

Баҳогузорӣ 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

Рукуд.

Агар нашария 50% ё бештари қорбаронро дорад, ки ба он мустақиман ворид мешаванд(таваҷҷути ёддоштбарчаспҳо(закладки) ё бо ҷайдани сӯроғаи он), бештарин аст. Аммо танҳо дар ҳоле ки агар, бо нигоҳдории 50%--и дар боло зикршудагон шумораи аудитория нисбат ба ҳамин сегмент бештар афзоиш меёбад.

Дар акси ҳол метавон дар бораи рукуд сухан гуфт. Баробари ба даст овардани теъдоди муайяни аудиторияи суннатгари содиқ, ки ин воқеан ҳам муваффақият аст, инкишофи босуръати манбаъ хотима меёбад. Ядрои нашрия бо маҷрои нави қорбарон «сероб» намешавад, аз ҳеч чой рушд намекунад. Яъне пас аз рукуд навбати фалаҷшавист

Сифати аудитория. Аудитория бояд фаъл ва қобилияти қорӣ дошта бошад. Дар навбати аввал мо дар бораи нишондихандаҳои анъанавӣ- шумораи саҳифаҳои дидашуда, вақти дар сомона масрафшуда ва бозгаштҳо мегуем. Қорбари «асируфта» 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 ошкоро ва зершуурии қорбар бо маром, оҳанг ва забони нашрия тавҷам бошанд.

Илова бар умқи ва вақти ҳузур, қорбари дуруст интихобшуда метавонад сифатҳои хешро бо он ифода намояд, ки шарҳ бинависад, ба реклама тавачҷуҳ нишон диҳад, аз хидмату хидматрасониҳо истифода кунад ва дар шабакаҳои иҷтимоӣ табодули линки мақолаҳо намояд. Чунин сенария метавонад орзу бошад, вале он пурра татбиқшаванда аст, маҳз тибқи он бояд роҳи намунавӣ 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, хоҳ аудитория қалбшуда яқдафъаина бошад хоҳ тасодуфӣ. Шумораи чунин тамосҳои ташиқшуда метавонад панҷ ё даҳ бор бошад, аммо ҳадафи асосӣ яқтост- донишашаванда будани бренд, интиқоби сарлавҳаи нашрия аз миёни сарлавҳаҳои ба он монанд ва ташиқҳои мустақими қорбарон. Сабти қорбар дар сомона, обуна шудан ба хидматрасониҳо ва мавзӯҳо, иштирок дар мувоҳиса, обуна дар саҳифаҳои расмӣ ва гуруҳҳои нашрия дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва истифода аз маҳсулоти тичоратӣ ва хидматрасониҳо нағичаи гузариши бомуваффақият маҳсуб мешавад.

Аҳамиятноқӣ

Барои ба даст овардани он аудиторияе кушиш кунед, ки бо эҳтимоли қавӣ ба нашрия садоқат хоҳад дошт ва пас аз якчанд тамоси танзимшуда аз рӯйхати эълонҳо ё шуморо интихоб 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 табодул 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, пайгирӣ намудани қорбари воқеӣ қори осон нест, вале бо назардошти маҷмуи аломатҳо ин қор имқонпазир аст (умқи ҳузур дар саҳифа байни қорбари аслӣ ва робот тафовут дорад). Мушкилоти тозагии аудитория дар навбати аввал барои табодул аз тариқи «сеткаҳо» муҳим аст

Ҷуғрофия. Агар нашрия минтақавист ва пеш аз ҳама ба аудиторияи маҳаллӣ нигаронида шудааст, бояд манбаъҳо қунон танзим шаванд, ки ба маҳалли ҳудашон «уфтанд». Ва агар ҳағто фарз кунем, ки ба хабарҳои ноҳиявии шаҳр шахсони ба Масқав муҳочиршуда то ҳол мароқ зоҳир қунанд ҳам, барои рекламадиханда дақиқан мароқовар нестанд. Барои тарозуи нашрияҳои русӣ ҳам интизор меравад, ки бори паллаи аудиторияи минтақавӣ вазнинтар аст

Маълум аст, ки қор бо манбаъҳо бояд хеле фаъолона ва ҳадафмандона сурағ бигирад, ба он бояд ҳам шуъбаҳои маъсул дар пешбурди маҳсулот (бозоршиносон у продюсерон)-и нашрия ва ҳам редаксия қалб шаванд.

