


Анализ брендинга международных СМИ:

Визуальная идентичность и мультимедийный контент в фокусе медиаэкономики

Казарян Карен А.

Аспирант кафедры журналистики, Российско-Армянский Университет (Ереван, РА)

 <https://orcid.org/0009-0005-1530-216>
ghazaryankaren18@gmail.com

УДК: 801.7; **EDN:** QFNEGB

DOI: 10.58587/18292437-2025.1-130

Ключевые слова и словосочетания: медиаэкономика, брендинг СМИ, визуальная идентичность, международные средства массовой информации

Միջազգային լրատվամիջոցների բրենդինգի վերլուծություն. Վիզուալ ինքնությունը և մուլտիմեդիա բովանդակությունը մեդիաէկոնոմիկայի համատեքստում
Ղազարյան Կարեն Ա.

լրագրության բաժնի ասպիրանտ Ռուս-Հայկական Համալսարան (Երևան, ՀՀ)

Ամփոփագիր. Այս հոդվածում ուսումնասիրվում են վեբ ինտերֆեյսի դիզայնի առանձնահատկությունները, բովանդակության քաղաքականությունը, մուլտիմեդիա նյութերը և գովազդի տեղադրումը: Մեդիաէկոնոմիկայի վերաբերյալ աշխատությունները օգտագործվում են որպես տեսական շրջանակ՝ վերլուծելով լրատվամիջոցների վիզուալ ինքնության, օգտատիրական փորձի և շուկայական դիրքի միջև կապը:

Ներկայացված է երեք միջազգային լրատվամիջոցների՝ BBC, t-online և РБК բրենդինգի համեմատական վերլուծությունը:

Հանգուցարաներ և բառակապակցություններ՝ Մեդիաէկոնոմիկա, ՉԼՄ-ների բրենդինգ, վիզուալ ինքնություն, միջազգային ՉԼՄ-ներ

**Analysis of branding of international media:
Visual identity and multimedia content in the focus of media economics**

Ghazaryan Karen A.

Department of Journalism Russian-Armenian University (Yerevan, RA)

Abstract. In this article are considered the features of the design of the web interface, content policy, multimedia materials and advertising placement. As a theoretical basis works on media economics are used, analyzing the relationship between the visual identity of media, user experience and market position. A comparative analysis of the branding of three international media: BBC, t-online and RBK.

Keywords & phrases: media economics, media branding, visual identity, international media

Введение

Медиаэкономика, как область исследований, сосредоточена на изучении экономических процессов в сфере средств массовой информации, включая производство, распределение и потребление контента. Визуальная идентичность и брендинг СМИ играют ключевую роль в привлечении аудитории и формировании конкурентных преимуществ. Исследования, проведённые Робертом Пикардом и Джиллиан Дойл, подчёркивают важность сочетания визуальной привлекательности и доступности интерфейса для повышения вовлечённости пользователей.

Объектом настоящей статьи являются выбранные международные средства массовой информации BBC, t-online и РБК, а субъектом –

брендинг и визуальная идентичность данных изданий. Настоящее исследование направлено на выявление особенностей брендинга трёх крупных международных СМИ с акцентом на их визуальное представление и мультимедийный контент.

Теоретические подходы к брендингу СМИ

Брендинг в СМИ играет ключевую роль в создании уникальной идентичности, которая выделяет издание на фоне конкурентов. Как отмечает Роберт Пикард ("The Economics and Financing of Media Companies"), визуальная идентичность, включая логотипы, цветовые схемы и структуру сайта, способствует укреплению доверия аудитории и увеличению лояльности.

Другой важный аспект брендинга – это мультимедийные элементы. В работе Джиллиан Дойл ("Understanding Media Economics") аргументируется, что качество фотографий и видеоматериалов влияет не только на восприятие аудитории, но и на монетизацию контента, так как повышает вероятность его дальнейшего распространения.

Вопросы размещения рекламы также являются важным аспектом брендинга. Десмонд Маккуэйл в своей книге "Media Performance: Mass Communication and the Public Interest" отмечает, что грамотно интегрированная реклама усиливает положительное восприятие бренда и минимизирует риск потери читателей.

Для анализа мы выбрали три средства массовой информации из разных стран для более наглядного представления картины: BBC (Великобритания), t-online (Германия) и РБК (Россия).

