



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В ПУБЛИКАЦИЯХ ОБ ИСКУССТВЕ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЯХ

Вера Владимировна Антропова¹, Кристина Евгеньевна Смотрова²

^{1,2} Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия,

¹ ava45@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3421-9978>, SPIN-код: 3229-4668

² eva.rei@bk.ru

Аннотация. Освещение темы искусства в СМИ имеет свою специфику. В частности, оно предполагает наличие визуального компонента, обладающего художественной ценностью. Гипотеза исследования заключалась в том, что тема искусства в качественных СМИ будет раскрываться с привлечением разнообразного по форме и содержанию визуального контента. Информационным источником стала электронная версия качественного делового издания «Ведомости» – сайт газеты. Выбор данного СМИ обусловлен тремя критериями: 1) качеством контента (это качественное деловое издание), 2) расширенной тематикой (газета предлагает читателям не только деловой блок, но и политическую, социальную, культурную, научную повестку), 3) рейтинговостью («Ведомости» занимают третью позицию в топ-10). Анализ показал, что большинство публикаций (практически 2/3) содержит визуальные элементы, однако предпочтение отдается только одному виду визуального контента – фотографии, которая выполняет информативную, иллюстративную, конкретизирующую функции. Отсутствие развитой практики использования динамических мультимедийных элементов в дискурсе качественных деловых изданий подчеркивает их приверженность классическим традициям объективной и беспристрастной журналистики, консервативный подход к журналистскому творчеству вследствие их типологической специфики, желание сохранить изначальный газетный формат для узнавания аудиторией. Выдвинутая гипотеза подтвердилась отчасти.

Ключевые слова: визуальный контент, материалы об искусстве, качественное издание, деловая газета, «Ведомости»

Для цитирования: Антропова В. В., Смотрова К. Е. Использование визуальных элементов в публикациях об искусстве в качественных изданиях // Динамика медиасистем. 2026. Том 6, Вып. 1. С. 212–215. doi: 10.47475/2949-3390-2026-6-1-212-215

Original article

THE USE OF VISUAL ELEMENTS IN ART PUBLICATIONS IN QUALITY PUBLICATIONS

Vera V. Antropova¹, Kristina E. Smotrova²

^{1,2} Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia,

¹ ava45@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3421-9978>

² eva.rei@bk.ru

Abstract. The coverage of the art theme in the media has its own specific features. In particular, it involves the presence of a visual component that has artistic value. The research hypothesis was that the art theme in high-quality media would be covered using a variety of visual content in terms of form and content. The information source was the electronic version of the high-quality business publication Vedomosti, the newspaper's website. The choice of this media outlet was based on three criteria: 1) the quality of the content, 2) the broad scope of topics covered, and 3) its popularity. The analysis showed that most publications contain visual elements, but only one type of visual content is preferred: photographs that serve as informative, illustrative, and specific content. The lack of a developed practice of using dynamic multimedia elements in the discourse of high-quality business publications highlights their adherence to the classical traditions of objective and impartial journalism, their conservative approach to journalistic creativity due to their typological specifics, and their desire to maintain the original newspaper format for audience recognition. The hypothesis was partially confirmed.

Key words: visual content, art materials, a high-quality publication, a business newspaper, Vedomosti

For citations: Antropova V. V., Smotrova K. E. (2026). The use of visual elements in art publications in quality publications. *Dynamics of Media Systems*, Vol. 6, Issue 1: 212–215. doi: 10.47475/2949-3390-2026-6-1-212-215 (In Russ.).

Визуализация информации в СМИ применяется с разными целями: 1) сделать текст более убедительным и доказательным, сопроводив вербальную часть визуальной (например, в репортажах), 2) минимизировать долю словесного текста и передать необходимую информацию в более лаконичной – наглядной – форме (например, в фоторепортаже или аналитических жанрах), 3) разнообразить типы знаков, переключив внимание читателей с вербального кода на визуальный (например, в аналитической статье, обзоре, аналитическом отчете), 4) акцентировать внимание на визуальном контенте как эстетически самодостаточном журналистском произведении (например, в фоторепортаже, фотопортрете, фотоочерке).

Непрерывное техническое и технологическое развитие способствует постоянному обновлению и обогащению арсенала визуальных средств выразительности, используемых медийными авторами, в частности, журналистами. Так, современные исследователи выделяют такие виды визуальной информации, как иллюстрации (карикатуры, элементы графического дизайна, фотографии), инфографику (графики, схемы, диаграммы), различные формы мультимедийного контента (флеш-анимация, видеоролики, слайд-шоу, клипы) (Симакова 2016). С целью осмысления актуальных возможностей визуалистики в современных печатных СМИ мы обратились к сегменту качественных деловых изданий, которые во многом определяют риторические, ментально-когнитивные, социокультурные тренды современности (Антропова 2025: 375) и продолжают оставаться образцом аналитической, креативной журналистики для многочисленных акторов медийного поля (как институциональных, так и неинституциональных).

