САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

*На правах рукописи*

МАТАШИНА Дарья Олеговна

Блог как средство профессиональной журналистской коммуникации (российский и зарубежный опыт)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

кандидат политических наук,

доцент З.Ф.Хубецова

Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций

Очно-заочная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………….3

ГЛАВА I. ЖУРНАЛИСТСКИЙ БЛОГИНГ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН……..………………………………….8

1.1. Блог в системе профессиональной журналистской коммуникации: технологические и творческие возможности…………………………………..8

1.2. Принципы регулирования и законодательные ограничения коммуникационной свободы личности в интернет-среде…..……….……….15

1.3. Типология журналистских блогов и особенности взаимодействия их авторов с аудиторией……………………………………………………………25

ГЛАВА II. БЛОГИ ЖУРНАЛИСТОВ НА ПОПУЛЯРНЫХ ПЛАТФОРМАХ И БЛОГИ ПРИ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯХ (РОССИЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ОПЫТ) …………………………………………………………………………32

2.1. Персональные блоги Владимира Соловьева и Ларри Кинга: сравнительный анализ………………………………….………………………32

2.2. Блоги в структуре российских сетевых изданий (на примере онлайн-версий «Московского комсомольца» и «Эха Москвы»)…………………..….43

2.3. Блоги в структуре американских сетевых изданий (на примере онлайн-версий газет The New York Times и Star Tribune )………………..……………53

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ………………………………………………………………….63

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ ……………….………………...68

ПРИЛОЖЕНИЕ ………………………………………………………………….76

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы.** Всеобщая информатизация и глобализация являются сегодня одними из главных тенденций развития мирового сообщества. Значение глобального информационного пространства растет с каждым днем. Так, например, по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям аудитория только российского сегмента Интернета по итогам прошлого года составила около 87 миллионов человек (71% от всего населения страны). Кроме того, за год российская интернет-аудитория, по данным Mediascope, увеличилась на 2 %, а прирост мобильной аудитории, которая помимо ПК пользуется и другими разными устройствами – планшетами, нетбуками и прочими, составил 9%.

Беспрецедентный рост демонстрирует и аудитория, использующая для входа в сеть Интернет смартфоны - по состоянию на октябрь 2016 — март 2017 года, это почти половина населения страны (46 процентов). Таким образом, прирост данного сектора составил рекордных 15% за год. Эксперты прогнозируют, что если существующие темпы роста сохранятся, то к 2020 году три четверти россиян станут пользователями Интернета[[1]](#footnote-1).

На фоне всеобщей информатизации вырос и интерес пользователей к отечественной блогосфере – так, на сегодняшний день онлайн-сервис LiveDune[[2]](#footnote-2) фиксирует на территории России, Украины, Белоруссии и других стран около 20 тысяч блогеров в «Живом Журнале», около 47 миллионов в Twitter, около136 миллионов в Instagram и 538 тысяч на YouTube. Отметим, что в процесс развития блогов активно включились и профессиональные журналисты – они смогли обрести независимость от административного давления, от влияния НКО и других участников массмедийного процесса, а также воспользоваться свободой от ограничений и условностей работы традиционного СМИ и выйти на прямой диалог со своей аудиторией. Кроме того, важным фактором роста внимания к персональному блогингу является возможность свободного и не завуалированного выражение журналистом своего авторского «Я». В этой связи особенно интересно сравнить российский и американский опыт ведения журналистами персональных блогов и практику организации блогов при онлайн-изданиях.

**Степень научной разработанности темы**. Еще в 2000-е годы российская наука осуществляла подробные исследования виртуального пространства. Накоплен значительный материал в этой области, регулярно защищаются диссертационные работы. В частности, можно назвать такие имена исследователей, как О. Е. Баксанский, А.И. Воронов, А. Кирик, В. М. Маслов, А. Ш. Садриев, П. А. Степаненко, А. Н. Стеценко, Е. Э. Чеботарева[[3]](#footnote-3) и другие.

Блоги и виртуальную журналистскую коммуникацию исследовали такие специалисты, как Т.В. Евсюкова, Т.М. Гермашева, Е.А. Кожемякин, А.А. Попов, М.О. Кочеткова, И.В. Тубалова, Е.М. Пак, М.М. Лукина[[4]](#footnote-4) и другие.

Проблема свободы личности в массовой коммуникации рассматривается в трудах С. Г. Корконосенко: «Современный российский медиаполис»[[5]](#footnote-5), «Свобода личности в массовой коммуникации»[[6]](#footnote-6).

Однако компаративные исследования российской и американской практики журналистского блогинга как способа реализации права личности на свободу в массовой коммуникации практически отсутствуют.

