

Секция «Журналистика»

Влияние агрегаторов новостей на увеличение трафика сайтов радиостанций

Литвиненко Ирина Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: myauchernot@mail.ru

Появление радио в интернет-среде принесло неоспоримые плюсы. Как только радиостанции стали создавать свои сайты и выкладывать на них текстовые версии программ, к ним потянулись дополнительные пользователи, приходящие именно на виртуальную площадку. Эта аудитория является лояльной – той, которая знает о ресурсе и заходит на него за своей ежедневной порцией информации. Генерировать пользовательский трафик – непростая задача, но агрегаторы новостей могут способствовать этому. Регистрация сайта радиостанции в поисковых системах и последующая индексация его новостей обеспечивает ощутимый приток посетителей.

В России наиболее популярными считаются три новостных агрегатора – «Яндекс.Новости», Google News и «Рамблер.Новости». Все они работают по схожему механизму – поступающие от партнёров новости обрабатываются в режиме реального времени и автоматически группируются в сюжеты. Агрегаторы преследуют цель отразить новостную картину дня и дать ссылки на источники, которые содержат наиболее полную информацию о произошедших событиях. У «Яндекса» и Google этот процесс полностью автоматизирован. Однако на «Рамблере» редактор (а не робот) принимает решение, какой сюжет поставить в главные темы.

Российский теоретик медиа Андрей Мирошниченко полагает, что в современном Интернете контент превращается в валюту, которой интернет-СМИ расплачиваются с агрегаторами, чтобы перенаправить к себе пользователей. В результате подобного взаимодействия «Яндекс.Новости» и остальные получают самые свежие информационные сливки – в топ попадают лишь лучшие заметки. А сайты за предоставленный контент получают дополнительные переходы читателей: «Вот и получается, что конечной целью всех этих производственных и маркетинговых усилий СМИ в Интернете оказываются не деньги, а трафик. Пусть иногда даже неплохой»[1].

Мы сами стали свидетелем того, какую пользу сайтам радиостанций может принести сотрудничество с агрегаторами. 24 ноября 2013 года поступило сообщение о смерти бывшего губернатора Краснодарского края Николая Кондратенко. Данная новость была оперативно опубликована на сайте радио «Вести FM»[2], спустя некоторое время она попала в топ сюжета «Яндекса» по данной теме и за время пребывания на лидирующих позициях набрала почти 20 тысяч просмотров[3]. Для сравнения – в среднем, по нашим наблюдениям, за сутки один конкретный материал на сайте «Вестей» просматривает около тысячи пользователей.

Впрочем, далеко не все согласны с тем, что новостные агрегаторы приносят сайтам дополнительный приток пользователей. В 2010 году компания Outsell провела исследование, результаты которого показали, что «44% читателей Google News только просматривают заголовки новостей, не пытаясь перейти к тексту самого сообщения,

опубликованного в СМИ»[4]. Аналитики сделали вывод, что пользователи больше обращаются к новостным агрегаторам, а не к первоисточникам. 75% опрошенных в США заявили, что в случае платного доступа на сайте, они предпочтут прочесть выдержки с Google News и других ресурсов[4]. Партнёр аналитической группы SmartMarketing Аркадий Зенченко, комментируя данные Outsell, выразил мнение, что результаты исследования не такие плохие, как можно было ожидать, - некоторые эксперты называют гораздо большие цифры (до 90%)[5].

Медиамагнат Руперт Мердок неоднократно заявлял о проблеме недополучения трафика и прибыли от поисковых систем, которые перепечатывают эксклюзивные материалы. Мердок считает, что новостные агрегаторы паразитируют на работе журналистов, при этом получая их труды абсолютно бесплатно[6]. Интернет-эксперт Алекс Экслер не может не согласиться с тем, что доводы медиамагната полностью обоснованы, и информационные корпорации действительно обкрадывают: «Агрегаторы транслируют не свой контент и этим отбирают трафик у производителей контента. Значит, они должны за это платить»[5].

Однако, несмотря на негативные отзывы и мнения ряда экспертов о недобросовестной работе агрегаторов, редкое современное российское СМИ не стремится попасть в их систему, а затем и в топы. Опрошенные нами руководители интернет-редакций новостных радиостанций сходятся во мнении, что сайтам не стоит жадничать, - нет никакой угрозы со стороны сторонних ресурсов, транслирующих их контент. Ответственная за электронное представительство «Вестей FM» Светлана Бирюкова полагает, что пользователь просто не узнает подробностей, если не перейдет по ссылке на первичный источник: «Любая возможность попасть на глаза ещё какому-то количеству людей играет для сайта только положительную роль. Нельзя быть скрягами и думать о том, что как же – на сайт не зайдут. Если заинтересуют, то зайдут. Тут уже важно то, как составлен материал, или авторитетность издания»[7].

Мы также склонны придерживаться подобного мнения. Большинство пессимистичных заявлений было сделано ещё в самом начале 2010-х годов, и с того времени ничего не изменилось – пользователи продолжают переходить на оригинальный источник. Существовая сам по себе, сайт радиостанции может рассчитывать в основном лишь на тех людей, которые по каким-то обстоятельствам выбрали его как площадку для получения ежедневных новостей – это постоянная аудитория. Но если медиа представлено в системе агрегаторов, на него может наткнуться также и случайный читатель, который захочет ознакомиться с полным текстом сообщения и, возможно, запомнит этот бренд и вернется еще раз – уже без помощи сторонних ресурсов.

Литература

1. Мирошниченко А. Когда умрут газеты. М.: Книжный мир, 2011. С. 67
2. Умер экс-губернатор Краснодарского края Николай Кондратенко. URL: http://radiovesti.ru/article/show/article_id/114976 (дата обращения 28.11.2013)
3. Статистические данные предоставлены редакцией сайта радио «Вести FM»
4. Кленин А. Агрегаторы новостей отбирают долю у СМИ. URL: http://www.dv-reclama.ru/others/analytics/12133/novostnoy_agregator_generiruet_trafik_auditoriya_sreds (дата обращения: 20.01.2014)

5. Мальцев В. Заголовки вместо новостей. Пользователи предпочитают Google News. URL: <http://www.redactor.in.ua/internet/164.html> (дата обращения (дата обращения: 20.01.2014)
6. Руперт Мердок обвинил Google в клептомании. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/432274/> (дата обращения: 24.02.2014)
7. Из личной беседы Ирины Литвиненко с руководителем интернет-редакции радио «Вести FM» Светланой Бирюковой от 10.10.2013

Слова благодарности

Выражаю благодарность в подготовке тезисов своему научному руководителю – кандидату искусствоведения Е.А. Болотовой