

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Триняк Марія Володимирівна здобувач вищої освіти
групи 6.03.061.020.21.1, ННІ менеджменту та маркетингу
*Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця, Україна*

Науковий керівник: Яресько Катерина Вікторівна кандидат
педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри бізнес-журналістики і
цифрових медіа
*Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця, Україна*

Журналістські розслідування мають суттєве значення для суспільства, оскільки вони виявляють корупцію, порушення прав людини та інші важливі соціальні проблеми. Проте в умовах сучасного цифрового середовища їхнє ефективне поширення стає дедалі складнішим. Соціальні мережі, які є основними каналами для споживання новин, пропонують нові можливості для журналістів, але водночас створюють і певні виклики.

Алгоритми соціальних мереж є основними механізмами, які визначають, наскільки контент буде видимим і як активно він взаємодіє з аудиторією. Вони працюють на основі складних моделей машинного навчання, що аналізують поведінку користувачів, їхні вподобання, історію взаємодій та рівень активності. Одним із ключових факторів, що впливають на розповсюдження контенту, є показник зацікавленості, який включає кількість лайків, коментарів, репостів і тривалість перегляду. Чим більше користувачі взаємодіють із публікацією, тим вищі її шанси з'явитися в рекомендаціях або стрічці новин інших користувачів [4].

Проте алгоритмічні механізми часто створюють певні перешкоди для поширення журналістських розслідувань. Дослідження свідчать, що соціальні платформи віддають перевагу контенту, який викликає емоційний відгук або розважальний інтерес, що може зменшувати видимість матеріалів з серйозною

аналітичною складовою. Крім того, постійні зміни в алгоритмах ускладнюють розробку стабільних стратегій просування. Наприклад, Facebook та Instagram все частіше акцентують увагу на коротких відеоформатах (Reels) та контенті, що забезпечує тривале залучення користувачів. У цьому контексті журналістам потрібно адаптувати свої матеріали до вимог алгоритмів, використовуючи мультимедійні елементи, інтерактивні формати та підходи до сторітелінгу, які відповідають поведінковим моделям аудиторії [4;5].

Таким чином алгоритмічні системи соціальних мереж виконують суперечливу функцію у розповсюдженні журналістських розслідувань: вони надають нові можливості для досягнення широкої аудиторії, та водночас створюють перешкоди, які вимагають адаптивного підходу та врахування специфіки цифрового середовища. Дослідження механізмів функціонування цих алгоритмів є важливим завданням для сучасних журналістів, оскільки розуміння їхньої логіки дозволяє розробляти більш ефективні стратегії для поширення інформації.

Враховуючи вплив алгоритмів соціальних мереж на розповсюдження контенту, журналістам слід адаптувати свої розслідування до вимог цифрового середовища. Одним із основних способів підвищення залученості аудиторії є застосування ефективних методів подачі інформації, що відповідають сучасним тенденціям споживання контенту. Використання візуалізації даних, мультимедійних форматів та сторітелінгу робить складні розслідування більш зрозумілими та цікавими для широкої аудиторії.

Сторітелінг одним з найефективніших методів залучення аудиторії в сучасних медіа. Його суть полягає в створенні структурованих та емоційно-насичених наративів, які сприяють кращому розумінню інформації та підвищують рівень залученості користувачів. У сфері просування журналістських розслідувань у соціальних мережах сторітелінг дозволяє перетворювати складні, фактичні та часто технічні матеріали на зрозумілі та динамічні історії, які легше сприймаються широкою аудиторією [2;3].

Головна перевага сторітелінгу полягає в його здатності викликати емоційні реакції, що є важливим чинником для підвищення залученості публікацій. Алгоритми соціальних мереж, які спрямовані на взаємодію користувачів, частіше просувають контент, що стимулює обговорення, реакції та поширення. Тому використання наративних технік, таких як персоналізація історій, створення інтриги, побудова драматичної напруги та застосування яскравих візуальних образів, допомагає покращити охоплення розслідувальних матеріалів [2;3].

Журналісти можуть застосовувати сторітелінг у різних форматах, таких як короткі відео, анімовані сюжети, текстові серії в Twitter (X), інтерактивні Instagram Stories або TikTok-ролики. Ключовим моментом є поділ складної теми на частини, що спрощує її сприйняття. Наприклад, розслідування, яке охоплює великі корупційні схеми або складні фінансові операції, можна представити у вигляді серії коротких постів чи відео, кожне з яких висвітлює окремий аспект справи, поступово залучаючи аудиторію до глибшого аналізу.

