва таркиботи сангинеро тақозо дорад.

Имрӯз ба аксуламли аудитория, дархостхояш, рафтор ва пешниҳодоташ бо диққат назора кардан яке аз вазифаҳои низомофар дар қори редаксияҳо мебошад. Алоқа дигар якҷониба нест ва аудитория ҳатто ният ва хостаҳои ишора накарда, ченкунанда ва танзимкунандаи муҳими ғайолияти касбии редаксияҳо мешавад

Аудитория имрӯз дар равандҳои редаксионӣ нақши басо муҳимро иҷро менамояд:

- Аудиторияи шабакаҳои иҷтимоӣ тибқи қоидаи мадду қазр қор мекунад, ба сохил маводи аз назари аксуламал ба мавзӯ сархаридорро мебарорад. Редаксия метавонад ва бояд ба интиҳоби табиӣ таҷа қунад ва он ҳам ба таври фаврӣ. Воқеан, якбора якҷанд редаксияи бузург низоми назорат, таҳлил ва пешгӯии ҳудро нисбат ба аксуламали аудитория ба тамоюлҳо, таҳия ва татбиқ менамоянд. Масалан, яке низомҳои бештар пешқадам - Velocity — аз қониби mashable.com. омода шудааст. Ин низом на танҳо фавран барҳурди қорбарони шабакаҳои иҷтимоиро ба мавзуи қорӣ таҳлил мекунад, балки ҳамҷунин қудрат дорад эҳтимолияти шухратёр шудани ин ё он мавзӯро воқаста ба навъи шабакаҳои иҷтимоӣ пешгӯӣ намояд. Ин система ба манбаъ имқон дод, ки соли 2015 дар қатори сегонаи расонаҳои олам оид ба теъдоди аудиторияи аз шабакаҳои иҷтимоӣ қалбшуда бошад
- Дар бисёре аз идораи расонаҳои русӣ дар монитор қадвали таҷдидшавандаи Mediametrics гунҷонда мешавад, ки дар речаи вақти воқеӣ маводи дар шабакаҳои иҷтимоӣ маъруфро аз баҳши қабарӣ нишон медиҳад.
- Аудитория ба сифати нахустманбаъ қор мекунад: ҳам мафъул, вақте ки ҳадамоти маҳсуси редаксионӣ блогҳо ва шабакаҳои иҷтимоиро мониторинг мекунанд ва ҳам қоил-

тавассути лоиҳаҳои UGC (маводи аз ҷониби корбар
истехсолшуда).

- Аудитория ба сифати ҳаммуаллифи онлайнӣ. Жанри нав ва дар стайлгайдҳо тавсифшудае, ки фарз мекунад, ки қорбар на танҳо сутуни нашрия ва гузоришно бо баҳодихӣ ё назардеҳӣ шарҳ медиҳад, балки ўро бо далелҳо, қоршиносӣ, андешаҳои босалоҳият ва бо сурату наворҳои муҳим қомилтар мекунад

- Лоихаҳои муштарак ҳамчун як нави ҳаммуаллифӣ ва истеҳсоли якҷоя, махсусан ҳангоми зарурати қамъоварӣ ва қорқарди «додаҳои бузург» самараноканд ва иқтидори маҳсулоти иттилоотии аз назари мазмун баландпояро доранд

Дар олам идораи расонаҳои бисёре дар ин ё он сатҳ дар раванди қор низоми назорат аз болои шабақаҳои иқтимоиро барои дарёфти мавзӯҳои нав ба баҳонаҳои иттилоотӣ ворид намудаанд. Чунин назорат дар асоси пайгирии автомати иққаунтҳои расмии ҳабарсозону созмонҳо, пешвоёни андешаҳо ва ҳамчун дар асоси назорат ва қорқарди фаврии додаҳо оид ба «алангаи хоҳишҳо»- и аудитория ба ин ё он ҳабар дар шабақаҳои иқтимоӣ сохта мешавад. Беш аз пеш шохидони воқеаҳо, на танҳо аввалин шуда ҳабар медиҳанд, балки аввалин шуда соҳиби аудитория ҳазорнафара мегарданд.

