

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФОТОКОНТЕНТА САЙТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ

C. C. Качко

*Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет),
пр. Ленина, 76, 454080, г. Челябинск, Россия,
kachkos@susu.ru*

*Научный руководитель – А. Б. Череднякова,
доктор педагогических наук, профессор*

В статье исследуются особенности формирования фотоконтента на сайтах региональных вузов Челябинской области. Эмпирической базой исследования стали фотографии, опубликованные на официальных сайтах университетов (ЮУрГУ, ЧелГУ, МГТУ им. Г. И. Носова) за январь 2025 г. Методологической основой выступает жанровая система фотожурналистики, предложенная Н. Вороном. По итогам анализа было определено, что доминирующими жанрами являются фотозаметка и фотопортрет. Их популярность обусловлена стремлением вузов к оперативному информированию аудитории и созданию положительного имиджа университета.

Ключевые слова: визуальный контент; жанры фотожурналистики; сайты вузов; фотография; фотоконтент.

АСАБЛІВАСЦІ ФАРМІРАВАННЯ ФОТАКАНТЭНТУ САЙТАЎ АДУКАЦЫЙНЫХ УСТАНОЎ РЭГІЯНАЛЬНЫХ ВНУ

C. C. Качко

*Паўднёва-Уральскі дзяржсаўны ўніверсітэт
(нацыянальны даследчы ўніверсітэт),
пр. Леніна, 76, 454080, г. Чалябінск, Расія,
kachkos@susu.ru*

*Навуковы кіраўнік – А. Б. Чараднякова,
доктар педагогічних наук, прафесар*

У артыкуле даследуюцца асаблівасці фарміравання фотакантэнту на сایтах рэгіянальных ВНУ Чалебінскай вобласці. Эмпрычнай базай даследавання сталі фатаграфіі, апублікованыя на афіцыйных сایтах універсітэтаў (ПУрДУ, ЧалДУ, МДТУ ім. Р. І. Носава) за студзень 2025 г. Метадалагічнай асновай выступае жанравая сістэма фотажурналістыкі, прапанаваная М. Воранам. Па выніках аналізу было вызначана, што дамінуючымі жанрамі з'яўляюцца фотанататка і фотапартрэт. Iх папулярнасць абумоўлена імкненнем ВНУ да аператыўнага інфармавання аўдыторыі і стварэння становішча іміджу ўніверсітэта.

Ключавыя слова: візуальны кантэнт; жанры фотажурналістыкі; сайты ВНУ; фатаграфія; фотакантэнт.

Эффективная коммуникационная политика является неотъемлемой частью развития образовательных учреждений. Для выстраивания имиджа и эффективного взаимодействия вузы обеспечивают полное присутствие на цифровых платформах, среди них особое значение имеет сайт. Информационное перенасыщение актуализирует важность фотоконтента.

Н. Ворон отмечает, что преимуществом фотографии является наглядность и документальность. Она прошла путь от иллюстрации – до дополняющего визуального компонента, до самостоятельного элемента – медиатекста [1]. Теоретической основой исследования выступает жанровая система, предложенная автором в работе «Жанры фотожурналистики». Н. Ворон выделяет 2 вида жанров: информационные (фотозаметка, фотопортаж, фотозарисовка, фотосерия) и публицистические (фотокорреспонденция, фотоочерк, фотомонтаж) [1].

Фотозаметка – оперативный жанр, фиксирующий актуальные события и органично связанный с текстом. Фоторепортаж – это серия снимков, передающая развитие события. Фотозарисовка фиксирует действительность и отражает эмоциональную составляющую кадра. Фотокорреспонденция фиксирует взаимосвязь событий, которая позволяет проанализировать проблемы материала. Фotoочерк раскрывает событие через его обобщение, акцентируя внимание на осмыслиении происходящего. Фотомонтаж – композиция из снимков, сочетающая вымысел с отражением реальности. Фотосерия – фотографический ряд, объединенный одной тематикой. Визуальный ряд не придерживается последовательности происходящего. Фотопортрет раскрывает характер

человека, информационную составляющую личности, настроения и социальный контекст.

Для анализа фотоконтента на сайтах образовательных учреждений определены 3 вуза Челябинской области, которые вошли в рейтинг медийной активности M-RATE в направлении «сайт» за январь 2025 г. – ЧелГУ, МГТУ им. Г. И. Носова и ЮУрГУ. Далее проведен анализ по жанровой системе Н. Ворона.

На сайте МГТУ за обозначенный период опубликовано 8 фотографий. Доминирующим жанром является фотопортаж. Это можно обосновать стремлением раскрывать последовательность и динамику событий. Жанр фотосерия представлен 2 публикациями, что указывает на стремление объемно раскрыть события. При анализе не выявлены жанры фотокорреспонденция, фотопортрет и фотоочерк.