Кроме того, мы выбрали для себя несколько критериев, по которым провели наш анализ. Выбранные критерии: эмблема СМИ, общий внешний вид, общий интерфейс сайта, качество фото и видео, тематика материалов, реклама и т.д.

BBC

В первую очередь, рассмотрим британское издание BBC.

BBC был основан 18 октября 1922 года Джоном Рейсом и Джорджем Вильерсом [4]. Как известно, существует также Российская служба BBC, которая берет свое начало с 23-го июня 1941-го года, когда тогдашний премьер-министр Великобритании Уинстон Черчилль, выступая в парламенте своей страны, объявил о нападении Германии на Советский Союз. Руководство СМИ решило перевести речь главы государства на русский язык. С того времени началась история Русской службы BBC [5].

Переходя непосредственно к анализу BBC, следует отметить, что интерфейс сайта достаточно спокойный, сайт сделан в красно-бордовых тонах, которые встречаются крайне редко, в частности, в начале главной страницы, а остальной сайт собран на белом простом фоне. В начале главной страницы можно увидеть отдельные рубрики: Home, News, US Election, Sport, Business, Innovation, Culture, Arts, Travel, Earth, Video, Live. Подобная разделенность рубрик в самом начале делает использование сайта данного издания легким и доступным для всех. Посетитель сайта при желании может легко, с помощью разделения рубрик, найти нужную тему и материал в множестве других.

Спускаясь вниз по главной странице, можно увидеть тот же список рубрик, что и наверху, только с более развернутым содержанием, в

котором собраны множество материалов с более узкой направленностью.

Еще одной особенностью BBC является то, что есть возможность подписаться на издание сразу на сайте: в правом верхнем углу. Можно зарегистрироваться, и войти в свой аккаунт, что позволяет иметь более тесные связи со СМИ, для оперативного получения информации.

Материалы на сайте размещены достаточно удобно для потребителя, каждая имеет свое место, с большим, наглядным заголовком и с яркой «напоминалкой». На каждой новости есть отдельное упоминание, в каком формате материал: видео, лайв, текст и так далее.

Самой эффективной особенностью данного издания является то, что СМИ имеет большое количество переводов своих материалов на другие языки (более 40), среди которых: арабский, китайский, корейский, японский, индонезийский, киргизский, персидский, португальский, русский, сербский, сомалийский, тайский, турецкий, азербайджанский, украинский, узбекский, вьетнамский и другие.

Что касается фото, то они высокого качества, передающие суть материала, будь это аналитическая или новостная статья. Следует отметить, что в случае новостного материала, прикрепленные фотографии обеспечивают эффект присутствия у читателей.

Касательно видео можно только отметить, что их качество на уровне как с точки зрения изображения, так и с точки зрения звука, кроме того, часто встречаются видеоматериалы, на которых есть короткий текст, вкратце рассказывающий о произошедшем событии. Подобный вариант передачи новости пользуется большой популярностью, поскольку в одном месте можно и посмотреть, и получить самые важные факты в виде коротких тезисов.

Следует также отметить, что рекламы на главной странице сайта в момент проведения нами анализа данного издания не было, несмотря на то что можно было обратиться за размещением рекламных объявлений.

Резюмируя, отметим, что мы рассмотрели достаточное количество материалов как на английском, так и на русском языке. Все материалы отличаются приятным интерфейсом, а также интересным текстом.

Практически все материалы были оснащены хотя бы одной фотографией, а в большинстве случаев несколькими, которые были хорошего качества и дополняли прилагающийся к ним текст, также нередко встречались видеоматериалы, которые, в свою очередь, передавали чуть больше информации, раскрывая тему материала.

Сам текст был написан легко и доступно для всех читателей.

Все аббревиатуры были отдельно раскрыты и объяснены. Кроме того, в тексте были отдельные вставки, рассказывающие как начало той или иной ситуации, так и представляющие вторую сторону медали. Иными словами, если материал рассказывал о событиях в Украине, приводились высказывания президента Зеленского и других высокопоставленных лиц, то для полноты картины происходящего была приведена и реакция российской стороны в лице президента Путина или глав соответствующих ведомств.

Таким образом, авторы предлагали своим читателям качественные материалы, добавляя в статью и обратную сторону, что позволяло аудитории данного издания самому проанализировать конкретную ситуацию и не полагаться на мнение автора, несмотря на то что в большинстве случаев авторы статей придерживались максимальной объективности, насколько это возможно.

t-online

Следующее издание, которое мы рассмотрели, это немецкое СМИ под названием t-online. Данное СМИ является самым крупным новостным порталом, распространяющим новости из Германии и со всех уголков мира.

