

[5]. Gretsov A.G., Azbel A.A. (2006) *Uznaj sebya. Psihologicheskie testy dlya podrostkov*. [Get to know yourself. Psychological tests for teenagers]. SPb., Peter, 2006. pp.143-155.

[6]. Zhuravlev A.L., Kupreychenko A.B. (2006) *Samoopredelenie molodezhi v ekonomicheskoy srede* [Self-determination of youth in the economic environment] / A.L. Zhuravlev., A.B. Kupreychenko // *Psihologicheskaya pomoshch' uchashchejsya molodezhi v sovremennom izmenyayushchemsya mire: materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Psychological assistance to students in the modern changing world: materials of the All-Russian scientific and practical conference] / *otv. ed. A.S. Chernyshev*. Kursk, pp. 126–127. (in Russian).

[7]. *Klassifikator napravlenij podgotovki kadrov s vysshim i poslevuzovskim obrazovaniem* [Classifier of training directions of the staff with higher and postgraduate education] Available at: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1800017565>, (accessed 24 November 2020) (in Russian).

[8]. Makhaeva O. A., Grigorieva E. E. (2002) *YA vybirayu professiyu: kompleksnaya programma aktivnogo samoopredeleniya shkol'nikov* [I choose a profession: a comprehensive program of active self-determination of schoolchildren]. M: UC "Perspective", (in Russian).

[9]. *Oprosnik professional'nyh predpochtenij* [Questionnaire of professional preferences] // *azps.ru* A. Ya. Psychology Available at: <http://azps.ru/tests/2/pfint.html>, (accessed 16 October 2020), (in Russian).

[10]. President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 1, 2020 Available at: [https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-1-sentyabrya-2020-g](https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-1-sentyabrya-2020-g), (accessed 10 November 2020), (in Russian).

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Abdullaeva Gul'zira Olzhabekovna  
JSC "International University of Information Technologies"  
Republic of Kazakhstan, Almaty, st. Manasa, 34/1  
Assistant Professor of the Department of Media Communications and History of Kazakhstan,  
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,  
e-mail: [gulzira.abdullaeva@mail.ru](mailto:gulzira.abdullaeva@mail.ru)  
ORCID 0000-0002-8359-3117

УДК 070

Научная статья

### РЕПОРТАЖ В СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ПОТРЕБНОСТИ

Аксенов К. В.

ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет"

г. Санкт-Петербург, Россия

## АННОТАЦИЯ

Автор данной статьи в ходе образовательного процесса столкнулся с трудностью, связанной с подготовкой обучающимися в условиях пандемии практического задания по жанру репортаж в рамках дисциплины “Теория и практика массмедиа”. Проблема была связана с невозможностью отправить обучающихся на реальные офлайн-мероприятия, где они бы могли воспользоваться в полной мере методом наблюдения и собрать необходимую информацию. Решение вопроса спровоцировало автора на дальнейшие рассуждения о новых возможностях подготовки репортажей, связанных с сетевыми мероприятиями в культурной сфере, потребностями общества в качественной позитивной, развлекательной и образовательной информации в связи с возможным появлением проблем психологического характера, в том числе из-за информационной перегрузки, которая создавалась вокруг вопросов пандемии. Автором исследованы журналистские материалы в российских сетевых СМИ: то, как они информировали об уникальных культурных мероприятиях, освещали происходящее в период с марта по декабрь 2020 г.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** сетевые СМИ, образование, журналистика, репортаж, музеи.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.009

**Поступила в редакцию:** 15.01.2021

**В Окончательном варианте:** 20.01.2021

**Для цитирования:** Аксенов, К. В. Репортаж в сетевой журналистике: новые возможности и потребности / К. В. Аксенов// Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 94 – 105. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.009

## ВВЕДЕНИЕ

В 2020 г. такая сфера общественной жизни, как образование, среди прочих была подвергнута кардинальным изменениям в силу внешних обстоятельств, связанных с пандемией коронавируса. Еще весной 2020 г. Министерством науки и высшего образования Российской Федерации и, как следствие, высшими учебными заведениями страны были предприняты незапланированные экстренные действия, направленные на регулирование отношений с обучающимися в ответ на внезапно возникшие обстоятельства.

