

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ СМИ И ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

В. С. Куликов

*Московский международный университет,
пр. Ленинградский, 17, 125040, г. Москва, Россия,
kulikovrg@gmail.com*

В данной работе приводится классификация телеграм-каналов правоохранительных органов, которые стали основными источниками оперативной информации для журналистов. Особенность нового типа коммуникации в том, что журналистам теперь нет необходимости вступать в прямой контакт с представителями государственных ведомств. Однако легкость получения информации несет для журналистской профессии неочевидные риски: журналист рискует превратиться в профессионального переписчика пресс-релизов.

Ключевые слова: журналистика; журналистский текст; качественная пресса; мультимедийность; интерактивность; новостная журналистика.

SOCIAL NETWORKS AS A MEANS OF COMMUNICATION BETWEEN THE MEDIA AND LAW ENFORCEMENT AGENCIES

V. S. Kulikov

*Moscow International University,
17, Leningradsky Ave., 125040, Moscow, Russia
Corresponding author: V. S. Kulikov (kulikovrg@gmail.com)*

This paper provides a classification of telegram channels of law enforcement agencies, which have become the main sources of operational information for journalists. The peculiarity of the new type of communication is that journalists no longer need to enter into direct contact with representatives of government departments. However, the ease of obtaining information carries non-obvious risks for the journalistic profession: a journalist risks becoming a professional copyist of press releases.

Key words: journalism; journalistic text; quality press; multimedia; interactivity; news journalism.

Особенности работы журналиста в цифровом пространстве давно являются предметом углубленного изучения для исследователей. Для новой информационной среды, по замечанию М. К. Раскладкиной, различия в процессе журналистского творчества и технологии производства информации столь велики, что требуют совершенно иного подхода ко всем аспектам деятельности журналиста. [1, с. 247]. При этом, если всего несколько лет назад под новой информационной средой понимался прежде всего Интернет, сегодня значительную часть цифрового пространства занимают социальные сети и мессенджеры, и в первую очередь – Телеграм.

Развитие телеграм-каналов, в том числе используемых для коммуникации пресс-служб государственных органов (и, в частности, пресс-служб правоохранительных органов) с представителями СМИ, становится новым и достаточно неочевидным для исследователей и практиков вызовом журналистской профессии. Доступность информации, простота в ее получении, активность правоохранительных органов в наполнении своих телеграм-каналов приводят к тому, что СМИ начинают тиражировать одну и ту же информацию, не дополняя его дополнительными эксклюзивными подробностями, которые могли бы быть добыты журналистами самостоятельно.

А. А. Лытнева и А. А. Дубинина отмечают, что именно Телеграм стал после 2015 года одной из наиболее быстрорастущих площадок для коммуникации, как с точки зрения аудитории, так и с точки зрения контента. [2, с. 53]. К. С. Антониади и Т. Ю. Грубич отмечают, что в России социальные сети и телеграм-каналы являются наиболее популярными способами для взаимодействия с аудиторией. Причину они видят в том, что большинство людей сейчас проводит свое время в социальных сетях и мессенджерах. [3, с. 14].

Анализ научных публикаций показывает, что исследователи, как правило, основное внимание уделяют таким вопросам, как содержание контента, воздействие на аудиторию, методы развития информационных ресурсов и т. п. Ю. В. Шуйская отмечает: «В целом подавляющее большинство исследователей, обращающихся к феномену телеграм-каналов в плане его природы как СМИ, потенциала влияния на общество, возможного использования и правового статуса, подчеркивают, что телеграм-каналы являются новым типом дискурса, оказывающим существенное воздействие на современную аудиторию». [4, с. 47].

На наш взгляд, не замеченной, а значит, не изученной и не отрефлексированной в должной мере остается такая сторона предмета, как трансформация после появления телеграм-каналов способов взаимодействия пресс-служб правоохранительных органов с журналистами. Между тем, данное явление требует осмысления профессиональным сообществом.

Телеграм-каналы правоохранительных органов выступают как средства прямой коммуникации, направленные на оперативное информирование журналистов о событиях, представляющих информационную значимость. В ходе нашего исследования мы выяснили, что правоохранительные органы создают многоуровневую систему телеграм-каналов, через которые распространяется официальная и оперативная информация о деятельности конкретного ведомства. Основные потребители данной информации – журналисты.

Информацию, размещаемую в телеграм-каналах можно разделить на официальную (информацию о мероприятиях, проводимых ведомствами, в том числе заявлениях руководителей ведомств, каких-то действиях руководителей ведомств), новостную (информацию о происшествиях, в том числе резонансных, и о громких делах, расследованием которых занимается ведомство, или к которым ведомство имеет определенное отношение), правовую (разъяснения правового характера, в том числе сообщения о законодательных инициативах и принятии новых законов).

