

НОВИННІ ОНЛАЙН-МЕДІА У ДІДЖИТАЛІЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Поява діджиталізованої економіки в процесі розвитку мережі інтернет мала передбачуваний характер, оскільки значний успіх онлайн-простору означав можливість монетизації та заробітку. Для виробників контенту інтернет стає пріоритетною платформою, оскільки є запитаним у споживачів, дозволяє підвищити рівень клієнтоорієнтованості шляхом швидкості подання інформації, зручності доступу у будь-який час, адаптації контенту під уподобання читачів завдяки щоденному аналізу клікабельності, часу перегляду, частоти відвідування та інших показників медіаметрії. Онлайн-медіа стають більш привабливим і для рекламодавців завдяки налаштуванням таргетування і моніторингу ефективності у розрізі конкретних рекламних джерел.

В свою чергу, цифрова економіка за останні два десятиліття, з кінця 20 століття до 21 століття, встановила значення нематеріальних благ – новини та розваги – як одне із основ сучасного суспільства, в яких економіка і торгівля диктують власні правила [1]. Цифрова економіка – це модель взаємодії всіх учасників економічних процесів інформаційного суспільства, яка побудована на використанні інформаційно-комунікаційних технологій (далі ІКТ) та електронних каналах зв'язку із застосуванням електронного документообігу [2]. Її характерними ознаками є:

1. широке застосування ІКТ та мережі Інтернет;
2. максимальна автоматизація бізнес-процесів суб'єктів підприємництва;
3. використання електронного документообігу;
4. збільшення питомої ваги ІКТ, інформаційних продуктів і послуг у ВВП;
5. доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб в інформаційних продуктах і послугах;
6. розвиток глобального цифрового ринку [2].

Цифрова економіка – це не окрема галузь, а віртуальне середовище, яке доповнює нашу реальність. Іншими словами – це економіка віртуальних світів [3].

Особливу увагу доцільно звернути на таку галузь діджиталізованої економіки як онлайн-медіа, а саме на новинні сайти, поскільки вони найповніше узгоджують запити споживачів і можливості інтернету, а саме, оперативність, зручність, доступ до глобального контенту будь-якої тематики. Новинні веб-сайти – це постійний потік і циркуляція різного роду інформації. На сьогодні інформаційна пропозиція експоненціально більша, ніж її попит, що в свою чергу спонукає споживачів ретельніше підходити до вибору інформації, яку сприймати.

Найбільшу частку на ринку за відвідуваністю займає інтернет-сервіс новин “Ukr.net”. На другому місці – “Цензор.НЕТ” – це український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. Протягом 2020 року цей сайт займав лідируючі позиції рейтингу, але згідно даних SimilarWeb за січень 2021 року він поступився місцем інтернет-сервісу “Ukr.net” [4].

За проведенням порівняльним аналізом, успіх сервісу “Ukr.net” можна пояснити комплексним характером структури подачі контенту. Адже за більшістю показників, які взято для порівняння, обрані онлайн-медіа схожі між собою. Але особливість “Ukr.net” полягає в тому, що новини, які публікуються не є авторськими, а надаються з інших джерел. Тому для користувачів це доволі зручно, адже існує можливість відразу побачити всі новини з головних українських онлайн-редакцій без додаткового пошуку. Але тоді можна виявити залежність інтернет-сервісу “Ukr.net” від новинних сайтів. Якщо вони перестануть публікувати новини, то “Ukr.net” зникне або змінить свій вектор діяльності.