Қори барқвор(реқтивӣ) қавоби фаврӣ ба ҳар инхирофест, ки дар низоми трафиқи воридшаванда рух медихад. «Афтидан»- хати қач поёнтар аз ҳисоби миёнаи шабонарӯзӣ маъноӣ ҳам мушкилоти техникӣ (масалан, ҳалал дар содироти сарлавҳаҳо) ва ҳам мушкилот дар қори маҳсулоти редаксиониро дорад, яъне дар мавқеи рӯз набудан, ноқида гирифтани 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.

Пайгирии технократии вазъият ва қушиши дарёфти «санғи қоду»-и сатҳи қликзании қорбарон бемаънӣ ва хатарзо аст. Ядроӣ семантикӣ танҳо қанғаки яқум барои қалби қорбар, ишора барои тамоси аввал аст: қанғақҳои минбаъда бояд нишона ё аломатҳои муҳтавоӣ ноқир, эсклюзив, назари ғайримаъмулӣ, далелҳои тоза ё баръақс ҳулосабарории қутоҳ, қулай ва роҳати визуалӣ бошанд.

Яқ қазия.

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

Ҳангоми қустуқуӣ бевосита маълум мешавад, ки мақола ба шоҳаи дарқорӣ нарафта ба шоҳаи қамаҳамиятар афтадааст ва аз ин ру дар саҳифаи асосии қустуқуӣгар нест. Ин маъноӣ бошиддат афтодани маҳсулот дар шақли трафик аст. Ақсаран қунин ҳолат бо сабаби мувофик наомадани ядроӣ семантикӣ мақола бо ядроӣ семантикӣ умумии «шоҳа» рух

медихад. Масалан, очонсии хабарӣ (баъдан беш аз 30 нашрияи дигар ҳам) дар бораи он хабар дод, ки воҳидҳои низомии махсуси суриягӣ сарнишини тайёраи русии СУ-24-ро начот доданд

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

Муқовимат, ҷанги сард ё гушагирии одии редакцияҳо ва бахшҳои тичоратӣ-продюссерӣ нисбат ба якдигар ҳатарнок ва дурандешона нест. Танҳо ҳамкориҳои зиҷ муваффақияти нашрияро таъмин мекунад. Ин фаҳмиши он аст, ки пешбурди муфид танҳо маводи ба шаклу муҳтаво нодир дар ҷойи муносиб ва вақти муносиб аст ва баръакс бехтарин ва замонавитарин мавод бидуни пешбурди оқилона ва дуруст, метавонад боиси ҳондан 10 -20 нафар дӯстони муаллиф гардаду ҳалос.

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

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

Имрӯз ба аксуламалӣ аудитория, дархостхояш, рафтор ва пешниҳодоташ бо диққат назора қардан яке аз вазифаҳои низомофар дар қори редакцияҳо мебошад. Алоқа дигар якҷониба нест ва аудитория ҳатто ният ва хостаҳои шро ишора нақарда, ҷенқунанда ва танзимқунандаи муҳими фаъолияти қасбии редакцияҳо мешавад

Аудитория имрӯз дар равандҳои редаксионӣ нақши басо муҳимро иҷро менамояд:

- Аудиторияи шабакаҳои иҷтимоӣ тибқи қоидаи мадду ҷазр қор мекунад, ба соҳил маводи аз назари аксуламал ба мавзӯё серҳаридорро мебарорад. Редакция метавонад ва бояд ба интиқоби табиӣ тақя қунад ва он ҳам ба таври фаврӣ. Воқеан, якбора якҷанд редакцияи бузурғ низоми назорат, таҳлил ва пешгӯии худро нисбат ба аксуламали аудитория ба тамоюлҳо, тақия ва татбиқ менамоянд.
- Масалан, яке низомҳои бештар пешқадам - Velocity — аз қониби mashable.com. омода шудааст. Ин низом на танҳо фавран барқурди қорбарони шабакаҳои иҷтимоиро ба мавзуи қорӣ таҳлил мекунад, балки ҳамчунин қудрат дорад эҳтимолияти шухратёр шудани ин ё он мавзӯро вобаста ба навъи шабақаи иҷтимоӣ пешгӯй 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 ҷадвали таҷдидшавандаи Mediametrics гунҷонда мешавад, ки дар речаи вақти воқеӣ маводи дар шабакаҳои иҷтимоӣ маъруфро аз баҳши хабарӣ нишон медиҳад.
- Аудитория ба сифати нахустманбаъ кор мекунад: ҳам мафъул, вақте ки хадамоти махсуси редаксионӣ блогҳо ва шабакаҳои иҷтимоиро мониторинг мекунанд ва ҳам фоил-тавассути лоихаҳои UGC (маводи аз ҷониби корбар истеҳсолшуда).
- Аудитория ба сифати ҳаммуаллифи онлайнӣ. Жанри нав ва дар стайлгайдҳо тавсифшудае, ки фарз мекунад, ки корбар на танҳо сутуни нашрия ва гузоришро бо баҳодихӣ ё назардеҳӣ шарҳ медиҳад, балки ўро бо далелҳо, коршиносӣ, андешаҳои босалоҳият ва бо сурату наворҳои муҳим комилтар мекунад.
- Лоихаҳои муштарак ҳамчун як навъи ҳаммуаллифӣ ва истеҳсоли якҷоя, махсусан хангоми зарурати ҷамъоварӣ ва коркарди «додаҳои бузург» самараноканд ва иқтидори маҳсулоти иттилоотии аз назари мазмун баландпояро доранд.

Дар олам идораи расонаҳои бисёре дар ин ё он сатҳ дар раванди кор низоми назорат аз болои шабакаҳои иҷтимоиро барои дарёфти мавзӯҳои нав ба баҳонаҳои иттилоотӣ ворид намудаанд. Чунин назорат дар асоси пайгирии автомати аккаунтҳои расмӣ хабарсозону созмонҳо, пешвоёни андешаҳо ва ҳамчун дар асоси назорат ва коркарди ғаврии додаҳо оид ба «алангаи хоҳишҳо»-и аудитория ба ин ё он хабар дар шабакаҳои иҷтимоӣ сохта мешавад. Беш аз пеш шохидони воқеаҳо, на танҳо аввалин шуда хабар медиҳанд, балки аввалин шуда соҳиби аудитория ҳазорнафара мегарданд.

Бояд гуфт, ки муҳити иттилоотие, ки худӣ корбарон месозанд, хеле роҳат ва мусоид аст, ки редаксиҳо дар ҳоли равиши дуруст доштан-метавонанд ин фазоро ба сифати монитори бузургандоза истифода кунанд. Низоми аломатҳои муназзамшуда: «лайкгузорӣ», «азнавпосткунӣ», рейтингҳои хабарҳои маъруф ва ғайра, барои донишмандони хабар аз манбаи аввал дар речаи онлайн вучуд дорад.

Дар Русия бисёре аз нашрияҳои бузург низоми ҷалбсозӣ ва подошдеҳӣ ба корбаронро барои истеҳсоли ғаврии мавод месозанд. Лоихаи РИА «Новости» «Ты — репортер», ки то соли 2014 амал мекард, ба корбарон имкони ҷамъовариҳои ҳолҳояшонро барои ғавриҳои 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 сюжетҳояшон аз канали федералӣ намоиш дода мешуданд. Lifenews барои «гузоришгарони мардуми»-и худ пул медиҳад. Садҳо нашрияҳои русӣ ва хоричӣ дар таҷрибаи рӯзмараи касбӣ мафҳуми кор бо UGC (users generated content)-ро ҷорӣ карданд ва ба ин ғаврият 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.

Интишори мавод

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

Фарогирӣ.

Интизор меравад, ки дар тамоми соҳа, дар ояндаи наздик ба касби даромад тақдир додани муҳтаво-дигар дар вобастагӣ ба «майдонҳои» худӣ намеронанд. Гузаштани қорбар ба сомона, харидани рӯзнома, барномаҳои донлудшуда дигар шартӣ ягона ва натиҷаи ҳамқорӣ бо аудитория боқӣ намеронанд.