Бояд гуфт, ки муҳити иттилоотие, ки ҳуди қорбарон месозанд, хеле роҳат ва мусоид аст, ки редақсияҳо дар холи равии дуруст доштан- метавонанд ин фазоро ба сифати монитори бузургандоза истифода қунанд. Низоми аломатҳои муназзамшуда: «лайқгузорӣ», «азнавпостқунӣ», рейтингҳои ҳабарҳои маъруф ва ғайра, барои дониستاني ҳабар аз манбаи аввал дар речай онлайн вучуд дорад

Ғайр аз назорати сатҳии ғайрифавол ё мушиқофона, редақсия барои дарёфти босураъати ҳабар оид ба воқеа,

идеяҳо ва мавзӯҳо метавонад навъи муносибати фаъолро бо аудитория ба роҳ монад. Тахминан ба ин шакл:

- Сохтани чомеаи фаъоли корбарон атрофи бренди нашрия ё хатто самтҳои мавзӯӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ, гуруҳҳо дар мессенҷерҳо, дар сомонаҳо ва барномамӯлҳақоти (приложенияҳо) мобилӣ ;
- Ташвиқ ва ангежа додани корбарон барои “овардани” иттилоот. Шарт нест, ки ба шакли моддӣ бошад, аксаран кофист, ки низоми “комёбиҳо” барои ин ё он фаъолият ворид карда шавад
- Сохтани платформаи технологияи роҳат барои чамъоварии иттилоот, коркард ва тафтиши он, таҳия барномаҳои роҳат ва муносиб барои телефонҳои мобилӣ, ки имкони зуд фиристондани хабар ё файлҳои чандрасонаӣ доранд;
- Пешбурди худи идея ва омодагии редакция барои кабули ғаврии иттилоот аз корбарон

Дар Русия бисёре аз нашрияҳои бузург низоми ҷалбсозӣ ва подошдехӣ ба корбаронро барои истехсоли ғаврии мавод месозанд. Лоихаи РИА «Новости» «Ты — репортер», ки то соли 2014 амал мекард, ба корбарон имкони ҷамъоварии ҳолхояшонро барои фаъолиятҳои гунонун ва сифати мавод медод ва сипас табдил додани онҳо ба курсҳои омузиши маҳорати муҳбирӣ, суратгирӣ ва дигар бонусҳои инкишофи ақлонӣ. Корбарони иштирокчи дар лоихаи «Мобильный репортер», дар навбати аввал бо он ташвиқ мешуданд, ки сюжетҳои аз канали федералӣ намоиш дода мешуданд. Lifenews барои «гузоришгарони мардуми»-и худ пул медихад. Садҳо нашрияҳои русӣ ва хориҷӣ дар таҷрибаи рӯзмараи касбӣ мафҳуми кор бо UGC (users generated content)-ро ҷорӣ карданд ва ба ин фаъолият чун ба воситаи

ҳамкорӣ бо аудитория ва чун як сарчашмаи босамари мавод назар меандозанд.

Низои ногузир миёни вазни объективии ҳодиса ва талаботи субъективии аудитория ба дониш оид ба он, ки ҳодиса чӣ тавр инкишоф меёбад, дар журналистикаи хабарӣ ҳамеша буду хоҳад монд.

Бисёр вақт редаксия ба пасту болоравии ниёзу хоҳишҳои аудитория (нузули рағбат ба мавзӯ, интиқоли таваҷҷуҳ аз як омил ба дигараш) расидан наметавонад. На танҳо ба хотири танбалӣ ва ё нафаҳмидани вазъ дар мавзӯҳои доғи рӯз, балки барои он ҳам, ки оташи майли аудитория метавонад ҳатто дар ҳолатҳои ҳануз ҳам муҳим будани мавзӯ, хомуш ё ба суйи дигар инхироф кунад.

