

Секция «Журналистика»

Использование социальных сетей традиционными сми в качестве источника информации (на примере опыта информационной службы радиостанции «Эхо Москвы»)

Вершинина Елена Александровна

Студент

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

Впервые серьезно о социальных сетях как о мощном информационном инструменте заговорили во время «Арабской весны». Тогда именно через facebook и twitter мир узнал, что происходило, например, в Тунисе или Египте. В конце 2010-начале 2011 года стало очевидно – социальные сети превратились из средства коммуникации между пользователями в мощнейший информационный ресурс, еще один источник информации, с которыми СМИ пришлось быстро научиться работать.

Радиостанция «Эхо Москвы» является профессиональным СМИ, как неоднократно подчеркивал ее главный редактор А. Венедиктов. Поэтому неудивительно, что именно «Эхо Москвы» стало в России одним из пионеров в области использования социальных сетей в качестве источника информации.

Процесс активного внедрения социальных сетей в работу «эховской» службы информации начался в декабре 2010 года. Сейчас в своей работе журналисты радиостанции используют, прежде всего, facebook и twitter. Для сотрудников «Эха» соцсети – это такой же источник информации, как и традиционные ленты информационных агентств, звонки слушателей или, скажем, заявления ньюсмейкеров непосредственно в эфире радиостанции. Ленты твиттера даже интегрированы в ленту информагентств, так что журналисты видят сообщения РИА-Новостей, France Press и других вперемешку с твитами. Однако список аккаунтов, которые включены в единую информационную ленту с помощью программы SearchNet, строго отбирается и утверждается непосредственно главным редактором. Среди аккаунтов – официальные твиттеры ведущих российских и зарубежных СМИ, политиков и общественных деятелей. Главное правило – в твитленте должны быть представлены признанные ньюсмейкеры. Это позволяет радиостанции получать информацию в режиме реального времени. В результате журналисты видят в едином информационном потоке сообщения ИНТЕРФАКСА, Associated Press, твиты от Дмитрия Рогозина и Алексея Навального, The New York Times и «Ведомостей».

На «Эхе» выработан строгий, хотя и не регламентированный подход к работе с информацией, полученной из социальных сетей, в результате чего в эфире удается не нарушать баланс между традиционными медиа и соцсетями.

На сегодняшний день в службе информации «Эха Москвы» существует несколько алгоритмов работы, в зависимости от того, кто именно поставляет информацию в социальной сети.

Если информацию передает сотрудник радиостанции, то служба информации «Эха Москвы» доверяет этой информации на 100%. Для радиостанции абсолютно неважен способ доставки информации до редакции – для этого может использоваться телефон,

смс, электронная почта или твиттер. В этом случае социальная сеть – это просто наиболее удобный способ доставки информации.

Если новость приходит со странички сотрудника другого СМИ (при этом, «Эхо Москвы» уверено, что это настоящий аккаунт журналиста, что он ведет его сам и обычно не публикует ложных новостей) и информация является важной, то она может быть выдана в эфир. Однако при этом обязательно указывается, что информация получена из социальной сети, озвучивается имя журналиста и издание, на которое он работает. И «Эхо Москвы» самостоятельно перепроверяет новость по другим источникам.

Сегодня известные политики и общественные деятели часто сообщают новости через социальные сети. Для журналистов «Эха Москвы» важно знать, что аккаунт в twitter или facebook ведет сам ньюсмейкер. В этом случае информация считается проверенной, хотя в эфире все равно обязательно упоминается, что это запись в социальной сети. С другой стороны, аккаунт в твиттере могут взломать, информацию оттуда можно удалить, к тому же в личном комментарии ньюсмейкер может дать расширенную информацию, которая просто никак не уместится в 140 символов. Именно поэтому сотрудники службы информации начинают дозваниваться до самого ньюсмейкера. Кроме того, для радио очень важно, чтобы в эфире не информационник цитировал запись, а звучал голос самого действующего лица, а те из слушателей, кто скептически относятся к социальным сетям, получают неопровержимое доказательство достоверности переданной новости.

Точно так же используется информация, которая появляется на официальных страничках организаций/ведомств/СМИ. Для эфира достаточно одного надежного источника, которым вполне может быть запись в социальной сети. Но в последующих выпусках эта новость обязана быть подтверждена из других источников.

Благодаря социальным сетям ньюсмейкером может стать и самый обычный пользователь. В этом случае информация должна особенно тщательно проверяться по независимым источникам, так как пользователь не несет репутационной ответственности. Служба информации «Эха» пытается связаться с самим автором информации, чтобы он по телефону под запись более подробно рассказал о случившемся и четко идентифицировал себя. Кроме того, эта информация подтверждается через официальные структуры или известных ньюсмейкеров, которые могут быть на месте событий. Если информация пользователей и официальных структур расходится, то радиостанция либо отправляет собственного корреспондента для проверки данных, либо пытается найти на месте профессионального журналиста другого издания.

Таким образом, «Эхо Москвы» одним из первых российских СМИ пришло к пониманию, что слушателю радиостанции абсолютно неважно, где именно человек сделал заявление: на площади, в радиоэфире или в твиттере – главное, чтобы информация была не только оперативной, но и достоверной. Можно сделать вывод, что появление новых источников информации не изменило базовые принципы работы информационной службы – просто они распространились и на новое информационное пространство, 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 заместителем главного редактора р/с «Эхо Москвы» М.А. Королевой от 2.10.2012