

Пустовалов А. В.
Россия, Пермь

ИНТЕГРАЦИЯ КРУПНЕЙШИХ ИЗДАНИЙ США В FACEBOOK

Каждый восьмой житель Земли имеет аккаунт в социальной сети *Facebook*: примерно такую цифру мы получим, если возьмем 7 миллиардов жителей планеты¹ и поделим на 900 миллионов – столько пользователей *Facebook* насчитывает к маю 2012 г.² Кроме того, статистические данные указывают на то, что в месяц пользователи *Facebook* проводят там 700 миллиардов минут, а каждый в среднем за месяц – пятнадцать с половиной часов!³

Естественно, что те структуры – и общественные, и коммерческие, которым нужна новая аудитория, – заинтересованы в освоении огромных возможностей крупнейшей в мире социальной сети. На сегодняшний день *Facebook* оставил далеко позади своих конкурентов (526 млн. активной суточной аудитории!⁴), и не исключение популярнейшие отечественные сети, гордящиеся статусом международных, – *Вконтакте* (35 млн. ежедневных посетителей⁵) и *Одноклассники* (31 млн. посетителей в сутки)⁶. *Facebook* – второй (после *Google*) в мире ресурс по посещаемости⁷.

Все это делает *Facebook* весьма привлекательным для газетной прессы, которая сегодня, переходя в веб и постепенно утрачивая печатную форму, существенным образом меняет свою природу. В Интернете газеты находят новую аудиторию, в разы и даже в десятки раз превышающую по численности прежнюю. Часть этой аудитории, причем не так давно, газеты нашли именно в социальных сетях. Нам интересно посмотреть, как пять крупнейших газет США (*New York Times*,

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО СМИ И ИНТЕРНЕТА

Wall Street Journal, USA Today, Washington Post, Los Angeles Times) работают в *Facebook*.

Как и большинство крупных веб-ресурсов, для каждого материала газеты предлагают иконки, приглашающие пользователя опубликовать материал на своей страничке. Первой в ряду таких иконок обычно является иконка *Facebook*, затем – *Twitter*. Будучи опубликованным на странице, такой материал доступен для дальнейших действий – комментариев и лайков владельца аккаунта и его друзей.

Однако этим они не ограничиваются, стремясь обязательно обрести собственное представительство в *Facebook*. Двумя самыми распространенными формами интеграции СМИ в эту социальную сеть являются:

1. Основание официальной страницы, где пользователь может читать и комментировать статьи, ставить лайки, делать перепосты на своей странице. Одна из недавних, но очень примечательных новинок (объявленная в сентябре 2011 г., и полностью реализованная к 31 марта 2012 г.) – *хроника (timeline)*, позволяющая отсматривать предыдущие публикации страницы. Издания, имеющие аккаунт в *Facebook*, максимально воспользовались возможностями этой услуги, добавив публикации так, что теперь пользователь может просматривать материалы, появившиеся едва ли не с самого основания данного СМИ (если коммерческая политика издания этому не противоречит).

2. Создание специальных приложений, облегчающих путь к материалам газеты: пользователь может читать новости, не выходя из своего аккаунта; понравившимися новостями можно сразу поделиться с друзьями, опубликовав их на своей страничке. Причём приложения создаются не только для компьютера, но и для мобильных устройств (*iPad, iPone, Android* и пр.).

Рассмотрим, как каждая из пяти выбранных газет (в порядке убывания тиража печатных версий) использует эти возможности. Сравним будем только главные странички: кроме них, газеты имеют обычно еще несколько страничек, отражающих разные тематические блоки (спорт, мультимедиа, развлечения, и пр.).

USA Today

Газета запустила онлайн-версию 17 апреля 1995 г. Примечательно, что эта ежедневная газета, имеющая в США самый большой тираж печатной версии⁸, после реструктуризации службы новостей в 2010 г. объявила о переносе основных интересов с печатной на веб-версию.

Была создана также официальная страница газеты в *Facebook* (<http://www.facebook.com/usatoday>); с тех пор без членства в *Facebook*

нельзя комментировать ее статьи онлайн. 29 апреля 2012 г. страничка была снабжена хроникой⁹, позволяющей отсматривать ее наиболее примечательные публикации с 15 сентября 1982 г. На конец мая 2012 г. страничка имеет 113 тыс. лайков (достаточно скромная в сравнении с другими газетами цифра).

