

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет филологический
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой
д-р культурологии, проф.

_____ С. А. Ржанова
(подпись)

«15» июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ФЕНОМЕН АВТОРСКИХ МЕССЕНДЖЕРОВ
В ПАРАДИГМЕ ИННОВАЦИОННЫХ СМИ.**

(НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM-КАНАЛА «АРТЕМИЙ ЛЕБЕДЕВ»)

Автор бакалаврской работы	02.06.2020	Д. Ю. Шалина
Обозначение бакалаврской работы	БР–02069964–42.03.02–17–20	
Направление 42.03.02	Журналистика	
Руководитель работы		
д-р филол. наук, проф.	08.06.2020	В. И. Антонова
Нормоконтролер		
канд. филол. наук	03.06.2020	М. Г. Чаткина

Саранск
2020

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. П. ОГАРЕВА»**

Факультет филологический
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой
д-р культурологии, проф.

(подпись) С. А. Ржанова

«31» января 2020 г.

ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

Студент Шалина Дарья Юрьевна

1 Тема Феномен авторских мессенджеров в парадигме инновационных СМИ.
(На примере Telegram-канала «Артемий Лебедев»)

Утверждена приказом № 594 – с от 31.01.2020

2 Срок представления работы к защите 02.06.2020

3 Исходные данные для научного исследования: учебные пособия, научные статьи, периодическая печать, интернет-ресурсы

4 Содержание выпускной квалификационной работы

4.1 Авторская журналистика и ее роль в системе современных коммуникаций

4.2 Артемий Лебедев – «дизайнер журналистики»

5 Приложения А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, И

Руководитель работы 31.01.2020

В. И. Антонова

Задание принял к исполнению 31.01.2020

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 57 страниц, 55 использованных источников и 8 приложений.

ЖУРНАЛИСТИКА, АВТОРСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА, БЛОГ, МЕССЕНДЖЕР, TELEGRAM, СПЕЦИФИКА.

Объект исследования – специфика функционирования авторской журналистики в парадигме инновационных СМИ.

Предмет исследования – детерминация авторского контента знаменитого предпринимателя Артемия Лебедева на платформах: LiveJournal, YouTube, Instagram и Telegram.

Целью работы является выявление особенностей функционирования авторской журналистики в современных условиях информационного потребления, ее проблематики и перспектив развития.

В бакалаврской работе использовались следующие методы: изучение научной литературы, научное наблюдение и научное описание, анализ, метод критического изучения.

В результате исследования определены универсальные характеристики реализации авторской журналистики в новой среде медиакommunikаций, а также выявлены перспективы ее развития на просторах Рунета.

Степень внедрения – частичная.

Область применения – в лекционных курсах, курсах по выбору и спецкурсах для студентов филологических факультетов региональных вузов, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика».

Эффективность – повышение качества знаний учащихся по данной теме.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Авторская журналистика и ее роль в системе современных коммуникаций	7
1.1 Специфика функционирования авторской интернет-журналистики в современном Рунете	7
1.2 Мессенджеры как новая среда коммуникации в СМИ. Кроссплатформенный мессенджер Telegram	11
1.3 Перспективы развития авторской журналистики в современных условиях информационного потребления	19
2 Артемий Лебедев – «дизайнер журналистики»	26
2.1 Биография и творческий путь знаменитого предпринимателя	26
2.2 Артемий Лебедев как представитель авторской журналистики	30
2.3 Лингвостилистические особенности кроссплатформенного контента	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	44
ПРИЛОЖЕНИЕ А (обязательное). Съезд Демократической партии США	50
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (рекомендуемое). DMOZ Russia	51
ПРИЛОЖЕНИЕ В (обязательное). We Are Social 2019	52
ПРИЛОЖЕНИЕ Г (обязательное). Изменение доли упоминаний мессенджеров по данным Brand Analytics	53
ПРИЛОЖЕНИЕ Д (рекомендуемое). Блогеры, выступившие в защиту Ивана Голунова	54
ПРИЛОЖЕНИЕ Е (обязательное). Блог Артемия Лебедева на платформе LiveJournal	55
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж (обязательное). YouTube-канал Артемия Лебедева	56
ПРИЛОЖЕНИЕ И (обязательное). Аккаунт Артемия Лебедева на платформе Instagram	57

ВВЕДЕНИЕ

Прелесть интернет-журналистики, получившей широкое распространение в 90-х годах прошлого века, заключается в том, что ни один из ныне существующих видов средств массовой информации не может похвастаться столь завидной регулярностью без особого ряда технических средств. Особенность феномена заключается в том, что интернет-журналистика – не просто традиционные средства массовой информации, копирующие свой контент в интернет.

Интернет-журналистика – многоуровневая конвергентная структура традиционных медиа с новыми практиками, получивших общее название «гражданская журналистика», в которых в процессе сбора, анализа и широкого распространения разного рода информации большую роль играет аудитория СМИ. Отсюда и требования к высокой компетенции и многозадачности.

В современной ситуации возникает такое явление, как авторская журналистика, которая создается частными лицами, что наглядно иллюстрирует тот случай, когда представителю СМИ необходимо быть не только автором, но выполнять работу редактора, организатора, продюсера и т.д. Одной из форм авторской журналистики являются блоги, содержащие контент одного человека или определенной группы лиц, связанные между собой едиными концепцией и платформой, а также возможностью комментирования данного контента другими членами выбранной платформы.

Блог для автора – пожалуй, единственное доступное место для выражения себя безопасным способом, поскольку в последнее время участилось давление на представителей традиционных СМИ, и, как следствие, появилась тенденция к возвращению цензуры.

Желание проявить свою активную гражданскую позицию, при этом хотя бы частично обезопасив себя (поскольку контроль, пусть и не такой жесткий, но все же осуществляется в интернет-ресурсах), привело к активному росту

популярности социальных сетей и прочих платформ для реализации авторской журналистики в парадигме инновационных СМИ.

Поскольку явление авторской журналистики является относительно новым, изучение его места в системе института традиционных СМИ нельзя считать неактуальным.

Целью работы является выявление специфики авторской журналистики в современных условиях информационного потребления, ее проблематики и перспектив развития.

Выбор цели обусловил постановку **следующих задач**:

- выявить специфику функционирования авторской интернет-журналистики в современном Рунете;
- определить особенности мессенджеров как новой среды коммуникации в СМИ;
- проанализировать перспективы развития авторской журналистики в современных условиях информационного потребления;
- познакомиться с биографией знаменитого предпринимателя Артемия Лебедева;
- верифицировать контент Артемия Лебедева как представителя авторской журналистики;
- детерминировать лингвостилистические особенности контента Артемия Лебедева в качестве ноу-хау в современном инфополе.

Научная новизна исследования заключается в попытке выявления инновационной специфики авторской журналистики в современных условиях информационного потребления, ее проблематики и перспектив развития.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что тезисы исследования вносят существенный вклад в разработку методологии, теории и практики авторской журналистики и блогинга.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов при создании блогов как существенных сегментов журналистской коммуникации.

1 Авторская журналистика и ее роль в системе современных коммуникаций

1.1 Специфика функционирования авторской интернет-журналистики в современном Рунете

Осмысливая проблемы современных коммуникативных средств, необходимо подчеркнуть, что сегодня существует две основополагающие исторические трактовки понятия авторской журналистики:

– авторская журналистика как явление эпохи Просвещения. В это время авторы собственными силами издавали журналы публицистической направленности.

– авторская журналистика как явление индустриальной эпохи, выражающееся в том, что владелец СМИ (газетный магнат) фактически диктовал информационную повестку дня данного издания или группы изданий. Практически все газеты находились под влиянием медиамагнатов, подчиняясь их деловым и политическим интересам. Этот период длился до 90-х гг. XIX в.

Трактовок, на наш взгляд, недостаточно, поскольку считается, что на этом эпоха авторской журналистики заканчивается. Новую журналистику, положившую начало журналистике XX века, уже не причисляют к авторской, так как исторический фон того времени диктовал иные условия: информацию фактически «формировали» государственные структуры. Но общество по-прежнему нуждалось в информации, поэтому в конце XX века возникает авторская журналистика эпохи информатизации – так называемый сетевой журнализм, набравший особую силу в первом десятилетии третьего тысячелетия и не теряющий ее по сей день.

Отсюда очевиден вопрос о том, чем же этот сетевой журнализм разительно отличается от традиционной журналистики.

Согласно Е. А. Игнатъевой: «Журнализм понимается нами как объективно существующий самодостаточный феномен, многофункциональное социокультурное явление. Понятие это превышает привычный семантический объем слова “журналистика”, является его обобщенно-собирательным аналогом, содержит ореол универсальных ценностных смыслов, условий, явленных и потенциальных, реальных и эталонных признаков, эффектов рецепции журналистики, ее влияния на общественное сознание, ее функций и указывает на то новое измерение, которое вносит журналистика в жизнь социума, в развитие культуры и, в частности, в литературный ландшафт» [25].

Л. Г. Свитич, в свою очередь, предлагает более широкую трактовку: «В XIX в. словом журнализм обозначали журналистскую профессию, род занятий, литературно-публицистическую работу в периодических изданиях. Широко распространенный термин “персональный журнализм” употреблялся именно в таком смысле. Если слово “журналистика” соотносится с термином “средства массовой информации”, то слово “журнализм” – со специфической профессиональной информационной деятельностью в этой сфере» [39].

Но Свитич не забывает упомянуть, что термин близок с понятиями «коммуникация» и «медиация», что не всегда свойственно традиционной журналистике, ведь ей, в большинстве своем, не свойственна скоростная обратная связь.

То есть, если предположить, что журналистика – это узкий феномен, в реальности существующий в виде традиционных средств массовой информации, то мультимедийная (в противовес – широкое) авторская журналистика в сети в виде личных аккаунтов и блогов в таком случае – это нечто относящееся не столько к журналистике, сколько к вышеприведенным историческим трактовкам авторской журналистики предыдущих эпох.

Различия между первоначальной авторской журналистикой и современной сетевой могут показаться принципиальными, но все же несложно заметить и некоторые объединяющие эти явления черты. Как пример, многие блогеры выступают в качестве так называемых менторов,

т.е.обучают/просвещают/направляют. Сюда же можно отнести и пропаганду, начинающуюся с любви к себе и заканчивающуюся порой даже политическими заказами. На пространствах интернета можно познакомиться с бьюти-миром, блогами по интересам (хобби), аккаунтами, целью которых является морально-нравственное воспитание.

Участилась тенденция к созданию культурно-массового контента: блоги об искусстве, блоги обучающего характера (особенно по языкам), блоги, объясняющие общественно-политическую повестку (причем как внутри государства, так и за рубежом, поскольку все чаще в последнее время поднимаются вопросы о проблемах глобального характера).

Эту тенденцию блогов Рунета подметила и Екатерина Давыдова в статье журнала «Хабр. Карьера»: «В Америке, да и в большинстве стран мира, LiveJournal – игрушка для подростков, форма обсуждения насущных сексуальных, сугубо личных проблем в рамках реально существующей закрытой тусовки. В нашей стране ЖЖ стал площадкой для выражения и отстаивания политических взглядов, демонстрации плодов своего творчества и местом встреч профессионалов в какой-либо области. Для журналистов, писателей, художников, фотографов, программистов, политологов, дизайнеров он является многофункциональным карьерным инструментом» [15].

Если с обычными пользователями все понятно, то чем в таком случае будет являться контент публичных личностей, которые обзавелись своей популярностью вне сетей? Ответ на этот вопрос не может быть однозначным. Теоретически такой блог можно назвать средством массовой информации из мира авторской журналистики, ведь автор выступает и в роли редактора, и в роли организатора, и в роли продюсера, о чем говорилось ранее. Но форма не может существовать без содержания. В нашем случае: блогер без контента. Поэтому каждый случай индивидуален.

Если рассматривать блогеров, занимающихся новостным контентом в Рунете, стоит обратить внимание на, как правило, низкое качество их ленты, поскольку блогеру-одиночке по очевидным причинам довольно сложно

соревноваться с командами традиционных СМИ, состоящими из десятков, а то и из сотен людей.

