

УДК 654.19(4/9); 002.2(4/9) (004.738.5)

Лидеры национальной прессы США: видимость и реальность

Пустовалов Алексей Васильевич

к. филол. н., доцент кафедры мировой журналистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. theyareeverywhere@gmail.com

№ 559_98593

Статья посвящена анализу лидеров прессы США – газет, на протяжении многих лет входящих в пятёрку крупнейших по тиражу в стране: *The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The New York Times* и *The Los Angeles Times*, *The Washington Post*. Даются их краткая характеристика с точки зрения формата, контента и занимаемого в национальном топе места.

Приведённая типология дополняется также сравнением газет по такому актуальному критерию, как веб-популярность: привлекаются такие показатели, как индекс цитируемости (*PageRank*), место в национальном и мировом рейтинге по веб-статистике крупнейших медиаизмерителей *Alexa Internet* и *Compele.com*. На основе проведённого анализа делается общий вывод о месте и востребованности газет.

1. Специфика вопроса. Вряд ли уместно отрицать, что Соединённые Штаты сегодня – ведущая медиадержава мира. Имея серьёзнейший политический вес, эта страна зачастую является также своего рода мировым законодателем медиапродукции: для её киноиндустрии, да и для телеиндустрии

сегодня нет серьёзных конкурентов; не менее весома и авторитетна её газетная журналистика.

Любая большая страна имеет свои крупнейшие газеты, с которыми её принято ассоциировать: *The Daily Telegraph*, *Guardian* и *Times* в Англии, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Liberation* – во Франции, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, *Süddeutsche Zeitung* – в Германии, и т.д. Думается, что в пределах узнаваемых пяти названий можно привести в случае с крупными зарубежными странами – таких названий, которые привычны уху, мелькают в сводках новостей, и пр.

На такую цифру мы и будем ориентироваться при анализе лидеров американской прессы *The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The New York Times* и *The Los Angeles Times*, *The Washington Post*: порядок перечисления примерно отражает сложившийся уже не первое десятилетие национальный рейтинг этих изданий. Наша цель – для этих наиболее важных газет вскрыть то, что с первого взгляда неизвестно или малопонятно, и показать реально занимаемое ими место в системе национальной прессы.

Важно отметить, что пресса США – по преимуществу региональная. Газеты США при своём возникновении всегда ориентировались на конкретный регион. Это связано с тем, что журналистика США с самого начала развивалась децентрализованно. Местная пресса всегда играла в ней ключевую роль, газеты зачастую являлись таким же градообразующим предприятием, как завод или фабрика по степени актуальности для жизни того или иного поселения. В самих названиях газет отражается их ориентация на конкретный регион.

И только сравнительно недавно, с 1982 г., Штаты смогли похвастаться первой собственно национальной ежедневной газетой. В соответствии с существующей традицией заявлять в названии, на какую аудиторию ориентировано издание, она получила имя *USA Today*; газета быстро двинулась

в национальный топ, сразу же столкнувшись с жесткой конкуренцией другого фаворита – *The Wall Street Journal*.

На протяжении многих лет *The Wall Street Journal* изо всех сил старалась удерживать место национального лидера – и по тиражам, и по востребованности в веб, но в реальности – это один из главных наших тезисов – таковым не является. Место "газеты №1" ведущей медиадержавы мира привлекательно и в смысле политического влияния, и в смысле получения средств от рекламодателей: здесь разница может быть чувствительной, ведь №2 – это всего лишь №2...

2. Лидеры топа по тиражу: *The Wall Street Journal* и *USA Today*, особенности.

The Wall Street Journal (1889) – газета, учреждённая компанией *Dow Jones* (в 2007 г. компания куплена Рупертом Мердоком, крупнейшим медиамагнатом мира). Она получила имя от названия важнейшего для США делового района Нью-Йорка и специализируется на финансовой, экономической, бизнес-информации, известна своей глубокой аналитикой, хорошими журналистами. Сайт газеты (появился в 1996 г.) позиционируется как самый крупный платный ресурс в веб.

Газета имеет собственную сеть радиостанций, с которыми делит новостной контент: новости газеты транслируются по радио, а радиотрансляции становятся подкастами газеты. Этим *The Wall Street Journal* в определённом смысле превосходит *The New York Times*, которая под *The New York Times Radio* подразумевает только совокупность своих аудиоподкастов (собственные радиостанции эта газета продала в 2007-2009 гг.). Тридцать три раза газета удостоивалась Пулитцеровской премии.

The Wall Street Journal борется за звание самой тиражной газеты США с *USA Today*. Однако его цифра искусственно накручивается – например, за счёт

включения в общую цифру ($\approx 2,1$ млн.) онлайн-подписчиков своей веб-версии¹ и раздувания тиража европейской ветви².

Газета имеет приложение для социальных сетей *WSJ Social*³, 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 них, как предупреждает "Центр помощи и информации" газеты⁴, бесплатная версия приложения доступна только в течение ограниченного периода, после которого пользоваться им могут только те, кто имеет платную подписку на онлайн-версию. Такое условие – вполне в духе финансовой политики *The Wall Street Journal*. Информационные услуги газеты в веб – самые дорогие и недемократичные среди выделенной пятёрки: другие её члены стараются придерживаться принятого в сети принципа бесплатности (их публикации можно читать, не имея платной подписки).

USA Today (1982) – первое издание, претендующее на звание национальной газеты США, т.е. выступающей не как голос одного региона, но всей страны. Владельцем её является *Gannet Company*. Газета распространяется во всех 50 штатах США, а также в Канаде, Англии, Пуэрто-Рико. *USA Today* – красочное, хорошо иллюстрированное, лёгкое для чтения издание, рассчитанная на массовую аудиторию, но старающаяся избегать откровенной бульварности. Она включает четыре основных секции, у каждой – свой цвет: голубой – *Новости*, зелёный – *Деньги*, красный – *Спорт*, лиловый – *Жизнь*.

После реструктуризации службы новостей в 2010 г. объявила о переносе основных интересов с печатной на веб-версию. 19 января 2012 года газета объявила о запуске *USA TODAY + Me*⁵ – приложения для *Facebook* (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 лайков⁶.