Интерфейс сайта достаточно мягкий, цветовая гамма скорее журнальная, нежели новостная. Все детали сайта сделаны розовым цветом, что немного сбивает с толку, поскольку на фоне того же BBC сильно выделяется.

На первых строчках сайта, размещена строчка рубрик: Region, Politik, Ukraine, Sport, Wirtschaft & Finanzen, Unterhaltung, Panorama, Gesellschaft, Leben, Spiele, Klima, Mobilität, Digital, Heim & Garten, Wetter, Kaufberatung, Video, Podcasts.

Кроме того, особенность данного издания в том, что на самой первой строчке есть данные о местной погоде, прямые эфиры спортивных новостей, телекоммуникационные услуги, справочник, лото, а также электронная почта издания, на которую, можно отправить письмо [6].

На сайте нет больших заголовков и огромного количества текста, все достаточно комфортно для восприятия.

На правой стороне есть список из заголовков новых и актуальных новостей и сразу там же присутствуют маленькие «подсказки» о содержании материалов. Кроме того, если материал является авторским, то отмечена первая буква имени автора для большей наглядности и быстрого поиска.

Также следует отметить, что на самом верху сайта есть строчка из нескольких новостей, на

которых стоит фотография, и для просмотра всех материалов просто нужно пролистать. В этой части собраны, как правило, самые актуальные и важные новости за последнее время, список которых постоянно обновляется.

Особенность данного издания, на наш взгляд, заключается в том, что в статьях часто кроме заголовка пишется еще одна короткая строчка, интригующая читателя, в качестве примера можно привести новость про то, что США дали разрешение Украине атаковать цели в России с помощью американских ракет. Заголовок данной новости на сайте t-online выглядит так: «Эти цели теперь в пределах досягаемости Украины», а надпись над заголовком гласит: «США дают разрешение на атаку» [7].

Реклама на сайте была также «спрятана» в потоке новостей, но с упоминанием, что является рекламой. Одной из таких была реклама страхования автомобиля, которая предлагала самые дешевые услуги в Германии, обещая при этом хорошее качество. Следует отметить, что текст данного рекламного объявления был построен также интересно и увлекательно, как и все остальные тексты в данном СМИ. Интересно и похвально, что даже к рекламным текстам руководство и авторский состав издания относятся с креативом и находчивостью [8].

В промежутках списка новостей были отдельные новости, выделенные из общей массы и представленные крупным планом. В подобных случаях имена авторов были написаны полностью, а также были установлены фотографии тех самых авторов.

Материалы данного издания также были оснащены дополнительной мультимедией, красивыми и интересными вставками и движущимися страницами. Подобное оформление материалов делает его не только особенным, но и придает некой легкости, и даже самая скучная информация читается легко и непринужденно.

Фотографии на сайте исключительно хорошего качества, по большей части фотографии с места событий либо просто говорящие, передающие суть статьи. Следует отметить, однако, что есть случаи, когда фотографии прикрепленные к материалам, оставляют впечатление неуместности. Например, в материале, рассказывающем о конкурентах Шольца, претендующих на его должность, было опубликовано фото самого Шольца с закрытыми глазами. Фотография говорящая, с этим нельзя поспорить, восприятие отнюдь неоднозначное.

На сайте данного издания был раздел Шопинг, в котором были представлены различные товары, начиная от одежды [9] и заканчивая техникой [10]. Переходя по ссылке, пользователь

попадал на сайт магазина, где были представлены разнообразные товары с ценниками и с возможностью сразу приобрести нужный товар онлайн.

Еще одной особенностью рубрики является то, что посреди новостей и материалов на тему здоровья есть интересные тесты, чтобы каждый читатель мог проверить состояние своего здоровья. К примеру, состояние легких, сделав несколько простых упражнений на дыхание [11].

Фотографий на сайте было достаточное количество, все они были хорошего качества, уместные и без лишних моментов, часто можно было увидеть части картины, обведенные розовым кругом, что показывало читателю, куда нужно устремить свое внимание. Что касается видеоматериалов, то их на сайте было очень мало либо на военную тему, в частности, между Россией и Украиной [12] или на тему известного боксерского поединка между Марком Тайсоном и Джейком Полом [13].