Разумеется, при должном желании блогер вполне может стать своеобразным новостным агрегатором (чем многие сегодня и занимаются), но успех в таком случае будет ожидать исключительно тех, кто предоставляет уникальный, неповторимый и (желательно) эксклюзивный контент, что является собой невероятную сложность, если ты работаешь в одиночку.

Споры о том, можно ли назвать блогера журналистом, исчезнет ли бумажная периодика, закроются ли телеканалы и пр., ведутся по сей день. Но, согласитесь, это довольно бессмысленно. Объясняется все очень просто. Блогер не заменит журналиста, а сетевая журналистика не вытеснит традиционную потому, что между этими понятиями не совсем корректно ставить знак равенства.

К. Б. Гетманский в своей статье «Возрождение Персонального Журнализма?» рассказывает о съезде Демократической партии США в августе 2004 года, на котором в числе 15 тысяч «традиционных» журналистов, были аккредитованы 35 американских блогеров (ПРИЛОЖЕНИЕ А). Отсюда автор делает вывод о том, что блогинг: «новый тип журналистики, новый канал распространения печатного слова» [12]. Но все-таки не абсолютная ей замена.

Не стоит забывать, что некоторые авторские интернет-ресурсы все же зарегистрированы в качестве средств массовой информации, поскольку соответствуют всем необходимым для этого требованиям. Например, в DMOZ, прекратившем свое существование в 2017 году (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Таким образом, мы выяснили, что авторская журналистика современного Рунета функционирует преимущественно в сетевом пространстве.

1.2 Мессенджеры как новая среда коммуникации в СМИ. Кроссплатформенный мессенджер Telegram

Незадолго до выхода на рынок «яблочной эпопеи» (бренда Apple), сервисы мгновенного обмена сообщениями без привязки к социальной информации (мессенджеры), активно воспринимались как технологии прошлого. Среди ассоциаций при этом была так называемая «аська» или ICQ – программа конца 1990-х годов, утратившая треть своей аудитории с выходом социальной сети «ВКонтакте».

Но сегодня можно смело заявлять, что мессенджеры отняли весомую часть коммуникационного рынка у социальных сетей.

По данным исследования We Are Social 2019 (ПРИЛОЖЕНИЕ В):

«В целом сервисы корпорации Facebook Inc. продолжают доминировать в мировых социальных сетях: более 2300 млн активных пользователей соц.сети Facebook в месяц, Facebook Messenger – более 1900 млн, Instagram – более 1000 млн., мессенджер WhatsApp – более 1600 млн.

Китайский холдинг Tencent также укрепил свои позиции, особенно в Китае. Tencent принадлежат мессенджер Tencent QQ: более 800 млн. активных пользователей в месяц, мессенджер WeChat: более 1000 млн.» [36], – сообщает интернет-издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях vc.ru.

Рассмотрим технологические и социальные предпосылки популярности мессенджеров.

Во-первых, это, конечно же, очевидное развитие мобильного интернета. Массовое проникновение смартфонов и планшетов как гаджетов, обеспечивающих мгновенный доступ к переписке при параллельном развитии высокоскоростных сетей.

Во-вторых, несовершенство существующих платформ. По словам исследователей, такие социальные сети, как, например, Facebook, какое-то

время назад являющиеся ведущими, практически достигли пределов роста. И все это из-за «зашумленности» их пространства. Изобилие рекламы, спама и прочих излишеств, мешающих серфингу в социальной сети, привело к желанию непубличной коммуникации, которую, в свою очередь, предлагают мессенджеры, обеспечивающие еще и конфиденциальность (не всегда) переписки.

Все это привело к необходимости создания сервисов, нивелирующих прежде существующие проблемы. А последующая популярность первых платформ привела к острой конкурентной борьбе за аудиторию и бюджеты, что, в свою очередь, повлекло за собой вынужденное расширение функций мессенджеров.

Например, «публичные чаты» сервиса Viber, запущенные в 2014 году, которые предполагали под собой просмотр переписок брендов и знаменитостей, но по факту являлись микроблогами.

WhatsApp же, в свою очередь, предложил аналогичную функцию чуть позже, в июле 2015 года, а в сентябре стало известно о появлении «каналов» (функции массовых рассылок) в мессенджере Telegram.

Иными словами, мессенджеры эволюционировали: они стали не просто сервисами по обмену сообщениями, а абсолютно новым горизонтом для средств массовой информации, представителей авторской журналистики/блогеров, поскольку открыли уникальную возможность для вещания на широкую аудиторию.

Мессенджеры помогают средствам массовой информации увеличивать охваты публикуемого контента, а также увеличивать количество переходов на официальный сайт.

Охваты публикуемого контента увеличиваются за счет стратегий, выстроенных с опорой на особенности выбранной платформы. По официальным данным исследовательской компании Mediascope, в тройку самых популярных мессенджеров России на сегодняшний день входят: WhatsApp, Viber и Telegram.

Российский издательский дом Коммерсантъ сообщает:

«По данным Mediascope, на которые ссылается РБК, мессенджер Telegram остается в России третьим по популярности мобильным приложением для обмена сообщениями. Аудитория Telegram в стране начала увеличиваться в апреле 2018 года после решения Таганского суда Москвы заблокировать мессенджер на территории РФ. Тогда число пользователей приложения достигло 3,7 млн.

К февралю 2019 года ежедневная аудитория Telegram выросла до 4,4 млн пользователей.

Лидерами среди мессенджеров стали WhatsApp и Viber. Число ежемесячных пользователей WhatsApp составляет 31,6 млн, у Viber – 21,1 млн. Четвертое и пятое места разделили Skype и Facebook Messenger (по 5,2 млн пользователей)» [48].

Но согласно системе мониторинга социальных медиа и СМИ BrandAnalytics, Viber значительно потерял долю упоминаний о себе в медиа с марта 2018 по август 2019 года. Чего нельзя сказать о WhatsApp и Telegram. Доля упоминаний первого выросла на 10%, второго – на 2% (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

Одной из существующих стратегий по увеличению охватов публикуемого контента за счет мессенджеров является ретрансляция этого контента с официального сайта или социальных сетей средства массовой информации с помощью так называемых ботов.

Функция создания ботов на сегодняшний день доступна исключительно на платформе Telegram-мессенджера с помощью сервиса manybot.io. Очевидный плюс сервиса в его простоте, ведь создать необходимые программно написанные скрипты по силам любому пользователю.

К изданиям, воспользовавшимся этой функцией, относятся:

1. Скриншот бота издания Коммерсантъ (рисунок 1);



Коммерсантъ

бот



Информация

Официальный аккаунт «Коммерсантъ»

О себе

@kmrsbot

Имя пользователя

Рисунок 1 – Telegram-бот «Коммерсантъ»

2. Скриншот бота издания РБК (рисунок 2);



Бот РБК

бот



Информация

Я знаю все новости РБК, одного из лучших информационных агентств России.

(by @yugra_org)

О себе

@RBCbot

Имя пользователя

Рисунок 2 – Telegram-бот «Бот РБК»

3. Скриншот бота издания Meduza (рисунок 3);



Meduza

бот



Информация

@meduzaprobot

Имя пользователя

Рисунок 3 – Telegram-бот «Meduza»

4. Скриншот бота издания Лентач (рисунок 4);

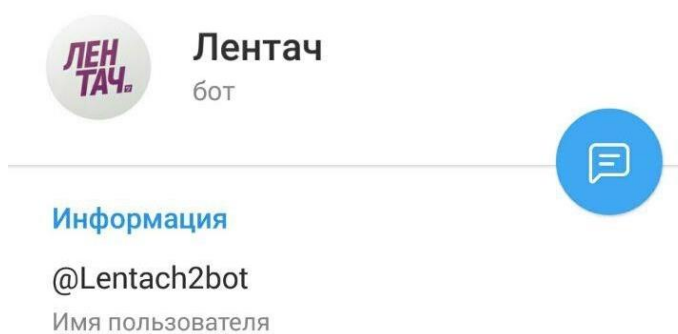


Рисунок 4 – Telegram-бот «Лентач»

5. Скриншот бота vc.ru (рисунок 5);



Рисунок 5 – Telegram-бот «VC.RURSS»

6. Скриншот бота издания AdMe.ru (рисунок 6) и др.

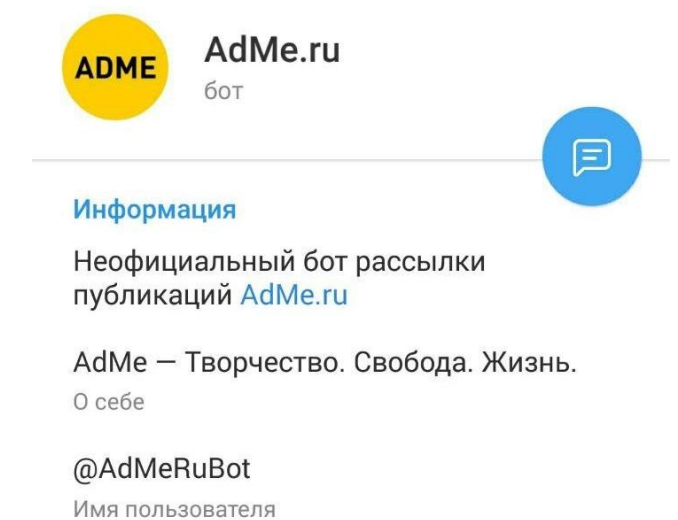


Рисунок 6 – Telegram-бот «AdMe.ru»

Очевидное удобство заключается в том, что боту достаточно единожды «дать инструкцию», а дальше он сделает все за вас. Необходимо просто указать, что именно будет транслировать бот.

Это новшество значительно упростило жизнь журналистов. Именно поэтому многие из них остановились исключительно на этом формате платформы (Meduza). Но существуют и СМИ, желающие везде сохранять свою мультимедийность. Так, РБК дублирует свой контент и на канале платформы, и с помощью бота.

Но не обошлось и без существенных недостатков. Обилие контента приводит к так называемой «баннерной слепоте». Аудитория перестает понимать, какая информация действительно для него важна, акцентируя внимание на рандомных постах. Также, особенности софта практически аннулируют обратную связь. Пользователь не может прокомментировать пост или задать вопрос автору. Но существует и противоположное мнение: отсутствие обратной связи – плюс. Связано это с тем, что некоторые СМИ и авторы в ней либо не нуждаются, либо предусматривают для этого специализированные сервисы.

Какими бы уникальными ни были боты сервиса Telegram, свою популярность платформа Павла Дурова, также создателя социальной сети «ВКонтакте», получила благодаря функции массовых рассылок – каналам.

Первые каналы в Telegram создавались обычными пользователями в качестве групповых чатов. Затем Telegram предоставил возможность создавать «прообразы микроблогов», напоминающие сообщества ВКонтакте, где автором контента выступал уже один человек (или группа людей под определенным именем). Первопроходцами нововведения среди средств массовой информации стали медиахолдинг «РБК» и мультимедийная радиостанция «Эхо Москвы», и уже к началу 2016 года наличие канала на платформе Telegram для СМИ стало таким же «обязательным», как и аккаунт в социальной сети Facebook.

Особое место стоит отвести каналам, специализирующимся на «сливах» – информации, не имеющей доказательств. Авторы таких каналов публикуют

слухи, сплетни, а иногда и фейки. Именно поэтому их часто сравнивают с желтой прессой, несмотря на тематическую направленность.

К таким относятся, например, Telegram-канал «Антиглянец» (рисунок 7) [49], на повестке дня которого находится абсурд представителей шоу-бизнеса.



Описание

Глянцевое зазеркалье без цензуры. По всем вопросам [@immasterpiece](https://t.me/immasterpiece)

t.me/snstag

Ссылка-приглашение

Рисунок 7 – Telegram-канал «Антиглянец»

А также один из самых популярных и когда-то анонимных (позднее был продан) канал «Незыгарь» (рисунок 8) [51], специализирующийся на «сливах» политическо-экономической направленности.