Аз тарафи дигар, мо холо раванди аҷиб ва дар ҳадди муайян, ҳатто инқилобии дигаргуншавии фармоиш ва таҳияи маводи журналистиро мушоҳида мекунем. Ба ивази институти стрингерҳои анъанавӣ, вақте редаксияҳо командаҳои ғайриштатии журналистони худро доштанд ва ба онҳо барои ҳамкориҳои муваққатӣ дар минтақаи муайян ё мавзуи муайян мӯроҷият мекарданд, системаи наво номи «биржаҳо» ворид мешавад. Биржаҳои маводи журналистӣ, ки хеле ғаёлона дар манотики гуногун зухур мекунанд, бо тарзҳои мухталиф кор мекунанд, вале аз ҷиҳати моҳияти кор тақрибан ҳамсонанд: редаксия метавонад ба чунин биржа мӯроҷият намуда, хидматҳои журналистии муайяно фармоиш диҳад, масалан, нафареро ки ба ҷойи ҳодиса аз ҷама наздиктар аст, ё ки дар мавзӯ мутахассиси варзида аст. Продюсер ё муҳаррир, агар ба видеои мушаххас ё суратҳои ҳодисаи руҳдода ё наворбардории чорабинии дар пеш истода ниёз дорад, метавонад ба биржа фармоиш диҳад. Тибки ин равиш, дар оянда мо шояди чунин наво оғозҳо хоҳем шуд, ки ҳам

моводи алақай омодашуда(гузоришхо, тадқиқот, колонкаҳои коршиносӣ ё мақолаҳои таҳлилий) пешниҳод менамоянд ва ҳам барои ҳама гуна навъи мавод фармоиш қабул мекунанд.

Чунин таҳаввулот дар ҳамкорихои идораи расона бо аудитория дар самти маводи аз ҷониби қорбар истехсолшуда даخلي бевосита дорад ва моҳиятан ҳолати «қонунигардонии» тадриҷии ҳамкорихои эҷодии дохилиидоравиро миёни аудитория ва коллективи редакция комил менамояд.

Қорбаре, ки ба мақоми гузоришгари боэътимод ноил мешавад, метавонад бо фармоиши редакция зуд, саривақт ва босифат мавод омода кунад, имкони баромадан ба чунин биржаҳоро пайдо намояд ва бо журанлистони касбӣ дар шароити баробар рақобат намояд.



легенды. О его смерти не сообщили агентству. Дорогу к кафедре не завалили цветами. Но всё лучше, что есть в нашей медицине так или иначе закладывалось его трудом и преданностью основам основ медицинского дела.

Рада, что сын успел поучиться у него.

Салин и умер так, как наверное могут мечтать профессионалы - в 89 лет, всё еще работая, во время лекции, на руках у студентов.

Давайте сегодня просто вспомним о легендарном профессоре анатомии. И поблагодарим.

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

Maria Kraheninikova, Оксана Кобелева, Ирма Ган and 7,512 others like this.

3,373 shares

294 comments

Вот такое сообщение выглядит оптимальным с точки зрения аудитории для вещания в социальных сетях:

Чунин хамкорӣ метавонад на танҳо дар жанри гузоришҳои хабарӣ идома ёбад, балки дар майдони маҳдуди коршиносӣ ҳам, ки корбар- мутахассиси соҳа асту бешак афзалияти иловагӣ нисбат ба «хирфавии хаваскор» дорад, сурат бигирад.

Интишори мавод

Интернет, муҳити мобилӣ, истеъмоли бетанаффуси иттилоот, маҳрум мондани Расонаҳо аз инхисор дар тавлиди хабар ва мақоми нахустманбаъ, фазои тамоман нави робитаҳо ва дигар омилҳо равиши ба корбар расондан ва паҳн намудани хабарро ба кулӣ дигар сохтанд. Расонаҳои дорои палаттформаҳои гуногун якбора дар чанд платформа ва каналҳо мавод меузоранд (масалан дар қоғаз, сомона, радио, барномаҳои мобилӣ, экранҳои иттилоотӣ ва ғайра). Паҳш ба майдонҳои худии зерӣ назоратбуда маҳдуд намешавад, баъзан «майдонҳои бегона» муҳим ва ҳатто самти афзалиятнок мешаванд: саҳифа, коллаж, чанд сурат, матни муъҷаз- достойни идеалиест барои дарк ва интишори босуръат.

