

ПРИНЦИП ОПЕРАТИВНОСТІ У НОВИННІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ТА АЛГОРИТМ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK. КЛЮЧОВІ ДЕФІНІЦІЇ НА ПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Смусь А. Г.

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри соціальних комунікацій
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана Дем'ячука*

Початок 2004-го року ознаменувався появою у Сполучених Штатах Америки соціальної мережі Facebook. Новітня комунікаційна платформа стрімко набрала популярності по всьому світу. В Україні, станом на вересень 2019 року, кількість активних користувачів склала 13 млн. [4]. У 2023-му році згадана соціальна мережа, попри появу альтернативних електронних медіаплатформ, лишається однією з найпопулярніших серед активних користувачів соціальних мереж, лівову частку яких становлять регіональні засоби масової комунікації.

Перехід від традиційної платформи подачі інформації (газета, телерадіоэфір), до конвергентної (створення веб-сайту видання, офіційних сторінок у соціальних мережах), у багатьох ЗМК Рівненської області відбувався поступово. Станом на 2023-й, згідно з нашими дослідженнями, всі регіональні редакції електронних та друкованих ЗМК області мають власні офіційні сторінки у мережі Facebook. Алгоритм, згідно з яким їх використовують рівненські медіа, полягає в оперативному дублюванні коротких інформаційних повідомлень, розміщених на веб-сайтах видання з їх подальшим експортуванням у Facebook на офіційні сторінки власних ЗМК.

Саме оперативне відтворення інформаційного повідомлення регіональними редакціями на власних соціальних платформах з одного боку є закономірним та важливим, адже одним з головних принципів новинної журналістики є оперативність [12]. Водночас робота виключно за таким алгоритмом у соціальних мережах не дає рівненським ЗМК очікуваного ефекту: охоплення публікації, високу статистику від її перегляду, активне коментування підписниками новини, перепостингу та збільшення кількості нових користувачів.

На прикладі сторінок мережі Facebook двох регіональних рейтингових видань «Рівне вечірне» (49 тисяч підписників) та «Рівне медіа» (26 тисяч підписників) ми проаналізували розміщення аналогічного інформаційного повідомлення, яке мало місце 3 вересня 2023-го року на Рівненщині: ДТП, в якому постраждало дві сім'ї [2]. Видання «Рівне медіа» оприлюднило дану інформацію на своїй сторінці того ж дня о 19:55 і отримало три вподобайки та один репостинг. Видання «Рівне вечірне» розмістило на своїй сторінці аналогічне повідомлення о 20:53. Показник – 23 вподобайки та три пере поширення [3]. Натомість сама подія мала місце в обідню пору. Поцікавившись причиною розміщення повідомлень у такий час,

отримали інформацію – редакції відштовхувались від найбільш сприятливих для перегляду повідомлення користувачами соціальної мережі часових рамок. Відтак, можемо спостерігати – найактивніше рівненські підписники користуються інформаційними сторінками у вечірню пору доби – з 20:00 по 22:00.

Актуальність даного дослідження полягає у тому, що алгоритм мережі Facebook має індивідуальні налаштування роботи з контентом, з якими рівненські видання змушені рахуватись, аби збільшувати кількість своїх підписників і підвищувати власні рейтинги.

Мережа Facebook бере до уваги такі показники при ранжуванні контенту:

- *Хто це опублікував*: в першу чергу алгоритм показує публікації ваших друзів, адже такі дописи сподобаються користувачеві з більшою ймовірністю.

- *Вподобання та інтереси користувача*: Facebook знає, з яким типом контенту (фотографії, відео, текстові дописи тощо) користувач краще взаємодіє, виходячи з його минулої поведінки. Завдяки цьому у стрічці визначається пріоритетність публікацій.

- *Залученість публікації*: кількість взаємодій із дописом (уподобання, коментарі, поширення) також впливає на ранжування. [7].

Мета нашого дослідження полягає у вивченні алгоритму роботи мережі Facebook з інформаційними повідомленнями на прикладі рівненських ЗМК та пошуку сприятливої моделі роботи з текстом, з врахуванням головних та засадничих принципів новинної журналістики, які лишаються незмінними у роботі з інформацією для всіх без виключення професійних медіа. Головний з яких це принцип оперативності.

