

Фотографии публичных людей в социальных сетях как новый информационный повод для СМИ (на примере сайта «Cosmopolitan» www.cosmo.ru)

Научный руководитель – Долгина Екатерина Станиславовна

Левушкина Екатерина Юрьевна

Студент (магистр)

Нижевартовский государственный университет, Гуманитарный факультет, Кафедра филологии и массовых коммуникаций, Нижневартовск, Россия

E-mail: genius-leva@yandex.ru

Сегодня ни для кого не является секретом, что СМИ обладают способностью влиять на определение важности той или иной тематики в повестке дня общества. Впервые этот факт отметили в 1968 г. два профессора журналистики Университета Северной Каролины М. Маккомбс и Д.Л. Шоу. Именно они подтвердили гипотезу о том, что средства массовой информации имеют большое влияние на проблемы, важные для общественности [1]. Однако, спустя десяток лет существования теории agenda-setting, иначе говоря «теории повестки дня», ее основные постулаты претерпели серьезные изменения. В первую очередь это связано, конечно же, с развитием Интернет-технологий, появлением новых медиа и социальных сетей. Сегодня журналисту не обязательно сотрудничать с информационным агентством: достаточно быть подписанным на аккаунт «селебрити».

В 90-е гг. XX века на российском рынке СМИ началось активное развитие «глянцевых» журналов для женщин. Именно тогда широкое распространение получили определение «глянцевой журналистики», «глянцевый журнал». В 1994 году в России появляется первый женский «глянцевый» журнал - «Cosmopolitan» российская версия международного издания. «Cosmopolitan» был стилеобразующим журналом. До сих пор существует некий собирательный образ девушки в стиле Cosmo. Она молода, независима и энергична, сама выбирает свой путь и добивается успеха. Девиз журнала «Cosmo - это успех!» [2]. Конечно же, журнал формировал свою повестку дня: истории успеха звезд, фоторепортажи с модных показов, колонки на тему здоровья, любви и семьи.

Изменения в формировании контента и, как следствие, изменения «agenda-setting» произошли с развитием Интернета. Журнал обрел электронную версию, которая, в отличие от печатной, требует ежедневного обновления. И если десять-пятнадцать лет назад повестку дня формировали традиционные СМИ, то сейчас носителем информационных поводов являются социальные сети [3]. Изменились и методы журналистской работы. Традиционные методы - сбор, обработка и анализ информационного события - трансформировались в копирование и обработку сообщений из социальных сетей. Рассмотрим этот факт на примере новости из электронной версии журнала «Cosmopolitan».

15 февраля 2017 год на сайте www.cosmo.ru была опубликована заметка под названием «Ксения Собчак и Максим Виторган уехали в романтическое путешествие» [4]. Информационным поводом этой новости послужила фотография в личном аккаунте Ксении Собчак в социальной сети для обмена и оценки фотографий и коротких видеороликов «Инстаграм» [5]. Публикация фотографии произошла в День святого Валентина. Журналист вместо указания конкретного факта делает предположение, что «влюбленные решили провести праздник не в Москве». Как отмечает автор статьи, «судя по снимку это мог быть Кавказ, Сочи, Израиль или даже Венеция». Таким образом, в данной заметке нет ни одного достоверного факта, который можно было проверить, которому можно было

бы доверять. Примечательно то, что подобные новости находят отклик среди подписчиков издания. Читатели оставляют комментарии с одобрением, восхищением или, наоборот, выражают недовольство выбором героя.

Любой, кто обучался журналистике, должен помнить, что журналистика взаимодействует со всеми сферами жизни. Хороший журналист при поиске информации должен задавать вопросы и сомневаться во всем, помимо этого он должен отыскивать информацию и публиковать достоверные факты вместо слухов и домыслов. Однако подобные заметки, созданные на основе одной фотографии знаменитости, все чаще появляются в электронных версиях женских журналов, будь то «Cosmopolitan», «Grazia», «Glamour» и т.д. Электронным версиям издания необходимо публиковать информацию 24/7, что снижает ценность и значимость работы журналиста в целом. Чтобы создавать такие заметки, достаточно обладать навыками рерайта и копирайта, кроме того, быть активным пользователем социальных сетей.

Таким образом, традиционные функции журналиста изменились под воздействием профессиональных компетенций журналиста «новых медиа». Расстановка акцентов и приоритетов при формировании повестки дня в женских журналах происходит для того, чтобы повысить посещаемость электронных версий изданий. Таким образом, подтверждается основной принцип теории «agenda-setting» о том, что СМИ не отражают действительность, а лишь фильтруют и формируют её. И таких примеров в женских электронных версиях изданий множество. Контент такого СМИ наполняется за счет новостей с участием звезд, которые, как считают журналисты и редакторы, будут интересны читателям.

Приложение

1. Публикация на сайте <http://www.cosmo.ru/>

Ксения Собчак и Максим Виторган уехали в романтическое путешествие

День всех влюбленных Ксения Собчак и Максим Виторган решили отметить не в Москве. 14 февраля пара предпочла провести в более комфортных погодных условиях. Правда, точное место супруги решили не разглашать. Однако, судя по снимку, это мог быть Кавказ, Сочи, Израиль или даже Венеция - предположений среди подписчиков было много.

Вчера Ксения опубликовала трогательный снимок из отпуска, где завязывает шнурки своему мужу, и подписала его: «Чуть свет уж на ногах, и я у ваших ног». Поклонники отметили, что Ксения очень заботливая жена, и пожелали паре счастья и любви. «Вот это любовь Заботливая», «Love is. завязывать ему шнурки», «Вы очень красивая пара», «Будьте счастливы», «Заботливый жена!», «Так трогательно», - писали подписчики (Орфография и пунктуация авторские. - *Прим. ред.*).

2. Публикация в инстаграме http://www.instagram.com/xenia_sobchak

Чуть свет уж на ногах,и я у ваших ног! [U+2764] [U+2764] [U+2764]

Источники и литература

- 1) Амзин.А.А. http://yspu.org/images/4/4d/Амзин_А.А._Социальные_сети_как_и_сточники_информационных_поводов_для_интернет-изданий.pdf.
- 2) Пленкина Е.А. Издания для женщин как часть элитарного журнального сегмента на российском рынке СМИ (№23 [77] 12.12.2001).

- 3) McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972) The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 36. pp. 176–187.
- 4) Инстаграм Ксении Собчак: www.instagram.com/xenia_sobchak.
- 5) Электронная версия журнала «Cosmopolitan»: <http://www.cosmo.ru/stars/news/15-02-2017/kseniya-sobchak-i-maksim-vitorgan-uehali-v-romanticheskoe-puteshestvie/>

Иллюстрации



Рис. 1. Публикация в инстаграме www.instagram.com/xenia_sobchak