Неудивительно, что российские ученые и исследователи обратили пристальное внимание на вопросы дистанционного образования: использование видеоконференций, проблемы освоения электронной образовательной среды, уровень цифровой грамотности сотрудников и т. д. Стоит отметить, что и профессорско-преподавательский состав кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью гуманитарного факультета СПбГЭУ не стал исключением [5, 6, 9, 10]. Существенным вопросом прошедшего года, на наш взгляд, конечно, стала не только организация процесса

обучения и контроля полученных знаний в дистанционном формате, но и осуществление практических занятий в рамках дисциплин, требующих в идеальной ситуации непосредственного взаимодействия с окружающим миром. Именно в ходе обучения по предмету “Теория и практика массмедиа” у студентов возникла сложность с подготовкой и написанием собственного журналистского материала в жанре репортаж. Трудности были обусловлены самим сущностным содержанием жанра. Если материал в жанре интервью просто сделать в сетевом формате, разобрав типы вопросов: открытые и закрытые, прямые и не прямые, информационные и управляющие, подготовив собственные, то репортаж, требующий применения метода наблюдения, осмысления происходящего, выделения значимых деталей для создания эффекта присутствия, проявления авторского “я”, поставил обучающихся перед вопросом: какое сетевое мероприятие выбрать.

В результате в декабре 2020 г. для подготовки собственного информационного репортажа в соответствии с рабочей программой указанной выше дисциплины обучающимся было предложено ознакомиться с виртуальными выставками российских и иностранных музеев, онлайн-экскурсиями, другими сетевыми ивентами (онлайн-презентациями компьютерных игр, онлайн-концертами). Качество полученных работ в целом позволило говорить о реальной возможности подготовки репортажей именно таким способом, как в ходе образовательного процесса (в том числе в рамках инклюзивного образования в дальнейшем, вне условий пандемии), так и непосредственно профессиональными журналистами в их деятельности. Постоянное наблюдение за процессами в информационно-коммуникационном пространстве России позволили сформулировать гипотезу о том, что в 2020 г. в ходе редакционного планирования сетевыми медиа, гейткипинга, подготовки материалов журналистами репортажи с таких располагающих к данному жанру событий не публиковались вовсе или их было значительно меньше, чем заметок. О возможности такого положения дел говорит и проблема, на которую еще в 2012 г. обратил внимание С. Корконосенко, говоря о том, что в наполнении информационно-коммуникационного пространства сетевыми средствами массовой информации существует тенденция дословной перепечатки материалов [4, с. 237]. Наблюдения автора позволяют говорить о том, что данная тенденция сохраняется, что, в свою очередь, позволяет предполагать однотипное освещение подобных онлайн-событий, если оно вообще осуществляется.

Возможно, аудитория заинтересуется событием, если о нем будет рассказано в разных жанрах, привязанных к этому событию. Важно даже в коротком сообщении, привычном для потребителя социальных сетей, показать, насколько в действительности это событие интересно, как офлайн, так и онлайн. Речь в контексте нашей статьи идет не только и не столько о материалах непосредственно по выставкам, но и об онлайн-мероприятиях, связанных с ними, что обусловлено тем, что аудитория может и не иметь возможности посетить выставку офлайн, но посмотреть онлайн-экскурсию, находясь в другом городе.

Все это означает возможность популяризовать виртуальные выставки, онлайн-экскурсии, при этом попытаться способствовать их улучшению, поскольку в результате

