

## **«Кто здесь СМИ: поп-блогеры или традиционные печатные издания, телевидение, радио»?**

Тематика: **Рынок медиа и рекламы**  
**Видеорелизы**

Дата публикации: 23.09.2020

г. Москва

Дата мероприятия / события: 23.09.2020

*Блоги и СМИ: сходства и различия? Какие каналы распространения информации наиболее востребованы современной аудиторией? Почему целевая аудитория некоторых блогеров больше, чем ЦА традиционных СМИ? Стриминг – прямой эфир с места событий с трансляцией в социальную сеть, где через видеоконтент ЦА связывается с инфлюенсером. Реально ли такое «живое» общение в традиционных СМИ?*

Эти вопросы обсудили генеральный директор «АиФ», президент ГИПП, доцент факультета журналистики МГУ им.М.В.Ломоносова Руслан Новиков; член Наблюдательного совета при Правлении АКМР, директор премии «Медиа-Менеджер России» Екатерина Коляда; генеральный директор радиостанции «Говорит Москва» и Фонда «Разумный Интернет» Владимир Мамонтов, заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Наталья Лосева, директор по стратегическим коммуникациям медиахолдинга «1st M1 MedialInvest» Светлана Алаева.

По мнению Владимира Мамонтова, важнейшую роль в СМИ играет ответственность. Если блогер принимает на себя функции СМИ, он становится ответственным блогером. Если традиционное СМИ хочет зарабатывать и выжить, оно склоняется к безответственности. Это обусловлено в том числе и тем, что спрос публики в последнее время переместился в сторону мифов, легенд, придумок.

Руслан Новиков считает, что тот, кто производит контент, и является СМИ. Отличие только в том, какой охват аудитории у каждого, и какую ответственность каждый несет перед аудиторией и перед законом. Многие топ-блогеры работают с командами профессиональных редакторов, корректоров и, по сути, мало чем отличаются от классических СМИ. А, в зависимости от размера аудитории, они также должны соблюдать и юридические формальности в соответствии с законодательством нашей страны.

С этими и другими точками зрения можно ознакомиться в эфире: <https://youtu.be/y4Hp6wECBqk>

Эфир состоялся 19 августа 2020 года

### **О Премии:**

Национальная Премия «Медиа-Менеджер России» вручается с 2001 года и учреждена в целях пропаганды наиболее значимых событий и явлений в медиабизнесе, обусловленных профессионализмом и мастерством в менеджменте.

Цель Премии – отметить на конкретных примерах наиболее интересные достижения в управлении медиабизнесом, привлечь внимание к ключевым процессам отрасли, к ее специфике и структуре, представить лучших медиаменеджеров текущего года. Гости и номинанты премии – руководители московских и региональных радиостанций, издательских домов, рекламных и PR-агентств, топ-менеджмент крупнейших московских компаний, представители артистического и телевизионного бомонда.

Организаторы Премии – издательский дом «МедиаБизнес» и профессиональный журнал о медиабизнесе «Новости СМИ». Премия проводится при поддержке общественно-профессиональных организаций: ГИПП (Гильдия издателей периодической печати), РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью), АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России), НАТ (Национальная ассоциация телерадиовещателей), АНРИ (Ассоциация независимых региональных изданий), АРПП (Ассоциация распространителей печатной продукции),

WAN (Всемирная Газетная Ассоциация).

**Партнеры:**

Генеральный партнер: Мегафон

Партнер премии: Металлоинвест, CTC Медиа, Independent Media

Партнер церемонии награждения: ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг»

Официальная площадка премии: Bellagio

Интеллектуальный партнер премии: Ernst&Young

Официальные поставщики напитков: «Фанагория», «Серебряное наследие»

Event- партнер церемонии: Группа Компаний «SLON»

Видеопродакшн-партнер премии: Okin Group

Курьерская доставка премии: City Mobile Post (DM ExPress)

Шоколадный партнер премии: Конфаэль

Генеральный информационный партнер премии: ИД «КоммерсантЪ»

Титульный информационный партнер премии: Российская газета

Официальный информационный партнер премии: AIF.RU

Генеральный радио партнер премии: «Бизнес FM» 87.5

Информационные партнеры премии: «Комсомольская правда», Журнал «Эксперт», «Авторadio», МТРК «МИР»

Региональные партнеры премии: Арктика Медиа, ГК «Выбери радио»

Информационные спонсоры премии: «Эхо Москвы», Вечерняя Москва, Труд, Радио «Орфей», Радио Западной Сибири, Телецентр «Останкино»

Мультимедийный партнер: МИА «Россия Сегодня», 1Mediainvest

Мониторинг партнеры премии: Медиалогия

Информационная поддержка: Новые Известия, Работники ТВ, Event LIVE, "Журнал "Технология Праздника", ИА «ГАРАНТ», Пищеблог.ру, Телеканал «PRO Бизнес», РАОС (PRacademy.ru), PR News, Guzei.com, Mediaguide.ru, PR Info, Рекламный совет, CateringConsulting, Advertology.ru, газета «Версия», Медиа-холдинг «Регионы России», «Финансовая газета»

Постоянная ссылка на материал: <http://smi2go.ru/publications/126064/>