Как и *Wall Street Journal*, имеет множество наград, призов. Её тираж – 1,8 млн. экз. Стоит с вниманием отнестись к словам англоязычной "Википедии", заявляющей в статье про *USA Today*, что она остаётся самой крупной печатной газетой в США⁷.

Итак, если иметь в виду такой показатель, как тираж, то по этому критерию национальными лидерами с большим отрывом являются *The Wall Street Journal* и *USA Today*: поскольку неизвестна "честная" цифра тиража *The Wall Street Journal*, можно только предположить, что она ненамного отличается от соответствующей цифры *USA Today*.

3. *New York Times* и *Los Angeles Times* как антиподы.

The New York Times (1851) – одна из старейших и авторитетнейших качественных газет США (что отражено в её шутливом прозвище - *Old Gray Lady*). Она претендует на то, чтобы быть не только голосом Нью-Йорка, но и всего восточного побережья США. Её владелец – *The New York Times Company* Артура Окса Шульцбергера (компания также владеет такими известными газетами, как *International Herald Tribune*, *The Boston Globe*, и ещё 15 газетами, а также более 50 веб-сайтами).

Газета освещает также национальные и мировые проблемы. На сегодняшний день она имеет очень хорошее веб-представительство: собственную крупную платформу для блогов журналистов, систему аудиоподкастов (*New York Times Radio*) и видеоподкастов (раздел *Video* – что-то типа телевидения внутри газеты, состоящий из 24 подразделов: политика, искусство, спорт, здоровье, и пр.), разворачивающих новости в иных плоскостях и делающие газету подлинно современной.

Также как *USA Today* и *The Wall Street Journal*, *The New York Times* является обладателем большого количества различных наград, национальных и

международных (например 106 Пулитцеровских премий – гораздо больше, чем у любой из газет США). Её колумнистов знает весь мир (Томас Фридман, Николас Кристоф, Эндрю Розентал, Дэвид Поуг). Газета разнообразно пишет о России (Эндрю Крамер, Элен Барри, Майкл Швирц).

С 2009 г. газета имеет приложение для мобильных устройств *Times Reader*, разработанное в сотрудничестве с *Microsoft*. Это приложение – своеобразная дань печатной версии: *Times Reader* публикует только свежие новости, аналогичные тем, которые есть в последнем из номеров газеты; кроме того, вёрстка в рабочем окне *Times Reader* старается воспроизвести вёрстку печатного издания.

The New York Times является и фаворитом социальных сетей: её представительство в *Facebook* уже который год – самая любимая из страничек американских газет⁸, на сегодня у неё – более 2 млн. лайков⁹ (около полумиллиона – у *The Wall Street Journal*¹⁰ и чуть более ста тысяч – у *USA Today*¹¹). Тираж \approx 1 млн. экз.

Los Angeles Times (1881) позиционируется не только как крупнейшая газета Лос-Анджелеса и Калифорнии, но как ведущая газета западного побережья США. В определённом смысле, как выразитель интересов своего региона газета – идейный протагонист *The New York Times*. Для неё характерен более свободный слог, выражающий дух богемной солнечной Калифорнии.

Калифорнийские новости – это видно уже по вёрстке – для газеты являются наиболее значимыми (раздел *L.A. Now*); но внимание уделяется также национальным (*Nation Now*) и мировым проблемам (*World Now*). Очень известным разделом является *Column One* ("Первая колонка") – ежедневный раздел первой полосы, "место для странного и интересного". Газета знаменита своими колумнистами (Стив Лопез, Джордж Скелтон, Пэт Моррисон, и др.) и расследовательской журналистикой.

С 1942 г. газета 41 раз была удостоена Пулитцеровской премии¹², в основном – за журналистские расследования и публикации социальной тематики.

Владелец издания – *Tribune Company* (*Chicago Tribune, Hartford Courant, Baltimor Sun*, и т.д.) – вторая по величине газетная сеть США. Тираж ≈ 600 тыс. экз.

4.1. Замыкающие пятёрку.

The Washington Post (1877) – газета, на протяжении долгих лет удерживающая пятое место в топе национальных газет. Её тираж (≈ 500 тыс. экз.) можно рассматривать как слишком большой для города с полумиллионным населением, если не принимать во внимание статус издания – столичной газеты, занятой освещением вопросов национальной политики. Авторитет крупной национальной качественной газеты подтверждают 49 пулитцеровских премий (плюс много других национальных премий).

Газета имеет свои представительства в 16 столицах мира, включая Гонконг, Лондон, Москву, Шанхай, Токио.

Главное, что освещает газета – внешняя и внутренняя политика, работа Белого дома, Конгресса и других подразделений правительства США. Публикации газеты, как это принято, открыты для свободного комментирования зарегистрированным пользователям; *The Washington Post* награждает наиболее активных читателей специальными онлайн-бейджами, после чего их комментарии прочитываются первыми.

24 февраля 2012 г. газета запустила онлайн-приложение *Personal Post*, при помощи которого уже зарегистрированный пользователь может получать новости *The Washington Post* на основании его истории чтения. Если он ещё не зарегистрирован в газете или в данном приложении, то, пройдя регистрацию на <http://personalpost.washingtonpost.com/>, он может настроить новостные потоки самостоятельно, выбрав желаемые категории новостей¹³. На выбор читателю

даются шесть крупных новостных потоков: *KNOW IT ALL* (новости федерального правительства, наука и здоровье, знаменитости); *WASHINGTON LIFE* (местные новости округа Колумбия: социальные, культурные и криминальные, погода, дорога, и пр.); *NATIONAL PULSE* (национальная политика и важнейшие новости); *SPORTS NUT* (спортивные новости и анализ); *CRITICAL THINKER* (творчество колумнистов); *BIG PICTURE* (национальная безопасность, "горячие точки", политика и законы).

Другое популярное приложение газеты, созданное для *Facebook* – это *Social Reader*. Он был запущен осенью 2011 года и сегодня, как утверждает газета, более 11 миллионов их читателей уже пользуются им. Это бесплатное приложение, позволяющее пользователю крупнейшей социальной сети читать новости *The Washington Post* не выходя из своего аккаунта, причём понравившимися новостями можно сразу поделиться с друзьями, опубликовав их на своей страничке¹⁴. 7 февраля 2012 г. газета объявила о том, что *Social Reader* стал доступен через мобильные устройства *iPhone*, *iPod*, *Android* и *Kindle Fire*¹⁵.