реализации метода наблюдения журналистами могут быть вскрыты недостатки и проблемы, а пресс-службы музеев (и других компаний в случае их постоянного интереса к такому методу взаимодействия со своей аудиторией) в ситуации взаимодействия с журналистами могут способствовать их устранению, тем самым обществу будет предложен более качественный продукт. Мы считаем, что это действительно важно в ситуации пандемии, всеобщего напряжения, давления негативной информации: не только сообщить о том, что происходит что-то интересное, что на самом деле способно отвлечь, развлечь, образовывать, но и показать, насколько в действительности это интересно, и с этим можно ознакомиться не только офлайн, но и онлайн. Т. Нестик замечает: “На уровне личности одним из наиболее серьезных последствий пандемии является переживание стресса вовремя вынужденной самоизоляции или карантина, а позднее – возможное развитие посттравматического стрессового расстройства...” [8, с. 49]. Этому в немалой степени способствует и обилие информации в СМИ, посвященной пандемии, в том числе негативной: в апреле 2020 г., согласно исследованиям, слово “коронавирус” употреблялось в СМИ более 1,4 млн раз, в июле 2020 г. – 616 тысяч раз [11].

#### **МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА**

Автором были применены общенаучные методы анализа, синтеза, а также контент-анализ материалов сетевых средств массовой информации. Исследование проводилось автором в январе 2021 г. и охватило период с марта по декабрь 2020 г., т. е. локдаун, а также открытие и работу музеев с ограничениями посещения. Для чистоты исследования были отобраны несколько ключевых, с нашей точки зрения, мероприятий, отвечающих логике СМИ, крупных российских музеев: Третьяковской галереи, Эрмитажа, а также небольшого регионального музея. Выбор СМИ обусловлен склонностью к регулярным публикациям в жанре репортаж.

Эмпирическую базу исследования составили журналистские материалы в таких сетевых средствах массовой информации, как “Новая газета”, “Коммерсантъ”, “Комсомольская правда”, кроме того, в информационном агентстве ТАСС, поскольку они склонны к публикациям материалов в жанре репортаж, кроме того, материалы, найденные через поисковую систему в других СМИ, посвященные следующим событиям:

1. Онлайн-экскурсия ТРЕТЬЯКОВКА с Сергеем Шнуровым (19.04.2020).
2. Онлайн-игра “КУБОК ТРЕТЬЯКОВКИ” (16.05.2020).
3. Онлайн-экскурсия “НЕНАВСЕГДА” (1968–1985, от 17.09.2020).
4. Виртуальная выставка “Чукотка. Эпическая сага. Вступление” (07.12.2020–07.02.2021).
5. Онлайн-экскурсия по выставке “Роберт Фальк” 23.12.2020–23.05.2021, состоявшаяся 23.12.2020.
6. Онлайн-экскурсия “Эрмитаж – Старая Деревня. Галерея костюма” (31.03.2020)
7. Онлайн-экскурсия “Бриллиантовая кладовая. Ювелирное искусство Древней Греции” (11.04.2020).
8. Онлайн-экскурсия “День Эрмитажного кота – 2020” (30.05.2020).

9. Онлайн-экскурсия “Эрмитаж в гостях у коллег. Военно-медицинский музей” (07.06.2020).

10. Онлайн-экскурсия “Эрмитаж в гостях у коллег. Дни Эрмитажа во Владивостоке. Приморская картинная галерея” (23.09.2020).

11. Онлайн-экскурсия Лоиса Ламмерхубера по выставке “Мир Венской оперы” (02.04.2020).

12. Онлайн-экскурсия Максима Шера по выставке “Невидимый ландшафт” (15.09.2020).

13. Онлайн-экскурсия “Звездный балет Кировского театра. Конец XX века” (06.11.2020).

Номера в списке с 1 по 5 – мероприятия в музеях Третьяковская галерея и Новая Третьяковка, с 6 по 10 – мероприятия в Эрмитаже или организованные с его участием, с 11 по 13 – в небольшом петербургском музее Росфото. Указанный выше контент располагается на официальных сайтах музеев и официальных Youtube-каналах. На наш взгляд, наиболее всего для репортажа подходят виртуальные выставки, однако, в силу технической и финансовой сложности исполнения, таких проектов, связанных с выставками, можно встретить немного даже на сайтах крупных музеев.

