

Фотография как средство визуализации новостного контента о чрезвычайных ситуациях в российских Интернет-СМИ

Хлебников Никита Сергеевич

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра медиадизайна и информационных технологий, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: khlebnikovnikita@yandex.ru

Фотографию как средство визуализации в новостных публикациях активно используют редакции СМИ в ответ на изменение особенностей потребления и производства медиаконтента. Поскольку пользователи «пытаются оценить происходящее без углубленного чтения текстов» [3], СМИ, по мнению С. И. Симаковой, увеличивают роль визуальных элементов и количество визуальных сообщений, дополняют, а также трансформируют вербальный контент [2]. Под визуализацией в рамках исследования мы понимаем «способ графического представления смысла, изложение события невербальным способом» [3].

В целях исследования для трактовки понятия «чрезвычайная ситуация» и классификации ЧС в зависимости от природы возникновения мы опирались на материалы ведомственного словаря МЧС [4]. Стоит заметить, что в рамках исследования проводился анализ особенностей визуализации новостного контента о ЧС природной и техногенной природы возникновения. Выбор тематической области обусловлен тем, что «кризисные и чрезвычайные ситуации для массмедиа всегда были и остаются новостями первого уровня, т. е. наиболее привлекательными для формирования информационной повестки дня» [1].

Предметом исследования являются содержательные особенности фотопубликаций, освещающих ЧС природного и техногенного характера. Цель исследования - выявить особенности подбора фотографий как средства визуализации новостных материалов о ЧС природного и техногенного характера в российских Интернет-СМИ.

Эмпирической базой исследования стали новостные публикации, которые освещали две ЧС: 1) тайфун «Хианамор» и его последствия (сентябрь 2022, ЧС природного характера), 2) крушение самолета Су-34 в Ейске (17.10.2022, ЧС техногенного характера). В ходе исследования были проанализированы 826 фотопубликаций. Выбор изданий производился на основе рейтингов «Медialogии» за октябрь 2022 года [5]. Главным критерием отбора изданий стала цитируемость. Мы основывались на предположении, что наиболее цитируемые Интернет-ресурсы обладают эксклюзивными фотоматериалами. В базу исследования были включены федеральные информационные агентства (ИА «ТАСС», РИА «Новости», «Интерфакс»), Интернет-СМИ («Rbk.ru», «Russian.rt.com», «Gazeta.ru», «Lenta.ru», «360.ru»), а также ИА и Интернет-СМИ Приморского («PrimaMedia.ru», «Vl.ru») и Краснодарского краев («Живая Кубань», «93.ru»).

В исследовании были использованы метод сплошной выборки и контент-анализ. Методом сплошной выборки из новостного потока материалов были отобраны публикации об анализируемых ЧС по ключевым словам и словосочетаниям. Это позволило выявить процент визуализации новостных материалов. Уровень визуализации исчислялся в процентном соотношении материалов, содержащих фотоматериалы, к их общему количеству и присваивался по разработанной шкале. Далее с помощью контент-анализа были выявлены визуальные приоритеты и основные объекты освещения. В работе мы также основывались на предположении, что подбор фотоматериалов в СМИ влияет на создание

визуального образ ЧС, который складывается из совокупности визуальной репрезентации последствий, пространства, участников и процесса ликвидации.

Было выявлено, что уровень визуализации и тип используемых для этого фотоматериалов зависят не столько от характера ЧС, сколько от ее неординарности и значимости для аудитории.

В федеральных ИА и Интернет-СМИ тайфун «Хинамор» и его последствия в основном освещались архивными агентскими фотографиями, которые были сделаны в 2018 и 2019 годах. Они соотносились с текущим событием исключительно по ассоциативному признаку характера ЧС и ее локализации. Из-за этого визуальный образ этой ЧС в федеральных медиа не сложился, кроме того, она оказалась обезличена.

Региональная специфика освещения тайфуна «Хинамор» была выявлена в фотоподборе Интернет-СМИ «VI.ru». Для репрезентации ЧС использовались фотографии собственного фотокорреспондента, на которых были сняты важные для жителя региона сюжеты. Редакция поставила в приоритет изображение последствий ЧС и их влияния на человека. Использование понятных образов повышает эмоциональность аудитории к публикациям за счет эмпатии к пострадавшим, основанной на единстве места проживания.

Крушение военного самолета Су-34 более широко освещалось федеральными и региональными СМИ за счет резонансного и редкого характера ЧС.

В ходе исследования было выявлено, что основным источником фотоматериалов для федеральных медиа на первых этапах были фотографии пользователей, на последующих - профессиональные агентские фотографии. Приоритетными визуальными образами являются изображения взрыва, процесса ликвидации ЧС и ее участников. В региональных медиа визуализация новостного контента происходила преимущественно за счет работ собственных корреспондентов. Представители региональных СМИ, в отличие от федеральных, глубже погружаются в проблемы, возникшие в результате воздействия ЧС, и репрезентируют это с помощью фотоматериалов.

Подход к визуализации информационно-новостного контента во многом зависит от характера ЧС, степени ее воздействия и значимости информационного повода для аудитории. Кроме того, была выявлена ведущая роль фотографий и видеороликов очевидцев. Эти материалы зачастую становятся основными на первых этапах информирования о ЧС.

Источники и литература

- 1) Куксин И. А. Коммуникативные приоритеты СМИ при освещении чрезвычайных ситуаций // Век информации. 2016. № 2. С. 98–101.
- 2) Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 163–169.
- 3) Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп: электрон. журн. 2014. Вып. 4. 02.12.2014.
- 4) www.mchs.gov.ru (МЧС России)
- 5) www.mlg.ru (Медialogия)