4.2. *San Jose Mercury News* (1851). Для объективности картины нужно добавить в данный обзор ещё одну газету, которая с июня 2011 г. вдруг неожиданно заняла пятое место в национальном рейтинге с тиражом чуть менее 600 тыс. экз., перепрыгнув туда буквально за несколько дней с восьмого и сместив на шестое место редко покидающую пятёрку лидеров *The Washington Post*. Наблюдая за статистикой ведущего американского медиаизмерителя *Audit Bureau of Circulations*, можно увидеть, как тираж газеты месяц за месяцем рос, вплоть до скачка в июне 2011 г.¹⁶ Для сравнения: в феврале 2010 г. газета находилась на 26, а в феврале 2008 г. – на 49 месте сотни наиболее популярных газет США.

San Jose Mercury News – это классический пример судьбы печатной газеты сегодня: собственник издания, *MediaNewsGroup*, объединил вокруг неё

практически все газеты Бей Эри, одного из крупнейших районов шт. Калифорния, включая даже такие известные там, как *Oakland Tribune*, *Contra Costa Times* и *Marin Independent Journal*. Вместо десятка известных газет региона осталась только одна: только это смогло стать причиной небывалого роста её тиражей.

San Jose Mercury News и раньше была примечательна - тем, что является своего рода голосом Силиконовой долины, научно-индустриального центра, где сосредоточены крупнейшие мировые корпорации, специализирующиеся на компьютерных технологиях. Поэтому на протяжении полувека газета освещала многие ключевые события компьютерной техники и программирования – также активно, как вопросы калифорнийской промышленности и коммерции. Газета известна также своими журналистскими расследованиями, за которые два раза была премирована Пулитцеровскими премиями. Слово *Mercury* (*ртуть*, а также *Меркурий*, римский вестник богов, покровитель торговли, воров и журналистики) в названии газеты имеет двойное значение: с одной стороны, слово *Mercury* в смысле "Вестник" с XVII века традиционно входит в названия газет, с другой, в данном случае - отсылает к далёким временам, когда в этих местах только началась промышленная разработка ртути (калифорнийская золотая лихорадка).

Интересно, что теперь информационные позиции западного побережья США в национальном топе усилятся: если до того в первой пятёрке 4 газеты представляли восточное побережье, и только одна, *The Los Angeles Times*, - западное, то теперь его доля возрастает в пропорции 2/3. Это не может не быть приятным известием для американцев, ценящих в своей социально-политической жизни демократическое равновесие.

6. Популярность в веб лидеров топа. Сегодня не только и не столько тираж газеты, сколько востребованность во Всемирной сети является ключевым

показателем её успешности. Печатные газеты по всему миру каждый год непоправимо теряют в тираже, терпя огромные убытки; этот процесс неостановим, и число исключений из правила ничтожно. Уже даже потерял шокирующий налёт тезис (ныне неотъемлемый в практике западных СМИ) о том, что главная форма газеты сегодня – электронная, а печатная – дополнительная: в ряде случаев издатели прекрасно обходятся без неё – см., напр., известнейшее американское издание *Huffington Post*, <http://www.huffingtonpost.com/>. Поэтому популярность в веб, измеренная в цифрах, становится сегодня объектом постоянного сравнения и конкуренции; лидерство здесь уже становится более престижным, чем в борьбе за печатные тиражи.

На первое место в национальном списке здесь также как и в случае с тиражом, претендует *The Wall Street Journal*, порой подкрепляя претензии некими внушительными данными о количестве уникальных посетителей, которые трудно проверить и которым трудно поверить (см., напр., сообщение Роберта Томпсона, главного редактора *The Wall Street Journal*, о 30 млн. в месяц уникальных посетителей сайта газеты¹⁷).

Однако, если в случае с цифрой тиража у владельцев газеты больше возможностей для подтасовок, то проверить популярность газеты в веб можно при помощи достаточно объективных методов, доступных даже рядовому пользователю Сети.

Простейший из этих методов – определение так называемого индекса цитируемости страницы (*PageRank*). Этот показатель на сегодня – один из авторитетнейших в интернете. Алгоритм *PageRank* был разработан Ларри Пейджем (Larry Page). Название представляет собой игру слов: фамилия создателя *Page*, и *page* в смысле *web-page*, интернет-страница. Ларри Пейдж – один из двоих создателей *Google*, крупнейшего современного поисковика, и алгоритм *PageRank* используется в нём в качестве базового инструмента.

Данный алгоритм основан на подсчёте цитируемости страниц взятого ресурса и количества сделанных на него гиперссылок. Индекс страницы исчисляется цифрой от 1 до 10: чем больше цифра, тем выше индекс цитируемости и выше престижность ресурса.

Услугу определения индекса цитируемости оказывают в сети разные ресурсы, наиболее известный – *Google PageRank* (<http://google-pagerank.net/>). Повторяем, что подобную процедуру может провести любой пользователь для любого сайта самостоятельно, введя в предлагаемое на ресурсе пустое поле адрес нужной страницы (и, например, лично проверить рейтинг американских газет)).

На начало марта 2012 г. нами получена следующая картина:

Таблица 1. Индекс цитируемости газет США по алгоритму *PageRank*

Газета	URL	PageRank
<i>The New York Times</i>	http://nytimes.com	9
<i>The Wall Street Journal</i>	http://www.wsj.com/	8
<i>USA Today</i>	http://usatoday.com	8
<i>The Los Angeles Times</i>	http://latimes.com	8
<i>The Washington Post</i>	http://washingtonpost.com	8
<i>San Jose Mercury News</i>	http://www.mercurynews.com/	4

Получается, что самый высокий рейтинг – 9 из 10 возможных имеет *The New York Times* (рейтинг 10 имеют буквально несколько ресурсов в интернете, например, сайты *Google, Adobe, Apple*). Рейтинг 9, кроме *The New York Times*, из СМИ США ещё имеет сайт национального общественного радио *PBS* (в этом списке есть ещё английские *BBC* и *The Economist*, и этим ограничивается перечень мировых СМИ с рейтингом 9)¹⁸. Все остальные взятые нами СМИ имеют примерно одинаковый индекс цитируемости (кроме резко отличного индекса *San Jose Mercury News*).