**Объектом** **исследования** в данной выпускной квалификационной работе являются личные блоги профессиональных журналистов, размещенные на популярных платформах, и журналистские блоги при сетевых изданиях.

**Предмет** **исследования**: мультимедийный контент и языковые особенности блогов российских и американских журналистов, а также принципы взаимодействия автора (журналиста) и целевой аудитории блога.

**Цель** **исследования**: выявить степень реализации коммуникационной свободы личности журналиста в российской и американской блогосфере.

Для достижения цели необходимо решить следующие **научно-практические задачи**:

* Описать особенности развития сетевого пространства и определить преимущества, которые оно дает как потребителю информации, так и представителям журналистского сообщества.
* Выявить возможности самовыражения журналиста в онлайн-среде.
* Изучить тенденции развития современной журналисткой блогосферы.
* Сопоставить российский и американский опыт в сфере журналистского блогинга и определить характерные особенности существующих практик.
* На основе анализа персональных журналистских блогов, размещенных на популярных платформах, и журналистских блогов при онлайн-изданиях, описать характер взаимодействия автора блога с читательской аудиторией.

Для решения поставленных задач были использованы компаративный и описательный **методы**, контент-анализ, наблюдение, лексико-стилистический анализ.

**Новизна**. В выпускной квалификационной работе представлена одна из первых попыток сопоставительного анализа особенностей функционирования блогов российских и американских журналистов.

**Эмпирическую базу** составили персональные сайты и микроблоги журналистов, размещенные на популярных блог-платформах, и журналистские блоги при российских и зарубежных сетевых изданиях:

* Персональный сайт Владимира Соловьева и его микроблог в Twitter.
* Персональный сайт Ларри Кинга и его микроблог в Twitter.
* Рубрика «Блоги» в онлайн-версии газеты «Московский Комсомолец».
* Рубрика «Блоги» в онлайн-версии газеты Star Tribune.
* Рубрика «Блоги» на сайте радиостанции «Эхо-Москвы».
* Материалы онлайн-версии газеты The New York Times.

Общее количество записей, которое было просмотрено автором данной работы: 513. Из них для исследования было отобрано 354, то есть все сообщения, касающиеся общественно-политических или профессионально-творческих вопросов.

**Хронологические рамки исследования:** все материалы были опубликованы на онлайн-ресурсах в течение второй половины 2017 года и начала 2018 года.

**Структура**. Работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, приложения и списка источников и литературы.

**ГЛАВА I: ЖУРНАЛИСТСКИЙ БЛОГИНГ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН**

1.1. Блог в системе профессиональной журналистской коммуникации: технологические и творческие возможности

Глобальная сеть Интернет даровала человечеству широкий спектр возможностей – сегодня выход в онлайн-среду незаменим для успешного функционирования крупнейших корпораций и производственных систем, архивов и баз данных, банков, валютных бирж и СМИ. Кроме того, Интернет смог также удовлетворить базовую потребность человека в общении и в потреблении информации – так, согласно данным опроса ВЦИОМ «Спутник»[[7]](#footnote-7), более половины россиян используют Интернет для общения с друзьями и близкими (около 64%). Подчеркнем, что именно этот аспект занял в опросе лидирующую позицию: исследование показало, что в качестве источника новостей Интернет используют лишь 60 %, для развлечений – 54%, а в целях самообразования - 49 %.

Отметим также, что виртуальное общение (в отличие от личного) имеет ряд отличительных особенностей, что зачастую и определяет его привлекательность и популярность: интерактивность, гипертекстуальность, конвергентность, универсальность, интернациональность и анонимность. Вышеперечисленные свойства онлайн-коммуникации являются еще и полезными инструментами для развития журналистского творчества, что дает нам право говорить о том, что виртуальная среда может являться плодотворной площадкой для реализации журналистских целей и задач. Это также подтверждают и ряд исследователей. Так, Е.М. Пак полагает, что новая современная коммуникационная среда претендует сейчас на иной подход к структурированию и управлению информационно-смысловыми потоками со стороны журналистов. «В условиях глобализации многие массмедиа становятся поставщиками многоформатного контента, привлекая потребителей нового времени с помощью современных цифровых технологий, нестандартных форматов общения: новостных лент, Интернет версий-газет, Интернет-трансляций, сетевого радиовещания в Интернете, наконец, блогов, способных непрерывно обновлять информацию и предоставлять ее в режиме реального времени»[[8]](#footnote-8). С этой позицией согласны Е. А. Кожемякин и А. А. Попов, добавляя: «Активные темпы развития информационных технологий послужили причиной радикальной изменений в системе массовых коммуникаций. Эпоха Web 2.0 значительно расширила технологические, информационные и мультимедийные возможности Интернета, которые послужили причиной трансформации системы производства и распространения информации»[[9]](#footnote-9).

