

**ТРАДИЦИОННЫЕ СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ПРИНЦИПЫ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (на примере опыта радиостанции «Эхо Москвы»)**

*Вершинина Елена Александровна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет  
журналистики, Москва, Россия  
E-mail: alena.vershinina@gmail.com*

Сегодня можно совершенно точно утверждать, что социальные сети стали одной из важнейших частей работы журналиста. «Журналист, который сегодня не находится в социальных сетях и не использует их в своей работе, чисто технологически выпадает из современного производства контента» [6]. Кроме того, у такого журналиста снижается объем и скорость потребления информации и коммуникаций.

В использовании социальных сетей традиционными СМИ можно выделить четыре основных:

- 1) как источник информации
- 2) как способ распространения информации
- 3) как агрегатор контента
- 4) как канал коммуникации

**1. Социальные сети как важнейший источник информации**

Сегодня социальные сети стали таким же источником информации, как и ленты информационных агентств, звонки слушателей или заявления ньюсмейкеров непосредственно в эфире радиостанции. Российские медиа в целом, и «Эхо Москвы» в частности, существуют в ситуации, когда социальные сети формируют альтернативную информационную повестку дня. Ряд событий просто не попадают на ленты информационных агентств или сообщения ограничиваются только одной официальной точкой зрения. Отсюда важнейшим источником информации становятся аккаунты в социальных сетях гражданских активистов, странички встреч. Однако журналистам надо не только уметь находить информацию в соцсетях, но и проверять ее. Именно поэтому важнейшим критерием становится верификация аккаунта ньюсмейкера в социальных сетях – журналистам необходимо понимать, что аккаунт ведется непосредственно самим ньюсмейкером. В этом случае, запись в твиттере или ФБ является таким же официальным заявлением. В противном – информация должна быть перепроверена по другим источникам информации.

**2. Социальные сети способ распространения информации**

Сегодня социальные являются еще одним каналом распространения информации, который стал, с одной стороны, альтернативой сайту, а другой – дополнением. Это связано с изменением лайфстала аудитории СМИ. Так как социальные сети с каждым годом играют все более значимую роль для аудитории, то СМИ должны приходить именно туда. Как многократно повторял главный редактор «Эха» Алексей Венедиктов, социальные сети – это всего лишь еще один способ доставки информации: можно голубиной почтой, можно самолетом, можно через твиттер. И пользователю на самом деле абсолютно не важен этот самый канал доставки: СМИ должно предоставлять все

возможные, а уже пользователь выберет, как ему удобнее всего потреблять информацию – в эфире, на сайте или через социальные сети [5].

«Эхо Москвы» представлено в двух социальных сетях – это Facebook и Twitter. Ставка делается на развитие странички на Фейсбук, так как в России сложилось, что «думающая аудитория», т.н. «креативный класс», «рассерженные горожане» используют именно это социальную сеть.

### **3. Социальные сети как агрегатор контента**

Социальные сети позволяют собирать самый разнообразный контент в одном месте. В частности, это касается мнений и комментариев очевидцев. Журналист должен быть готовым к разговору на любую тему. Если ленты агентств позволяют быть в курсе событий, то только социальные сети позволяют быть в курсе мнений, а это особенно важно для аналитической работы журналиста.

Кроме того, благодаря правильному выбору читаемых аккаунтов или с помощью системы хэштегов журналист может следить за тем или иным мероприятием с помощью особого жанра, который и породили социальные сети – твиттер-трансляции. В этом случае, даже не будучи непосредственным участником событий, человек может следить за событиями в режиме реального времени. Сейчас жанр твиттер-трансляций активно используется сайтом «Эха Москвы», когда для каждого события создается специальная лента, куда с помощью фильтров генерируются твиты как профессиональных журналистов (в первую очередь сотрудников «Эха Москвы»), так и простых очевидцев. Здесь опять же крайне важна верификация информации, а также баланс между информацией, поставляемой журналистами и непрофессиональными репортерами-любителями.

### **4. Социальные сети как канал коммуникации**

Социальные сети полностью изменили коммуникацию как между журналистами внутри одной редакции, так и журналистов и ньюсмейкеров.

С помощью социальных сетей журналист все время как бы остается на связи с редакцией [8]. Здесь опять важнейшим жанром становятся «твиттер-трансляции», когда журналист ведет прямой репортаж с места события. И выпускающему редактору сейчас часто просто не приходится каждые полчаса названивать корреспонденту, аккредитованному освещать то или иное мероприятие – с помощью записей в твиттере редакция видит, что происходит конкретно в этот момент. Причем, неважно, находится ли корреспондент в Москве или в командировке в Мурманске или Киеве.

Кроме того, социальные сети помогают договариваться о комментариях и интервью, минуя пресс-службы. Коммуникация в социальных сетях воспринимается как менее формальная, чем официальный запрос через факс или электронную почту, так что даже высокопоставленные ньюсмейкеры охотнее отвечают.

Таким образом, несмотря на утверждения целого ряда экспертов, что в ближайшем будущем социальные сети полностью заменят СМИ, практика показывает, что социальные сети стали только еще одной средой получения и распространения информации, при этом не изменив базовых принципов работы СМИ, но потребовав от журналистов новых навыков и компетенций.

## **Литература**

1. Болотова Е.А., Болотова Л.Д. Двадцать лет спустя, или «Слушайте радио, остальное – видимость!» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 163-178.

2. Венедиктов А.А. Журналистика и мое время. – СПб.: СПбГУП, 2012.
3. Радиожурналистика: Учебник / под ред. А.А. Шереля. М., 2005.
4. Современное радиовещание в оценках журналистов и исследователей. Сборник материалов заседаний круглых столов рамках конференции «Журналистика» (2004 – 2011) / Под ред. Болотовой Л.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2011.
5. Личное интервью автора с главным редактором р/с «Эхо Москвы» А.А. Венедиктовым от 6.10.2012
6. Личное интервью автора с журналистом р/с «Эхо Москвы» М.Ю. Ганапольским от 7.11.2013
7. Личное интервью автора с заместителем главного редактора р/с «Эхо Москвы» М.А. Королевой от 2.10.2012
8. Личное интервью автора с журналистом р/с «Эхо Москвы» А. Плющевым от 7.12.2013