

Секция «Журналистика»

Журнал "Штерн" в социальных сетях: взаимодействие с аудиторией и продвижение бренда

Гуцина Анна Игоревна

Аспирант

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

E-mail: anna_faizova@mail.ru

Последние несколько лет ведущие еженедельные журналы ФРГ используют социальные сети как инструмент для повышения популярности своих онлайн-версий и взаимодействия с аудиторией в Интернете. У журналов «Фокус» и «Шпигель» практически одновременно появились страницы в сети Facebook (4 и 9 декабря 2008 г. соответственно). 5 мая 2009 г. контакт с пользователями Facebook установил иллюстрированный еженедельник «Штерн».

По словам исполнительного директора онлайн-версии «Штерна» Кристиана Хасельбринга, менее чем через три года (в марте 2012 г.) более 61 тыс. пользователей сети Фэйсбук были подписаны на страницу stern.de [1]. В ноябре 2012 г. количество подписчиков превысило 78 тыс., а в конце февраля 2013 г. их было более 88 тыс. Таким образом, благодаря Facebook за три месяца аудитория «Штерна» в Интернете увеличилась на 10 тыс. человек.

За несколько лет существования данного сетевого «представительства» «Штерн» неоднократно экспериментировал с новостной лентой, менял формат общения с аудиторией. Так, в период с 5 мая 2009 г. до 11 января 2011 г. на странице издания в Facebook были опубликованы 56 видеороликов, в которых редактор отдела новостей Дирк Беннингхоф и менеджер по коммуникациям Катарина Раттерт рассказывали читателям об актуальных событиях, освещаемых на stern.de. Раттерт также записала серию интервью с ведущими сотрудниками редакции. Таким образом, создавалась иллюзия живого общения редакционного коллектива «Штерна» с пользователями Facebook.

Сейчас на странице журнала ежедневно появляются ссылки на самые популярные и актуальные публикации, анонсы новых выпусков печатной версии, а также короткие сообщения от редакции. Чтобы яснее представить процесс взаимодействия stern.de с подписчиками на Facebook, мы наблюдали за обновлениями страницы в течение одного дня – 7 февраля 2013 г.

7 февраля «Штерн» поприветствовал своих подписчиков на Facebook.com в 9 утра и попрощался с ними лишь около 2 часов ночи [2]. Общение редакции с аудиторией из социальной сети длилось около 17 часов. За это время stern.de обновил новостную ленту 8 раз, с учетом пожеланий доброго утра и спокойной ночи. Редакция рекламировала новый выпуск печатного «Штерна», 1 раз опубликовала ссылку на страницу «Зюддойче Цайтунг Магацин», анонсировала 2 материала из рубрики «Панорама» и 2 – из рубрики «Политика». Подписчики комментировали все публикации новостной ленты (минимальное количество комментариев – 4, максимальное – 78), иногда полемируя с редакцией. Таким образом, «Штерну» удалось превратить свою страницу на Facebook.com в дискуссионную площадку, компенсировав отсутствие на портале опции комментирования материалов [4].

Следует отметить, что на Facebook.com «Штерн» становится не просто источником информации. Издание выступает в роли разговорчивого приятеля, с которым можно обсудить и бытовые неурядицы, и новости мирового значения. «Штерн» желает своим подписчикам доброго утра и спокойной ночи; рассуждает о пробках, плохой погоде, эпидемии гриппа и уличных происшествиях.

Иную роль играет страница «Штерна» в социальной сети «Twitter» (количество подписчиков – более 200 тыс. человек). Это своего рода дайджест онлайн-версии журнала. Поскольку повестка дня на сайте постоянно меняется, у читателя остается ограниченный выбор заголовков в верхней части страницы, а остальные материалы приходится искать в соответствующих рубриках. На Twitter.com подписчик «Штерна» может бегло просмотреть заголовки и лиды материалов, которые были опубликованы на сайте несколько часов назад, и даже в предыдущие несколько дней – и, выбрав конкретную публикацию, «уйти» по ссылке на портал stern.de.

Максимальный объем сообщений на Twitter.com – 140 знаков, что, безусловно, меняет характер взаимодействия «Штерна» с читателями. Тут можно говорить об определенном стандарте сообщений, который выработался за несколько лет существования страницы stern.de в сети Твиттер: 1-2 фразы, которые отвечают на вопросы «кто», «что», «где» и «когда» (в отдельных случаях дело ограничивается ответами на вопросы «кто» и «что»). За сутки издание публикует в своей новостной ленте в среднем 50-60 сообщений. Интервалы между твитами могут составлять от 5 до 20 минут. На Twitter.com «Штерн» не приветствует читателей, не прощается с ними, а просто методично пополняет свою страницу новыми сообщениями и ссылками.

В сети Твиттер, помимо основного аккаунта онлайн-версии «Штерна» (sternde) [3] зарегистрированы также тематические страницы, посвященные конкретным рубрикам: stern_humor («Юмор»), stern_reise («Путешествия»), stern_digital («Цифровые технологии»), stern_sport («Спорт»). Для тех, кто предпочитает читать «Штерн» с помощью мобильного телефона, есть страница stern_mobile. Там публикуются новости о новых приложениях и программах, упрощающих использование мобильной версии издания. Ссылки на лучшие фоторепортажи и фотогалереи портала stern.de регулярно появляются на странице stern_foto. Stern_sofa («Диван») – страница, где stern.de публикует заметки о популярных сериалах и ТВ-шоу. И на Facebook.com, и на Twitter.com есть страницы журнала «Неон» («Neon») из «семьи «Штерна».

Таким образом, Facebook и Twitter дают «Штерну» возможность непрерывно контактировать с аудиторией, получать от читателей обратную связь, анонсировать новые выпуски печатной версии, привлекать внимание подписчиков к конкретным разделам и проектам сайта. Социальные сети можно назвать уникальным инструментом для формирования у читателей привычки регулярного чтения материалов «Штерна».

Литература

1. Stern.de startet Social Reader für Facebook//[Электронный ресурс] Режим доступа: <http://media.de/internet/sternde-startet-social-reader-fuer-facebook/2012/03/07.html>, свободный. – Загл. с экрана
2. <http://www.facebook.com/stern>
3. <http://twitter.com/sternde>

Конференция «Ломоносов 2013»

4. <https://www.stern.de>

Слова благодарности

Благодарю своего научного руководителя, д.ф.н., проф. Вороненкову Г.Ф.