К официальной информации относятся в том числе заявления официальных представителей ведомств, роль которых часто выполняют руководители ведомственных пресс-служб. К новостной информации относятся также сообщения о судебных решениях по конкретным делам, в том числе резонансным. Эта информация не является, строго говоря, правовой, так как в ней в центре внимания находятся конкретные личности и объекты. В правовой же информации фокус внимания переносится на действие правовых норм, в том числе новые подходы в применении правовых норм, а также изменения законодательства.

К телеграм-каналам федерального уровня относятся каналы, создаваемые пресс-службами центральных аппаратов ведомств. Например: официальный телеграм-канал Следственного комитета РФ «Следком». На момент обращения к нему автора исследования (29.01.2024) имел 53 тысячи 379 подписчиков. Также в их число входят: официальный телеграм-канал МВД РФ «МВД-МЕДИА» (по данным на 29.01.2024 – 34 тысячи 562 подписчика), телеграм-канал официального представителя МВД РФ Ирины Волк (по данным на 29.01.2024 – 20 тысяч

635 подписчиков), официальный телеграм-канал Генеральной прокуратуры России «Генпрокуратура России» (по данным на 29.01.2024 – 23 тысячи 34 подписчика), официальный телеграм-канал Федеральной службы судебных приставов (по данным на 29.01.2024 – 11 тысяч 81 подписчик).

Как видим, официальным каналом ведомства может быть как обезличенный телеграм-канал, так и канал, созданный от имени официального представителя ведомства, то есть привязанный к личности. Один канал не отменяет другой, оба ресурса существуют параллельно. Однако на канале, созданном от имени личности, больше комментариев от имени официального представителя. Таким образом, данные каналы служат для журналистов источником получения прямой речи спикеров.

К региональным телеграм-каналам относятся каналы, создаваемые пресс-службами региональных управлений ведомств. Например, в Главном следственном управлении Следственного комитета России создан телеграм-канал «Столичный СК» (на 29.01.2024 – 7 тысяч 988 подписчиков). В Главном управлении СК России по Московской области создан телеграм-канал «ГСУ СК России по Московской области» (на 29.01.2024 – 3 тысячи 976 подписчиков). Столичная прокуратура создала телеграм-канал «Прокуратура Москвы» (по данным на 29.01.2024 – 22 тысячи 938 подписчиков).

Кроме региональных каналов, создаются и каналы районного уровня. Исследование показывает, что если на региональном уровне каналы создаются практически во всех региональных управлениях, то на районном уровне такой обязательной практики нет. Как правило, районные каналы создаются в крупных регионах. Например, в столице прокурорами созданы следующие телеграм-каналы «Правовой канал прокуратуры ЗАО Москвы» (по данным на 29.01.2024 – 297 подписчиков), «Правовой канал Дорогомиловской межрайонной прокуратуры» (по данным на 29.01.2024 – 26 подписчиков).

В целом статистика подписчиков на каналах федерального уровня не отражает ни реального медийного веса данных ведомств, ни информационного потенциала новостей, публикуемых в данных каналах. Однако анализ контента и данные статистики подписчиков подтверждают, что сообщения ориентированы на профессиональную аудиторию, и в первую очередь журналистов. Для массовой аудитории у сообщений слишком сухой и официальный язык, лаконичные формы. Фактически телеграм-каналы ведомств на федеральном и региональном уровне ста-

ли одной из форм распространения официальных пресс-релизов среди журналистов. На телеграм-каналах районного уровня, проанализированных в ходе исследования, основной упор делается на правовую информацию разъясняющего характера.

Особенность нового типа коммуникации в том, что журналисту теперь не требуется вступать в прямой контакт с представителями ведомств. Вся информация, которую пресс-службы готовы предоставить журналистам, публикуется в официальных телеграм-каналах. Тем не менее, хочется подчеркнуть, что такая ситуация все-таки является вызовом для журналистов: легкость получения информации приводит к тому, что немалая часть журналистов превращается в профессиональных переписчиков официальных пресс-релизов. Между тем, как в задачи журналиста входит все-таки добывание информации. Для этого необходимо в том числе вступать в прямые контакты с носителями информации. Телеграм-каналы правоохранительных органов сегодня выступают как основные первичные источники оперативной информации для журналистов, в этом их важная функция. Но для журналиста они должны оставаться одним из источников информации, а не становиться одним-единственным источником.

Библиографические ссылки

1. *Раскладкина М. К.* Интернет как информационная среда и особенности работы журналиста в эпоху новых медиа // Образовательные технологии и общество. 2004. №2. С. 247 – 256.
2. *Лытнева А. А., Дубинина А. Э.* Telegram как новая площадка в средствах массовой коммуникации // Материалы Афанасьевских чтений. 2020. №2 (31). С. 52–56.
3. *Антониади К. С., Грубич Т. Ю.* Онлайн-каналы коммуникации для связей с общественностью // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. 2020. №5. С. 13–15.
4. *Шуйская Ю. В.* Лингвистические особенности дискурса телеграмм-каналов как нового типа медиа // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание: Реферативный журнал. 2023. № 3. С. 45–57