Дополним и уточним эти данные обращением к ещё доступным для любого интернет-пользователя инструментам, *Compete.com* (<http://www.compete.com/>) и *Alexa Internet* (<http://www.alexa.com/>), двум известнейшим сервисам интернет-статистики, учитывающим показатели посещаемости веб-ресурсов и дающих для интересующихся беспристрастные цифры количества уникальных посетителей (*unique visitors*) – т.е., согласно принятым нынче мировым стандартам, количество пользователей, пришедших на данный ресурс с уникального компьютерного IP-адреса (независимо от того, сколько раз он зашёл).

Alexa Internet предоставляет веб-статистику по всему миру; *Compete.com* занимается только веб-ресурсами США, но с нашей целью это тоже согласуется.

Начнём с данных *Compete.com* и приведём графики, созданные этим ресурсом, показывающие интернет-востребованность интересующих нас газет (по вертикали – число уникальных посетителей в миллионах, по горизонтали – период).

График 1.1. Число уникальных посетителей сайта *The New York Times*.

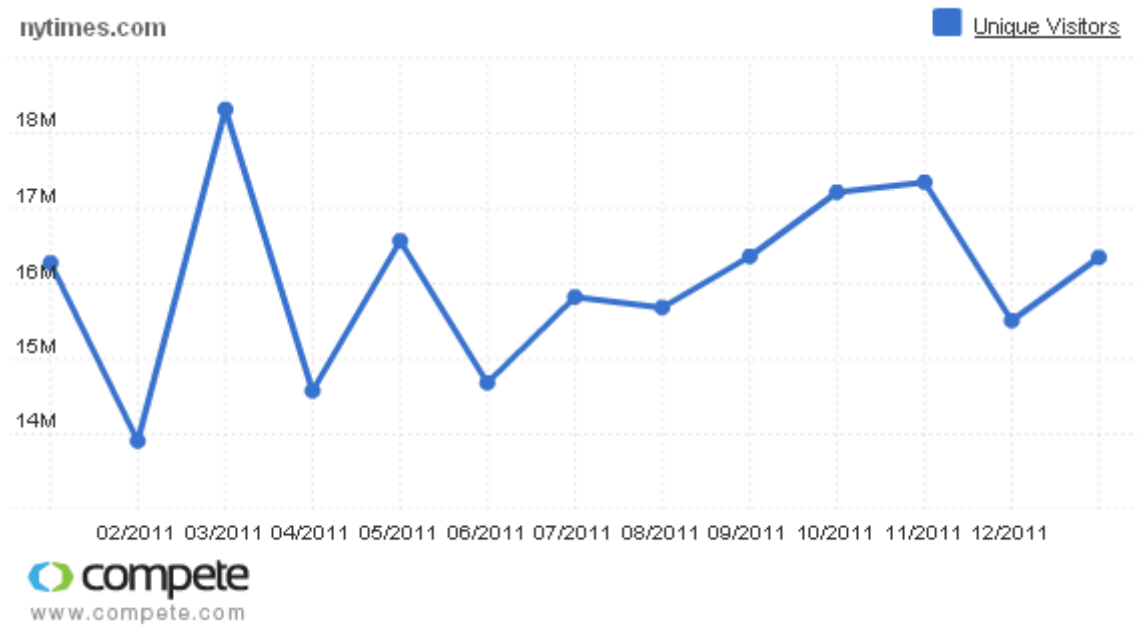


График 1.2. Число уникальных посетителей сайта *The Wall Street Journal*.

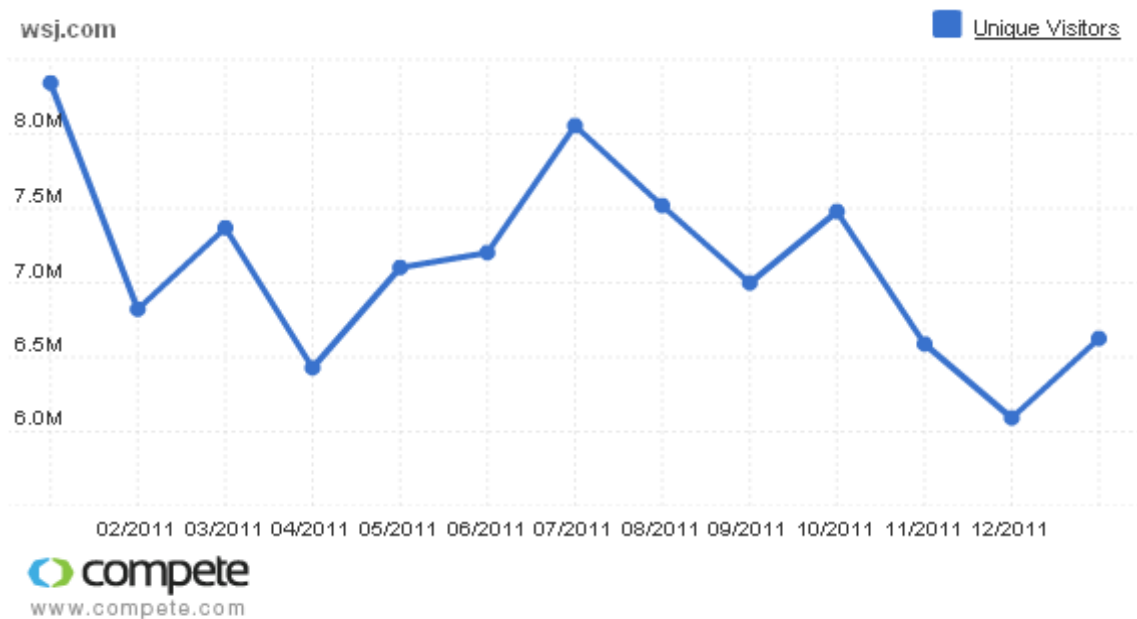


График 1.3. Число уникальных посетителей сайта *USA Today*.