#### **РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ.**

Сетевые средства массовой информации, о которых идет речь в данной статье, стали за последние 20 лет не менее традиционны, чем печатные и аудиовизуальные. Сетевая журналистика пользуется все больше популярностью, что обусловлено, с одной стороны, очевидным фактором взросления поколения Z, с другой стороны, распространением Интернета, его финансовой доступностью, равно как и доступностью средств, позволяющих подключаться к сети. Впрочем, резкий рост аудитории сетевых СМИ в 2020 г. вызван, конечно же, обстоятельствами, связанными с пандемией: локдауном, самоизоляцией граждан, переводом на дистанционный формат работы [1].

Принципиально важный момент состоит в том, что сетевые СМИ в том случае, если у них есть необходимые финансовые ресурсы, необходимый квалифицированный персонал, четкое понимание своей реальной и потенциальной аудитории, ее интересов и потребностей, способны сообщать большее количество информации по сравнению с печатными и аудиовизуальными СМИ. Их не ограничивает формат полосы, время новостного выпуска или аналитической передачи. Это обуславливает возможность публикации материалов, посвященных одному информационному поводу в нескольких жанрах: заметка, интервью, репортаж, аналитический отчет и т. д., при этом и возможность объединять эти материалы с помощью гиперссылок.

Вместе с тем заметим, что это не более чем возможность. В определенных ситуациях сетевая журналистика априори может устанавливать такие связи между материалами: например, когда затрагиваются политические процессы, объединенные главной темой, будь то военное противостояние в иностранном государстве, международные отношения конкретных государств. Однако публикация нескольких материалов разных жанров по одному культурному событию, например о выставке или сетевой экскурсии, вызывает у нас сомнения.

Необходимо отметить еще один важный момент: происходящие изменения в сетевой журналистике. В обществе формируется тенденция ознакомления с новостями в социальных сетях, что уже должны учитывать сетевые средства массовой информации. При этом мы не утверждаем, что нужно слепо следовать такой традиции, публиковать только короткие заметки. Репортажи и интервью могут стать своеобразным уникальным информационным предложением сетевых СМИ. Однако, работая с конкретными жанрами, журналисты должны использовать весь их потенциал, если позволяют технические возможности. А. Тепляшина отмечает: “Мультимедийные технологии позволили “оживить” репортаж, создать не воображаемый, а реальный эффект присутствия... Конвергентный репортаж, созданный на базе мультимедийных технологий, включает в себя текстовые и графические материалы, свойственные традиционному жанру, при этом в него интегрированы видео- и аудиоматериалы, анимированные и интерактивные информационные вставки” [12, с. 172]. Понятно, что процесс конвергенции повлиял и на репортажи в печатных средствах массовой информации: появилась возможность использовать QR-коды, сонограммы, однако в данной статье нас интересуют сетевые СМИ. Конвергентный репортаж, с нашей точки зрения, это именно то, что необходимо в заданных условиях, поскольку позволяет раскрыть происходящие онлайн-события в полной мере.

Понимая и принимая необходимость популяризации развлекательной и образовательной информации в условиях пандемии, тенденции сетевой журналистики, мы опишем полученные результаты исследования по упомянутым выше информационным поводам, отвечая на вопросы: что публиковали сетевые СМИ, были ли только заметки или репортажи и другие жанры, заинтересовали ли они аудиторию?

Апрельскую онлайн-экскурсию с С. Шнуровым просмотрели к январю 2021 года более 1 млн раз, что является невероятным числом для подобного рода мероприятий, организованных российскими музеями. Для сравнения: самое популярное видео, загруженное на Youtube страницу Эрмитажа, – часы Павлин – за три года набрало 1,1 млн просмотров. Причины этого очевидны и не нуждаются в пояснениях. “Новая газета” о данном событии не рассказала, впрочем, о нем было упомянуто в материале от 28.04.2020, где автор рассуждает о том, что онлайн-экскурсия никогда не заменит офлайн-поход в музей [7]. Это очевидно, но это не значит, что в популяризации и новых возможностях нет никакого смысла. “Коммерсантъ” и “Комсомольская правда” также не обратили внимания на событие. ТАСС, в свою очередь, мероприятие анонсировал заметкой от 09.04.2020 г. “Российская газета” сообщила об этом важном событии в интервью с директором Третьяковской галереи. Однако стоит признать, что это непоказательный пример в силу того, что в данной ситуации было не так важно, сообщат ли об этом СМИ.