На сайте ЧелГУ для исследования отобрана 31 публикация. Анализ показал, что доминирующим жанром фотожурналистики является фотозаметка – 15 публикаций. Это говорит о нацеленности на оперативное информирование аудитории о событиях. 6 публикаций проиллюстрировано в жанре фотопортрет, что обосновано стремлением познакомить аудиторию с образами студентов, сотрудников и преподавателей. Важная роль в публикациях отводится жанру фотозарисовка – 5 фотографий. Используется для создания эмоциональной атмосферы, через кадры, отражающие студенческую жизнь и векторы развития вуза. Наименьшее количество публикаций в жанрах фотоочерк – 3 и фотосерия – 1. Не обнаружены жанры фотомонтаж и фотокорреспонденция.

На сайте ЮУрГУ было опубликовано 77 новостей. Фотозаметка является наиболее популярным жанром – 25 публикаций, так как быстрое информирование аудитории является приоритетным аспектом. 18 публикаций проиллюстрированы фотографиями в жанре фотопортрет. Жанр позволяет раскрыть профессиональные достижения членов университетского сообщества. Жанр фотосерия представлен в 12 новостях, через него транслируются значимые события университетской жизни. 9 публикаций выделено в рамках жанра фотоочерк. Образы и ситуации, отраженные в рамках этого жанра, направлены на осмысление и воплощение образов. Жанр фотозарисовка представлен в 8 публикациях и свидетельствует о стремлении передать атмосферу и эмоции университетской жизни. Жанр фотомонтаж представлен 3 публикациями, 2 из которых реализованы в виде коллажа, а третья – снимок с использованием графических элементов. Наименьшее количество публикаций

выявлено в жанре фотокорреспонденция – 2. В коммуникационной политике ЮУрГУ представлено наибольшее количество жанров фотожурналистики. За данный период не выявлен фотопортаж.

Анализ фотографического ряда показал, что коммуникационная политика вузов ориентирована на информационные жанры, а фотозаметка является наиболее популярным из них (35,34%) (табл.).

Жанр фотопортрет занимает вторую позицию по популярности (20,69%). Особенno активно этот жанр представлен в публикациях ЮУрГУ (18 фотографий).

Третье место разделяют фотосерия (12,93%) и фотозарисовка (12,07%). Фотосерии в наибольшем количестве представлен в публикациях ЮУрГУ. Жанр фотозарисовки представлен более равномерно на сайтах вузов.

Менее популярными жанрами являются фотопортаж (3,45%) и фотомонтаж (3,45%). Наименьшее количество публикаций приходится на фотокорреспонденцию (1,72%).

Жанровая представленность фотоконтента сайтов вузов Челябинской области за период с 01.01.2025 по 31.01.2025 г.

Жанр	ЮУрГУ	ЧелГУ	МГТУ	Итог	%
Фотозаметка	25	15	1	41	35,34%
Фотопортаж	0	1	3	4	3,45%
Фотозарисовка	8	5	1	14	12,07%
Фото-корреспонденция	2	0	0	2	1,72%
Фotoочерк	9	3	0	12	10,34%
Фотомонтаж	3	0	1	4	3,45%
Фотосерия	12	1	2	15	12,93%
Фотопортрет	18	6	0	24	20,69%
Итого	77	31	8	116	100%

Исследование фотоконтента на сайтах вузов Челябинской области позволило выявить ключевые тенденции в использовании жанров фотожурналистики, а также их коммуникативные функции. Таким образом, преобладающим жанром является фотозаметка (35,3%), а его коммуникативная функция – оперативное, достоверное информирование. Преобладание этого жанра также может быть аргументировано ускорившим-

ся ритмом жизни и клиповостью мышления. Доля контента в жанре фотопортрет (20,7%) говорит о персонализации визуального контента. Жанры фотосерия (12,9%) и фотозарисовка (12,1%) в свою очередь сосредоточены на эмоциональном воздействии и погружении аудитории в контекст событий.

Таким образом, исследование показало, что фотоконтент сосредоточен на оперативной коммуникации, попытке вовлечения читателя в событийную повестку и выстраивании определённых образов согласно имиджевым установкам.

Исследование может быть продолжено с точки зрения анализа эффективности фотоконтента сайта образовательного учреждения по показателям, предложенным в работе Д. Шевченко, среди которых автор выделяет: количество посетителей сайта за день, средний коэффициент конверсии, самые посещаемые страницы, средняя продолжительность пребывания на сайте и насколько часто посетители возвращаются на сайт, а также другие аспекты, которые позволят проследить уровень вовлечённости аудитории и эффективность фотоконтента на сайте.

Библиографические ссылки

1. Ворон Н. И. Жанры фотожурналистики: учебное пособие для вузов по специальности «Журналистика». М. : Факультет журналистики, 2012. 145 с.