Фарогирӣ.

Интизор меравад, ки дар тамоми соҳа, дар ояндаи наздик ба касби даромад табдил додани мухтаво- дигар дар вобастагӣ ба «майдонҳои» худӣ намеронанд. Гузаштани корбар ба

сомона, харидани рӯзнома, барномаҳои донлудшуда дигар шарти ягона ва натиҷаи ҳамкорӣ бо аудитория боқӣ наместонанд. Аксар нашрияҳои чандрасонаӣ ба муаллифон ангега медиҳанд, ки бо корбарон дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва дар гуруҳҳои оммавии месенҷерҳо тамос бигиранд.

Як қисми мавод барои баъзе платформа ва каналҳо махсус мутобиқ гардонидани мешавад ё дар қолабҳои махсус истеҳсол мегардад (масалан, хабарҳои фишурда барои Твиттер, матнӣ муъҷаз ё тасвирҳои барои экранҳои иттилоотӣ, инфографикаи барои шабакаҳои иҷтимоӣ мутобиқшуда).

Ба интишори мавод ва ҷалби аудитория фаъолияти корбар тавассути likes, shares(ишораҳои писандидан ва дар иштирок гузоштан) ва ғайра..таъсир мерасонад. Паҳн намудани мавод маънои таҳриқ додани воқуниши аудитория аст. Аудитория дар зоти худ канали пурқувват ва таъсиргузори интишори мавод мегардад. Пешсафони андешаҳо метавонанд даххо ҳазор гузаришҳои инфиродӣ ба сомона биоваранд.

Хабарсозон, саҳифаҳои расмӣ ширкатҳо дар шабакаҳои иҷтимоӣ ё сомонаҳои онҳо ҳам метавонанд дар интишори мавод фаъолона саҳм бигиранд, ба миёнарави аудиторияи худ ва нашрия табдил ёбанд. Аксар вақт журналист ё продюсер линкҳо ба маводи таҳиянамудаи хабарсозон ва ҳадамоти матбуоти ширкатҳо амдан мегузорад, то ки иқтибос ва гузаришҳо аз майдони соҳиби мавод бигирад.

Дар низоми паҳн намудани иттилоот барои корбарон, навъҳои мухталифи агрегаторҳои хабарсоз ews.yandex.ru, news.google.ru, news.mail.ru ва ғайраҳо нақши инқилобӣ анҷом доданд.

Ҳангоми интишори мавод воҳиди ягона на нашрия ва на нашри «шарти»-и он, балки воҳиди ягона мухталои ниҳоист.

Яке аз падидаҳои ҷашмаси расонаҳои нав «вирусҳо» -и иттилоотӣ ва ё мавҷҳои пурраи «вирусии» интишори мавод аст. Табиати онҳо бо табиати сурудҳои шуҳратёфта монанд аст. Метавон «вирусҳо» шумурд ва тахмин кард, вале набояд ҳеҷ гоҳ муътамад буд, ки ин пешгӯиҳо қор хоҳанд кард. Дар журналистикаи хабарӣ, одатан, маводи вирусӣ махсус сохта намешавад, балки худ ба худ ва дар бештар ҳолатҳо аз маводи истехсолкардаи қорбарон пайдо мешавад.

Чаро ба дигар мақола таваҷҷуҳ мекунад?