Таким образом можно сделать вывод, что Интернет за счет значительного расширения своих возможностей способствовал увеличению роли журналистов, появлению ньюсмейкеров или так называемых мультимедийных универсалов. Другими словами, новые задачи, стоящие перед журналистикой, и новые вызовы индустрии сформировали иных специалистов и профессионалов, основной результат деятельности которых стал напрямую зависеть от работы в сетевом пространстве.

В этой связи стоит отдельно остановиться на роли журналистских блогов в онлайн-коммуникации. Многие исследователи полагают, что блог — это сетевое явление, которое не поддается однозначному определению за счет своей сложной структуры и постоянной диверсификации. Так, по мнению Т. Е. Евсюковой, блог – это небольшой сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, изображения и мультимедия с очень простой системой управления и возможностью обратной связи с читателем. Блог также можно определить как периодически обновляемую ленту сообщений, где заметки (посты) располагаются в хронологическом порядке и могут быть прокомментированы читателем[[10]](#footnote-10). С последним определением согласен и Н. Е. Вокуев. Эксперт добавляет, что блог характеризуется жанровой неоднородностью, что, в свою очередь, связано с историей становления блога и его ближайшими «прародителями» - протоколами, жанрами политической журналистики (памфлет, редакционная колонка, колонка обозревателя) и личным дневником[[11]](#footnote-11). Отметим также, что дневниковая природа современного блога обычно ярко выражена - начиная от структуры и системы ведения записей (они зачастую идут в хронологическом порядке, опираясь на конкретные даты), заканчивая отражением в тексте авторского «Я» и авторской позиции журналиста. Данную мысль подтверждают исследователи М. О. Кочеткова и И. В. Табалова, говоря о том, что «классический дневник» является жанровой моделью, легшей в основу формирования блога»[[12]](#footnote-12). Этой же позиции придерживается исследователь В.К. Харченко, отмечая, что блог – трансформировавшиеся версия личного дневника, которая определяется как «систематическая, последовательная запись происходящих событий с центральной фигурой самого автора текста, осуществляемая для понимания и запечатления личности в системе переживаемых ею событий, сточным указанием даты происходящего и заведомо двойственной адресацией»[[13]](#footnote-13).

В этой связи необходимо отметить, что журналисты-блогеры, имея в своем распоряжении такой уникальный и имеющий исторические предпосылки гипержанр, обладают рядом преимуществ по сравнению с работниками традиционных СМИ: они имеют постоянную и непрерывную возможность создавать мультимедийный контент и влиять на аудиторию посредством своего личного онлайн-канала (в данном случае их не ограничивают сформированные ранее правила функционирования традиционного издания – например, определенная периодичность выхода материалов, их формат и стиль изложения, сторонняя редактура). Именно этот аспект позволяет блогерам максимально оперативно корректировать спектр тем и выявлять «больные» точки своей целевой аудитории (что напрямую отражается на их популярности). Примером могут послужить такие личные каналы блогеров-журналистов, которые оперативно «отрабатывают» информационную повестку дня в своих материалах, как блог Ильи Варламова, созданный на площадке «ЖЖ». Его ежемесячно посещают более двух миллионов уникальных пользователей. В «Твиттере» и на YouTube примером популярности служит профиль Юрия Дудя, количество подписчиков которых в настоящий момент достигает более 448 тысяч человек в первом случае и боле 3 миллионов во втором.

Кроме того добавим, что журналист-блогер имеет еще одно преимущество перед коллегами – некую независимость от органов власти, НКО, общественных организаций и других участников массмедийного процесса. Таким образом получается, что блогосфера - особая неоднородная среда, где журналисты имеют возможность свободно высказывать и отстаивать свою точку зрения, «а рост ее популярности как средства распространения новостей показывает возрастание несостоятельности традиционных средств массовой информации удовлетворить потребности общества в разностороннем освещении текущих событий»[[14]](#footnote-14).