Онлайн-игра “Кубок Третьяковки”, состоявшаяся 16.05.2020, содержала признаки такой коммуникационной технологии, как геймификация. В целом данное событие способно вызвать интерес массовой аудитории, при этом является общественно значимым. ТАСС просто анонсировал мероприятие в рамках материала, посвященного

“Ночи музеев” в целом, “Комсомольская правда” выпустила заметку, “Новая газета”, “Коммерсантъ” никак не прореагировали на событие. Поиск информации посредством запроса в браузере показал, что именно “Российская газета” снова предложила наиболее интересный материал, сообщив подробности о формате и о призах, заигрывая с молодой аудиторией: “Призы вполне стоящие. Так, команда победителей получит набор карт “Друг Третьяковки” с правом бесплатного годового посещения всех выставок и постоянных экспозиций Третьяковской галереи без очереди. Иначе говоря, в Третьяковку вы сможете ходить в любое время, через отдельный вход, гордо минуя очередь на топовые выставки и не платя ни копейки... В идеале нужна пара устройств: планшет и телефон или ноутбук и планшет. В одном – стрим, в другом - вы объединяетесь с командой. Тот, кто будет писать и отправлять ответы, открывает электронную форму в отдельной вкладке, чтобы она была наготове” [3].

Онлайн-экскурсия “НЕНАВСЕГДА”, появившаяся на канале Youtube Третьяковской галереи 17.09.2020 г., не вызвала интерес у “Новой газеты”, которая, впрочем, еще в июле подробно прокомментировала саму выставку в рамках рубрики “Сюжет” [2]. Информационное агентство ТАСС сообщило о выставке коротко в рамках интервью с директором галереи. “Комсомольская правда” оставила выставку без внимания. “Коммерсантъ”, в свою очередь выпустил сразу несколько материалов, посвященных выставке: и заметки, и интервью, и обзор, при этом ни слова об онлайн-экскурсии. С одной стороны, подход “Новой газеты” и “Коммерсанта” можно понять: выставку можно было посетить офлайн москвичам и гостям города, с другой стороны, государство и весь мир находится в условиях пандемии и о такой инициативе, тем более с таким вниманием к самой выставке, можно было бы хотя бы сообщить иногородним аудиториям, связав материал с уже существующими, поскольку сама выставка освещалась в СМИ довольно подробно.

О виртуальной выставке “Чукотка. Эпическая сага. Вступление” “Новая газета”, “Комсомольская правда” и ТАСС не сообщили. “Коммерсантъ” опубликовал короткое сообщение в рамках дайджеста о культурных событиях. Стоит отметить, что в информационно-коммуникационном пространстве мероприятию не было уделено должного внимания.

Любопытно, что выставка “Роберт Фальк” в Третьяковской галерее открылась онлайн-экскурсией, офлайн ее можно будет посетить, как ожидается, с середины января 2021 г. Ничего удивительного, что в такой очевидной ситуации СМИ рассказали об онлайн-экскурсии. ТАСС и “Коммерсантъ” сделали это в двух материалах каждый, при этом уделив внимание самой выставке, но оставив без подробностей и деталей онлайн-экскурсию. “Новая газета” и “Комсомольская правда” о событии не сообщили, такие СМИ, как “Российская газета”, “Аргументы и факты”, поступили схожим образом с ТАСС и “Коммерсантом”.

Онлайн-экскурсия “Эрмитаж – Старая Деревня. Галерея костюма”, появившаяся на Youtube – канале музея 31.03.2020, внимание средств массовой информации не привлекла. Хотя стоит отметить, что ТАСС упомянул ее в своей заметке, посвященной онлайн-мероприятиям. Похожая судьба постигла онлайн-экскурсию “Бриллиантовая

кладовая. Ювелирное искусство Древней Греции”. Об онлайн-экскурсии “День Эрмитажного кота-2020” написали в “Комсомольской правде”, прикрепив непосредственно видео Эрмитажа.

