

*Шульга Д., магістрант факультету журналістики
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя*

МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ УНІАН)

У сучасному світі люди повинні мати доступ до актуальної інформації завжди і всюди. Ми існуємо у так званій ноосфері, якій допомагає технічний прогрес. Завдяки цьому симбіозу ЗМІ можуть просунути будь-яку новину де-завгодно. Кожен день з'являються нові платформи для піару, якщо навіть вони для цього не пристосовані. Недарма інтернет називають «павутиною», де все пов'язано між собою. Цьому допомагають багато алгоритмів.

Сучасним журналістам нерідко доводиться займатися різними видами роботи під час підготовки матеріалу – це і збирання інформації, і робота з текстом, і створення фото-, відео- та аудіодокументів. Закономірно, що просуванням власних медіаматеріалів – статей, репортажів, заміток тощо – майже завжди автори займаються самостійно.

Проблеми просування матеріалів в інтернеті пов'язані здебільшого із соціальними мережами та залежністю людей від них. Незважаючи на деякі негативні ефекти, цим користуються журналісти. М. Чабаненко визначила сучасний стан соціальних мереж і роль журналістики у них, дослідила феномен інтернет-залежності сучасних людей, блогерство і вплив гаджетів на сучасний інформаційний світ [1]. Б. Потятиник проаналізував історію становлення інтернету як ЗМІ, особливості роботи над журналістськими публікаціями у сучасному світі (явища відкритого журналізму, крос-промоушену, журналістики коментарів тощо) та нові ролі працівників ЗМІ [2].

Ці та інші дослідники встановили, що у просуванні активно використовуються маніпулятивні методи роботи (гучні, загадкові заголовки, інтригуючі підписи), візуалізацію (привабливі зображення, шокуючі фото) тощо. Також важливим елементом є SEO-менеджмент для підняття матеріалів у пошуковій стрічці, наприклад, набір ключових слів, правильна постановка тексту. Якщо доцільно застосувати всі можливості просування в інтернеті, то журналістові вдасться правильно позиціонувати свою роботу в інтернет-виданні, а тому приваблювати потенційних читачів, не витрачаючи на це грошей, часу та інших ресурсів.

За даними ContentMarketingInstitute 2013 [3], ЗМІ використовують контент-маркетинг для підвищення впізнаваності редакції (79 %), залучення нових користувачів (73 %) та формування лояльних читачів (64 %). До основних елементів просування контенту належать такі: публікація статей; активність у соціальних мережах; створення блогів; тематичне дослідження (кейси); випуск журналів; брендований контент на сторонніх ресурсах; подкасти. Практичне застосування контент-маркетингу поєднує в собі елементи реклами, PR, SEO-оптимізації.

Якщо розглядати просування медіаконтенту на прикладі «УНІАН», варто зазначити, що дослідити статистику кожного користувача складно, адже люди можуть бути підписані і читати різноманітні матеріали, або навіть створювати. Однак під час аналізу усього комплексу можна знайти кілька основних методів просування, які є класичними для українських інтернет-ЗМІ:

1. Ключові слова за темою, які можуть вивести на інші матеріали на цю тему, тобто читаючи матеріали з однаковими «ключами», можна безкінечно читати різні новини на якусь тему.

2. Пропоновані матеріали в іншому матеріалі: це можуть бути посилання у самому тексті і наприкінці як добірка схожих.

3. Посилання на соціальні мережі (Telegram або Facebook), бо ці мережі більш підходять для публікації тексту.

4. Для «УНІАН» є можливість створювати та просувати контент у YouTube, якщо такий відеоматеріал виходить, то він є і у текстовому форматі на сайті, де вже є посилання на соц-мережі, і так по колу.

5. Заголовки часто голосні, такі, що грають на соціальному настрої людей, залучають до матеріалу. Вони теж мають ключові слова на зразок: карта, фото, відео, наживо.

6. Категорії сайту «УНІАН» мають охоплення всіх видів користувачів, наприклад: ігри, гороскоп, рецепти, лайфхаки. Для комп'ютерних ігор навіть існує інший сайт «УНІАН Ігри» та свій телеграм-канал.

7. Кнопки прямого «шерінгу» для того, щоб поділитися новиною у будь-яких соціальних мережах.

Отже, інтеграція інтернет-ЗМІ із соцмережами має велике значення. Онлайн-платформи перетворилися на інтерактивні майданчики для їх аудиторії, де можна співпрацювати й отримувати «фідбек». Але не одні соціальні мережі допомагають просувати матеріали, від журналіста вимагають оволодіти SEO, щоб створювати дійсно цікавий і привабливий матеріал із правильною будовою. У сучасних медіасистемах велике значення мають люди, які займаються сайтом, де потрібно створити приємний та зручний дизайн. Можна сказати, що інтернет-ЗМІ та їх матеріали, які ми бачимо усюди, це приклад роботи цілої «екосистеми». Завдяки використанню зазначених методів просування новинний сайт «УНІАН» має можливість розширювати ринки збуту, підвищувати ефективність і адресність взаємодії зі споживачами, організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати та поширювати необхідну інформацію.

Список використаних джерел

1. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики. Запоріжжя: Просвіта, 2013. 112 с.
2. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навчальний посібник. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
3. Сапега Л. І., Співаковська Т. В. Особливості контент-маркетингу як самостійного елементу просування в інтернеті. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14266/1/2014_5_Sapega.pdf



*Артеменкова О. М., аспірантка кафедри інформаційних систем
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ АРХІВНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО ГЕНЕАЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Демократизація та розширення доступу до документів українських архівів спричинили підвищений попит на замовлення від фізичних та юридичних осіб на пошук інформації генеалогічного характеру, здійснення дослідження родоводів. Виконання генеалогічних запитів поступово стає одним із провідних напрямів діяльності архівів України, які зберігають унікальну джерельну базу.

З огляду на це актуальним завданням в архівній справі є впровадження та широке використання новітніх технологій зберігання й поширення інформації, що значно підвищує якість та ефективність праці архівістів, забезпечує якнайшвидший доступ до архівів пересічних громадян і дослідників зі всього світу.

Повноцінне та системне вивчення вітчизняного інструментарію генеалогічних досліджень, які є невід'ємною частиною розбудови наукової думки незалежної держави, розуміння суспільством свого коріння та ідентичності практично неможливе без найширшого використання сучасних здобутків архівознавства та джерелознавчих галузей знань. Без знання попередніх напрацювань у дослідженні цієї надзвичайно важливої для розуміння процесу державотворення теми складно рухатися далі, розвиваючи та удосконалюючи методику вивчення.

Архівна справа нині органічно вписується у загальну концепцію цифрової трансформації всієї економіки України. Водночас фахівці наголошують, що створення цифрового формату роботи архівів має базуватися на єдиних галузевих стандартах і правилах щодо створення, зберігання, обліку, опису, використання цифрових копій задля забезпечення єдиного механізму взаємодії органів влади всіх рівнів.

Складнощі впровадження інформаційних технологій зумовлені специфікою архівних установ та інформаційного середовища, стрімкістю розвитку техніко-технологічного забезпечення, що потребує постійної модифікації, організації навчання персоналу, удосконалення законодавчої бази відповідно до рівня розвитку інформаційних технологій.