Следует также отметить, что после просмотра определенного видеоматериала и его завершения, сайт самостоятельно включал пользователю другой видеоматериал, заранее давая ему короткое предупреждение и несколько секунд на загрузку видео.

Что касается самих текстов, то следует отметить, что они ничем не отличались от заголовков, даже материал на непопулярную и невостребованную тему авторы умудрились сделать интересными и читабельными [14].

РБК

Завершающим наше исследование СМИ является российское издание РБК, которое было основано 17 июня 1993-го года. РБК также известен среди зарубежной аудитории в качестве СМИ, которое распространяет актуальные новости из России и со всего мира.

Интерфейс сайта данного издания достаточно нагроможден. Очень много вставок из разных сфер, а также обильное количество рекламы.

В самом начале главной страницы есть несколько рубрик: Телеканал, Про, Инвестиции, Мероприятия, Отрасли, Недвижимость, Autonews, Спорт, РБК, Компании, РБК Вино, и кнопка со скрытыми рубриками. Затем есть две кнопки, одна из которых предлагает потребителям самые популярные варианты аренды квартир [15], а другая предлагает пользоваться сайтом с отключением рекламы, что может стать доступно за определенную месячную плату. Кроме того, можно зарегистрироваться на сайте и получить возможность взаимодействовать с материалами.

В правой стороне страницы есть таблица с ценами драгоценных металлов и валюты, а дальше представлены рекламные объявления на различную тематику, начиная от недвижимости, банков и заканчивая онлайн-кинотеатром Okko.

На левой стороне в самом начале размещен прямой эфир с мероприятия или официальной политической встречи. Затем идет обычный список постоянно обновляющихся новостей с упоминанием рубрики и времени публикации. Список продолжается до самого конца главной страницы, на которой в нескольких местах сделаны рекламные вставки.

В середине главной страницы размещены все остальные новости по рубрикам, которые плавно сменяют друг друга. В этой части много аналитических материалов на различные темы, начиная от здоровья, моды и заканчивая криптовалютой и другими экономическими и политическими темами. Заголовки у подобных материалов по большей части всеобъемлющие.

Аналитические материалы данного характера достаточно объемны по размеру и занимают всю страницу сайта. Для более удобного прочтения большого и сложного материала они разделены на несколько частей и отмечены подзаголовками. Между текстами вставлены графики, для более легкого и визуального представления текста.

В конце практически каждого материала есть часть «Примечания», в которой автор приводит объяснения основных терминов, которые использовались в аналитической статье. Таким образом, сам текст продолжает оставаться максимально профессиональным, не разбавляясь объяснениями терминов, это удобно для специалистов, а те читатели, которые интересуются данной темой, но не владеют всеми терминами, могут обратиться к «Примечания»-м, где все тщательно и доступно изложено.

Касательно фотографий и видеоматериалов следует отметить, что они хорошего качества, по большей части официальные. Однако строгости материалам они не придают. Насколько бы серьезным ни был материал по своей теме, текст написан достаточно доступно, с добавлением литературных выражений.

Основным минусом, по нашему мнению, можно считать огромное количество рекламы, которая, несмотря на то что полезна, из-за своей обильности может оказать визуальное давление на читателя и вызвать отторжение.

Заключение

Анализ брендинга ВВС, t-online и РБК позволяет сделать вывод о значении визуальной идентичности и мультимедийного контента для

успешного позиционирования СМИ. Применение теоретических основ медиаэкономики на практике подтверждает важность интеграции визуальных и функциональных элементов в стратегию брендинга.

Применение теоретических подходов на практике

1. **ВВС**: Чёткая структура сайта, использование более 40 языков и высокое качество мультимедийных материалов делают ВВС примером успешного брендинга. Работы Роберта Пикарда подтверждают, что многоязычие способствует расширению аудитории и укреплению международной репутации.

2. **t-online**: Уникальная цветовая палитра и инновационные интерактивные элементы выделяют немецкое СМИ. Согласно теории Джиллиан Дойл, такие подходы повышают пользовательский опыт и способствуют увеличению времени, проводимого на сайте.

3. **РБК**: Несмотря на обилие рекламы, аналитические материалы и профессиональный подход к оформлению текстов делают РБК важным игроком на российском рынке. Исследования Десмонда Маккуэйла подчёркивают, что грамотное разделение материалов и использование мультимедийных вставок помогают компенсировать негативное восприятие из-за избыточной рекламы.