Описание

Первый политический в Telegram.
Предупреждение: информация требует дополнительной верификации.
Контакт: nzgnzg@protonmail.com
<https://24tm.ru/groups/russica2>

t.me/russica2

Ссылка-приглашение

Рисунок 8 – Telegram-канал «НЕЗЫГАРЬ»

О продаже канала в 2017 году сообщил российский общественный деятель, журналист и предприниматель Илья Варламов в своем блоге в LiveJournal:

«Один из самых популярных анонимных телеграм-каналов “Незыгарь” (более 90 тысяч подписчиков) был продан, его новым владельцем стала консалтинговая компания “Михайлов и партнеры”. Стоимость сделки составила 20 миллионов рублей. Об этом “Варламов.ру” стало известно из собственных источников.

Основатель компании “Михайлов и партнеры” – генеральный директор ТАСС Сергей Михайлов» [41].

Российский журналист, телеведущий и общественный деятель Валерий Фадеев, в свою очередь, считает, что «Telegram-каналы уничтожают журналистику, распространяя “грязь и вбросы”, за которые никто не несет ответственности. Здесь – никто ни за что не отвечает. И мы с вами миллионными толпами теперь начинаем читать Telegram-каналы, потому что там живенько, интересно, помои какие-то, грязи побольше. Ну, и мы ведемся на это. Это колоссальная проблема» [14].

Главной отличительной особенностью Telegram является шифрование трафика, что, с одной стороны, не может не радовать, ведь система защиты данных и простой интерфейс стали визитной карточкой платформы. Но, к сожалению, эта особенность сыграла для сервиса злую шутку. Именно она привлекла к нему внимание киберпреступников, наркодилеров, бирж порнографии и даже террористов.

Нонесмотря на ряд юридических процессов, связанных с ограничением доступа к мессенджеру на территории России Роскомнадзором, техническая часть которого началась 16 апреля 2018 года, аудитория платформы непрерывно растет. Более того, произошедшее подогрело интерес людей, ранее не пользовавшихся сервисом.

Именно поэтому есть все основания для обозначения мессенджеров в качестве новой среды коммуникации в СМИ. Так, существуют эксперты,

прогнозирующие расцвет мессенджеров как одного из основных каналов дистрибуции контента. Экс-редактор журнала «Афиша» Юрий Сапрыкин считает, что «через пять лет мы будем читать все это, во-первых, в мессенджерах, а, во-вторых, в часах. Уж сколько раз это происходило: когда компания Apple выпускает какой-то предмет, который кажется ненужной глупостью, абсолютной блажью и излишеством. Но проходит пять лет, и оказывается, что именно это и становится каким-то базовым средством коммуникации и донесения информации» [30].

1.3 Перспективы развития авторской журналистики в современных условиях информационного потребления

Блогинг Рунета трудно назвать всерьез воспринимаемой информационной средой, которая способствовала бы формированию у людей картины мира с реально текущим положением дел. Информация с социальных платформ не систематизирует и не упорядочивает, а обеспечивает лишь поверхностный, в большинстве своем, контент-анализ. Понятие о первостепенной важности определяется автором контента, поэтому нести объективный характер не может априори. Более того, иллюзия интерактивности, созданная за счет визуала и возможности стать участником обратной связи, увеличивает доверие, и, как следствие, усиливает эффект манипуляции.

Но не стоит забывать о достоинствах. Психологические. Подавляющее большинство из нас хотело бы быть услышанными. Блог дает пусть и небольшую, но все же возможность, стать услышанным абсолютно любому человеку, пожелавшему в одночасье создать свой блог или же аккаунт в социальной сети.

Еще одно преимущество – свобода распространения. К сожалению или к счастью, власть имеет возможность избавиться от любой неугодной информации. Интернет-издание vs.ru пишет: «Блогеров во Вьетнаме контролируют на государственном уровне. Yahoo 360 был крупной блог-платформой, но после кризиса 2008 года, когда журналисты освещали коррупцию и критиковали действия компартии, министерство информации предложило новые правила, которые ограничивали бы блоги личными вопросами» [13].

Но уничтожить информацию из Интернета вовсе – практически невозможно. Недаром говорят: «Однажды попавшее в Интернет остается там навсегда». К слову, порой это можно счесть и недостатком.

Необходимо подчеркнуть, что вся информация в сети однородна, т.е. представлена в так называемой «цифре» (цифровом формате). Иными словами, один и тот же набор байтов может быть как текстом, так и графическим содержимым. Благодаря этому достигается небывалая легкость обработки информации, что снижает стоимость создания контента.

Зачастую по разным причинам СМИ игнорируют или умалчивают важную информацию, которую впоследствии распространяют в социальных сетях или блогах, что не раз выручало, например, правоохранительные органы, или вовсе меняло ход дела.

Так, в громком деле 2019 года по аресту журналиста интернет-издания Meduza Ивана Голунова, обвиняемого в покушении на сбыт наркотиков, именно интернет-общественность побудила правоохранительные органы к пересмотру дела.

Коллегами Голунова была организована серия одиночных пикетов. Кампания в защиту журналиста была настолько масштабной, что можно предположить об отсутствии прецедентов. В защиту журналиста выступили политики, общественные деятели, деятели культуры, представители шоу-бизнеса. Но огромное место в этом списке уготовано и представителям авторской журналистики – блогерам.

«Ирина Горбачева. *Все, что происходит сейчас, это невероятно омерзительно, противно, стыдно. И мы все дальше и дальше с такими ситуациями катимся в пропасть, в советский период. Это невозможно наблюдать просто со стороны и ничего по этому поводу не говорить.*

Данила Поперечный. *Голунова надо вытаскивать. Любыми способами заставлять эту гнилую систему признать подброс (рисунок 9).*



Рисунок 9 – Аккаунт Данилы Поперечного в Твиттере [4]

Денис Косяков. *Невозможно молчать по поводу журналиста Ивана Голунова, которого арестовали, избили, которому подбросили наркотики. Если вы сомневаетесь, кому верить: официальным заявлениям или всей мировой общественности, которая кричит, что это все фальсификация... Есть очень простой, так называемый утиный тест. Если что-то плавает как утка, если что-то крикает как утка и подбрасывает наркотики как утка, то это, вероятнее всего, УТКА!» [37] (ПРИЛОЖЕНИЕ Д).*

Существуют исследователи, в представлении которых сети находятся на этапе формирования в качестве медиа: «Недо-СМИ, которые еще только в начале своего эволюционного пути, и в будущем, возможно, покажут себя. Подобная точка зрения может быть справедлива по отношению к “молодым”, только возникшим сетям, связи участников в которых еще недостаточно развиты, тогда как сети с активными и разветвленными связями участников

представляют собой сложные техно-социальные объекты, которые выполняют функции классических СМИ».

Стоит отметить, что темпы процесса обусловлены еще и территориально. Ведь страны, находящиеся на разных этапах развития, не могут осваивать их одинаково.

Прогнозировать противостояние представителей традиционных средств массовой информации с членами новых сообществ довольно трудно, поскольку идеальная картина медиа-мира представляется, скорее, синтезом этих оппонентов, а не их озлобленной конкуренцией.

Самим прогнозированием, по понятным причинам, преимущественно обеспокоены представители традиционных медиа. Расширение сетевой аудитории является своего рода угрозой для их рейтингов. Однако сложно представить труд первых без помощи вторых. Подавляющее количество эксклюзивов узнается сегодня именно из социальных сетей.

Еще более уязвимы – новостные агентства, переставшие гордо носить звание первоисточников. Век скоростей – это постинг фото в течение считанных секунд без наличия разницы между моментом отправления и его просмотра другими пользователями.

Не использовать это преимущество – глупо, поэтому стремление информационных сервисов к просторам Интернета вполне оправдано. Любое уважающее себя информационное агентство сегодня имеет свою вариацию в социальных сетях.

Еще один очень важный нюанс заключается в том, что агентство – это, в первую очередь, коллектив, обязанный соблюдать общую концепцию своего издания. Мы не сможем отследить почерк, почувствовать форму (что обусловлено еще и жанром), поэтому тексты этих коллективов порой кажутся роботизированными. И это удобно в условиях автоматизации и быстроты реакции, но не совсем выгодно для аналитики. Отсюда вывод о том, что блог еще и дает возможность отойти от шаблонности и, как следствие, привлечь новый виток аудитории.

Уже много сказано о том, почему современности необходим инновационный подход к информации. Тот факт, что блоги отвоевывают все больше информационного пространства у традиционных средств массовой информации, очевиден. Компиляцию контента все меньше приравнивают к плагиату, поскольку только рерайт может обеспечить необходимую скорость.

Журнал «Forbes», анализируя глобальные тренды, пришел к выводу: «В предстоящие десятилетия профессия журналиста-агрегатора станет одной из самых востребованных специальностей» [2].

Опыт Запада показывает, что противники закоренелых консерваторов, представляющих традиционные средства массовой информации, все чаще реализуют себя в сети. В России такая тенденция прослеживается не активно, но ее начало все же положено. Причем это может быть и как мультимедийный авторский проект (Ксения Собчак, не покинувшая телевидение), так и полный переход в Интернет (Юрий Дудь).

Стоит еще раз подчеркнуть значимость образовательно-просветительского контента представителей авторской журналистики (рисунки 10, 11, 12).

Столь высокой доступностью (и в пространственно-временном, и в финансовом отношении) может похвастаться только Интернет. Все чаще аудитория стала предпочитать возможность обучаться дистанционно (с помощью вебинаров или видео-контента). Поэтому эту ветвь блогинга однозначно стоит рассматривать как одну из самых перспективных и монетизированных.

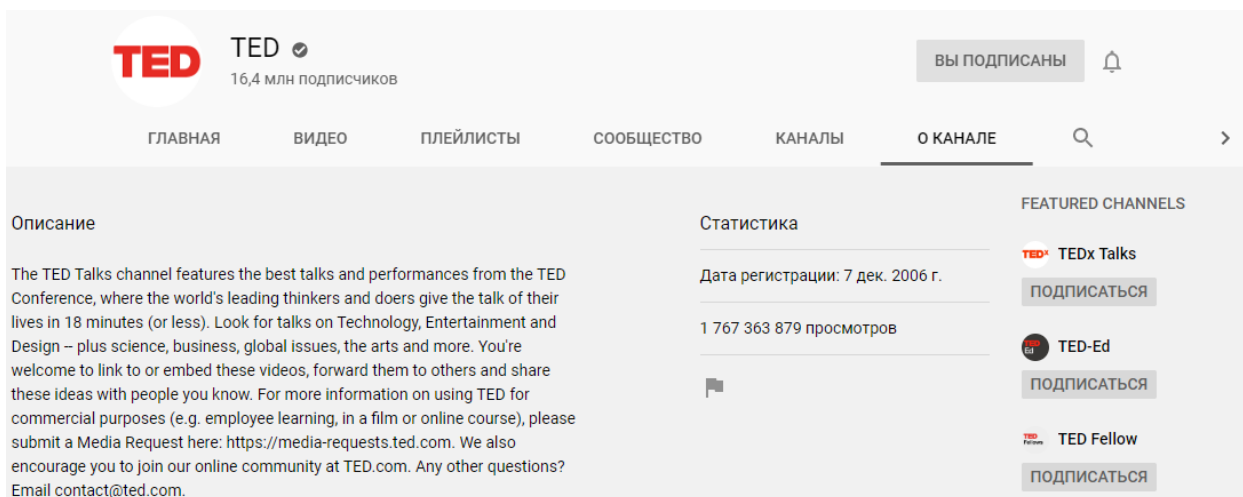


Рисунок 10 – YouTube-канал TED [54]

