

Секция «Теория и практика медиаисследований»

Сайты общенациональных газет Великобритании: конкуренция на рынке международных новостей

Волохина Светлана Васильевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: svetlana-volokhina@yandex.ru

Вартанова Е.Л. еще в 2003 году отметила, что «одной из основополагающих характеристик современных СМИ развитых стран Европы и Северной Америки является превращение их медиарынков в информационно богатые» [1]. Исследователь включила в число параметров, измеряющих уровень информационного богатства, интегрированность национальных СМИ в глобальную коммуникационную инфраструктуру, предоставляющую возможность аудитории получать доступ к иностранным медиарынкам, глобальным потокам информации и каналам коммуникации.

Сегодня СМИ, выходя за рамки интересов национальной аудитории, выстраивают стратегии по завоеванию международных рынков, понимая, что успехи в этом направлении становятся конкурентным преимуществом издания.

В рейтингах аналитического агентства Alexa.com высокие позиции занимают разделы сайта «Гардиан», посвященные мировым новостям. Среди 160 самых популярных информационных ресурсов интернета находится раздел «Мир», который одновременно входит в первую десятку ведущих новостных сайтов мира в категории «Срочные новости». Несколько блогов, которые ведут колумнисты издания, комментирующие мировую проблематику, также числятся среди полутораста лидеров в той же категории.

По данным Алекса.ком за январь 2014 года, доля зарубежной аудитории составляет у качественных изданий порядка 74-76% от всех читателей. Среди массовых ситуация более разнородна. Так, сайт «Дэйли Мэйл» читают 80% зарубежной аудитории, тогда как «Сан» - 62% [4].

Среди основных международных тем фигурируют признания Эдварда Сноудена о специфике деятельности американских спецслужб, политический кризис на Украине, рождение наследника британского престола, исчезновение малазийского Боинга и др.

В частности, именно статьи по тематике «Мир» на официальном портале «Гардиан» набирали наибольшее количество просмотров в период с начала января 2010 года по конец марта 2014 года (34 из 100). В число самых популярных материалов вошли тексты о бывшем сотруднике ЦРУ, Агентства национальной безопасности США Эдварде Сноудене. Самая популярная статья возглавила рейтинг, набрав около 4 млн просмотров [5].

День 30 июля 2013 года можно считать историческим моментом в истории развития сайта «Гардиан», так как с этого момента издание прекратило позиционировать себя как уважаемое сугубо британское СМИ, а трансформировалось в глобальный цифровой медиабренд: сайт издания перешел на новый домен «.com». В результате, набирая в браузере привычный адрес guardian.co.uk, пользователь автоматически попадал на theguardian.com. Как написала в «Гардиан» - блоге директор по цифровому развитию «Гардиан Ньюс энд Медиа» Тая Кордри (Tanya Cordrey), данное решение было принято в рамках «превращения издания из национальной печатной газеты, базирующейся в Соединенном Королевстве, в ведущий новостной медиабренд с самой быстрорастущей аудиторией в мире, состоящей из десятков миллионов людей, которые обращаются к материалам «Гардиан» ежеминутно» [5].

У «Гардиан», помимо главной версии сайта, есть также американская и австралийская, которые были запущены в 2011 и 2013 гг. соответственно. Также издание запустило несколько международных проектов под общим названием «Мировые сети», посвященных странам, информация о происходящем в которых поступает в медиапространство ограничено. Речь идет о проектах «Сеть Новый Восток», «Сеть Северная Корея», «Бюро Тегерана», «Сеть Африка». «Чтобы увеличить информационный охват о событиях, происходящих в регионах, откуда поступает недостаточно сведений, «Гардиан» сотрудничает с блогерами, региональными экспертами и специалистами в сфере медиа с целью создания информационных сетей, посвященных Африке, Ирану, Северной Корее и государствам постсоветского пространства», - рассказывает издание, призывая присоединиться к проекту в целях более глубокого освещения проблематики этих регионов и формирования дискуссии [5].

В июне 2014 года председатель совета директоров «Дэйли Мэйл и Джeneral Трaст» лорд Ротермир официально объявил о стратегии сайта «Дэйли Мэйл», направленной на завоевание глобальной аудитории «Мы планируем создать домашнюю страницу сайта в формате международного ресурса, содержащем новости не только о США, Австралии и Лондоне, но также подобную информацию со всего мира, - заявил лорд Ротермир. - Мы будем направлять людей для подробного освещения событий в любую точку мира» [4].

Председатель, независимый директор и консультант ряда СМИ и медиакомпаний Европы и Азии Колин Моррисон (Colin Morrison) пишет о том, что «Дэйли Телеграф» - изданию с самой большой прибылью - не хватает четкой глобальной стратегии, несмотря на наличие 61 миллиона онлайн-читателей» [3]. «Сан», в свою очередь, отдает предпочтение британским читателям - из всех рассматриваемых изданий именно таблоид Мэрдока обладает наибольшей долей национальной аудитории (38%). С. Йохансон приводит цитату читательницы «Сан», двадцатилетней работница прачечной: «Дэйли Мэйл» рассказывает абсолютно обо всем, что происходит в мире. Честно говоря, я хочу узнавать о исключительно о лондонских событиях. Именно поэтому я читаю «Сан». Тексты в других газетах [качественных, широкоформатных] для меня слишком длинные» [2].

Из рассматриваемых нами изданий заявляют о стратегии завоевания глобальной аудитории качественная газета «Гардиан» и массовая «Дэйли Мэйл». Очевидно, что включение остальных изданий в гонку за доминирование на рынке международных новостей является лишь вопросом времени. Уже сегодня мы можем наблюдать борьбу некоторых крупных британских изданий за лидерство в области международной информации, так как новости становятся глобальным бизнесом.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие / Елена Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003.
- 2) Johansson S. Reading Tabloids. Tabloid Newspapers and Their Readers. Södertörnshögskola. – 2007.
- 3) Morrison C. Who will win the global news race? / Flashes and Flames. – June, 11. – 2014 URL: <http://www.flashesandflames.com/2014/06/who-will-win-the-global-news-race/>
- 4) Алекса.ком: <http://alexa.com>
- 5) Сайт газеты «Гардиан»: <http://www.theguardian.com>
- 6) Сайт газеты «Дэйли Мэйл»: <http://www.dailymail.co.uk>