Ақсар нашрияҳои чандрасонаӣ ба муаллифон ангеа медуҳанд, ки бо қорбарон дар шабақаҳои иҷтимоӣ ва дар гуруҳҳои оммавии месенҷерҳо тамос бигиранд.

Як қисми мавод барои баъзе платформа ва каналҳо маҳсус мутобиқ гардонида мешавад ё дар қолабҳои маҳсус истехсол мегардад (масалан, хабарҳои фишурда барои Твиттер, матни муъҷаз ё тасвирҳо барои экранҳои иттилоотӣ, инфографикаи барои шабақаҳои иҷтимоӣ мутобиқшуда).

Ба интишори мавод ва қалби аудитория фаъолияти қорбар тавассути likes, shares (ишораҳои писандидан ва дар иштирок гузоштан) ва ғайра.. таъсир мерасонад. Паҳн намудани мавод маъноӣ таҳриқ додани воқуниши аудитория аст. Аудитория дар зоти худ канали пуққувват ва таъсиргузори интишори мавод мегардад. Пешсафони андешаҳо метавонанд даҳҳо ҳазор гузаришҳои инфиродӣ ба сомона биоқаранд.

Хабарсозон, саҳифаҳои расмии ширкатҳо дар шабақаҳои иҷтимоӣ ё сомонаҳои онҳо ҳам метавонанд дар интишори мавод фаъолон саҳм бигиранд, ба миёнарави аудиторияи худ ва нашрия тақдир ёбанд. Ақсар вақт журналист ё продюсер линқро ба маводи таҳиянамудаи хабарсозон ва ҳадамоти матбуотии ширкатҳо амдан мегузорад, то ки иқтибос ва гузаришқоро аз майдони соҳиби мавод бигирад.

Дар низоми паҳн намудани иттилоот барои қорбарон, навъҳои муҳталифи агрегарорҳои хабарсоз ews.yandex.ru, news.google.ru, news.mail.ru ва ғайраҳо нақши инқилобие анҷом доданд.

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

Яке аз падидаҳои қашмраси расонаҳои нав «вирусо» -и иттилоотӣ ва ё мавҷҳои пуқраи «вирусии» интишори мавод аст. Табиати онҳо бо табиати сурудҳои шуҳратёфта монанд аст. Метавон «вирусо» шумурд ва таҳмин қард, вале набояд ҳеҷ гоҳ муътамад буд, ки ин пешқуйиҳо қор хоҳанд қард. Дар журналистикаи хабарӣ, одатан, маводи вирусӣ

махсус сохта намешавад, балки худ ба худ ва дар бештар ҳолатҳо аз маводи истехсолкардаи корбарон пайдо мешавад.

Чаро ба дигар мақола таваччуҳ мекунад?

Яке аз баҳсҳои драмавӣ дар редакцияҳои чандрасонаӣ: чаро баъзан мақолоти камарзиштар, нокомил ва на чандон аҷиб нисбат ба маводи сифатан беҳтаре, ки бо он редакция ифтихор дорад, таваччуҳи 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 корбар ҳамвора ва дар ҳама ҷабҳаҳо идома дорад.

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

- мақола ба гуруҳи (топ) «болоҳо»-и агрегатори хабарӣ расид. Мо инро метавонем ҳамарӯза мушоҳида намоем: як сарлавҳои ягон нашрия дар ҷойҳои муҳими Яндекс. Новостей ё Google News «часпида» мемонад ;
- таваккуф дар қори алгоритмҳо ё – барои баъзе агрегаторҳо-интиҳоби дастии менечерҳо. Махсусан, боиси таассуф вақтест, ки дар «топ» аввал мақолаи қутӯҳ мемонаду маводи комил бо гузориши тасвирӣ аз ҷойи ҳодиса сарфи назар мегардад. Редакцияҳо ва продюсерони илоҷи корро пайдо карданд. Онҳо ҳодисаро 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 мекунад;

