

## Элементы визуального оформления в новостных программах и рубриках телекомпаний Сибири

*Ложников Артем Вячеславович*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия  
*E-mail: lozhnikov.art02@gmail.com*

За последнее время в российской журналистике растет роль визуальных элементов. Это связано, с одной стороны, с развитием компьютерных технологий, с другой - со стремлением повысить вовлеченность аудитории. Сегодня создатели контента все чаще находятся в поиске креативного потенциала визуальных акцентов. Эти тенденции наглядно проявляются и в новостных программах региональных телекомпаний. Последним приходится быть конкурентоспособными в условиях повторяющихся тем местной повестки и ограниченного времени местного эфирного вещания. С поиском новых элементов визуального оформления региональных теленовостей связана актуальность исследования.

Цель — проанализировать роль визуальных элементов в новостных программах телекомпаний Сибири: «ТВК» (Красноярск) и «Томское время» (Томск).

Методология: мониторинг эфиров, ютьюб-каналов, контент-анализ; сравнительно-сопоставительный анализ.

Эмпирическая база: эфиры, ютьюб-каналы телекомпаний «ТВК» и «Томское время» за октябрь 2022 года.

Для исследования выбраны региональные телекомпании: «ТВК» (Красноярск) и «Томское время» (Томск). На медиарынке Сибири немного частных телекомпаний, имеющих собственное информационное вещание; можем предположить, что общая тенденция просмотров эфиров без графики меньше, поэтому в этот элемент закладывают тенденции оформления, широко используемые в неэфирном видеоконтенте. Оба телеканала популярны и продвигают контент в соцсетях и на ютьюб-каналах.

Популярность видеохостинга - причина, по которой редакции традиционных медиа стали его осваивать. В ноябре 2022 года у «Ютьюба» 2 миллиарда активных пользователей, а ежедневно на хостинге просматривается до 1 миллиарда часов видео. Для региональных СМИ это актуально в связи с ограниченным набором тем и небольшой аудиторией, а также потерей привычки у аудитории, особенно молодой, смотреть телевизор.

Ежедневные новостные программы — основа эфирного вещания. На ютьюб-каналах дублируются выпуски новостей с возможностью комментирования и реакции. Современные редакции телеканалов задумываются не только об информационной повестке, верстке выпуска, но и о качестве оформления как видеороликов, так и специальных рубрик и новостных сюжетов внутри самих выпусков.

Например, одной из отличительных особенностей телекомпании «ТВК» является прописывание тайм-кодов под каждым видео. И хоть такое оформление нельзя назвать принципиально новым, однако пользователям становится намного удобнее использовать навигацию по темам новостных программ.

Производство собственных рубрик в российской тележурналистике считается чем-то обыденным и уже традиционным, однако именно в таких формах появляется возможность для поиска потенциально новых визуальных акцентов.

Одна из главных рубрик «Томского времени» — «Мобильный репортер», которая уже стала авторским продуктом. Темы сюжетов чаще всего относятся к общественно-социальным: от «Скопившегося мусора» до «Нашествия крыс возле школы». Отличительной

визуальной особенностью такой рубрики можно считать не само наличие или отсутствие уникальных графических элементов, а формат выпусков. Они снимаются в виде блога. Видеоряд состоит не только из кадров, которые снял сам журналист, но и частных видео, всегда с сопровождением титра «любительская съемка».

Интересный синтез визуальных элементов присутствует и в сюжетах. Например, материал ««Российское кино неконкурентно»: эксперты о возможном закрытии более 50% кинотеатров в России» телекомпании «ТВК» содержит несколько графических элементов. Во-первых, хронометраж видео составляет 6 минут 47 секунд, что вдвое больше традиционно принятых параметров новостных сюжетов. Во-вторых, все статистические данные темы представлены в виде графиков, выведенных на экран, а не озвучены журналистом за кадром. В-третьих, цитаты героев и комментарии экспертов также оформлены графикой, в виде фотографии и текста автора высказывания на экране.

В результате исследования выявлено: ютьюб-каналы телекомпаний «ТВК» и «Томское время» придерживаются тенденций общемирового развития цифровой среды. Интернет-платформы помогают охватывать все больше новых пользователей. Возможность оставлять отзывы и реакции показывает вовлеченность телекомпаний в коммуникацию с аудиторией. А современные возможности оформления новостных выпусков помогают региональному продакшену осваивать новые визуальные решения.

### Источники и литература

- 1) Шевченко В. Э. Теоретические основы визуальной коммуникации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2013. Статистика YouTube – 84 главных показателя [2021 год] // Логотип онлайн URL: <https://logotip.online/blog/statistika-youtube/> (дата обращения: 17,02,2023) URL: Томское время // YouTube URL: <https://www.youtube.com/@TomsvertimeRu/videos> (дата обращения: 17,02,2023). URL: Сетевое издание ТВК Красноярск // YouTube URL: <https://www.youtube.com/@newstvkc> (дата обращения: 17,02,2023). Мобильный репортер // YouTube URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DwQDOPUWKa4&list=PLP4nTvIRMks7Daosfo4CQc349xKvdojHk> (дата обращения: 17,02,2023).