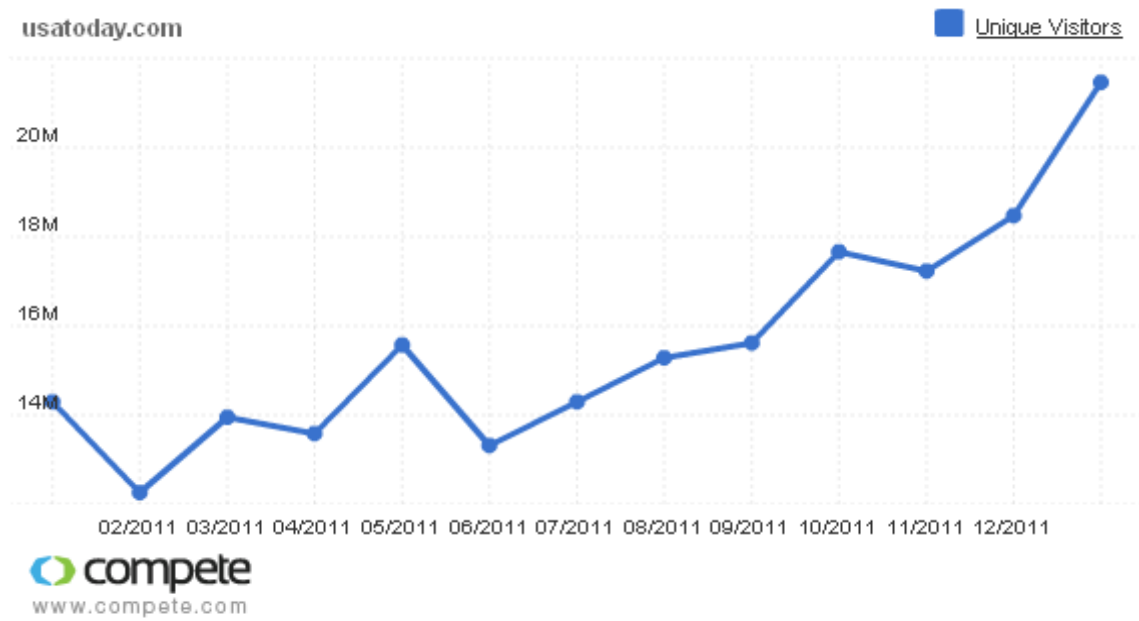


График 1.4. Число уникальных посетителей сайта *The Los Angeles Times*.

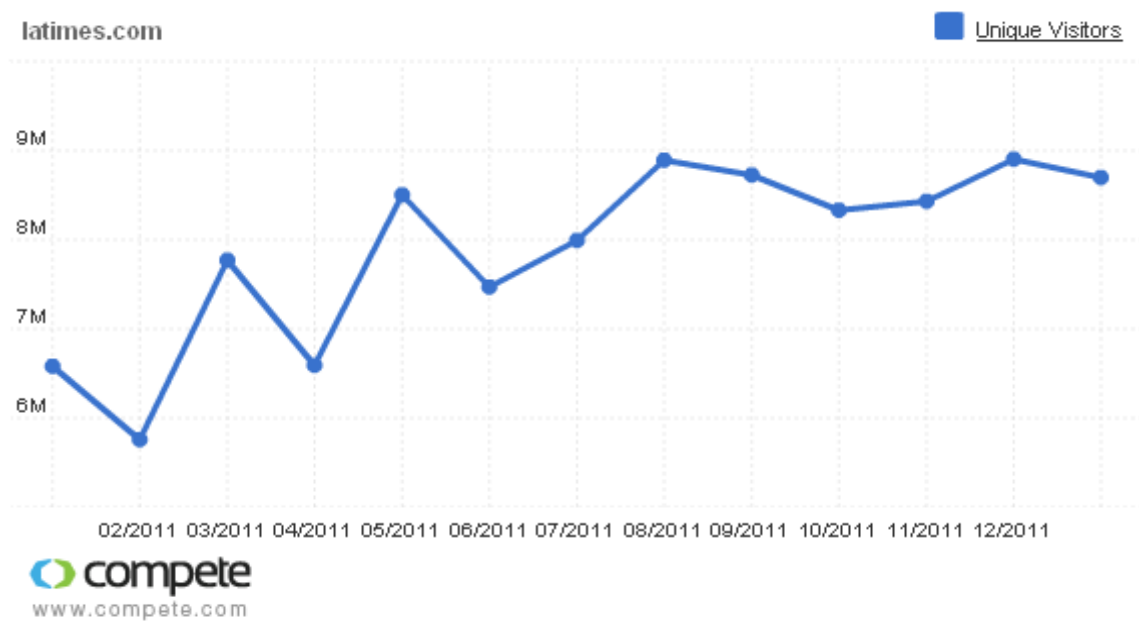
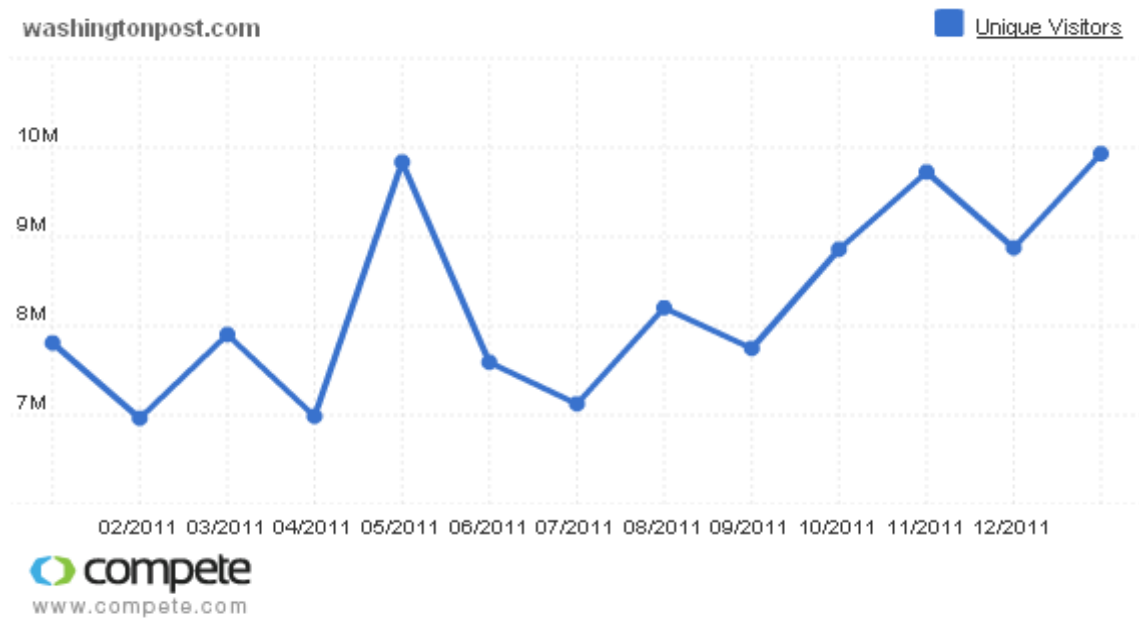
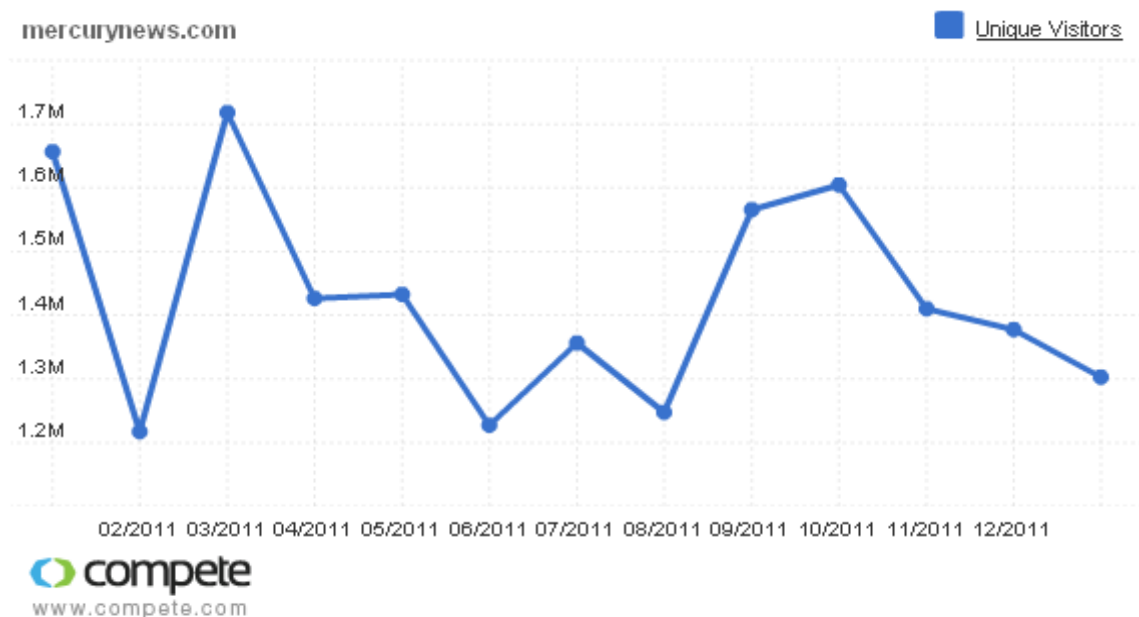