Проект, в котором Эрмитаж выкладывал на свой Youtube-канал онлайн-экскурсии по региональным музеям, также не вызвал особого отклика у сетевых средств массовой информации. О появившемся 07.06.2020 видео “Эрмитаж в гостях у коллег. Военно-медицинский музей” СМИ не писали, об экскурсии “Эрмитаж в гостях у коллег. Дни Эрмитажа во Владивостоке” 23.09.2020 также, однако о том, что акция “Дни Эрмитажа” стартует во Владивостоке, сообщило информационное агентство ТАСС.

Онлайн-экскурсии небольшого регионального музея РОСФОТО остались также без внимания сетевых средств массовой информации, хотя выставку “Невидимый ландшафт” подробно прокомментировал “Коммерсантъ”.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Результаты исследования показали, что выдвинутая гипотеза подтвердилась в полной мере. Российские сетевые средства массовой информации действительно не уделяют должного внимания культурным онлайн-событиям, организованным не только небольшими региональными музеями, но и музеями с мировой известностью.

С одной стороны, наблюдалось жанровое разнообразие публикаций, посвященных офлайн-выставкам, причем эта тенденция коррелировала с масштабами и значительностью самой выставки в понимании редакции СМИ. И это не проблема, потому что так в принципе реализуется гейткипинг. Проблема как раз в том, что онлайн-события, представляющие собой уникальную информацию, остаются за порогом внимания средств массовой информации, тогда как из этого могут получиться интересные для аудитории материалы, как показала практика в образовательной деятельности. И это необходимо в условиях пандемии, дистанционной работы, самоизоляции. Означает ли это то, что в любых других ситуациях в этом нет никакой необходимости? Надо признать, что это не так. Возможно, это не было бы столь значимым, если бы речь шла о государствах с небольшой территорией, однако маловероятно то, что горожанин Петропавловска-Камчатского полетит в Москву ради определенной выставки. Но хотя бы получить представление, знания, эмоции (не будем дискутировать о воздействии, которая может оказать одна и та же картина офлайн и онлайн, речь не об этом) он сможет благодаря онлайн-экскурсии, виртуальному путешествию.

Разумеется, принимать ли описанное в данной статье в качестве рекомендации к действию, считать ли онлайн-события достойным информационным поводом – выбор конкретного средства массовой информации и главного редактора. Конечно, об этом могут рассказать специализированные культурные сообщества в социальных сетях, сайты, публикующие и собирающие информацию в сфере культуры. Полагаем, что как раз в таких вопросах и раскрывается рекреационная и культурно-просветительская функции СМИ.

**КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ.** Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

**АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.** Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1]. Аудитория интернет-версий изданий выросла на 100 млн человек – Текст: электронный // Rg.ru. – URL: <https://rg.ru/2020/04/19/auditoriia-internet-versij-izdaniy-vyrosla-na-100-millionov-chelovek.html> (дата обращения: 20.04.2020).

[2]. Бурлящие застоные – Текст: электронный // “Новая газета”. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/07/11/86233-burlyaschie-zastoynye>, (дата обращения: 11.07.2020).

[3]. В Третьяковской галерее пройдет онлайн-игра об искусстве – Текст: электронный // Rg.ru. – URL: <https://rg.ru/2020/05/16/reg-cfo/v-tretiakovskoj-galeree-projdet-onlajn-igra-ob-iskusstve.html>, (дата обращения: 16.05.2020).

[4.] Корконосенко, С. Г. Журналистика сетевых СМИ: смена исследовательских парадигм или продолжение традиций? / С. Г. Корконосенко – Текст: непосредственный // Учёные записки ЗабГУ, 2012. – №2. – С. 234 – 239.

[5.] Корнилова, Е. Е. Цифровые технологии в образовании и их влияние на современное общество – Е. Е. Корнилова – Текст: непосредственный // New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development – 2019 (NSR: BCPED – 2019): International Scientific Conference, November 7-8, 2019. 30.03.2020. St. Petersburg – Prague, pp. 157 – 161.

