

**Специфика визуального контента на примере государственных информационных агентств в России и Армении**

**Научный руководитель – Алекян Марина Васильевна**

***Геворгян Мариам Геворговна***

*Студент (бакалавр)*

Российско-Армянский (Славянский) университет, Институт медиа, рекламы и кино,  
Кафедра журналистики, Ереван, Армения  
*E-mail: mariamgevorgyan2001@mail.ru*

В современном мире активно развивающихся технологий и непрерывного информационного потока СМИ пытаются максимально проиллюстрировать и визуализировать передаваемую информацию [3]. В наши дни никакая статья не публикуется без “картинки”, будь то газета или интернет издание [2]. Визуализация является средством межкультурной коммуникации, значение и функции которой трансформируются. Фотографии дают возможность стать соучастником события, сделать собственные выводы из увиденного [6]. Но помимо того, что фотография облегчает процесс восприятия информации, очень часто из-за неправильного ракурса люди видят не настоящую картину событий. В работе мы рассмотрели и проанализировали особенности использования фотографий в контенте государственных информационных агентств Российской Федерации и Республики Армения. А рассматривать именно мы будем такие информагентства, как Armenpress и РИА Новости.

В ходе исследований рассматривались данные агентств в разных категориях за последний месяц. В фотобанке РИА Новости(visual) за указанный период были опубликованы 22.815 фотографии [5], а в фотобанке Armenpress 16.571[4]. В фотобанке РИА Новости за указанный период больше всего фотографий было опубликовано в категории спорт, в фотобанке Armenpress в категории политические новости, а наименьшее количество фотографии были опубликованы в категориях социальные проблемы и инновация соответственно. В результате исследований было рассмотрено 127 статей из категорий политика, спорт, искусство, культура, развлечения и экономика, бизнес, финансы. В категории политика чаще всего использовались портретные и документальные фотографии в обоих информационных агентствах, чего нельзя сказать о категории спорт. В РИА Новости в разделе спорт использовался очень большой спектр жанров фотографий, например, панорамные фотографии, наличие которых не было обнаружено в том же жанре на сайте Армепресс. Помимо панорамных фотографий в категории спорт также использовались репортажные фотографии и в наименьшем количестве портреты, в том случае, когда в Армепресс в материалах на тему спорта чаще всего использовались именно портретные фотографии. Заметное различие было и в категории экономика, бизнес, финансы. К экономическим статьям Армепресс были прикреплены графики, статистики или скачанные из интернета фотографии с изображением определенной валюты, портретные фотографии чаще использовались в интервью экономистов или других специалистов в этой сфере. В этой же категории материалов РИА Новостей есть большое количество панорамных фотографий. Наши исследования в разделе искусство, культура, развлечения показали, что в фотобанке РИА Новости большинство фотографий в этом разделе - это репортажные и портретные фотографии. А в фотобанке Армепресс в этой категории больше документальных фотографий, но портретные фото также представлены.

Результаты исследования показали, что в одинаковых категориях статей двух государственных информационных агентств может использоваться совершенно разный визуаль-

ный контент. Например, в разделе экономика РИА Новостей часто использовались панорамные фотографии на которых были запечатлены самолеты, заводы или электростанции. Визуализация и передача информации в том или ином жанре фотографии зависит от аудитории, для которой делается контент [1]. И, конечно, от деталей, на которых с помощью фотографий делается больший акцент. Также в результате нашего исследования мы выяснили, что в информационном агентстве РИА Новости в категории спорт публикуется наибольшее количество фотографий, что говорит о заинтересованности аудитории в этом жанре. И если говорить о России, то, безусловно, спорт здесь имеет и некую политическую окраску (например, в контексте допингового скандала). Что касается Армении, то результаты анализа показывают, что аудитория наиболее заинтересована в политических новостях, и поэтому в фотобанке Арменпресс за текущий месяц было обнаружено наибольшее количество фотографий в этом разделе, чему тоже есть объяснение. Внутренняя ситуация в стране вызывает огромный интерес общества к политике. В качестве вывода исследования следует отметить, что в контенте Арменпресс и РИА Новости в России преобладали портретные и панорамные фотографии. Это говорит о востребованности такого визуального сопровождения материалов современных информационных агентств.

### Источники и литература

- 1) Колесниченко А.В. Практическая журналистика: Учебное пособие. – 2-е изд. / А.В. Колесниченко – М.: Издательство Московского университета, 2013.
- 2) Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2001.
- 3) Jürg Wittwer Talking through Pictures: A Beginner's Guide to Photojournalism. Kindle Edition. 2016
- 4) [www.armenpress.am/rus/multimedia/slideshows/](http://www.armenpress.am/rus/multimedia/slideshows/) (Библиотека изображений "Арменпресс")
- 5) [www.visualrian.ru/](http://www.visualrian.ru/) (Библиотека изображений "РИА Новости")
- 6) <http://www.mediascope.ru/1654> (Визуальный контент как тенденция современной журналистики)