График 1.5. Число уникальных посетителей сайта *The Washington Post*.



Для сравнения приведём в конце график, показывающий интернет-востребованность ресурса *San Jose Mercury News*. Здесь видно, что веб-популярность пятого по тиражам члена национального газетного топа отличается в разы – после чего вопрос о его вхождении туда полностью (хотя, быть может, временно) снимается.

График 1.6. Число уникальных посетителей сайта *San Jose Mercury News*.



Из приведённых графиков 1.1–1.5 мы видим, что по статистике *Compele.com* сайт *The Wall Street Journal* вовсе не является лидером национального веб-топа СМИ, он серьёзно уступает сайтам *The New York Times* и *USA Today*. Если в начале 2011 года он мог похвастаться цифрой 8,5 млн уникальных посетителей в месяц, то к концу 2011 – началу 2012 г. она неуклонно снижалась, колеблясь в районе 6–6,5 млн.

В то же время сайт *The New York Times* (чья устойчивая популярность на протяжении уже десятка лет однозначно возводила его в ранг лидера прессы онлайн) не имел 8,5 млн даже в качестве нижней отметки: его показатели колебались в пределах 18,5–14 млн.

Сайт *USA Today* также однозначно обгоняет *The Wall Street Journal*: его самая нижняя отметка (около 12 млн.) даже не приближалась к самой верхней отметке *The Wall Street Journal*; а к Новому году он сделал очень большой скачок, на время перепрыгнув отметку 20 млн.

На основе иных данных, приводимых *Complete.com*, проведём дальнейшее сравнение по трём критериям: рейтинг за январь 2012 г., рейтинг за год, его уменьшение/увеличение в сравнении с предыдущим годом. Не забываем, что в этих данных отражён не мировой, а лишь внутренний рейтинг веб-ресурсов США.

Таблица 2. Рейтинг сайтов ведущих ежедневных газет США по количеству уникальных посетителей согласно статистике *Compele.com*.