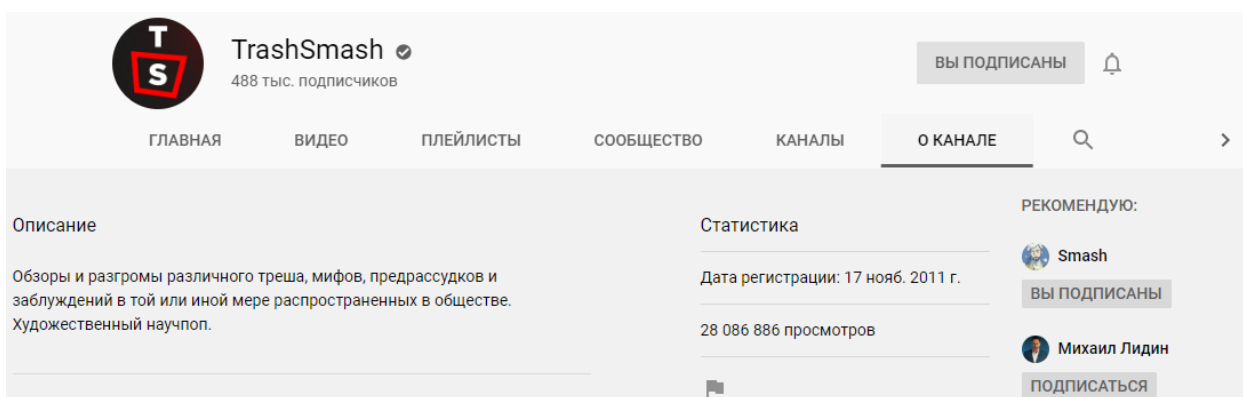


Рисунок 11 – YouTube-канал TrashSmash [55]

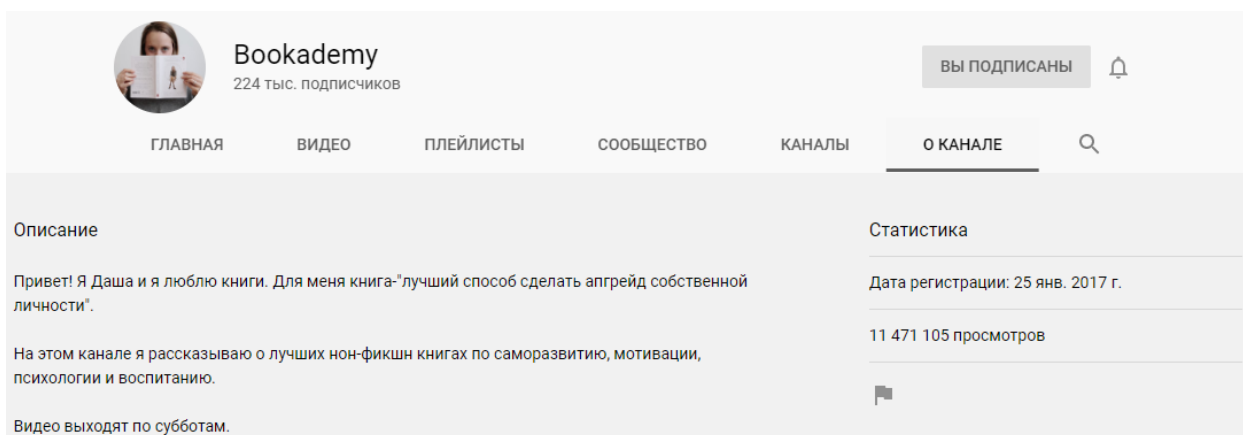


Рисунок 12 – YouTube-канал Bookademy [53]

Говоря о преимуществах социальных сетей и блогинга, все же нельзя забывать об институциональной важности традиционной журналистики. Классические средства массовой информации выполняют:

– нормативную;

- когнитивную;
- практическую;
- повествовательную функции.

Прогнозировать, превысит ли аудитория новых медиа количество приверженников традиционных СМИ – сложно и не есть рентабельно. То, произойдет ли это вообще, а если произойдет, то как быстро, зависит от гибкости сознания классических средств массовой информации, от их возможности и желания осваивать технологии и тренды.

Таким образом, основная задача представителей средств массовой информации сегодня заключается в том, чтобы создать устойчивый баланс между традициями и веяниями прогресса. Помня о контроле классического медиарынка – не забывать об идеологии сетевой аудитории. Ведь только благодаря этой стратегии предоставляется возможность осуществить всесторонний подход к максимальному количеству потребителей контента.

2 Артемий Лебедев – «дизайнер журналистики»

2.1 Биография и творческий путь знаменитого предпринимателя

Артемий Лебедев – самый известный дизайнер нашей страны, который отлично совмещает творческую работу с бизнесом. Лебедев создал империю по производству промышленного и городского дизайна, систем навигации, шрифтов, сайтов, упаковки, печатной продукции и это еще не весь список.

Артемий Лебедев родился в семье писательницы Татьяны Толстой и филолога Андрея Лебедева. Мальчик жил с родителями в США, но после вернулся в Россию. Он учился в обычной школе, после – поступил на журналистский факультет МГУ, но отчислился со 2-го курса. Дизайну учился у Аркадия Троянкера.

Стоит отметить, что Лебедев с юношества знал, чем хочет заниматься в жизни. Уже в 17 лет (в 1992 году) вместе с партнером они основали студию дизайна «А-квадрат». В следующем году он открывает свою студию под названием «Артографика». Организация не отличалась популярностью и большим штатом, в студии работал всего один сотрудник – Артемий Лебедев. Дизайнер считал, что он способен выполнить всю работу – от начала до конца – в одни руки. К тому же клиентов было немного, а если они и появлялись, то требовали показать уже выполненные кейсы для других компаний. Для этого предпринимателю пришлось создать портфолио из «выполненных заказов» для несуществующих организаций.

Также стоит отметить, что параллельно с этой деятельностью с 1993 по 1995 год Лебедев по совместительству работал арт-директором в компании «МакЦентр».

В 1995 году Артемий Лебедев начал профессионально заниматься дизайном в интернет-пространстве и создал студию «WebDesign». В этой студии он также начал работать в одиночку, но позже, когда количество заказов

увеличилось, все же пришлось нанять сотрудников. Одновременно с веб-дизайном студия занималась графическим дизайном.

В 1997 году годового оборот компании «WebDesign» составлял более 50 тыс. долларов. Ценовая политика компании была полностью открытой и зависела от размера сайта – количество килобайтов, размер страниц и т.д. «Небольшой сайт» стоил от 4 тысяч долларов, а «крупный» – свыше 10 тысяч долларов. Сочетая талант дизайнера с предпринимательской напористостью, Лебедев быстро занял место «дизайнера номер один» в России и с тех пор так и не терял занятой позиции.

Когда в компании «WebDesign» было выполнено несколько успешных проектов для крупных компаний и популярность «WebDesign» возросла, Лебедев решил переименовать компанию. Переименование «WebDesign» в компанию «Студия Артемия Лебедева» произошло в июне 1998 года. Таким шагом было убито сразу два зайца – добавлена индивидуальность компании и фамилия дизайнера превратилась в бренд.

Дальше работа студии шла как по маслу: ребята выполняли интересные кейсы за большие деньги. В январе 2015 года на сайте компании было объявлено, что «в 2015 году Студия Артемия Лебедева сделает невозможное». К середине декабря 2015 года компании насчитывала 3093 работы, среди которых: фирменные стили, книги, журналы, знаки, логотипы, графические и физические интерфейсы, сайты, объекты промдизайна и промграфики, витрины.

Сейчас в копилку «Студии Лебедева» входит 4100 выполненных заказов. Среди постоянных клиентов – Центральный банк РФ «Газпром», «Лукойл», крупнейшие банки и сотовые операторы. Также Лебедев часто выполняет госзаказы, например, в 2017 году это – разработка сайта для Международного аэропорта Симферополь, доработка сайта парка «Сокольники», отрисовка схемы линий для московского метро, поддержка сайта московского театра «Мастерская П. Н. Фоменко», разработка фирменного стиля для детского лагеря «Орленок» и т.д.

Артемий Лебедев – первый и единственный преподаватель МГУ, не имеющий высшего образования, а также один из немногих людей, посетивших все страны мира.

Блогерведет свой блог на YouTube и Telegram, что приносит ему еще больше популярности.

Помимо дизайнерской студии у Лебедева есть магазины, кафе, школа бариста и подразделение по торговле доменами. И кажется, что это далеко не предел для успешного предпринимателя и самого востребованного дизайнера страны.

Анализируя его деятельность, можно подумать, что она не имеет границ. Однако Лебедев нередко подвергается критике со стороны разных людей из-за регулярного размещения скандальных записей в блоге, обилия обсценной лексики и резкой критики.

На форумах многих российских сайтов идет неутихающая перепалка, суть которой сводится к двум умозаключениям: Лебедев – гурӯ российской виртуальности и Лебедев – человек без совести. Ему не прощают той наглости и авантюризма, с которой он начинал развивать свой бизнес. Из-за своего портфолио из «выполненных заказов» для несуществующих компаний предприниматель был назван в российской прессе обманщиком и обвинен в подлоге. Сам он считает, что этот подход был очень удачным дизайнерским ходом. «Если те клиенты, которым я показывал свои работы для мифических компаний, давали мне заказы, значит я просто молодец. Вот если бы я что-то чужое украл и за свое выдавал, то это уже было бы нетерпимо», – делился своим мнением Лебедев на своем канале в YouTube.

В архиве делового журнала «Компания» о Лебедеве пишут: «Ругать Лебедева в сетевом сообществе считается чуть ли не хорошим тоном. Однако его заслуга состоит в том, что фактически именно он создал рынок веб-дизайна, причем рынок очень высокобюджетный. Его нахальство в оценке собственного труда (чего стоят, например, заявления Лебедева о том, что в недалеком будущем расценки на оформление сайтов в России “приблизятся к

американским, где большой сайт стоит сотни тысяч долларов, если не миллион”) обеспечило отличную возможность безбедного существования другим дизайнерам» [7].

Российский коллекционер, галерист и публицист, арт-менеджер, бывший директор пермского музея современного искусства PERMM Марат Гельман, в свою очередь же, считает, что Лебедев «создал рынок web-дизайна в России» и «моду на профессию в компьютерной индустрии». Во время одной из встреч с краснодарскими художниками, Гельман рассказал, что намерен привлечь известного дизайнера Артемия Лебедева к реализации своих проектов в Краснодаре: «Тема – лучший в России по городскому дизайну, в Перми уже появился ряд его разработок. От губернатора Ткачева конкретных предложений не было, но я сам буду стараться подтягивать Тему, так как его решения очень хороши» [28].

Сам Лебедев о себе говорит так: «Я ворчливый, злой, мрачный, циничный, нетерпимый, придирчивый и раздражительный. Не выношу посредственность, непрофессионализм, безграмотность и тупость. Могу убить, если вместо тире ставят дефис. Я считаю, что дизайнер должен быть грамотным универсалом. Чтобы получился хороший дизайн, надо понимать, чем компания занимается. Поэтому я постоянно хожу по заводам, цехам и торговым залам, изучаю различные производства и технологии. Помимо работы над заказами, я готов часами говорить с профессионалом в любой области – от водопроводчика до физика-оптика. Я пил водку с мичманом на крейсере “Аврора” в три часа ночи, узнавал все детали составления фотороботов в лаборатории на Петровке, объявлял станции в кабине машиниста пригородной электрички “Москва – Звенигород” и ходил в ЦУП смотреть, как грузовой корабль “Прогресс” стыкуется с МКС. Будучи коммерческим дизайнером, я болезненно воспринимаю чужие неудачи – мне всегда жалко компанию, которая, не разбираясь в дизайне, заказала то, что показывать людям нельзя» [8].

2.2 Артемий Лебедев как представитель авторской журналистики

На счету известного веб-дизайнера Артемия Лебедева, пишущего под псевдонимом tema, далеко не один блог. Точнее – блог далеко не на одной платформе. Сам автор, ласково называя свое детище «Уютные Бложики», дает в своем блоге в LiveJournal (ЖЖ) (ПРИЛОЖЕНИЕ Е) три ссылки:

«Ютуб: <https://www.youtube.com/user/temalebedev> [52]

Телеграм: <https://t.me/temablog/> [50]

Инстаграм: <https://www.instagram.com/temalebedev/> [5]» [11].

