

ШЛАПАК С. О.
студентка спеціальності «Журналістика»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»,
м. Київ,
shlapakso@krok.edu.ua

ВОВЧЕНКО О. В.
к.е.н., доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики,
Університет економіки та права «КРОК»,
м. Київ,
VovchenkoOV@krok.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-7502-5702>

ТЕМАТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ ДІЛОВОГО ВИДАННЯ

У світі швидких змін та глибоких трансформацій, де економіка й інформаційний простір тісно пов'язані, розуміння того, як саме ділові видання вибирають теми, структурують інформацію та впливають на сприйняття бізнес-подій, стає критично важливим. Зростання конкуренції, вплив технологій на медіапростір, та потреба у точній та адаптованій інформації для бізнес-спільноти роблять цю тему актуальною для вивчення. Аналіз тематики та структури ділових видань допоможе розкрити стратегічні вибори журналістів, визначити їхню роль у формуванні образу економічної реальності та забезпечити якісну інформаційну взаємодію у глобальному медіапросторі.

Дослідження тематичних та структурних особливостей контенту ділових видань відкриває перед журналістами та редакціями широкий простір для покращення якості та ефективності висвітлення економічних та корпоративних подій. Журналісти повинні бути уважними до актуальних аспектів бізнес-життя та стратегічно обирати теми для висвітлення. Для поліпшення цього процесу рекомендується стежити за тенденціями в економіці, вивчати потреби читачів та уважно аналізувати конкурентні матеріали. Забезпечення різноманітності тем підвищує привабливість видання для аудиторії [4, с. 47].

Щодо виявлення стратегічних виборів у висвітленні подій, важливо

розуміти вплив редакційної політики та журналістської позиції на сприйняття інформації [3, с. 48]. Рекомендується активно взаємодіяти з читачами, отримувати їхній фідбек, а також розвивати механізми взаємодії з експертами для отримання додаткових точок зору.

Визначення особливостей організації матеріалу має вирішальне значення для ефективного сприйняття інформації. Потрібно ретельно планувати структуру матеріалів, використовувати чітке формулювання заголовків та підзаголовків, а також робити акцент на ключові точки. Важливо збалансувати текст щодо глибини та доступності інформації, щоб задовольнити потреби різних аудиторій.

Розробка практичних рекомендацій є важливою складовою дослідження, оскільки вона визначає напрямки для покращення професійної діяльності. Рекомендації мають на меті підвищити ефективність висвітлення бізнес-тем та адаптацію до сучасних вимог інформаційного середовища. Серед них можуть бути такі конкретні поради, як регулярне оновлення тематичного плану, використання інтерактивних елементів для залучення читачів, та використання аналітичних інструментів для визначення популярності тем. На сьогодні українські мас-медіа відзначаються конкретними національними особливостями та тенденціями, відмінностями від англійських чи німецьких медіасистем, які визначаються традиціями. Це свідчить про те, що процес формування вітчизняного медіаринку ще не завершений і вимагає подальшого розвитку та удосконалення [2, с. 116].

Ділові видання визначаються конкретними тематичними та структурними особливостями, які спрямовані на задоволення інформаційних потреб бізнес-спільноти та формування образу економічного середовища (табл. 1).

Тематичні та структурні особливості контенту ділового видання

Ознака	Характеристика
Широкий спектр економічних тем	Ділові видання акцентують увагу на широкому спектрі економічних тем, включаючи, але не обмежуючись, фінансовими ринками, корпоративними подіями, економічними тенденціями та підприємницькою діяльністю. Такий розмах тем відображає багатогранність економічного життя та відповідає інформаційним потребам різних сегментів аудиторії.
Глибока аналітика та експертний огляд	Ділові видання вирізняються глибокою аналітикою та експертними оглядами економічних подій. Журналісти, спеціалізовані в галузі, надають читачам не лише факти, а й глибокий розбір ситуації, аналіз впливу та експертні перспективи.
Комплексне висвітлення корпоративних подій	Контент ділових видань включає комплексне висвітлення корпоративних подій, від фінансових результатів компаній до стратегічних рішень управління. Це дозволяє читачам здійснювати об'єктивну оцінку стану підприємств та галузей економіки.
Інтерактивні графіки та діаграми	Сучасні ділові видання активно використовують інтерактивні графіки та діаграми для візуалізації статистичних даних, фінансових показників та трендів. Це надає читачам зручний інструмент для аналізу складних економічних питань.
Розширена мультимедійна платформа	Ділові видання активно використовують розширені мультимедійні платформи, щоб надати читачам більше можливостей отримання інформації. Відеорепортажі, подкасти та інтерактивні елементи доповнюють текстовий контент.
Структурна чіткість та логічність	Структура матеріалів в ділових виданнях характеризується чіткістю та логічністю. Це включає чітку ієрархію заголовків, підзаголовків та тексту, що допомагає читачам ефективно сприймати інформацію.
Орієнтація на бізнес-цільову аудиторію	Ділові видання акцентують на орієнтації контенту на бізнес-цільову аудиторію. Вони створюють матеріали, спрямовані на менеджмент, підприємців та фахівців у галузі.

Ці тематичні та структурні особливості ділових видань обумовлені потребами сучасної бізнес-спільноти в глибокому та комплексному розумінні економічних аспектів та корпоративних подій. Представники малого та середнього бізнесу в регіонах фактично опинилися в інформаційному вакуумі, оскільки окремі галузі ділової активності в Україні не мають відповідного інформаційного «покриття» ні на місцевому, ні на національному рівнях. Ймовірно, ця нестабільність призводить до того, що преса, позиціонуючи себе як ділову, інтегрує елементи масовізованості в свій контент. Такі проблеми на ринку ділової преси України перш за все обумовлені його несформованістю та скороченням темпів становлення національної, незалежної економічної періодики.

Визначимо практичні рекомендації для журналістів та редакцій, які спрямовані на підвищення ефективності висвітлення бізнес-тем та адаптацію до вимог сучасного інформаційного середовища: систематичне оновлення

тематичного плану; вивчення читацьких переваг; активна комунікація з аудиторією [1]. Ці рекомендації покликані сприяти підвищенню якості та ефективності висвітлення бізнес-тем у ділових виданнях, створюючи умови для взаєморозуміння та взаємодії в умовах сучасного медіапростору.

Тобто, дослідження тематичних та структурних особливостей контенту ділових видань дозволяє журналістам та редакціям не лише аналізувати, але і конкретно вдосконалювати свою професійну практику. Практичні рекомендації, вивчені під час дослідження, стануть цінним ресурсом для вдосконалення якості інформаційного взаємодії в економічному сегменті медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Друль Н. Ділові інтернет-видання в системі ЗМІ України. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. Вип. 37. С. 290-294.
2. Дудченко Л. М. Ділова преса України : монографія. Суми : Сумський державний університет, 2019. 154 с.
3. Кукушкін О. М. Стратегія розвитку вітчизняних періодичних видань (на прикладі газети «Бизнес»). URL : <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/43/9.pdf>
4. Sokolova S., Ivanova I. Social Communications in Business Environment : Scientific monograph. Warsaw : Gasperi University of Euroregional Economy in Józefów. 2022. 295 p.