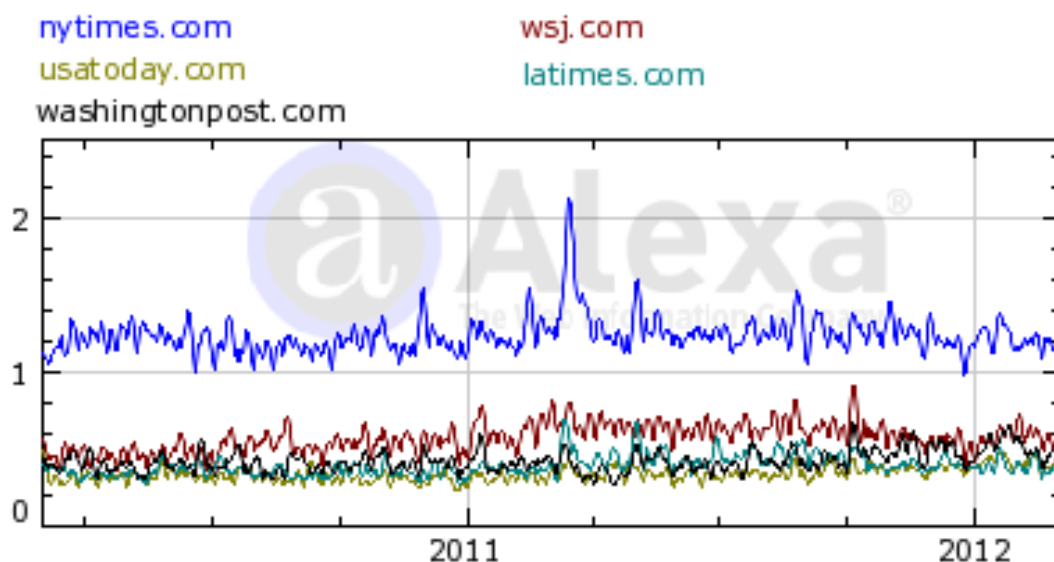
Сайты газет	Место в рейтинге января 2012 г.	Место в годовом рейтинге	В сравнении с предыдущим годом
<i>The New York Times</i>	81	54	-16
<i>USA Today</i>	60	70	+24
<i>The Wall Street Journal</i>	256	156	-74
<i>The Washington Post</i>	162	171	+37

<i>The Los Angeles Times</i>	160	214	+51
------------------------------	-----	-----	-----

Итак, при обращении к графикам и таблице становится очевидным, что реальные соперники *The Wall Street Journal* в веб – те, которые по тиражу с этой газетой несопоставимы (*The Los Angeles Times* и *The Washington Post*), а в веб они – в одной категории и даже несколько обгоняют его; их ресурсы обнаруживают устойчивую тенденцию к росту количества уникальных посетителей, а *The Wall Street Journal* – к его уменьшению. Для *The Wall Street Journal*, в связи с обозначенной выше тенденцией считать за основную форму газеты её веб-версию, это – весьма тревожный признак.

Далее для сравнения мы обратимся к веб-статистике другого известнейшего медиаизмерителя, *Alexa Internet*, анализирующего данные не только по США, но по всему миру. Его рейтинг – в абсолютных числах, т.е. в процентах от общемирового количества веб-пользователей. Для удобства здесь мы не будем приводить графики для каждой из газет: несмотря на иную единицу измерения и способы подсчётов, они сходны с графиками *Compete.com*. Но воспользуемся услугой этого ресурса, позволяющего сравнивать графики посещения сайтов на указанном промежутке времени. Итак, взяв отрезок в два года, мы получили следующую картину (по вертикали – процент от числа веб-пользователей в мире, по горизонтали – время, синим – график *The New York Times*, жёлтым – *USA Today*, чёрным – *The Washington Post*, красным – *The Wall Street Journal*, зелёным – *The Los Angeles Times*).

График 2. Сравнение процента глобальных интернет-пользователей, посетивших в течение последних двух лет сайты ведущих ежедневных газет США (по статистике *Alexa Internet*).



На основе иных данных, приводимых *Alexa Internet*, проведём дальнейшее сравнение по трём критериям: место ресурса в общемировом рейтинге, место в рейтинге США, репутация (количество сайтов, залинковавших данный ресурс).

Таблица 3. Рейтинг сайтов ведущих ежедневных газет США согласно статистике *Alexa Internet*.

Сайты газет	Место в рейтинге США	Место в общемировом рейтинге	Репутация
<i>The New York Times</i>	32	99	447,327
<i>The Washington Post</i>	71	275	184,158
<i>USA Today</i>	82	341	151,205
<i>The Wall Street Journal</i>	84	232	217,751
<i>The Los Angeles Times</i>	93	363	153,571

Итак, статистика *Alexa Internet* подтверждает данные *Compete.com* и *Google PageRank* о том, что *The New York Times* – один из лидеров мирового веб-рейтинга и несомненный лидер онлайн-прессе США: проведённый

анализ показывает, что газета опережает своих конкурентов с большим отрывом.

Интересны сравнительные данные, полученные по другим газетам. По статистике *Complete.com* газета *The Wall Street Journal* хоть немного, но опережала во внутринациональном рейтинге *The Washington Post*; по данным же *Alexa Internet* эта газета несколько опережает и *The Wall Street Journal*, и *USA Today*. Соответственно, в национальном рейтинге данного медиаизмерителя *The Wall Street Journal* уже не на третьем, а на четвёртом месте.

Однако если мы обратимся к глобальному рейтингу, к общемировым цифрам популярности *The Wall Street Journal*, то увидим, что здесь газета занимает второе место; не приближаясь к *The New York Times*, она имеет в качестве опасного близкого конкурента *The Washington Post*, чья популярность в мире, очевидно, высока в связи с её статусом столичной газеты и глубоким освещением вопросов внешней и внутренней политики США.

Таким образом, сравнивая по разным критериям веб-популярность пяти лидеров национальной прессы, мы можем обозначить существующее положение в самом общем виде как "*The New York Times* и остальные четыре газеты" имея в виду близость мест в национальном и мировом рейтинге *The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The Washington Post* и *The Los Angeles Times*.

При чуть более подробном подходе это положение можно обозначить как "*The New York Times* сверху, три газеты следом, и всегда пятая *The Los Angeles Times*", имея в виду, что крупнейшая газета Лос-Анджелеса хотя и не сильно, но всегда уступает своим ближайшим соперникам.

Итак, мы можем констатировать, что если по тиражу (критерию прошлого века, постепенно теряющему свою актуальность) национальными лидерами США являются газеты *USA Today* и *The Wall Street Journal*, то по новому, более актуальному критерию веб-статистики (как национальной, так и общемировой)

несомненным и непревзойдённым лидером ежедневной американской прессы является газета *The New York Times*.

Leaders of USA Press: Appearance and Reality

Pustovalov Alexey Vasilyevich

Perm State University, Russia, 614990, Perm, Bukirev St., 15,

theyareeverywhere@gmail.com

This article is devoted to analysis of USA press leaders – those newspapers, which are members of country's top-5 by circulation during many years: *The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The New York Times* u *The Los Angeles Times*, *The Washington Post*. They are characterized by such parameter as format, content and place in the national top.