Яке аз бахсҳои драмавӣ дар редакцияҳои ҷандрасонаӣ: чаро баъзан мақолоти қамарзиштар, ноқомил ва на ҷандон аҷиб нисбат ба маводи сифатан беҳтаре, ки бо он редакция ифтиҳор дорад, таваҷҷуҳи бештари аудиторияро ҷалб мекунад?. Ин мушкилӣ онро собит менамояд, ки дар интишор ва пешбурди мавод дар расонаҳои нав танаффус барои ғизо, рӯзҳои истироҳат ва схемаҳои доимо истифодашаванда вучуд надоранд. Талош барои қорбар ҳамвора ва дар ҳама ҷабҳо идома дорад.

Рағбати аудитория ва маҷрои трафик ба ин ё он мақола аз ҷӣ вобастагӣ дорад. Ду омил метавонанд таъсиргузор бошанд:-агрегаторҳо ва шабақаҳои иҷтимоӣ. Омилҳои мутааллиқ ба агрегаторҳо:

- мақола ба гуруҳи (топ) «**болоҳо**»-и агрегатори хабарӣ расид. Мо инро метавонем ҳамарӯза мушоҳида намоем: як сарлавҳи ягон нашрия дар ҷойҳои муҳими Яндекс. Новостей ё Google News «ҷаспида» мемонад ;

- таваккуф дар кори алгоритмҳо ё – барои баъзе агрегаторҳо-интихоби дастии менечерҳо. Махсусан, боиси таассуф вақтест, ки дар «топ» аввал мақолаи кутоҳ менамояд маводи комил бо гузориши тасвири аз ҷойи ходиса сарфи назар мегардад. Редаксияҳо ва продюсерони илочи корро пайдо карданд. Онҳо ходисаро акнун дар дохили мақолаи аввали ба топ шомилшуда инкишоф медиханд. Дигарон бо диққат аз линкҳои мутақобил дар дохили мавзӯ, бо интиқол додани трафик аз мақолаи хурд ба мақолаи комил, назорат мекунанд;

Вазъ дар ҳоле бадтар аст, ки ҳатто бо маводи тоза ва нодир имкони ба рӯйхати топҳои агрегаторҳо ворид шудан нест. Сабабҳо метавонанд ҳам стратегӣ ва ҳам тактикӣ бошанд. Сабаҳои стратегӣ - вазни «сабуки» наشريя, обрӯи манзалати ғайрикофӣ он аст, то ки робот-агрегаторҳо дар робита бо маҷмуи омилҳо маҳз маводи шуморо интихоб намоянд.

Мушкилоти тактикӣ дар навбати аввал метавонад бо ядроии семантикии бесамари сарлавҳо ё лиди мақола, сатҳи пасти нодир будани мақола (бознашри маъноии мақола аз дигар расонаҳо ва ё ҳатто баёни ҳамон далелҳо ва бо ҳамон таъбирҳо) ва мушкилоти техникӣ бо содироти сарлавҳо марбут бошад.

Омилҳои марбут ба шабакаҳои иҷтимоӣ

- навиштаҳои рақибон бо сабабҳои гуногун интиҳоб шудаанд ва аз ҷониби соҳибони аккаунтҳо, ки теъдоди обунаи зиёд доранд ба онҳо истинод кардаанд. Чунин ҳолат бо сабабҳои зиёде: кори ғайбӣ ва босаводонаи продюсерони нашрия бо пешсафони андешаҳо, саҳифаи хеле хуб шиносонидашудаи нашрия ва ё гуруҳи расмие, ки минҷумла пешсафони андешаҳо низ, дар он шомиланд;
- мақолаҳо қаҳрамонони мавод дар аккаунтҳои худ иқтибос карданд, ба иштирок гузоштанд ва ретвит карданд. Фаҳмост, ки агар онҳо қаҳрамони мақола шуданд, яъне дар ин лаҳза тавачҷуҳи ҳосаи қорбарони шабакаҳои иҷтимоӣ ба онҳост ва эҳтимолияти интишори вирусии чунин линк хеле баланд аст.