Перечень использованной литературы

1. **Пикард Р.** "The Economics and Financing of Media Companies". New York: Fordham University Press, 2002.
2. **Дойл Дж.** "Understanding Media Economics". London: Sage Publications, 2002.
3. **Маккуэйл Д.** "Media Performance: Mass Communication and the Public Interest". London: Sage Publications, 1992.
4. **Любимов Б. И.** БИ-БИ-СИ / Большая российская энциклопедия. Том 3. стр. 451/ интернет-источник: https://web.archive.org/web/20230605074234/https://old.bigenc.ru/political_science/text/1865335 / дата публикации: 2005 год/ дата обращения: 06.12.2024 год
5. История Русской службы Би-би-си/ интернет-источник: https://webcitation.org/65VhaeTSk?url=http://www.bbc.co.uk/russian/institutional/2009/04/000000_rs_hi_story.shtml / дата публикации: 09.04.2009 год/ дата обращения: 06.12.2024 год
6. Сайт издания / интернет-источник: <https://www.t-online.de/> // дата обращения: 07.12.2024 год
7. **Diese Ziele liegen jetzt in Reichweite der Ukraine** / интернет-источник: https://www.t-online.de/nachrichten/ukraine/id_100488866/ukraine-us-erlaubnis-fuer-waffeneinsatz-diese-ziele-sind-nun-in-reichweite.html / дата публикации: 17.11.2024/ дата обращения: 18.11.2024 год
8. **Warum Sie diese Versicherung in keinem Vergleichsportal finden** / интернет-источник: https://brand.story.t-online.de/warum-sie-diese-versicherung-in-keinem-vergleichsportal-finden/?utm_source=t-online&utm_medium=topbox / дата обращения: 18.11.2024 год
9. Интернет-источник: https://www.walbusch.de/nkd_akt011_hw2024?mc=D15&wid=de_ba_tonline&campaign=de_ba_tonline/0/tonline/robbe/thermo_polo_dame/thermo_polo_dame/09112024/0&utm_source=tonline&utm_medium=display&utm_campaign=wb_thermo_polo_dame_hw24&utm_content=robbe#dame / дата обращения: 18.11.2024 год
10. Интернет-источник: https://www.mueller.de/multi-media/?utm_source=display&utm_medium=stroeer&utm_campaign=traffic&utm_content=multimedia&_autoclid=7438710883695527125&_pmlid=b_1910231_wp_3900975_k_6288379&pt_dt=1291096 / дата обращения: 18.11.2024 год
11. **Ann-Kathrin Landzettel - Lungenfunktionstests: Welche es gibt und wie sie funktionieren**/ интернет-источник: https://www.t-online.de/gesundheit/krankheiten-symptome/copd/id_100285594/lungenfunktionstests-wie-werden-die-pruefungen-gemacht-.html / дата публикации: 17.11.2024/ дата обращения: 19.11.2024 год
12. **Leopard-Panzer schaltet russischen Konvoi fast im Alleingang aus** / интернет-источник: https://www.t-online.de/tv/nachrichten/politik/id_100532224/leopard-panzer-schaltet-russischen-konvoi-fast-im-alleingang-aus.html / дата публикации: 16.11.2024/ дата обращения: 19.11.2024 год
13. **Hier ohrfeigt Mike Tyson seinen Gegner Jake Paul** / интернет-источник: https://www.t-online.de/tv/sport/id_100531418/eklat-vor-kampf-tyson-ohrfeigt-jake-paul-.html / дата публикации: 15.11.2024/ дата обращения: 19.11.2024 год
14. **Eine Kolumne von Sara Schurmann - Es ist eine Farce**/ интернет-источник: https://www.t-online.de/klima/kolumne-sara-schurmann/id_100531148/un-klimakonferenz-warum-buerger-und-gemeinden-mehr-fuer-den-klimaschutz-tun.html / дата публикации: 15.11.2024/ дата обращения: 19.11.2024 год
15. **Инвестируй в будущее** / интернет-источник: https://pik.rbc.ru/?utm_source=rbc&utm_medium=banner&utm_campaign=pik23_button_rbc&erid=4CQwVsZH9pUkpdSVJzu / дата обращения: 28.11.2024 год

Сдана/Հանձնվել է՝ 14.12.2024

Рецензирована/Գրախոսվել է՝ 23.12.2024

Принята/Ընդունվել է՝ 06.01.2025