Информационным источником выступила газета «Ведомости» – классическое деловое издание, начинающее свою историю с 1999 года. При этом сфера интересов качественного делового издания сегодня расширяется за счет политической, социальной, культурной, научной повестки (Терченко 2020: 46). Согласно проведенному Э. М. Терченко исследованию, несмотря на имидж делового СМИ, «Ведомости» привлекают читателей в первую очередь публикациями неделового характера, и особый интерес у них вызывают материалы «прикладного» значения, «в которых освещается нечто, непосредственно касающееся их жизни» (Терченко 2020: 54). Также на выбор источника повлиял рейтинг: «Ведомости», согласно «Медиалогии», занимают третью позицию в топ-10 российских СМИ в номинации «Газеты» после «Известий» и «Коммерсанта» (Топ-10 самых цитируемых газет // Рейтинги российских СМИ. – Медиалогия. Мониторинг СМИ и соцсетей: инструмент оценки эффективности коммуникаций. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/14327/>), являющихся общественно-политическими, и, таким образом, находятся во главе рейтинга деловых изданий.

Одной из «непрофильных», но весьма интересующих читателей тем является искусство. Об этом говорит хотя бы тот факт, что за полгода (с 01.06.2025 по 30.11.2025) нами было обнаружено 959 публикаций, посвященных искусству.

Материалом исследования послужили отобранные методом сплошной выборки журналистские тексты об искусстве, опубликованные в электронной версии газеты «Ведомости», то есть на их сайте, в ноябре 2025 года (с 01.11.2025 по 30.11.2025). Эмпирическую базу в общей сложности составили 107 публикаций, непосредственно или опосредованно связанных с темой искусства. На этапе, предшествовавшем аналитической обработке собранного материала, мы произвели тематическую сегментацию предметного поля «искусство» и выделили в нем тематические группы, соотнесенные нами с видами искусства (Данилова, Маруфенко 2022: 19).

Анализ показал, что из 107 публикаций 69 содержат визуальные элементы (фотографии), что составляет 64,49 % от общего массива текстов. Оставшиеся 38 материалов (35,51 %) представлены исключительно вербальным контентом и не включают дополняющих информацию визуальных элементов. Из этого следует вывод, что превалирование изовербальных, или синтетических, текстов (то есть сочетающих визуальную и вербальную части) в освещении темы искусства «Ведомостями» является значимой и знаковой чертой дискурсивных практик издания, стремящегося к разностороннему, поликодовому представлению информации, а также отражает общую тенденцию медиадискурса к мультимодализации (Гришаева 2022).

В процессе анализа контента была произведена тематическая классификация материалов, что позволило нам выделить в предметном поле «искусство» 12 тематических групп:

- 1) архитектурное искусство,
- 2) живопись,
- 3) монументальное искусство,
- 4) музыка,
- 5) театр,
- 6) танцевальное искусство,
- 7) балет,
- 8) кинематограф,
- 9) фотография.
- 10) мода и стиль,
- 11) выставки и другие публичные события, акции в сфере культуры и искусства (международные творческие форумы, фестивали),
- 12) актуальная повестка в сфере культуры и искусства (материалы из этой группы имеют прикладное

значение, когда читателям предлагают анонс предстоящих мероприятий, комментируют актуальные события в сфере культуры и искусства).

Количественная представленность различных тематических групп выглядит следующим образом:

- 1) выставки и другие публичные события, акции в сфере культуры и искусства – 26 материалов, 8 с иллюстрациями;
- 2) актуальная повестка в сфере культуры и искусства – 20 материалов, 16 с иллюстрациями;
- 3) архитектурное искусство – 15 материалов, 14 из них с иллюстрациями;
- 4) живопись – 14 материалов, 6 с иллюстрациями;
- 5) кинематограф – 10 материалов, 7 с иллюстрациями;
- 6) театр – 9 материалов, 6 с иллюстрациями;
- 7) мода и стиль – 5 материалов, 4 с иллюстрациями;
- 8) фотография – 2 материала, оба с иллюстрациями;
- 9) музыка – 2 материала, оба с иллюстрациями;
- 10) танцевальное искусство – 2 материала, оба с иллюстрациями;
- 11) балет – 1 материал, с иллюстрациями;
- 12) монументальное искусство – 1 материал, с иллюстрацией.

Количественное доминирование групп «Выставки и другие события», «Актуальная повестка в сфере культуры и искусства» можно объяснить прикладным характером информации, содержащейся в них, поскольку, как мы уже говорили, «Ведомости» интересны читателям в первую очередь не из-за делового блока, а прикладного.

Также можно наблюдать, что наибольшая доля визуализированных материалов – в тематических группах «Актуальная повестка в сфере культуры и искусства» и «Архитектурное искусство». Этот факт объясняется спецификой указанных сфер, в которых визуальная репрезентация играет ключевую роль в восприятии и интерпретации объектов искусства. В этих группах фотографии реализуют информативную, иллюстративную и конкретизирующую функции, дополняя вербальный компонент и усиливая мультимодальный потенциал журналистских текстов.

