

ТЕХНОЛОГИИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КОНТЕНТА ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ ONLINER И «ПРО БИЗНЕС»: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

О. Н. Касперович-Рынкевич

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kasperon@bsu.by*

Проанализировано, какие мультимедийные форматы используют информационные порталы для визуализации контента. В совокупности исследовано 277 публикаций и зафиксировано 1 363 единицы мультимедийных форматов. Отмечено жанровое разнообразие форматов на портале Onliner и преобладание доли стоковых иллюстраций на портале «Про бизнес».

Ключевые слова: визуальный контент; инфографика; информационный портал; коллаж; мультимедийный формат; фотография.

TECHNOLOGIES FOR VISUALIZATION OF CONTENT OF INTERNET PORTALS ONLINER AND «ПРО БИЗНЕС»: COMPARATIVE ANALYSIS

O. N. Kaspiarovich-Rynkevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: O. N. Kaspiarovich-Rynkevich (kasperon@bsu.by)*

A comparative analysis has been made of what multimedia formats information portals use to visualize content. In total, 277 publications were analyzed and 1,363 units of multimedia formats were recorded. As a result, the genre diversity of formats on the Onliner portal and the predominance of the share of stock illustrations on the «Про бизнес» portal were noted.

Key words: visual content; infographics; informational portal; collage; multimedia format; photo.

Визуальная журналистика стала одним из наиболее интенсивно развивающихся сегментов медиасферы. На данном этапе развития цифровых технологий конкуренцию ей может составить только генерация контента с помощью нейросетей. Более того, среди современной аудитории преобладают визуалы – те, кто лучше воспринимает информацию, представленную в виде инфографики, диаграмм, фотоиллюстраций и видео. Именно эта аудитория массово потребляет сторис, короткие видео, мемы, гиф-анимацию, прямые трансляции. Визуалов проще вовлечь через интерактивную подачу информации, поэтому «сегодня от журналиста требуется умение «упаковать» сложное содержание в максимально наглядную и простую форму, которая могла бы «говорить сама за себя», в виде визуальных сообщений» [1, с. 135].

Чтобы выделить тенденции визуализации контента мы проанализировали оформление контента двух крупных белорусских порталов: информационного портала Onliner и портала о бизнесе и предпринимательстве «Про бизнес».

Для анализа сайта портала Onliner был выбран период с 25 по 31 января, для портала «Про бизнес» – январь 2024 г., поскольку на данном портале публикации размещаются в меньшем количестве, чем на информационном портале. Всего было проанализировано 239 публикаций информационного портала Onliner, где зафиксировано 1 102 единицы мультимедийных форматов. На портале «Про бизнес» проанализировано 38 публикаций, зафиксировано 261 единица мультимедийных форматов. Из приведенных в Таблице 1 и Таблице 2 данных следует, что информационный портал Onliner использует больше разнообразных мультимедийных форматов для визуализации контента. У обоих порталов лидирует фотография, на втором месте у Onliner коллаж, у делового издания «Про бизнес» – инфографика, что оправдано тематической направленностью издания. Стоит отметить, что большинство инфографики «Про бизнес» не делает самостоятельно, а использует скриншоты из аналитических отчетов иных компаний, которые упоминаются в статьях. Фотографии в большинстве случаев взяты из фотостоков. Фотографии на сайте информационного портала авторские.

Таблица 1

Распределение мультимедийных форматов на сайте Onliner

Рубрика / жанр	Фото-графия	Фотогалерея	Коллаж	Иллюстрация	Инфо-графика	Скриншот	Карты	Видео	Пост из соцсети	Всего публикаций
Авто	182	27	7	-	2	6	4	30	-	60
Кошелёк	124	7	9	-	4	4	-	1	3	42
Лайф-стайл	165	14	30	-	1	8	-	7	16	44
Недвижимость	187	20	24	-	-	1	4	3	1	32
Технологии	126	8	13	42	2	3	-	17	-	61
<i>Итого:</i>	784	76	83	42	9	22	8	58	20	239

Таблица 2

Распределение мультимедийных форматов на «Про бизнес»

Рубрика / жанр	Фотография	Коллаж	Графика	Инфографика	Скриншот	Видео	Всего публикаций
Интервью	12	-	-	-	-	-	1
Итоги недели	4	-	-	-	-	-	4
Личный опыт	91	-	2	-	3	-	9
Маркетинг	4	3	-	13	-	1	3
Мнение	12	-	-	3	-	-	3
Налоги	6	-	-		-	-	1

Окончание табл.

Рубрика / жанр	Фото-графия	Коллаж	Графи-ка	Инфо-графи-ка	Скрин-шот	Видео	Всего пу-бли-каций
Недви-жи-мость	4	1	-	10	-	-	2
Парт-нерский матери-ал	9	-	-	-	-	-	1
Перего-воры	8	-	-	-	-	-	1
Право	20	-	-	-	-	-	5
Рынки	16	-	-	-	-	-	2
Рынок труда	7	-	-	4	-	-	1
Спец-проекты	13	-	-	-	-	-	2
Техно-логии	4	-	5	-	-	-	1
Эконо-мика	2	-	-	-	4	-	2
<i>Итого:</i>	212	4	7	30	7	1	38

Отличительной особенностью портала Onliner является частое и вполне оправданное использование фотогалерей, что разгружает пространство, делает длину статьи меньше, позволяют показать большее число фотографического материала и пользуются успехом у аудитории. Также Onliner включает в текст публикаций пользовательский контент в виде постов из соцсетей (чаще всего Instagram), наибольшее число таких включений отмечено в публикациях рубрики «Лайфстайл».

Таким образом, проведенный сравнительный анализ визуального контента информационного портала Onliner и портала о бизнесе и предпринимательстве «Про бизнес» показал, что среди форматов визуализации контента на предпочтение отдается фотографии, на втором

месте находится коллаж, затем идут фотогалерея и видео. К сожалению, на порталах отсутствуют такие форматы как интерактивное фото, динамичная инфографика, фото 360 градусов, виртуальный тур, которые обладают большим потенциалом вовлеченности и включенности аудитории в процесс потребления информации, чем статичные форматы.

Библиографические ссылки

1. *Симакова, С. И.* Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? / С. И. Симакова // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. №1.2. С. 135–139