З метою збільшення відвідуваності сайтів та залученості аудиторії, створення додаткових можливостей для монетизації контенту редакціям новинних сайтів доцільно дотримуватися таких рекомендацій:

1. ставити в пріоритет якість матеріалу, а не його кількість;
2. залучати аудиторію до продукування контенту;
3. проводити читацько-орієнтовану політику, гнучко і оперативно реагувати на запити читачів;
4. розміщувати матеріали, орієнтовані не лише на високу клікабельність, а і значущі для розвитку суспільства, для залучення рекламодавців;
5. постійно здійснювати моніторинг ринку, аналітику своєї діяльності та впроваджувати відповідні удосконалення. Розглянемо порівняльну характеристику новинних порталів України (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика новинних порталів України

Показник	Ukr.net	Censor.net	obozrevatel.com	pravda.com.ua	strana.ua
Аудиторія	доросле населення				
Тип контенту	новини-передруки	переважно політичні новини; “емоційні новини”	переважно суспільні та політичні новини	політичні, суспільні новини	переважно суспільні та політичні новини
Рубрикація	новини поділені за тематикою; погода; посилання на магазини та корисні ресурси	поділ за тематикою, блоги, новини світу, теми дня, форум	поділ на “супертоп, головне, важливе” та за тематикою новин (політика, економіка, світ), додаткові проекти (“ObozLepta”, “ObozStudy”)	поділ на новини, публікації, колонки, інтерв'ю, блоги, проекти “Економічна правда”, “ТаблоID”, “Європейська правда”	поділ за тематикою, рубрика стрічки соцмереж
Оновлюваність	до 15 хвилин ввечері; до 5 хвилин вдень				
Наявність мультимедійного контенту	лише посилання на першоджерела новин	інфографіка, фото та відео контент	інфографіка, фото та відео контент, лонгріди	інфографіка, фото та відео контент, подкасти	наявний відео та фото контент
Використання інших платформ	Telegram, Facebook, Twitter, YouTube, але давно немає активу	Facebook, Twitter, YouTube, Telegram	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Google новини, телеканал, журнал, радіо	Facebook, Twitter, YouTube, Telegram, Instagram,	Telegram, Facebook, Twitter, YouTube, Viber
Мобільна версія	наявна				

Джерело: сформовано авторами

Отже, розвиток онлайн-простору збільшує можливості для взаємодії з аудиторією та платформи для подачі інформації. Наразі новинні онлайн-портали мають достатньо важелів для здійснення інформатизації суспільства. На українському ринку лідируючу позицію в сегменті задоволення інформаційних потреб займає інтернет-сервіс “Ukr.net”. Дану оцінку він отримав за рахунок комплексності та оперативності подання інформації. Основними перевагами онлайн-медіа, порівнюючи з традиційними медіа, є швидкість подання та оновлення новин, спрощена комунікація, більш повна обізнаність про свою аудиторію, досконаліші можливості таргетування, вищий рівень інтеграції у глобальний інформаційний простір. Правильне використання комунікативного потенціалу матиме позитивний вплив на їхню діяльність та відкриє нові можливості для розвитку і монетизації.

Література:

1. Javier Odriozola-Chéné. The International Online Media Agenda: New Media, Old Agenda, 2014. С. 24. URL: https://www.researchgate.net/publication/275343329_The_International_Online_Media_Agenda_New_Media_Old_Agenda (the date of application: 11.03.2021).
2. Матвейчук Л. О. Цифрова економіка: Теоретичні аспекти. 2018. С. 199. URL: <http://visnykznu.org/issues/2018/2018-econ-4/20.pdf> (дата звернення 15.03.2020).
3. Батракова Т. І., Линовецька В. Ю. Особливості та принципи цифрової економіки в Україні. 2018. С. 94. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/623580.pdf> (дата звернення 18.03.2020).
4. Трафік веб-сайтів. URL: https://www.similarweb.com/?utm_source=adwords&utm_medium=paid&utm_campaign=gs_sch_brand_similar_row&gclid=CjwKCAjwgOGCBhAIEiwA7FUXkvkNcCzN_TexUbMmxP1xDjUODK8iSlr8XcYbvZn92Ag_bqC5wrtTRoCpxcQAvD_BwE (the date of application: 20.03.2020).