Артемий Лебедев является одним из самых первых пользователей ЖЖ: он создал блог 4 сентября 2001 года (с тех пор записи не сохранились, и первый пост датируется декабрем 2006 года).

Статистика блога Артемия Лебедева на апрель 2020 года (рисунок 13):

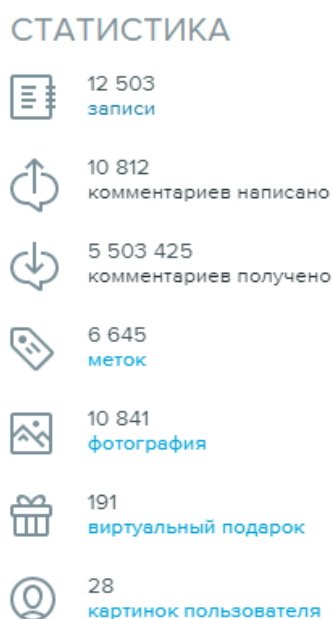


Рисунок 13 – Статистика блога Артемия Лебедева на апрель 2020 года

В начале своего пути Лебедев часто называл блог цитатами из рекламы. Что, разумеется, носило своего рода развлекательный характер: читая растиражированную и, в какой-то степени, изрядно надоевшую рекламу, читатель вряд ли будет ожидать следом текст, никак не связанный с заголовком.

На всех юзерпиках (картинках пользователя) – фотографии Лебедева, что еще раз доказывает тот факт, что блог ведет не «ноунейм», а готовый показать миру свое лицо пользователь, в то время как многие в качестве юзерпиков зачастую используют либо не свои фотографии, либо вовсе изображения животных, рисунки и т.д.

Блоги на платформе LiveJournal, в переводе с английского – «Живой журнал», по аналогии с переводом вполне можно считать своего рода журналами, причем «журнал» будет употребляться в прямом значении, то есть как средство массовой информации с рубрицированными публикациями.

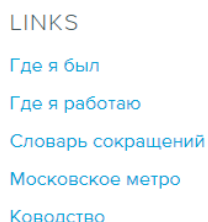
Попробуем разобраться, можно ли считать блог Артемия Лебедева в LiveJournal периодическим изданием.

Несколько лет назад автор присваивал каждому дню недели определенный «формат». Например, «Формат: слоганы к гербам». Лебедев пишет: «Берем любой герб и снизу пишем к нему слоган. Желательно – курсивным шрифтом, чтоб как у взрослых было» [46].

Или «Формат по понедельникам про поиск русских корней в брендах» [45]. В данном формате автор предлагал найти в западном логотипе русские корни.

На сегодняшний день Артемий Лебедев отошел от рубрикации в своем блоге. Теперь его ЖЖ, скорее, напоминает микроблог в Twitter или личный дневник.

Тематические ссылки, которые предлагает Артемий Лебедев (рисунок 14):



LINKS

- [Где я был](#)
- [Где я работаю](#)
- [Словарь сокращений](#)
- [Московское метро](#)
- [Ководство](#)

Рисунок 14 – Тематические ссылки

Самые популярные теги блога (зацензурена obscene лексика) (рисунок 15):

TAGS

авиа авто архитектура вакансия **Вам**
СЛОВО велмог видео **говно** город
дизайн еда жаба жж знак интерфейс кафе
кино китай коллекция конкурс логотип
магазин метро москва **мудаки**
наблюдение опрос **ОТНОШЕНИЕ**
огуенно пдд пермь **пиздец** питер
постпроплачен реклама россия русский
сиськи спонсор ссср ссыль студия сша
тревел триста украина **ФОТО** фуршет
цитата ЭТНОЭКСП ...

Рисунок 15 – Самые популярные теги блога
Самые обсуждаемые автором категории (рисунок 16):

CATEGORIES

18+ it авиация авто армия архитектура
город дети **ДИЗАЙН** еда животные
здоровье знаменитости искусство история
кино компьютеры космос криминал
лингвистика литература лытдыбр медицина
мода музыка напитки наука недвижимость
образование **общество** отзывы
отношения политика праздники
происшествия психология
путешествия работа религия
россия спорт ссср техника технологии
транспорт фантастика финансы фотография
экология юмор ...

Рисунок 16 – Самые обсуждаемые категории

Предыдущие парадигмы позволяют нам констатировать следующее:

1. Блог Артемия Лебедева утратил «фиксированную» периодичность – автор может публиковать по несколько постов в день, а может не делать этого в течение 2-3 дней.
2. Автор не создает личную рубрику, пользуясь «тегами» и «категориями» платформы.

3. Контент Лебедева в LiveJournal не уникален: ретрансляция контента проводится в Telegram.

Таким образом, мы не можем назвать блог Артемия Лебедева в LiveJournal традиционным средством массовой информации, но определенно можем считать его продуктом авторской журналистики.

То же самое можно сказать как о канале Артемия Лебедева на YouTube (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж), так и о его аккаунте в Instagram (ПРИЛОЖЕНИЕ И).

Каналу Лебедева на YouTube почти 14 лет («Дата регистрации: 21 сент. 2006 г.»). Но до 2019 года блогер публиковал в нем незначительные ролики из своих путешествий и студийной рутины. Исключением являются многочасовые ответы на вопросы читателей (публиковавшиеся на каналах операторов экспедиций, организуемых Лебедевым) и видео «УикендЭтноЭксп на Тойоте: Ответы на вопросы» [43], являвшееся одним из самых популярных роликов его канала до 2019 года.

В пилотном выпуске, вышедшем 26 апреля 2019 года – Лебедев, сидящий напротив камеры и комментирующий новости. Артемий Лебедев высказал свое мнение о победе Зеленского на выборах президента Украины, об очередном суде над Кокориным и Мамаевым и о законе о неуважении к власти.

Редакция «Палача» пишет: «При этом перезапуск ютюба уместен и для самого Темы. Телеграм успешен, но уже приелся, инстаграм осваивается, но совсем уж для фана – пришла очередь видео. Выбранный жанр удобен и привычен – новости Тема комментирует с тех пор, как завел ЖЖ. Микроформаты – тоже: аппы на айфон (в видеоблоге – Everyday) Лебедев рекомендует часто, экспресс-линч (в ролике уничтожен директ инстаграма) даже выводил в офлайн. Экспериментировать и искать новые формы Тема еще будет: неделю назад вышла игра в города с яндексовской “Алисой”» [9].

В Instagram Артемий Лебедев пришел в 2012 году и с тех пор не менял концепции своего блога на этой платформе: автор публикует кадры из путешествий, а также снимки «дизайнерских решений» с критикующими подписями, если дизайнер нашел их забавными или нелепыми. В «историях»

Лебедев размещает отметки его блога другими пользователями. Аккаунт в Instagram на сегодняшний день является, по сути, единственной платформой, на которой реально получить обратную связь от Артемия Лебедева: блогер охотно отвечает на комментарии своих подписчиков.

Наконец, Telegram. Еще до создания канала, Лебедев писал об этой платформе в своем ЖЖ: «И тут вдруг появляется Телеграм. Независимый, бодрый, успешный, востребованный, бесплатный продукт. Очень эффективный. Очень простой. И очень независимый от России. И все на него переходят. В первую очередь (после Ирана) – в России. И в этом месте я хотел бы поздравить российских спецслужбы за то, что им наконец удалось создать настоящий, международный, непозорный, назашкварный, работающий продукт, который с ними не ассоциируется. У меня нет никаких сомнений, что все в Телеграме полностью мониторится кем надо. И я испытываю гордость за это достижение. А всего лишь надо было – создать образ великомученика основателю Телеграма, который сам добровольно продал контрольный пакет акций своего прошлого проекта и с миром отбыл за границу (полагаю, с мальтийским паспортом, если он не дурак) и всеми деньгами. И все думают, что его преследует ФСБ. И ФСБ даже раз в полгода штрафует сервис с очень страшным лицом на 50 000 рублей за нарушение какой-либо строчки подпункта пятого параграфа второй сноски третьего пункта какого-то закона» [38].

Из иронии и критики Лебедева четко вырисовывается вывод о том, что до определенного момента автор скептически относился к Telegram-мессенджеру.

О Telegram-каналах Артемий Лебедев писал: «Самая большая тупость на свете – это каналы в Телеграме. Ну реально, это же все равно что подписаться на ньюсгруппу или получать новости в смсках. И дико неудобно к тому же» [27].

Но уже буквально через пару месяцев, в 2017 году, Артемий Лебедев активно распространял ссылку на свой Telegram-канал, объясняя это утратой популярности платформы LiveJournal и несовершенством социальной сети Facebook.

Информация, находящаяся в описании канала, предельно проста, так как прежде всего понадобится рекламодателям, желающим приобрести рекламу в блоге Лебедева (рисунок 17):



Артемий Лебедев

250,453 subscribers

Описание

Адрес для связи и по вопросам рекламы: reklama@tema.ru

⚠ Важно! Оплата только через форму: <http://www.tema.ru/money-huyaney/> или по безналу на официальные реквизиты

Для личных сообщений - tema@tema.ru

t.me/temablog

Ссылка-приглашение

Рисунок 17 – Telegram-канал Артемия Лебедева

Ранее было сказано, что автором проводится ретрансляция контента с LiveJournal в Telegram. Иными словами, Telegram-канал Артемия Лебедева – тот же ЖЖ, но на альтернативной, гораздо более удобной платформе. Именно поэтому значительно снизилась посещаемость его блога в ЖЖ, но вместе с тем растет количество его подписчиков в Telegram. На сегодняшний день именно эту платформу по праву можно считать одним из основных продуктов авторской журналистики Артемия Лебедева.

Но определенная уникальность все же присутствует.

Во-первых, Лебедев, как известно, не обделен исключительным чувством юмора. И зачастую этот юмор – так называемый метаюмор. То есть юмор, основанный на иронии и провокации относительно шуток современности. Именно этот навык Артемий Лебедев применяет в постах, называя своих подписчиков «Заей» при обращении к ним (рисунок 18):

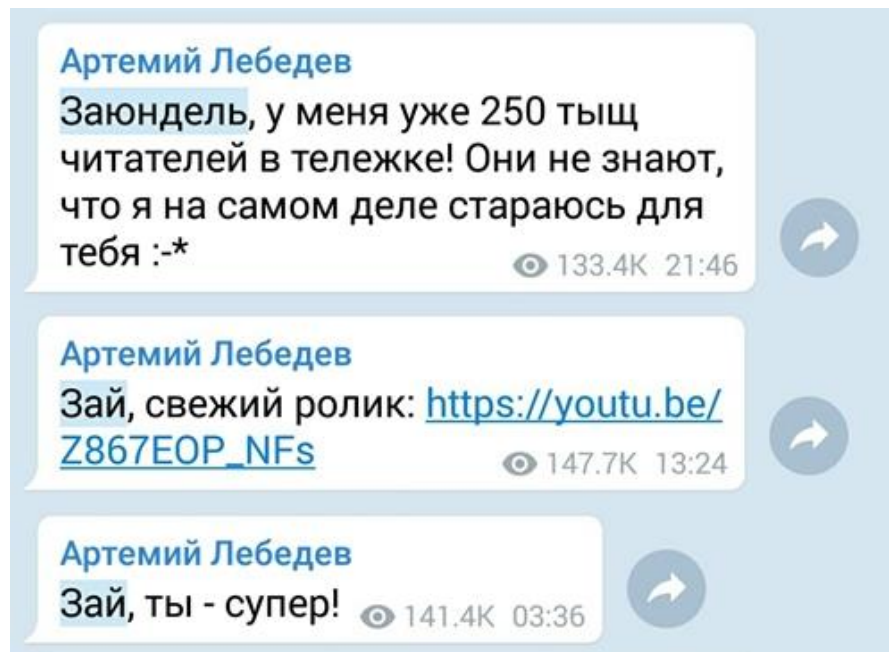


Рисунок 18 – «Зая»

«С периодичностью примерно раз в несколько дней в Telegram-канале блогера и дизайнера появляются зачастую малосодержательные сообщения, сопровождаемые обращением “Зай”. Никаких объяснений данным постам нет, в сети рассуждений на эту тему также не сыскать. Так что же это за зверь такой – Зая?