The typology is supplemented with newspaper's comparing on such actual criterion as web-popularity with analysis of their PageRank and place in national and world ratings in web statistic of *Alexa Internet* and *Compete.com*. On the basis of the analysis we made a general conclusion about the place and the demand for this newspapers.

РЕКОМЕНДАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Статья А. В. Пустовалова посвящена актуальной проблеме – анализу ведущих газет США с точки зрения тиража и популярности в интернете.

Интересен и важен сам взятый подход – дополнение такого традиционного критерия популярности, как количество проданных экземпляров, новым критерием – востребованностью издания в интернете.

Немаловажен один из ключевых вопросов статьи – действительно ли является газета "Wall Street Journal" настоящим лидером прессы США: он актуален в связи с неясностью точной цифры её тиража (последняя искусственно накручивается) и явным отставанием её по такому критерию как веб-популярность. Это отставание доказывается на основе анализа данных статистики медиаизмерителей "Alexa Interet" и "Compete.com", а также сравнения индекса цитируемости веб-представительств газет.

Очевидно, цель анализа, заявленная в статье, достигается. Однако не вполне понятно, почему во второй части исследования (анализ веб-популярности ведущих газет США) не берутся на сравнение другие издания, сравнимые и даже превосходящие по востребованности в веб взятые автором, например, вскользь упоминаемая *Huffington Post*: она не имеет печатной версии, но в интернете, согласно некоторым свидетельствам, является одним из популярнейших изданий США. Для понимания более широкого контекста электронных медиа стоило хотя бы упомянуть о других популярнейших новостных ресурсах: "Yahoo News", "Google News", "MSN News", "CNN Interactive", и др.

Всё же при всех сделанных отдельных замечаниях представляется, что данная статья, в силу актуальности, новизны и важности исследуемых вопросов, несомненно заслуживает публикации.

Зав. кафедрой журналистики ПГНИУ,
д. филол. н., проф.

В. В. Абашев

-
- ¹ USA Today // Wikipedia, the free encyclopedia. Электронный документ. http://en.wikipedia.org/wiki/USA_Today. (Просмотрено 10.03.2012).
- ² Davies N. Wall Street Journal circulation scam claims senior Murdoch executive // The Guardian, 12.10.2011. Электронный документ. <http://www.guardian.co.uk/media/2011/oct/12/wall-street-journal-andrew-langhoff> (Просмотрено 10.03.2012).
- ³ WSJ Social // Электронный документ. <https://social.wsj.com/> и <https://apps.facebook.com/wsjsocial/> (Просмотрено 17.03.2012).
- ⁴ What is WSJ Social? Do I have to be a subscriber to access WSJ Social? etc. // The Wall Street Journal, Help and Information Center. Электронный документ. <http://help.wsj.com/help/tools-and-formats/wsj-social/> (Просмотрено 17.03.2012).
- ⁵ USA Today + Me // Facebook <http://apps.facebook.com/usatodayplusme>
- ⁶ USA TODAY launches Facebook news app // USA Today, Technology Live Section. 19.02.2012. Электронный документ. <http://content.usatoday.com/communities/technologylive/post/2012/01/usa-today-launches-facebook-news-app/1#.T2Rpk8VmIkk> (Просмотрено 17.03.2012).
- ⁷ USA Today // Wikipedia, the free encyclopedia. Электронный документ. http://en.wikipedia.org/wiki/USA_Today. (Просмотрено 04.03.2012).
- ⁸ Menhta N. Top U.S. Newspaper Websites by Share, Rank and Traffic // Nina Menhta on design, news media and travel. Электронный документ. <http://ninamehta.com/blog/top-u-s-newspaper-websites-according-to-google/> (Просмотрено 10.03.2012).
- ⁹ The New York Times on Facebook // Facebook. Электронный документ. <http://www.facebook.com/nytimes> (Просмотрено 10.03.2012).
- ¹⁰ The Wall Street Journal on Facebook // Facebook. Электронный документ. <http://www.facebook.com/wsj> (Просмотрено 10.03.2012).
- ¹¹ USA Today on Facebook // Facebook. Электронный документ. <http://www.facebook.com/usatoday> (Просмотрено 10.03.2012).
- ¹² Time's Pulitzer Prizes // Los Angeles Times. Электронный документ. <http://www.latimes.com/about/mediagroup/la-mediacenter-pulitzers,0,764016.story> (Просмотрено 10.03.2012).
- ¹³ Personalized news launches on washingtonpost.com. (Personal Post beta delivers news that matters most to the individual) // Washington Post, Community Relations Sect., 24.02.2012. Электронный документ. http://www.washingtonpost.com/community-relations/personalized-news-launches-on-washingtonpostcom/2012/02/24/gIQAxjsXXR_story.html (Просмотрено 17.03.2012).

¹⁴ Social Reader // The Washington Post. Электронный документ. <http://www.washingtonpost.com/socialreader> (Просмотрено 17.03.2012).

¹⁵ The Washington Post Social Reader Comes to iPhone, iPod touch, Android and Kindle Fire // The Washington Post, Community Relations Section, 07.03.2012.

Электронный документ.

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

(Просмотрено 17.03.2012).

¹⁶ Цит. по: Revision history of List of newspapers in the United States by circulation.

// Wikipedia, the free encyclopedia. Электронный документ.

http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_newspapers_in_the_United_States_by_circulation&offset=20110729053501&limit=500&action=history

(Просмотрено 10.03.2012).

¹⁷ Weinstein W. Dow Jones's Robert Thomson: 30m Unique Visitors to wsj.com This Month // Seeking Alpha. Read, Decide. Invest. Электронный документ.

<http://seekingalpha.com/article/102340-dow-jones-s-robert-thomson-30m-unique-visitors-to-wsj-com-this-month> (Просмотрено 10.03.2012).

¹⁸ List of web sites with high PageRank //Miscellaneous, etc. Электронный документ. <http://www.doheth.co.uk/info/list-of-web-sites-with-high-page-rank.php>

(Просмотрено 05.03.2012).