Обру ва эътибори нашрия

Масъала нисбат ба фаҳмиши обрую эътибори «бад» -ё «хуб» мушкилтар аст. Сухан, пеш аз ҳама дар бораи интизориҳои эҳтимолие меравад, ки қорбар ба ин ё он бренд нисбат медиҳад. Агар шартан бигуем, дар нашрияе, ки дар бораи ситораҳои санъат аст, бо боварии бештар ба эълони мусоҳиба бо Алла Пугачева тавачҷуҳ мекунад, на ба изҳороти вазири молия оид ба ислоҳоти пулӣ ва дар нашрияи иқтисодӣ дар навбати худ аз ҳама ахир натиҷаи бозиҳои футболро ҷустуҷу мекунад. Ин омил на ҳамеша арзёбӣ шудааст, ҳарчанд фокус-гуруҳҳо нишон медиҳанд, ки қорбар дар лаҳзаҳои breaking news маҳз ба навъи ҳодисаҳои аксуламал нишон медиҳад, ки таҷрибааш ўро он ҷо мебарад. Қорбар, аз рӯйхати сарлавҳаҳо дар сюжетҳои агрегаторҳои хабарӣ ё линкҳо дар лентаи дӯстонаш мавод

интихоб намуда, ба эҳсосоти ботинии эҳтимоли дарёфтани маводи бехтар дар ин ё он бренд амал мекунад

Ин маънии онро надорад, ки нашрияҳои дорои мавзӯҳои васеъ бояд маҳдуд шаванд, вале маводи мавзӯҳои барои расонаҳо ғайримаъмулӣ бояд ба таври хоса кушода шавад ва агар тасмим ҳаст, ки ин ё он самти нав бояд доимӣ шавад, пас бояд вақт ва неру барои зуҳури дуруст ва возеҳи он ба харҷ дод, то ки ҳам барои аудиторияи содиқ ва ҳам тасодуфӣ созгор бошад.

Чой дар сомона.

Яке аз иштибоҳот, ки доим дар редаксияҳо мавриди баҳс қарор мегирад- чой навиштаҳо дар сомона аст. «Тадқиқоти маро касе нахонд», «Ўро дар саҳифаи аввал ҳамагӣ се соат нигоҳ доштанд»! .. Бисёр вақт дар мо ҳануз ҳам қолаби шахшудаи идроки зинабандии мақолаҳо дар «рӯзнома» ва вобастагии таваҷҷуҳи қорбар аз «чой дар саҳифаи аввал» боқӣ мондааст. Дар тафовут аз ниғаҳдорндағони суннати «мустаҳкам»-и маълумот, дар расонаҳои рақамӣ мафҳуми доимо дар саҳифаи аввал будан вучуд надорад. Ин наشري динамикӣ, зинда ва ҳар лаҳза ивазшавандаи тасаввурот барои қорбарест, ки маҳз ҳамин лаҳза ворида саҳифаи асосии манбаъ шудааст.

Бо вучуди ин, барои аксар қорбарон дидани линки бевосита ба ин ё он навишта аз «чоӣ ва вазъ»-и мушаххас: аз лентаи дӯстон, агрегаторҳои хабарӣ, баннерҳои сомонаҳои дигар, муҳимтар аст. Ташкили дуруст ва самаранок «расонидан»-и иттилооти мушаххас ба қорбарон аз ишғоли «мақоми ифтихорӣ» дар саҳифаи аввали сомона ба маротиб бехтар аст.

Карен Макгрейн, масъули дурнамои users experience дар New York Times, дар мусоҳибааш бо Nieman Lab қайд мекунад, ки ҳануз ҳам аксари ширкатҳои хабарӣ қор қарданро аз руи услуби user centered. ёд нагирифтаанд. Дар

хамин ҳол тамоми нашрияҳои чандрасонаии муваффақ комёбиҳои хешро маҳз дар ба қор гирифтани аз шеваи модели “ба қорбарон раванашуда” мебананд .