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

Мушкилоти тактикӣ дар навбати аввал метавонад бо ядрои семантикии бесамари сарлавҳа ё лиди мақола, сатҳи пасти нодир будани мақола (бознашри маъноӣ мақола аз дигар расонаҳо ва ё ҳатто баёни ҳамон далелҳо ва бо ҳамон таъбирҳо) ва мушкилоти техникӣ бо содироти сарлавҳаҳо 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: қори ғайрӣ ва босаводонаи продюсерони нашрия бо пешсафони андешаҳо, саҳифаи хеле хуб шиносонидашудаи нашрия ва ё гуруҳи расмие, ки минҷумла пешсафони андешаҳо низ, дар он шомиланд;
- мақоларо қаҳрамонони мавод дар аккаунтҳои худ иқтибос карданд, ба иштирок гузоштанд ва ретвит карданд. Фаҳмост, ки агар онҳо қаҳрамони мақола шуданд, яъне дар ин лаҳза таваччуҳи ҳосаи корбарони 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 корбар 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 таваҷҷуҳ 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 хамеша арзёбӣ шудааст, харчанд фокус-гурӯҳҳо нишон медиҳанд, ки корбар дар лаҳзаҳои breaking news маҳз ба навъи ҳодисаҳои ақсуламал нишон медиҳад, ки таҷрибааш ӯро он ҷо мебарад. Корбар, аз рӯйхати сарлавҳаҳо дар сюжетҳои агрегаторҳои хабарӣ ё линкҳо дар лентаи дӯстонаш мавод интиҳоб 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», «Ҷӯро дар саҳифаи аввал ҳамагӣ се соат нигоҳ доштанд»! .. Бисёр вақт дар мо хануз ҳам қолаби шахшудаи идроки зинабандии мақолаҳо дар «рӯзнома» ва вобастагии таваҷҷуҳи корбар 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 нашри динамикӣ, зинда ва ҳар лаҳза ивазшавандаи тасаввурот барои корбарест, ки маҳз ҳамин лаҳза вориди саҳифаи асосии манбаъ шудааст.

Бо вучуди ин, барои аксар корбарон 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 корбарон 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 хануз ҳам аксари ширкатҳои хабарӣ коркарданро аз руи услуби user centered. ёд нагирифтаанд. Дар ҳамин ҳол тамоми нашрияҳои чандрасонаии муваффақ комёбиҳои хешро маҳз дар ба кор гирифтани аз шеваи модели “ба корбарон равонашуда” мебананд.

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

Хато ё гумроҳии маъмул дар редаксияҳо ҳадафгузорӣ ва арзёбии нодурусти самаранокии “коркарди” мавзӯҳоаст. Бисёр вақт редаксияҳо дар сатҳи мантиқи толибаҳои

панҷхони тангназар андешаронӣ мекунад: мо бояд ин мавзӯро, қолабро ба платформа мутобиқ гардонида ё дар ҳар платформае он қолабро, 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 намекунад, то замоне ки меъёри самаранокӣ-“инсон дар марказ” нашоавад, на интихоби маҷмуи платформаҳо. Зохиран фарқи назаррас нест, вале он хеле драматикӣ аст.

Қорбар, истеъмолкунандаи ахбор дар зовияи чандрасонаӣ бояд чун маҷмуи хусусиятҳои антропология, 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 карда шавад.

Дар ҳамин ҳол мақсад (аксаран нохудоғоҳона ва баённашуда) нақши асосиро мебозад ва метавонад гуногун: қабули иттилоот, баҳс, табодули афкор, пур хардани ҳалои эҳсосотӣ ва ғайра бошад.

Дар аксар маврид, ба истиснои мафҳуми махсуси «экрани дуҷум», ки барои худ ҷойи хос, вақт ва муҳимаш навъи ходисаҳои худро доранд, қорбар дар ҳамин лаҳза, дар доираи нишастии якплатформагии ҳеш нияти дарёфти иттилооти таҳрифташударо дорад. Дар бораи истеъмоли чандрасонаӣ ва гунонуплатформа ва мутаносибан паҳши барномаҳо андеша ронда, мо метавонем дар бораи мутобиқгардонии муҳтаво ба платформаҳо дар вақт ва ҳолатҳои истеъмол сухан 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 ҳамкориҳои расонаҳои нав ва аудитория нав аст.