“Зая, люблю не могу!”, “Зая, все стынет, ты где?”, “Зая, спешл фор ю логотип Ленинграда в тексте: _/’\””, “Заюня, я знаю, что тебе не нужно напоминать про мой канал на ютюбчике. А твои друзья знают про него? :-*”, – вот несколько примеров обращений от Лебедева» [23], – сообщает информационно-аналитический портал SMNews.

Во-вторых, присутствует уникальность, обусловленная особенностями платформы. Ранее упоминалось, что софт мессенджера практически аннулирует обратную связь. Пользователь не может прокомментировать пост или задать вопрос автору. Но при создании канала/бота автор имеет право создать «реакцию» на предложенный контент.

Так, в случае Артемия Лебедева, на канале присутствует реакция в виде лайков и дизлайков.

Одними из основных преимуществ Лебедева перед другими представителями авторской журналистики, не имеющими отношения к журналистике традиционной – это, на наш взгляд, четкость, радикальность и регулярность. Именно поэтому мы не можем не упомянуть принципы ведения блога от самого контент-мейкера.

На одной из встреч авторов «Яндекс.Дзена» ведущий Никита Белоголовцев взял у Лебедева интервью. В нем автор впервые подробно рассказал о том, как он ведет блоги на разных платформах. HelloBlogger сделал краткую выжимку о принципах работы Артемия Лебедева:

«Главный инструмент для меня – Напоминания (Reminders) в Айфоне. Я проснулся с утра, что-то увидел в окне, какой-то сайт открыл, пошел по ссылкам – нашел что-то интересное. Или, поскольку я сто раз в день открываю словарь, увидел новое слово, о котором раньше не знал, или новое значение. Я, соответственно, сразу открываю “Ремайндеры” и туда вписываю: написать про то-то.

Вечером я сажусь с бутылкой вина и пишу посты на следующий день. Если я в поездке и так удачно получилось, что вообще нет связи, я могу написать посты на неделю вперед. Это довольно утомительно, но зато читатели думают, что я всегда с ними. Это хорошо работает и с Телеграмом и с ЖЖ. А с Фейсбуком работает плохо, потому что Фейсбук не дает возможности отложенного постинга обычным пользователям, у которых нет галочки “подтвержденная страница”.

У меня посты выходят каждый день в 11.00, 15.00 и 19.00. А по воскресеньям и субботам – только в 11.00 и 19.00. Я открываю заметки, смотрю, что у меня там написано. Иногда могу написать слов “Пук”, иногда могу написать длинное эссе.

Мои посты – нечто среднее между длинным СМС и коротким эссе. Людям этот формат понятен. На многих экранах то, как я пишу, людям заходит.

Не даю статистике влиять на то, что я пишу. У меня был один пост в Фейсбуке, там было 50 тыс. лайков. Никогда больше такого у меня не было. Если бы я был как все остальные – я бы решил, что это самая удачная тема. Люди хотят читать про это. Значит, я должен стать таким либеральным медиа с пафосом, с драйвом. Это тот неправильный вывод, который я бы сделал в результате анализа статистики. Поэтому мне на нее наплевать абсолютно. Я считаю, что мои бессодержательные посты ничуть не менее ценны, чем посты, которые собирают много лайков.

Всегда смотрю, что я делаю, и всегда корректирую. Ведение блога – это как управление вертолетом. Ты не можешь просто сесть и сидеть. Потому что ты недалеко улетишь. В блоге то же самое – у тебя нет такой ситуации, когда ты можешь просто расслабиться. Это очень схоже с авиацией, потому что ты должен ловить потоки ветра, ты должен потенциальную энергию превращать в кинетическую. Если у тебя потеря тяги, значит что-то в этом месте ты делаешь не так. Это даже не связано с темами, это обмен энергиями.

Нативная реклама – это худший формат, который бывает. У меня ее не будет ни при каких обстоятельствах. Потому что я категорически не разрешаю никому замещать мой голос. Если написано “я” – значит это может быть только мое “я”. И нативка постепенно превращает тебя в рекламного агента. Ты становишься просто писателем рекламных текстов для людей. Ничего в моей жизни не может произойти, чтобы я разрешил рекламодателю говорить мне, что мне делать. Я продаю посадочное место: выбирай тайм-слот, вот тебе счет, я просто вставлю этот код сюда. Это называется “Мопед не мой, я просто разместил объяву”.» [1].

2.3 Лингвостилистические особенности кроссплатформенного контента

Перейдем к непосредственному анализу лингвостилистических особенностей контента Артемия Лебедева.

Первыми бросающимися в глаза и, пожалуй, главными такими особенностями являются абсолютная грамотность в сочетании с часто встречающейся инвективной лексикой.

По мнению Е. В. Абламской, «употребление инвектив диктуется необходимостью для субъекта речи эмоциональной разрядки. Матерные слова, благодаря своему особому положению в языке, создают при употреблении мощный резонанс, реализуя тем самым экспрессивную функцию» [3].

И это действительно так. Зачастую автор сталкивается с открытой критикой именно из-за обценной лексики, минимизирование которой происходит лишь в материалах о путешествиях, что, вероятно, связано с и без того большим объемом уникальной информации, и, как следствие, той самой экспрессией.

Не обходится и без просторечной и жаргонной лексики: «Негры, торгующие поддельными сумочками на центральных улицах, придумали новый способ быстро убежать от ментов, не потеряв товар – у них в руках веревки, привязанные к краям простыни, на которой разложен контрафакт. Во время шухера нужно просто схватиться за вожжи и бежать, товар автоматически окажется в мешке за спиной» [18].

В заметках о Пуэрто-Рико Лебедев пишет следующее: «Главное этнографическое событие Пуэрто-Рико – петушинные бои. Публика тут примерно как в Москве на ипподроме, только в охране не тупицы и не мешают снимать» [20].

Стоит отметить, что критика и скептицизм Лебедева не таят в себе негативного подтекста. Анализируя Telegram-канал автора, мы обнаружили, что огромную контентообразующую роль играет юмор. Лебедев талантливо

обращается с иронией, сарказмом и гротеском, обращая их в филигранный комический эффект: «В дорогом отеле каждому номеру полагается по индивидуальному кондиционеру. Внешние блоки висят на таком уровне, что даже человек среднего роста будет ударяться головой. Чтобы этого не происходило, каждый блок заботливо обрамлен пенопластовым поддоном, покрашенным в цвет ограждения. Бейтесь на здоровье, мы обо всем подумали» [19].

Мастерство владения иронией прослеживается даже на морфемном уровне – без труда находятся окказионализмы автора: невыконституционизировавшееся, машины Мумусик и Кукусик, катер Эсмеральдусик, вертолет Самолетусик и т.д.

Арт-директор и основатель маркетингово-консалтинговой компании «PopelAgency» Анатолий Попель в своем блоге рассказывает: «У меня же была возможность общаться с людьми, работавшими с Лебедевым в нескольких проектах. По их словам, в жизни, за пределами интернета и уютной жежешечки, Лебедев – человек интеллигентный, грамотный, разносторонний. С коллегами вежлив. Говорит, что люди в его Студии работают не “на него”, а “с ним”. А нецензурные выражения в ход у него идут в жизни крайне редко» [26]. Иными словами, Анатолий не скрывает своего мнения о том, что популярность Лебедева – заслуга его скандальности.

При более детальном анализе контента Артемия Лебедева можно обнаружить некое сходство со стилем традиционных средств массовой информации.

Во-первых, в приеме речевого воздействия при обращении к аудитории: «Ненаглядные мои!», «Дражайшие мои!», «Ежедневные мои!» и т.д.

Во-вторых, в использовании риторических вопросов: «Что может быть омерзительнее пропаганды некультурности?», «Стоит ли говорить, что это мнение ошибочно?», «Что можно сказать?».

В-третьих, публицистичность прослеживается и на уровне тематики – основную долю контента Лебедева составляет актуальная новостная повестка.

Почему же несмотря на неоднозначность подачи Артемия Лебедева, его блоги сохраняют завидный стабильный интерес?

На наш взгляд, контент всегда имеет прямое отношение к автору. Стабильный интерес к контенту, прежде всего – интерес к стоящей за ним личности. Артемий Лебедев – коммуникант провокативного типа поведения, отличающийся абсолютной в своей неожиданности реакцией, что во все времена призвано разжигать самые непредсказуемые волнения широких масс.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав современный этап развития интернет-журналистики, можно сделать первый и однозначный вывод – авторская журналистика как одно из проявлений интернет-журналистики вовсе не уступает традиционным средствам массовой информации, а по многим параметрам даже ее превосходит.

В современной ситуации блогинг в Рунете стоит особняком. Ему присущи признаки традиционных средств массовой информации, но нельзя не учитывать его особенностей, определяющих границы между ним и другими видами СМИ.

К выявленным особенностям авторской журналистики в парадигме инновационных СМИ можно отнести:

- уникальность;
- автоматизацию;
- гипертекстуальность;
- невещественность носителя =>
- низкую себестоимость;
- временную независимость;
- мультимедийность;
- мгновенную архивацию;
- высокоскоростной режим;
- отсутствие цензуры или политического заказа (но есть и исключения);
- интерактивность, т.е. вовлеченность пользователя (что абсолютно не характерно для традиционных СМИ) в журналистский процесс;

Среди недостатков выделяются:

- периодическое присутствие инвективной лексики;
- низкий культурный уровень некоторых пользователей;

– абсолютную или частичную бесконтрольность и отсутствие у таких пользователей этических понятий, которые наблюдаются у «традиционных журналистов»;

– недостоверность источников – зачастую пользователи не проверяют информацию, их контент базируется на личном восприятии =>

– излишнюю субъективность.

Осмысление данного объекта исследования, по моему мнению, определенно стоит считать новой ступенью эволюционного развития средств массовой информации. Учитывая темпы развития нынешней эпохи информационных технологий, мощнейший синтез авторской журналистики с классическими медиа вполне можно прогнозировать уже на ближайшее будущее.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 7 принципов ведения блога от Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://helloworlder.ru/journal/7-principov-vedeniya-bloga-ot-artemiya-lebedeva/>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.
- 2 10 главных профессий нового десятилетия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera/rynok-truda/34702-10-glavnyh-professii-novogo-desyatiletija?photo=6>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.
- 3 Абламская Е. В. Экспансия сниженной лексики в современном русском языке / Е. В. Абламская // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – № 2. – Ч. 2. – С. 119.
- 4 Аккаунт Данилы Поперечного в Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/spoontamer>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.
- 5 Аккаунт Артемия Лебедева в Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/temalebedev/>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.
- 6 Антонова В. И. Информация в контексте медиакультуры : учеб. пособие / В. И. Антонова, Т. В. Ключкина – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 64 с.
- 7 Артемий Лебедев, 23 года. Архив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ko.ru/articles/artemiy-lebedev-23-goda-109548/>. (дата обращения: 04.04.2020) – Загл. с экрана.
- 8 Артемий Лебедев. Дом-страница [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20040604041550/www.tema.ru/about/>. (дата обращения: 04.04.2020) – Загл. с экрана.
- 9 Артемий Лебедев завел шоу на YouTube. Обсудил Макгрегора, Украину и Кокорина с Мамаевым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [44](https://click-</div><div data-bbox=)

or-die.ru/2019/04/artemij-lebedev-zavel-shou-na-youtube-obsudil-konora-ukrainu-i-kokorina-s-mamaevym/. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

10 Артемий Лебедев – человек и WEB [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.diary.ru/~el/p1498781_artemij-lebedev-chelovek-i-web.htm. (дата обращения: 04.04.2020) – Загл. с экрана.

