

Секция «Журналистика»

**Трансформация возможностей СМИ под влиянием социальной сети
Pinterest**

Красовская Екатерина

Студент

*Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск,
Беларусь*

E-mail: krasovsk.ek.07@gmail.com

Современная журналистика, развиваясь в русле глобального проекта информационного сообщества, приобретает ряд качественно новых свойств. В частности, в медиапространстве возникают сектора интернет-журналистики, обладающей свойствами гипертекстовости и интерактивности [1]. Популярность социальных сетей в последнее время заставляет СМИ искать подход к аудитории посредством коммуникации с ними. Именно поэтому пристальное внимание стоит обратить на новую социальную сеть визуального контента Pinterest.

Все содержание на сайте делится на определенные категории (архитектура, искусство, спорт, технологии и т.д.). Пользователи создают так называемые пинборды – доски с интересными идеями-изображениями или видео на определенные темы. На сайте, как и в других социальных сетях, есть возможность фоллоvingа и комментирования, есть функция «like» и «repin», но нет функции «отправить личное сообщение». Пользователей сайта здесь связывает не столько дружба в реальном мире, сколько общие интересы. Посетителей можно отсортировать по контенту, который они представляют. Как только пользователь загружает новое изображение, его видят и все остальные. Таким образом, становится возможным получить большое количество лайков, которые являются своеобразным критерием популярности. Pinterest был создан, как социальная сеть идей, место, где люди смогут черпать вдохновение.

Pinterest стартовала в марте 2010 года, но уже 16 августа 2011 года журнал Time внес Pinterest в 50 лучших сайтов 2011 года [2]. А 22 декабря 2011 года он стал одной из 10 наиболее посещаемых социальных сетей по версии ресурса Cnet news [4].

В материале, опубликованном на сайте Analytics info, Pinterest признали самой быстрорастущей социальной сетью в США, который смог обойти Google +, Twitter и LinkedIn по количеству времени, которое пользователи проводят на сайте [3].

Цель исследования – выяснить, каким образом средства массовой информации смогут использовать Pinterest для изучения нужд аудитории и ее привлечения, учитывая специфику социальной сети.

Многие известные бренды и интернет-магазины уже начали осваивать просторы Pinterest. Для успешного заработка на этом сайте используют брендированные пины, баннерную и текстовую рекламу, платные аккаунты [5].

Однако СМИ пока игнорируют возможности изучения и расширения аудитории в социальной сети визуального контента.

Несмотря на то, что Pinterest еще не переведен на русский язык, по данным Internet World Stats [6], в 2011 году русский язык входит в десятку первых по числу пользователей. Учитывая высокие темпы роста аудитории (в январе 2012 года было зарегистрировано 11,7 миллионов уникальных пользователей [8]), вероятно, что в ближайшем бу-

дущем Pinterest будет переведен на русский язык. При этом нельзя отрицать, что сетью уже пользуется большое количество русскоговорящих пользователей по всему миру.

Особенности Pinterest, на мой взгляд, помогут СМИ достаточно быстро и эффективно изучить аудиторию. Поскольку представленный на сайте контент поделен на категории, рейтинг посещаемости своих сайтов могут поднять не только новостные, но и специализированные, например, в сфере архитектуры, СМИ.

При этом стоит учитывать тот факт, что Pinterest размещает только визуальный контент. Таким образом, от качества фотографии, размещенной на доске того или иного СМИ будет зависеть, перейдет ли пользователь по ссылке под фотографией или нет. На мой взгляд, это позволит не только увеличить посещаемость каждого конкретного сайта, но и возможно, заставит СМИ постоянно улучшать качество фотографий в материалах.

Чтобы оценить эффективность работы СМИ, можно использовать метод конверсии [7] в интернет-маркетинге, число «like» и «repin», а также показатели количества посещений в сутки на сайте СМИ.

Литература

1. Калмыков Александр Альбертович. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация. Автореф. дисс. . . . док. филол. наук. Москва, 2009
2. Журнал Time: <http://www.time.com/> (материал "Pinterest - The 50 Best Websites of 2011")
3. Ресурс Analytics info: <http://analytic-info.net/> (материал "Социальную сеть Pinterest признали самым быстрорастущим сайтом в США")
4. Ресурс Cnet news: http://news.cnet.com/8301-1023_3-57347187-93/pinterest-crazy-growth-lands-it-as-top-10-social-site/?tag=mncol;txt
5. Ресурс Cossa.ru: <http://cossa.ru/articles/152/12314/>
6. Ресурс Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
7. Ресурс Playseo.ru: <http://playseo.ru/Веб-аналитика/конверсия>
8. Ресурс Towave.ru: <http://www.towave.ru/news/pinterest-stal-samym-bystrorastushchim-avtonomnym-saitom-v-mire.html>