Тематические группы «Выставки и другие события», «Кинематограф», «Живопись», «Театр» демонстрируют более умеренную насыщенность визуальными элементами. Это может быть связано с тем, что некоторые материалы представляют собой аналитические жанры, в которых акцент сделан на погружение в интерпретацию событий, а не на их визуальном сопровождении.

Проведенный анализ показывает, что визуализация представлена исключительно фотографиями. Чаще всего используются одиночные изображения в начале и/или середине текста и мини-галереи в виде «каруселей». Другие виды визуального контента – инфографика, видеоролики, слайд-шоу и т.д. – в собранном массиве публикаций не были выявлены.

Итак, визуальная составляющая материалов качественных деловых изданий, в частности «Ведомостей», на тему искусства ограничивается статическими (нединамическими) изображениями. Из числа визуальных элементов предпочтение отдается по-прежнему фотографии как традиционному и проверенному временем способу объективного, «документального» (Тулупов 2012: 80) фиксирования действительности в журналистском тексте. Отсутствие развитой практики использования динамических мультимедийных элементов в дискурсе качественных деловых изданий подчеркивает их приверженность классическим традициям объективной и беспристрастной журналистики, консервативный подход к журналистскому творчеству вследствие их типологической специфики, желание сохранить изначальный газетный формат для узнавания аудиторией.

Список источников

Антропова В. В. Концепт «токсичность» в дискурсе качественной деловой прессы: траектории содержательного расширения // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: материалы конференции. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2025. С. 374–376.

Гришаева Л. И. Мультимодальность, гибридизация, карнавализация в организации текста и уплотнение информационного потока // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2022. Том 12. С. 66–101. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.104>.

Данилова А. В., Маруфенко Е. В. Искусство как объект научного исследования: учеб. пособие. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2022. 155 с.

Симакова С. И. Развитие визуальной журналистики // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы конференции. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2016. С. 125–129.

Терченко Э. Б. Читательские предпочтения аудитории делового издания (на примере сайта газеты «Ведомости») // Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 1. С. 42–58. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.4258.

Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете: учеб пособие. Воронеж: Фак-т журналистики ВГУ, 2012. 183 с.

References

- Antropova, V. V. (2025). Koncept «toksichnost» v diskurse kachestvennoj delovoj pressy: traektorii sodержatel'nogo rasshireniya [The concept of “toxicity” in the discourse of the high-quality business press: trajectories of meaningful expansion]. *Cifrovaya zhurnalistika: tekhnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoj deyatel'nosti: materialy konferencii*. Ekaterinburg: Ural Federal University Publishing House. 374–376. (In Russ.).
- Grishaeva, L. I. (2022). Mul'timodal'nost', gibrizizatsiya, karnavalizatsiya v organizatsii teksta i uplotnenie informacionnogo potoka [Multimodality, hybridization, and carnivalization in the organization of text and the compression of information flow]. *Nemeczkaya filologiya v Sankt-Peterburgskom gosudarstvennom universitete*, t 12, 66–101. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.104>. (In Russ.).
- Danilova, A. V., Marufenko, E. V. (2022). *Iskusstvo kak ob`ekt nauchnogo issledovaniya* [Art as an object of scientific research]. Vladimir: Vladimir State University Publishing House. 155 p. (In Russ.).
- Simakova, S. I. (2016). Razvitie vizual'noj zhurnalistiki [Development of visual journalism]. *Zhurnalistika cifrovoj e`poxi: kak menyaetsya professiya: materialy konferencii*. Ekaterinburg: Ural Federal University Publishing House. 125–129. (In Russ.).
- Terchenko, E. B. (2020). Chitatel'skie predpochteniya auditorii delovogo izdaniya (na primere saita gazety «Vedomosti») [Reader preferences of a business publication's audience (based on the Vedomosti newspaper website)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 1, 42–58. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2020.4258> (In Russ.).
- Tulupov, V. V. (2012). *Izobrazitel'naya zhurnalistika v gazete: ucheb posobie* [Visual Journalism in the Newspaper: A Study Guide]. Voronezh: Faculty of Journalism of Voronezh University. 184 p. (In Russ.).

Информация об авторах

В. В. Антропова – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории медиа

К. Е. Смотров – студентка четвертого курса бакалавриата факультета журналистики

Information about the authors

Vera V. Antropova – Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Media Theory

Kristina E. Smotrova – Fourth year undergraduate student at the Faculty of Journalism

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Статья поступила в редакцию 05.12.2025, одобрена после рецензирования 27.01.2026,
принята к публикации 11.02.2026.

The article was received by the editors on 05.12.2025, approved after review on 27.01.2026;
accepted for publication on 11.02.2026.