[6.] Кривоносов, А. Д. Цифровая образовательная среда в кризисной ситуации / А.Д. Кривоносов, К. В. Аксенов, Н. И. Данилова – Текст: непосредственный // Информация и образование: границы коммуникаций info'2020. – 2020. – №12 (20). – С. 19 – 22.

[7]. “Меня тут есть!” – Текст: электронный // “Новая газета”. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/04/28/85129-menya-tut-est>, (дата обращения: 28.04.2020).

[8]. Нестик, Т. А. Влияние пандемии COVID-19 на общество: социально-психологический анализ / Т. А. Нестик – Текст: непосредственный // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология, 2020. – Т. 5. – №2 (18). – С. 47 – 83.

[9]. Пряхина, А. В. Информационно-коммуникационные технологии и цифровая культура в образовании (на примере курса “Коммуникационный менеджмент”) / А. В. Пряхина, А. Д. Сыркина – Текст: непосредственный // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: сборник материалов IV Международной научно-практической конференции / Под редакцией А.Д. Кривоносова, 2020. – С. 268 – 271.

[10]. Семенова, Л. М. Динамика цифровой дидактики в условиях трансформации высшего образования. Часть I / Л. М. Семенова – Текст: непосредственный // Мир науки. Педагогика и психология, 2020. – №3. – URL: <https://mirnauki.com/PDF/87PDMN320.pdf>, (дата обращения: 11.12.2020).

[11]. СМИ все меньше замечают коронавирус – Текст: электронный // Ведомости.ру. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/10/19/843826-zamechayut-koronavirus>, (дата обращения: 19.10.2020).

[12]. Тепляшина, А. Н. Влияние конвергентных процессов на жанрообразование в сетевой журналистике / А. Н. Тепляшина – Текст: непосредственный // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов, 2016. – №1. – С. 166 – 174.

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Аксенов Кирилл Владимирович,  
ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет,  
Россия, 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21  
старший преподаватель кафедры Коммуникационных  
технологий и связей с общественностью гуманитарного факультета,  
кандидат политических наук,  
e-mail: [imeni\\_kirova@mail.ru](mailto:imeni_kirova@mail.ru),  
[ORCID 0000-0002-5546-6030](https://orcid.org/0000-0002-5546-6030)

### REPORTING IN NETWORK JOURNALISM: NEW OPPORTUNITIES AND NEEDS

**Aksenov K. V.**

*St. Petersburg State University of Economics,  
St. Petersburg, Russia*

### ANNOTATION

In the course of the educational process, the author of this article encountered a difficulty associated with preparing a practical task by students on the genre of reporting within the framework of the discipline "Theory and Practice of Mass Media" in a pandemic. The problem was associated with the inability to send students to real offline events, where they could take full advantage of the observation method and collect the necessary information. The solution to the issue provoked further reflections on new opportunities for preparing reports related to online events in the cultural sphere, the needs of society for high-quality positive, entertaining and educational information, in connection with the possible appearance of psychological problems, including due to information overload, which was created around the issues of the pandemic. The author researched journalistic materials in Russian online media, how they informed about unique cultural events, covered what was happening in the period from March to December 2020.

**Key words:** online media, education, journalism, reportage, museums.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.009

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 15.01.2021

REVISION SUBMITTED: 20.01.2021

**FOR CITATION.** Aksenov K.V. (2021) Reportazh v setevoy zhurnalistike: novye vozmozhnosti i potrebnosti [Reporting in network journalism: new opportunities and needs] *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovaniye. Slovesnost'*. 2021, vol. 1, no. 1, pp. 94 – 105. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.009

**COMPETING INTERESTS.** The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

**CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY.** The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

### BIBLIOGRAPHY

[1]. Auditoriya internet-versiy izdaniy vyrosla na 100 mln chelovek // Rg.ru. Available at: <https://rg.ru/2020/04/19/auditorii-internet-versij-izdaniy-vyrosla-na-100-millionov-chelovek.html>, (accessed 20 April 2020), (in Russian).

[2]. Burlyashchie zastoynye // “Novaya gazeta”. Available at: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/07/11/86233-burlyashchie-zastoynye>, (accessed 11 July 2020), (in Russian).