19 января 2012 г. газета объявила о запуске *USA TODAY + Me* – приложения для *Facebook* (<http://apps.facebook.com/usatodayplusme/>) (ориентируясь на уже имеющиеся аналоги, например, на *Washington Post Social Reader*). Пользователи сами могут выбирать дизайн, а также новостные потоки; опция *My News Feed* позволяет знакомиться с теми публикациями газеты, которые получили в *Facebook* наибольшее количество перепостов и лайков. *USA TODAY + Me* имеет версии для *iPad*, *iPhone* и *Android*.

Wall Street Journal

Страничка газеты в *Facebook* (<http://www.facebook.com/wsj>) имеет 501 тыс. лайков, занимая таким образом второе место среди пяти газет по предпочтениям пользователей. Она была создана 7 ноября 2007 г. 20 сентября 2011 г. запустила приложение для социальных сетей *WSJ Social* (<http://apps.facebook.com/wsjsocial/>)¹⁰, выйти на него можно сразу с главной страницы газеты. Подобно аналогичным приложениям (*Washington Post Social Reader*, *USA Today + Me*, и пр.) оно позволяет читать и публиковать новости газеты на своей страничке в *Facebook*, однако, в отличие от других, как предупреждает «Центр помощи и информации» газеты, бесплатная версия приложения доступна только в течение ограниченного периода, после которого пользоваться им смогут только те, кто имеет платную подписку на онлайн-версию. Такое условие – вполне в духе финансовой политики *The Wall Street Journal*.

New York Times

Газета является фаворитом социальных сетей: в *Facebook* (<http://www.facebook.com/nytimes>) уже который год она самая популярная у пользователей. Открытая 29 октября 2007 г., на сегодняшний день эта газета имеет 2,2 млн. лайков. (Внушительно также ее присутствие в *Twitter*: 5,2 млн. последователей, тогда как у *Wall Street Journal* – 1,760 млн., у *Washington Post* – 1 млн., у *USA Today* – 313 тыс., у *Los Angeles Times* – 290 тыс.).

Удачнее всех газета воспользовалась недавней новинкой – хроникой. Если *Wall Street Journal*, еще один патриарх и веб-соперник *New York Times*, воспользовался новшеством достаточно формально, то *New York Times*, по словам Б. Маккарти, главного редактора портала *The Next Web*, «превратила свою страницу в настоящий урок истории».

«Удивительно, - продолжает он, это – прогулка по времени жизни одного из старейших изданий США, она стоит нескольких минут вашего времени. Это замечательное использование фейсбуковской хроники, поднимающее вопрос, может ли сам *Facebook* стать важным источником для студентов и историков»¹¹.

Действительно, хронику на этом аккаунте можно отлистать до 1851 г., до самого дня основания газеты! Вот как 29 февраля 2012 г. было объявлено о появлении этой услуги на страничке газеты: «Мы рады представить вам нашу хронику, представляющую самые интересные моменты нашей более чем 160-летней истории. Зайдите в наш отдел новостей во время президентских выборов 1928 года. Посмотрите, как работают наши репортеры во время затмения 1977 г. Вы также найдете здесь появление в качестве гостя Мерилин Монро в 1950-х гг. Мы планируем постоянно обновлять информацию о ключевых событиях с 1851 по настоящее время»¹².

Los Angeles Times

Страничка газеты в *Facebook* (<http://www.facebook.com/latimes>) имеет 236 тыс. лайков, обгоняя таким образом *USA Today*. Если сравнивать со страничкой *The New York Times*, то можно отметить, что хроника здесь реализована весьма скупо. Из нее можно понять, что страничка на *Facebook* появилась у газеты 12 ноября 2007 г.

Washington Post

Газета вышла в веб-версии в июле 1996 г., а страничку в *Facebook* (<http://www.facebook.com/washingtonpost>) запустила 7 ноября 2007 г.; она имеет 386 тыс. лайков.

Популярное приложение газеты, созданное специально для *Facebook* – это *Social Reader* (<http://apps.facebook.com/wpsocialreader/>). Оно было запущено в августе 2011 г.: фактически *Washington Post* стала первой¹³ среди газет мира, разработавшей такое приложение для *Facebook*. На сегодняшний день у приложения – 17,4 млн. активных пользователей. 7 февраля 2012 г. газета объявила о том, что *Social Reader* стал доступен через мобильные устройства *iPhone*, *iPad*, *Android* и *Kindle Fire*¹⁴.

Попробуем поразмышлять, какие последствия могут иметь вышеописанные процессы.