Уваги при створенні контенту також потребує візуалізація, що є ключовим інструментом для ефективної комунікації в цифровому середовищі, особливо в рамках журналістських розслідувань. Вона допомагає перетворити складну та насичену фактами інформацію на більш доступну, зрозумілу та привабливу для користувачів соціальних мереж.

Однією з основних переваг візуалізації є її здатність спростити складні дані та допомогти аудиторії швидко усвідомити ключові тези розслідування. Це особливо актуально для розслідувань, що містять велику кількість фінансових документів, статистичних даних або схем зв'язків між різними учасниками. Наприклад, корупційні розслідування, які включають складні грошові потоки та офшорні зв'язки, можуть бути значно ефективнішими, якщо їх представити у вигляді візуальних матеріалів.

Формати візуального контенту можуть змінюватися в залежності від специфіки платформи. У Twitter (X) ефективно працюють інфографіки з основними даними та короткі відео, тоді як у Facebook і Instagram популярні

каруселі з візуальними елементами. У TikTok і YouTube Shorts акцент робиться на динамічні відео з текстовими поясненнями. Додатково, інтерактивні елементи, такі як інтерактивні карти, хронології подій або візуальні симуляції, можуть значно покращити сприйняття та запам'ятовування інформації [1;6].

Незважаючи на великі можливості, які соціальні мережі пропонують для просування журналістських розслідувань, цей процес залишається складним і вимагає адаптивних стратегій. Застосування сторітелінгу та візуалізації може підвищити залученість аудиторії та поліпшити розуміння складних тем, але цього недостатньо для подолання всіх викликів. Журналісти стикаються з алгоритмічними обмеженнями, конкуренцією з розважальним контентом, а також ризиками дезінформації та маніпуляцій.

Крім того, соціальні мережі не забезпечують тривалої видимості контенту: через швидкість інформаційного потоку навіть добре підготовлені розслідування можуть швидко втратити свою актуальність. Це вимагає постійного оновлення контенту, повторного залучення уваги аудиторії та використання багатоканального підходу. Журналістам необхідно комбінувати різні формати, залучати інфлюенсерів і використовувати рекламу для забезпечення охоплення.

Водночас, прогрес технологій та нові методи роботи з цифровими платформами відкривають нові можливості для покращення просування журналістських розслідувань. Застосування штучного інтелекту для аналізу трендів, впровадження нових інтерактивних форматів та розширення співпраці з громадськими ініціативами можуть підвищити ефективність розповсюдження розслідувань.

Враховуючи ці фактори, подальший розвиток стратегій просування журналістських матеріалів у соціальних мережах вимагає комплексного підходу. Слід враховувати не лише технічні та алгоритмічні особливості платформ, а й соціальні аспекти, такі як довіра аудиторії та її залученість до важливих суспільних тем.

Список використаних джерел

1. Інфографіка, скрайбінг та інші види візуалу для соцмереж як спосіб донести складне до цільової аудиторії та підняти залученість - блог Webpromoexperts. Навчання в школі інтернет маркетингу WebPromoExperts | Курси для маркетолога. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/infografika-skraybing-i-drugie-vidy-vizuala-dlya-socsetey-kak-sposob-donesti-slozhnoe-celevoy-auditorii-i-podnyat-vovlechnost/>.
2. Сторітелінг – що це: приклади, технології та застосування- Ukrainian Digital Community. Ukrainian Digital Community. URL: <https://ukrainsiandigital.com/storitelinh/>.
3. Сторітелінг – як потужний інструмент просування для бізнесу. Школа бізнесу. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/storiteling-yak-potuzhnij-instrument-prosuvannya-dlya-biznesu>.
4. Як працюють алгоритми Instagram у 2024: як їх розуміти й впливати на них. KUKURUDZA. URL: <https://kukurudza.com/blog/yak-pracyuyut-algorytmy-instagramu2024/#:~:text=Алгоритми%20соціальних%20мереж%20–%20що%20це,публікацію,%20взаємодіє%20та%20цікавиться%20нею>
5. Як просувати сторінку Instagram у 2024 році – Блог Ланет CLICK. Ланет CLICK | Digital-агентство. URL: <https://lanet.click/yak-pracyuyut-algoritmi-prosuvannya-v-instagram-u-2024-roci/>.
6. 6 типів візуального контенту, який потрібно використовувати для просування - Genius.Space. Genius.Space. URL: <https://genius.space/lab/6-vidov-vizualnogo-konteta-kotye-tebe-nuzhno-izopoluzovo-dlya-prodvytsya/>.