11 Блог Артемия Лебедева в LiveJournal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tema.livejournal.com/>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

12 Гетманский К. Б. Возрождение Персонального Журнализма? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://samlib.ru/g/getmanskij_k/blog_sbornik.shtml. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

13 Государственный контроль блогеров и запрет на критику президента: какие страны ограничивают свободу в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/legal/65671-gosudarstvennyy-kontrol-blogerov-i-zapret-na-kritiku-prezidenta-kakie-strany-ogranichivayut-svobodu-v-internete>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.

14 «Грязь и вбросы» Telegram-каналов уничтожают журналистику, считают в ОП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20181203/1539387588.html>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

15 Давыдова Е. Персональный журнализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.7ya.ru/article/Personalnyj-zhurnalizm/>. (дата обращения: 01.04.2020) – Загл. с экрана.

16 Дементьева К. В. Актуальные проблемы современности и журналистика : учеб.пособие / К. В. Дементьева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 212 с.

17 Дементьева К. В. СМИ и общественное мнение: диалектика взаимодействия: учеб.пособие / К. В. Дементьева, П. Ф. Потапов. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2016. – 144 с.

18 Дом-страница Артемия Лебедева | Veni, Vidi | Испания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tema.ru/travel/spain.2012/>. (дата обращения: 06.04.2020) – Загл. с экрана.

19 Дом-страница Артемия Лебедева | Veni, Vidi | Острова Кука | Аваруа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tema.ru/travel/texp-1/>. (дата обращения: 06.04.2020) – Загл. с экрана.

20 Дом-страница Артемия Лебедева | Veni, Vidi | Пуэрто-Рико [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tema.ru/travel/caribethnoexp-1/>. (дата обращения: 06.04.2020) – Загл. с экрана.

21 Дьяченко О. Е. Блог как интернет-журнал (на примере блога Артемия Лебедева) [Электронный ресурс] / О. Е. Дьяченко – Режим доступа: <https://skachate.ru/literatura/7715/index.html>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

22 Ефимова Т. В. Интернет как среда социализации современной личности / Т. В. Ефимова // В мире научных открытий – 2013. – № 5.4 (41). – С. 195–209.

23 Зай, заюня – зачем Лебедев делает это в соцсетях? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sm-news.ru/zaj-zayunya-zachem-lebedev-delaet-eto-v-socsetyah-1327/>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

24 Л. М. Землянова Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 301 с.

25 Игнатъева Е. А. Явление журнализма в творчестве Гоголя: автореферат дис. ...канд. филол. наук / Е. А. Игнатъева; Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2008. – 21 с.

26 История Студии Артемия Лебедева. Часть 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popel-studio.com/blog/article/istorija-studii-artemija-lebedeva-3.html>. (дата обращения: 06.04.2020) – Загл. с экрана.

27 Каналы в Телеграме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tema.livejournal.com/2611047.html>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

28 Марат Гельман намерен «притянуть» в Краснодар Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.yuga.ru/news/257176/>. (дата обращения: 04.04.2020) – Загл. с экрана.

29 Машкова С. Г. Интернет-журналистика : учеб. пособие / С. Г. Машкова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.

30 «Мы будем читать это в мессенджерах и часах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3058/my-budem-chitat-eto-v-messedzherah-i-chasah>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

31 Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.

32 Панарин Н. И. Информационные войны, PR и мировая политика: курс лекций/ Н. И. Панарин. – М.: Аввалон, 2015. – 352 с.

33 Перевалов В. В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие / В. В. Перевалов. – М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2012. – 232 с.

34 Потупчик К. «Запрещенный» Telegram. Путеводитель по самому скандальному интернет-мессенджеру / К. Потупчик.– М.: Водолей, 2019. – 220 с.

35 Ржанова С. А. Журналистское мастерство : практикум / С. А. Ржанова. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2018. – 84 с.

36 Самые активные социальные платформы мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/social/73216-samy-aktivnye-socialnye-platformy-mira-poyavilsya-novyy-uchastnik-discord>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

37 Самый важный флешмоб. Кто поддержал Ивана Голунова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://memepedia.ru/samyj-vazhnyj->

[fleshmob-kto-podderzhal-ivana-golunova](#). (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.

38 Самый успешный проект российских спецслужб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tema.livejournal.com/2675560.html>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

39 Свитич Л. Г. Профессия журналист / Л. Г. Свитич. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – С. 54.

40 Сотникова О. П. Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Журналистика» / О. П. Сотникова.– М.: Аспект Пресс, 2014. – 157 с.

41 Телеграм-канал «Незыгарь» продали за 20 миллионов рублей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://varlamov.ru/2707627.html>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

42 Федорова Л. Л. Образы русской речи в современных массмедиа / Л. Л. Федорова // Медиалингвистика. – 2016. – № 3. – С. 19-30.

43 УикендЭтноЭксп на Тойоте: Ответы на вопросы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=R1f8a5jdY1A&list=RDR1f8a5jdY1A&start_radio=1&t=225. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

44 Уланова М. А. Интернет-журналистика : практическое руководство / М. А. Уланова. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 236 с.

45 Формат по понедельникам про поиск русских корней в брендах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tema.livejournal.com/325580.html>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

46 Формат: слоганы к гербам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tema.livejournal.com/309765.html>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

47 Шамина И. С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина.– М.: Инфра-Инженерия, 2018. – 260 с.

48 Telegram остается в топ-3 самых популярных мессенджеров несмотря на блокировку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3944588>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

49 Telegram-канал «Антиглянец» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t.me/sncmag>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

50 Telegram-канал Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t.me/temablog/>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

51 Telegram-канал «Незыгарь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t.me/russica2>. (дата обращения: 02.04.2020) – Загл. с экрана.

52 YouTube-канал Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/temalebedev>. (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана.

53 YouTube-канал Bookademy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC28GNXIYdBiI1zTBySZEoRw>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.

54 YouTube-канал TED [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCAuUUUnT6oDeKwE6v1NGQxug>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.

55 YouTube-канал TrashSmash [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/TrashRecord>. (дата обращения: 03.04.2020) – Загл. с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(рекомендуемое)

Съезд Демократической партии США

← → ↻ 🔒 1tv.ru/news/2004-07-30/241556-s_ezd_demokraticeskoy_partii_ssha_zavershilsya_moschnym_mazhornym_akkordom ☆


1 ПРЯМОЙ ЭФИР **НОВОСТИ** ТЕЛЕПРОЕКТЫ ФИЛЬМЫ И СЕРИАЛЫ ДОККИНО СПОРТ ТЕЛЕПРОГРАММА 🔍

© 30 июля 2004, 12:59

Съезд Демократической партии США завершился мощным мажорным аккордом

Главные новости

Съезд Демократической партии США завершился мощным мажорным аккордом



www.1tv.ru



▶ 🔊 1:14 / 2:16 🗄


ПРИЛОЖЕНИЕ Б


(рекомендуемое)

DMOZ Russia


← → ↻ | dmoztools.net/World/Russian/Страны_и_регионы/Европа/Россия/ ☆

 [World](#) > [Russian](#) > [Страны и регионы](#) > [Европа](#) > [Россия](#) 

Подборка сайтов на русском языке о России. 

▼ **Подразделы** 20 

<ul style="list-style-type: none">Города	<ul style="list-style-type: none">Регионы	<ul style="list-style-type: none">Субъекты Федерации	
<ul style="list-style-type: none">Бизнес и экономикаГосударствоЗдоровьеИскусство и развлеченияКарты и виды местности	<ul style="list-style-type: none">Наука и природаНедвижимостьНовости и СМИОбразованиеОбщество и культура	<ul style="list-style-type: none">Отдых и спортПассажирский транспортПогодаПутеводители и каталогиПутешествия и туризм	<ul style="list-style-type: none">ТорговляТрудоустройство

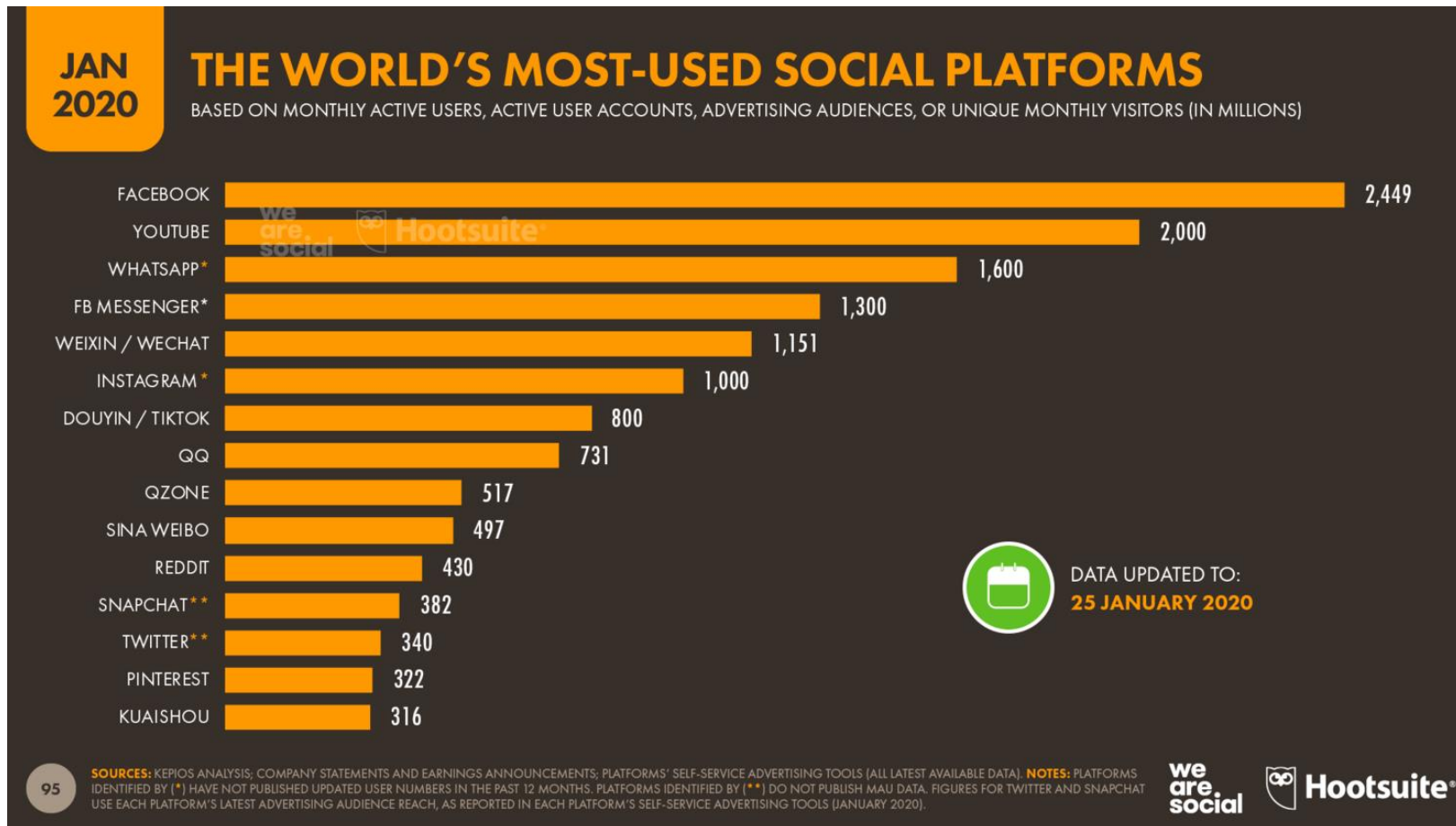
▼ **Связанные разделы** 2 

- World > Russian

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательное)