Темі видозмін тексту та його новітніх форм застосування в соціальних мережах приділило увагу чимало науковців. Зокрема А. Л. Татаренко [10] досліджує поняття гіпертексту та походження окремих аспектів функціонування термінів. Темі роботи алгоритму Facebook та вивчення сприятливих часових рамок для постигну своє дослідження присвятила Кузнецова А. [9]. Смарт освіту як нову освітню парадигму досліджував Орендарчук Г. О. Комунікативну парадигму суспільного розвитку досліджували О. В. Соснін, А. М. Михненко, Л. В. Литвинова. На детальному аналізі основ журналістської етики за нових умов зупинився Іванов В. Ф.

Вивчення роботи алгоритму соціальних медіа сьогодні є вкрай важливою та актуальною проблемою. Цифровізація інформаційного контенту фактично залучила усі без винятку засоби масової комунікації. Конвергентність редакцій рівненських ЗМК дала можливість охопити своїм контентом нову кількість аудиторії. Головною та ключовою проблемою для усіх ЗМК є не лише можливість збільшення кількості нових підписників, а й утримання їх на своїх цифрових платформах, дотримуючись принципу оперативної подачі інформації. Саме вивчення роботи алгоритму соціальних мереж дає таку можливість.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За заг. ред. В.Ф.Іванова. К.: Академія української преси, 2004. 262 с. 7.

2. Видання «Рівне вечірне» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://rivnepost.rv.ua/news/zitknennya-nepodalik-berezhnoho-ditina-zahinula-bahato-travmovanikh-foto>
3. Видання «Рівне медіа» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://rivne.media/news/vodiy-viizhdzhav-z-uzbichchya-vidomi-detali-smertelnoi-dtp-u-rivnenskomu-rayoni-foto>
4. Вікіпедія. Історія створення мережі Facebook. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Facebook>
5. Закон України “Про інформацію” від 01.07.2005р. №2657-ХІІ / Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Іванов В.Ф., Сердюк В.С. Журналістська етика. К., 2007
7. Найкращий час для постигну у Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/najkrashij-chas-dlya-postingu-u-facebook-u-2023-roci/#>
8. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації : наук. вид. / Г. Г. Почепцов. – К.: Спілка рекламистів України, 2006. – 175 с.
9. Різун В.В. Теорія масової комунікації . - <http://journalib.univ.kiev.ua/lec>.
10. Татаренко А.Л. «Гіпертекст», «гіпертекстуальність», «єргодична література»: походження та окремі аспекти функціонування термінів: [Електронний ресурс]. Алла Татаренко // Доступно з: <http://surl.li/athpe>.
11. Українська інтернет-революція [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=Gcgt4K7gb4>
12. Фіхтеліус Ерік. Десять заповідей журналістики. Стокгольм, 1999.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

НОРМАЛІЗАЦІЯ СПОСТЕРЕЖЕНЬ МЕТОДАМИ НЕКЛАСИЧНОЇ ТЕОРІЇ ПОХИБОК

Джунь Й. В.

*доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри математичного моделювання
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»*

В 1809 р. К. Ф. Гаусс опублікував свою роботу по методу найменших квадратів (МНК) – першому у світі способу математичного моделювання і дав йому теоретичне обґрунтування [1]. Але перший тріумф МНК стався дещо раніше 1802 р. і має відношення до «зорі долі» Гаусса – малої планети Церери. Її відкрив італієць Дж. Піацці 01.01.1801 р., але тільки 9 градусів її орбіти були відомі на момент 11.02.1801 р., коли вона зникла в променях Сонця. Вчені Європи готувались до того, щоб відкрити її знову коли вона мала появиться у грудні 1801 р. чи в січні 1802 р. Вчені опублікували прогнози тих ділянок неба де мала появиться Церера. Прогноз Гаусса, розрахований на основі МНК, сильно відрізнявся від інших і дуже розширював область неба де мала появиться зникла планета. В новорічну ніч 1802 р. вчені побачили Цереру в точках неба, передбачених Гауссом. Це відкриття зробило Гаусса знаменитим в усій Європі.