1. Читатель получает возможность выбора, он обращается к тому варианту газеты, который ему более удобен. Если был ранее доступен только бумажный вариант, то теперь наравне с ним есть официальный веб-ресурс, страница в *Facebook*, а иногда и специальное приложение для этой сети. Кроме того, крупные газеты сегодня спешат обзавестись версиями для мобильных устройств. Вполне естественно, что аудито-

рия газеты увеличивается в несколько, а порой – в несколько десятков раз.

2. Завсегдатаи социальных сетей, которые зачастую не желают их покидать, обретают возможность именно так читать газетные материалы – на их официальных страничках в *Facebook* или через приложения (*Social Reader, USA Today + Me, WSJ Social*, и пр.).

3. В отличие от веб-версии версия *Facebook* содержит меньше материалов, однако лишена рекламы. Соответственно, такая страница лишена непосредственной коммерчески-рекламной выгоды и частично лишает ее печатной версии (оттягивая читателей) и веб-версии (оттягивая возможных платных подписчиков и аннулируя возможность просмотра рекламы).

4. Представительства в *Facebook* остаются актуальными для продвижения газеты. Джон Митчелл, аналитик портала *ReadWriteWeb*, считает, что читатели здесь «вместо денег платят вниманием»¹⁵ – своим и своих друзей. Думается, не стоит жалеть гипотетические деньги, потерянные на необращении к печатной и подписочной веб-версии: преимущественно молодая аудитория *Facebook* вряд ли стала бы их тратить на эти цели.

Примечания

¹ World's 'seven billionth baby' is born // *Guardian*, 31.10.2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/oct/31/seven-billionth-baby-born-philippines?intcmp=122> (дата обращения 30.05.2012).

² *Facebook* // *Wikipedia*, the Free Encyclopedia. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> (дата обращения 30.05.2012).

³ Bullas J. 20 Stunning Social Media Statistics Plus Infographic. URL: <http://www.jeffbullas.com/2011/09/02/20-stunning-social-media-statistics/> (дата обращения: 27.05.2012).

⁴ *Facebook* // *Википедия*, свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook> (дата обращения 30.05.2012).

⁵ *ВКонтакте* // *Википедия*, свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте> (дата обращения 30.05.2012).

⁶ *Одноклассники* // *Википедия*, свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Odnoklassniki.ru> (дата обращения 30.05.2012).

⁷ *Facebook* // *Alexa*. The Web Information. URL: <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com> (дата обращения 31.05.2012).

⁸ «*USA Today* remains the widest circulated print newspaper in the United States». Цит.: *USA Today* // *Wikipedia*, the Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/USA_Today. (дата обращения: 31.05.2012).

⁹ Smith M. *USA TODAY* debuts new Facebook Timeline page // *USA Today*, 29.03.2012. URL: <http://content.usatoday.com/communities/technologylive/post/2012/03/usa-today-facebook-timeline/1#.T8csk7B1VHU> (дата обращения: 27.05.2012).

¹⁰ Halliday J. *Facebook f8: Wall Street Journal launches new app* // *The Guardian*, 20.09.2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2011/sep/20/facebook-f8-wall-street-journal> (дата обращения 31.05.2012).

¹¹ McCarty B. The New York Times' History-Laden Facebook Page // The Next Web. URL: <http://thenextweb.com/facebook/2012/02/29/manchester-united-the-ny-times-and-others-load-their-facebook-timelines-with-100-years-of-history/> (дата обращения 17.03.2012).

¹² (Introduction of The New York Times Facebook Timeline) // The New York times on Facebook. URL: <http://www.facebook.com/nytimes/posts/449238199998> (дата обращения 31.05.2012).

¹³ Social Reader // Wikipedia, the Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_Reader (дата обращения: 27.05.2012).

¹⁴ The Washington Post Social Reader Comes to iPhone, iPod touch, Android and Kindle Fire // The Washington Post, Community Relations Section, 07.03.2012. URL: http://www.washingtonpost.com/community-relations/the-washington-post-social-reader-comes-to-iphone-ipod-touch-android-and-kindle-fire/2012/02/07/gIQAydkewQ_story.html (дата обращения 17.03.2012).

¹⁵ Mitchell J. Sites With Social Reading Apps Sacrifice Readers to Facebook // Read-WriteWeb, 09.05.2012. URL: <http://www.readwriteweb.com/archives/sites-with-social-reading-apps-sacrifice-readers-to-facebook.php> (дата обращения: 27.05.2012).