Паҳши чандрасонаӣ ва интишор мавод бояд тавре сохта шавад, ки на маҷмуи қадом як амалиётҳо(вазифаҳо)и ба шарофати технологияҳо ё имконоти эҷодии редакция дастрас бошанд, балки бояд паҳши босамаре бошад, ки ҳадаф ва саъй он дар ифои вазифаҳои иттилоот додан, тасфийи он, афзалият додан, аудиторияро ҷалб намудан ва якҷоя истеҳсол ва истеъмол намудан бошад.

Хато ё гумроҳии маъмул дар редакцияҳо ҳадафгузорӣ ва арзёбии нодурусти самаранокии “қорқарди” мавзӯёҳост. Бисёр вақт редакцияҳо дар сатҳи мантиқи толибаҳои панҷони тангназар андешаронӣ мекунанд: мо бояд ин мавзӯро, қолабро ба платформа мутобиқ гардонидан ё дар ҳар платформе он қолаберо, ки бештар мувофиқ аст истифода бурда, дар тамоми платформаҳо ва каналҳо паҳн намоем .

Ин андешаҳо аз назари технологӣ дурустанд, вале худ ба худ муваффақиятро таъмин намекунанд, то замоне ки меъёри самаранокӣ-“инсон дар марказ” нашавад, на интиҳоби маҷмуи платформаҳо. Зохиран фарқи назаррас нест, вале он хеле драматикӣ аст.

Қорбар, истеъмолкунандаи ахбор дар зовияи чандрасонаӣ бояд ҷун маҷмуи хусусиятҳои антропологияи, рафторӣ ва эҳсосотӣ ва махсусиятҳои эҳсосотӣ, хусусиятҳои идрок ҳам вобаста ба суннатҳои пурраи истеъмоли иттилоот ва ҳам вобаста ба маҷмуи ҳолати лаҳзавӣ: таҳҷизоте ки дар он истеъмоли ахбор руҳ медиҳад, платформаҳо, ҳолатҳои берунӣ, вақте ки қорбар барои ахбор сарф мекунад, дарозии бидуни танаффуси як нишаст ва ғайра, бояд қабул қарда шавад.

Дар ҳамин ҳол мақсад (аксаран нохудогоҳона ва баённашуда) нақши асосиро мебозад ва метавонад гуногун: кабули иттилоот, баҳс, табодули афкор, пур хардани халои эҳсостӣ ва гайра бошад

Дар аксар маврид, ба истисноии мафҳуми махсуси «экрани дуюм», ки барои худ ҷойи хос, вақт ва муҳимаш навъи ходисаҳои худро доранд, қорбар дар ҳамин лаҳза, дар доираи нишастии якплатформагӣ хеш нияти дарёфти иттилооти таҳрифташударо дорад. Дар бораи истеъмоли чандрасонаӣ ва гунонунплатформа ва мутаносибан паҳши барномаҳо андеша ронда, мо метавонем дар бораи мутобиқгардонии муҳтаво ба платформаҳо дар вақт ва ҳолатҳои истеъмоли суҳан гуем, вале бояд дар маркази ин харита қорбарро дар нуқтаи буриши вақт, вазъият ва платформаҳо ҷой дод. Дар ин ҳам мушкилии асосӣ ва ҳам талаботи ҷаззоб ва ояндадори ҳамкории расонаҳои нав ва аудитория нав аст.

Суолҳо барои санҷиш:

1. Метрикаҳои асосии шуморагии аудиторияро номбар кунед.
2. Шохисҳои сифатии рафтори аудиторияро номбар кунед.
3. Ҷалбшавии қорбарон дар ҷӣ ифода меёбад ва ҷӣ тавр афзоиш меёбад?
4. Навъҳои асосии манбаъҳои аудиторияро барои расонаҳои хабарӣ бигуед ва барои ҷӣ бояд онҳоро ба навъҳо ҷудо намуд ?
5. Қорбар дар интишори мавод ҷӣ тавр иштирок мекунад?
6. Ҷаро трафики саҳифаи асосӣ дар аксар нашрияҳо меафтад ва аҳамияти стратегии ин падида дар ҷӣ аст?