We Are Social 2019

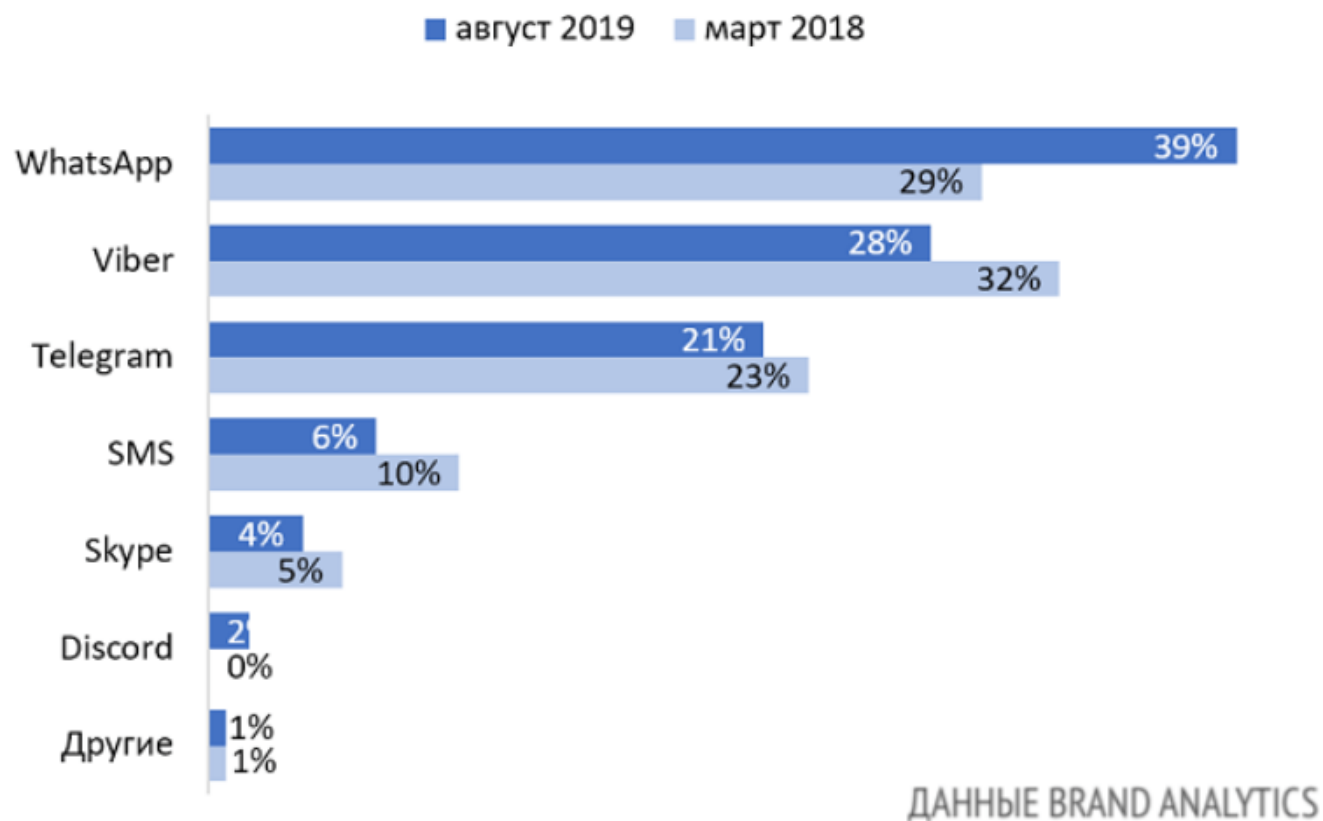


ПРИЛОЖЕНИЕ Г

(обязательное)

Изменение доли упоминаний мессенджеров по данным Brand Analytics

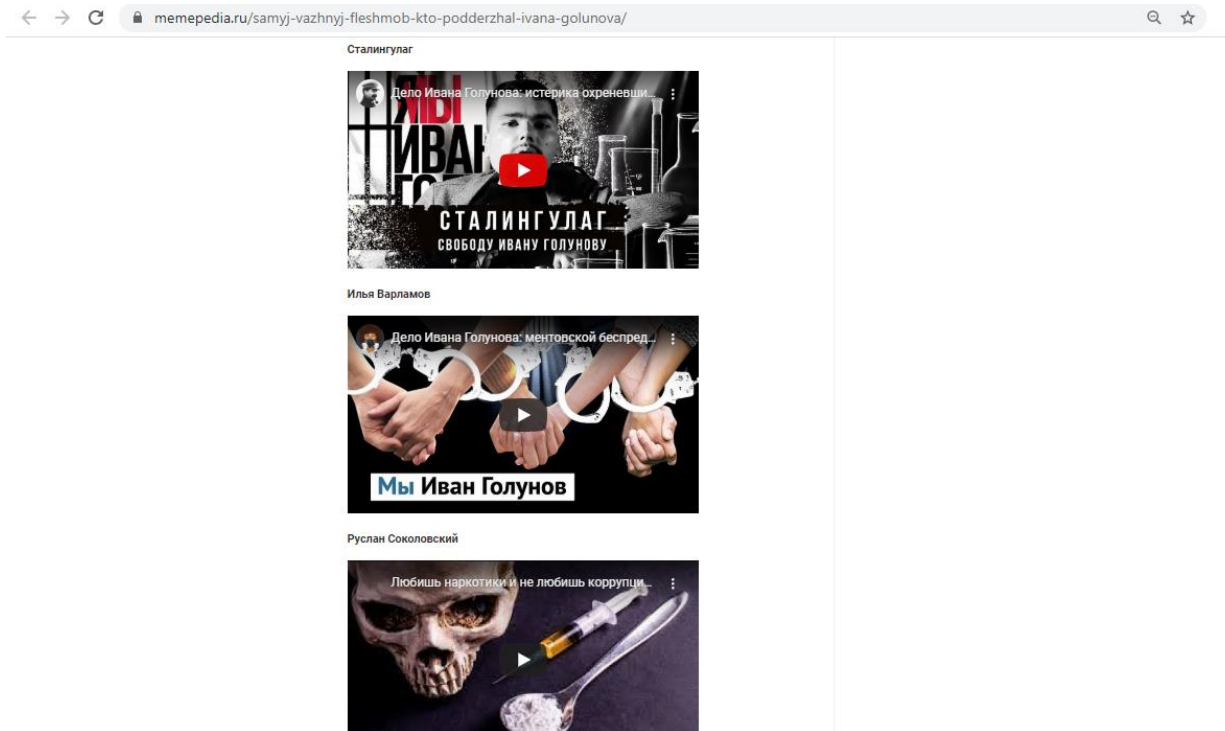
Изменение доли упоминаний мессенджеров



ПРИЛОЖЕНИЕ Д

(рекомендуемое)

Блогеры, выступившие в защиту Ивана Голунова



ПРИЛОЖЕНИЕ Е

(обязательное)

Блог Артемия Лебедева на платформе LiveJournal

The screenshot shows the LiveJournal profile page for Artemy Lebedev. The browser address bar displays 'tema.livejournal.com'. The navigation bar includes 'LIVEJOURNAL', 'ГЛАВНАЯ', 'РЕЙТИНГ', 'ИНТЕРЕСНОЕ', and '#ЯОСТАЮСЬДОМА'. On the right, there are buttons for 'ВОЙТИ', 'СОЗДАТЬ БЛОГ', and a language selector set to 'РУССКИЙ (RU)'. Below the navigation bar, the user's name 'ТЕМА' is shown with a rating of '7 МЕСТО В ОБЩЕМ РЕЙТИНГЕ' and a 'ПОДПИСАТЬСЯ' button. A notification states 'На Вашем сайте - очень мало посетителей' (Very few visitors on your site) and 'обслуживается в одно лицо' (served by one person). The main content area features a recent entry titled 'Скорость решения вопросов' (Speed of question resolution) dated April 22nd, 2020, at 03:00 pm, with a rating of 52. The entry text discusses the efficiency of searching for solutions on the internet versus internal company help. A calendar widget on the right shows the month of April 2020. At the bottom, there is a 'Send news' button.

← → ↻ 🏠 🔒 tema.livejournal.com ☆


LIVEJOURNAL ГЛАВНАЯ 🔥 РЕЙТИНГ ИНТЕРЕСНОЕ 🏠 #ЯОСТАЮСЬДОМА ВОЙТИ СОЗДАТЬ БЛОГ 🔔 РУССКИЙ (RU) 🔍

👤 ТЕМА — 7 МЕСТО В ОБЩЕМ РЕЙТИНГЕ ПОДПИСАТЬСЯ В СТИЛЕ ЖЖ

На Вашем сайте - очень мало посетителей

обслуживается в одно лицо

RECENT ENTRIES FRIENDS PROFILE ARCHIVE TAGS CATEGORIES MEMORIES SAMIZNAETEKTO.RU



April 22nd, 2020, 03:00 pm ★ 52 position in rating

Скорость решения вопросов

Я заметил, что любой вопрос проще решить через поиск, чем внутри компа.

То есть, если у меня на работает какая-либо прога, мне проще в поисковике описать проблему простым языком, чем копаться в хелпе.

И результат в 99% случаев положительный.

Впрочем, в последнее время с этой задачей справляется уже один только Ютуб. В нем можно найти видео-инструкцию по любому поводу.

🌐 1 📌 🐦 📌 2 📌 📌 📌 📌

Авторизуйтесь, чтобы не видеть рекламы в этом блоге

CALENDAR

< Apr > < 2020 >

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18

Send news

BESSHARDWICK Мало королеве было разнuzданного цесаревича...

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

(обязательное)

YouTube-канал Артемия Лебедева

The screenshot shows the YouTube channel page for Artemy Lebedev. The browser address bar displays 'youtube.com/user/temalebedev/about'. The channel name is 'Артемий Лебедев' with a verified badge and 456 thousand subscribers. The page is divided into several sections: 'Описание' (Description) with the text 'Единственный честный ютубчик.', 'Дополнительно' (Additional) with a button to show the email address and the country 'Россия', 'Ссылки' (Links) for Telegram, Instagram, and Facebook, 'Статистика' (Statistics) showing a registration date of September 21, 2006, and 62,728,059 views, and 'МНЕ НРАВКИ' (Channels I like) listing 'Доктор Утин', 'Virginia Bëowulf · Engli...', 'Екатерина Шульман', 'artlebedevstudio', and 'egor zhgun'.

youtube.com/user/temalebedev/about

Введите запрос

Артемий Лебедев ✓
456 тыс. подписчиков

СПОНСИРОВАТЬ ВЫ ПОДПИСАНЫ

ГЛАВНАЯ ВИДЕО ПЛЕЙЛИСТЫ СООБЩЕСТВО КАНАЛЫ О КАНАЛЕ

Описание
Единственный честный ютубчик.

Дополнительно
Для коммерческих запросов:
Страна: Россия

ПОКАЗАТЬ АДРЕС ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ

Ссылки
Телеграм Инстаграм
ЖЖ Фейсбук

Статистика
Дата регистрации: 21 сент. 2006 г.
62 728 059 просмотров

МНЕ НРАВКИ
Доктор Утин
ПОДПИСАТЬСЯ
Virginia Bëowulf · Engli...
ПОДПИСАТЬСЯ
Екатерина Шульман
ВЫ ПОДПИСАНЫ
artlebedevstudio
ПОДПИСАТЬСЯ
egor zhgun
ПОДПИСАТЬСЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ И

(обязательное)

Аккаунт Артемия Лебедева на платформе Instagram

The screenshot shows the Instagram profile of Artemy Lebedev. At the top, there is a browser address bar with the URL 'instagram.com/temalebedev/'. Below it is the Instagram logo and a search bar. The profile header includes a circular profile picture of a man with glasses and a beard, the username 'temalebedev' with a verified badge, and buttons for 'Отправить сообщение', a checkmark icon, a dropdown arrow, and a three-dot menu. Statistics show '2 789 публикаций', '509тыс. подписчиков', and '580 подписок'. The full name 'Artemy Lebedev' is listed, along with contact information: 'По всем вопросам: reklama@tema.ru' and 't.me/temablog'. Below the bio are six circular highlights with labels: 'Гусь-Хруст...', 'Айвазовск...', 'С новым!', 'ЛюбВар', 'Бесит', and 'Highlights'. At the bottom, there are two tabs: 'ПУБЛИКАЦИИ' (selected) and 'ОТМЕТКИ'. Three preview images are visible under the 'ПУБЛИКАЦИИ' tab: a toilet, a box of 'Плюсик' lemon juice, and a patterned fabric.