[3]. V Tret'yakovskoy galeree proydet onlayn-igra ob iskusstve // Rg.ru. Available at: <https://rg.ru/2020/05/16/reg-cfo/v-tretiakovskoj-galeree-projdet-onlajn-igra-ob-iskusstve.html> (accessed 16 May 2020), (in Russian).

[4]. Korkonosenko S.G. (2012) Zhurnalistika setevykh SMI: smena issledovatel'skikh paradigmi ili prodolzhenie traditsiy? *Uchenye zapiski ZabGU. 012. №2*. pp. 234 – 239, (in Russian).

[5]. Kornilova E.E. (2020) Tsifrovye tekhnologii v obrazovanii i ikh vliyanie na sovremennoe obshchestvo. *New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development -2019 (NSR: BCPED – 2019): International Scientific Conference, November 7-8, 2019. St. Petersburg – Prague*, pp. 157 – 161.

[6]. Krivonosov A.D., Aksenov K.V., Danilova N.I. (2020) Tsifrovaya obrazovatel'naya sreda v krizisnoy situatsii. *Informatsiya i obrazovanie: granitsy kommunikatsiy info'2020*. no 12 (20). pp. 19 – 22.

[7]. “Menya tut est!”. “Novaya gazeta”. Available at: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/04/28/85129-menya-tut-est> (accessed 28 April 2020), (in Russian).

[8]. Nestik T.A. (2020) Vliyanie pandemii COVID-19 na obshchestvo: sotsial'no-psikhologicheskii analiz. *Institut psikhologii Rossiyskoy akademii nauk. Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya*. vol. 5. no2 (18). pp. 47 – 83.

[9]. Pryakhina A.V., Syrkina A.D. (2020) Informatsionno-kommunikatsionnye tekhnologii i tsifrovaya kul'tura v obrazovanii (na primere kursa “Kommunikatsionnyy menedzhment”). *Kommunikatsii v epokhu tsifrovyykh izmeneniy: sbornik materialov IV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii / Pod redaktsiey A.D. Krivonosova*. pp. 268 – 271.

[10]. Semenova L.M. (2020) Dinamika tsifrovoy didaktiki v usloviyakh transformatsii vysshego obrazovaniya. Chast' I. Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya. no3. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/87PDMN320.pdf> , (accessed 11 December 2020), (in Russian).

[11]. (2020) SMI vse men'she zamechayut koronavirus. Vedomosti.ru. Available at: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/10/19/843826-zamechayut-koronavirus>, (accessed 19 October 2020), (in Russian).

[12]. Teplyashina A.N. (2016) Vliyaniye konvergentnykh protsessov na zhanroobrazovanie v setevoy zhurnalistike. Sovremennaya periodicheskaya pechat' v kontekste kommunikativnykh protsessov, no 1, pp. 166 – 174.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Aksenov Kirill Vladimirovich,  
Saint Petersburg State University of Economics,  
Russia, 191023, St. Petersburg, st. Sadovaya, 21  
Senior Lecturer, Department of Communication Technologies  
and Public Relations, Faculty of Humanities,  
candidate of political sciences,  
e-mail: [imeni\\_kirova@mail.ru](mailto:imeni_kirova@mail.ru),  
ORCID 0000-0002-5546-6030

УДК 070

Научная статья

### ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕДИАОБРАЗЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РОСГВАРДИИ

Исаева О. С.

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова», г. Нальчик, Россия*

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются предпосылки, процессы и проблемы формирования позитивного имиджа Федеральной службы войск национальной гвардии Российской Федерации (Росгвардии), примеры создания аутентичных образов ее представителей в медиaprостранстве, которые могут быть использованы в визуальных контентах.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Росгвардия, имидж, медиа, видеоконтент, войска национальной гвардии, визуальный образ.

**DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.010

**Поступила в редакцию:** 20.01.2021

**В окончательном варианте:** 25.02.2021

**Для цитирования:** Исаева О.С. Визуальные медиаобразы представителей Росгвардии // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. 2021. Т. 1. № 1. С. 105 – 120.  
DOI:10.24334/KBSU.2021.1.1.010