Особенно отметим, что журналист-блогер, как и другие его «товарищи по цеху», активно использует в процессе создания контента такое выразительное средство, как авторское «Я». Именно блогер за счет своего «неформального» стиля в общении с аудиторией ярче и активнее акцентирует внимание читателя на собственных чувствах и переживаниях. Другими словами, нередко авторский блог является творческой лабораторией журналиста, где он пробует разные форматы, стили и модели поведения в онлайн-среде. Кроме того, блог является уникальной площадкой, где автор, одновременно находится «наедине со всеми», то есть его личные мысли и индивидуальные образы неминуемо становятся достоянием общественности. Так, Н. Е. Вокуев считает, что блог – уникальное средство самовыражения, которое размывает границы между дневником и масс-медиа[[15]](#footnote-15). Д. Чандлер, американский исследователь, приводит на этот счет другое интересное сравнение: он пишет, что в виртуальном пространстве «личные записи ведутся перед глазами всего мира».[[16]](#footnote-16) Такой подход, по мнению автора дипломной работы, служит в блоге отражением индивидуальной картины мироздания и авторского мировоззрения, потребностью поделиться своей точкой зрения с обществом. Кроме того, эти высказывания лишний раз подчёркивают, что свою уникальность и гипертекстуальность блог приобрел во многом благодаря своему развитию в сети Интернет. Ни в какой другой медиасреде (в газете, на радио или телевидении) блог не смог бы существовать так органично (особенно если взять во внимание популярные сегодня трансляции в режиме реального времени, позволяющие журналисту без серьезных ограничений доносить до широкой аудитории как развлекательную информацию – как о хобби, путешествиях и личном опыте в какой-либо ситуации, так и актуальную информацию о событиях и людях).

Также стоит отметить, что у блогера есть возможность воспользоваться инструментами, удобными для обработки массивов информации и репрезентации данных, что оказывает существенное влияние и на саму структуру сетевого дневника. Так, исследователи выделяют ряд неязыковых средств коммуникации, которые усиливают воздействие блога на аудиторию. К ним можно отнести: аудиовизуальные средства (картинки, фотографии, видео, слайд-шоу и прочее), цифровое вещание (аудио- и видеоподкасты), ссылки на сторонние электронные ресурсы, эмоциональные маркеры (смайлики и символы, выражающие настроение), теги (тематические метки) и комментарии (возможность получать обратную связь от аудитории и быть включенным в дискуссию либо в качестве участника, либо наблюдателя уже после публикации медиапродукта). Все выше перечисленные элементы позволяют блогу оставаться интерактивной площадкой и, одновременно, интересным массовому пользователю форматом. Благодаря данным аспектам, блоги не имеют жестких рамок, в отличие, например, от традиционных медиа, которые часто испытывает неудобства из-за фиксированного объема и постоянных технических и семантических ограничений.

Кроме того, автору данной работы кажется важным акцентировать внимание на трансформации в общественном сознании представлений о сетевом пространстве с точки зрения целей участников массмедийного процесса. Если раньше Интернет в первую очередь воспринимали как площадку для высказывания, то сейчас нельзя обойти стороной процесс монетизации онлайн-проектов. Так, например, социальные сети и мессенджеры («Вконтакте», Telegram, **Viber,** Facebook, Instagram), видеохостинговые компании (YouTube) и другие популярные онлайн-ресурсы стали площадкой для размещения рекламы, продвижения коммерческих продуктов и местом для получении прибыли. В частности, это коснулось и общественных представлений о труде журналиста-блогера. По данным тематического опроса «ВЦИОМ-Спутник», проведенного летом 2017 года,за 4 года с 26 % до 6% сократилось число тех, кто вообще не знаком с понятием «блогер». При этом интересно, что изменилось общественное восприятие труда блогера – теперь аудитория видит в нем не человека, в котором сильна «тяга к сочинительству», а специалиста, стремящегося к пиару и монетизации процесса[[17]](#footnote-17). Получается, что блогер оценивается в обществе сейчас в первую очередь не как творческая единица, а как специалист, главная цель которого заработать денежные средства и «продвинуть» свой канал или онлайн-площадку.

Однако, в связи с возросшей популярностью блогов, их востребованностью в процессе онлайн-коммуникации, а также с закономерным развитием онлайн-среды и процессами монетизации, у общества появился запрос на регулирование отношений и процессов, происходящих в виртуальной среде. По этой причине за последнее десятилетие в России был принят ряд мер, главная цель которых заключалась в создании всеобъемлющего законодательства в сфере информационных отношений. Тем не менее, не все предпринимаемые в этой сфере шаги показали свою эффективность и даже стали предметом спора в журналистском сообществе о возможностях и границах высказывания в Интернете. Также актуальными сегодня остаются дискуссии о рамках коммуникационной свободы журналиста-блогера в онлайн-среде. Более подробно о современных законодательных нормах и регуляторах свободы творческой личности в виртуальном пространстве мы поговорим уже в следующем параграфе.**1.2. Принципы регулирования и законодательные ограничения коммуникационной свободы личности в интернет-среде**

Всеобщая информатизация и глобализация явились важными стимулирующими факторами для разработки комплексного подхода в сфере регулирования права в виртуальном пространстве. Безусловно, данная отрасль нова для нашего государства, а в условиях стремительного развития онлайн-среды и онлайн-взаимоотношений между гражданами (блогарами в том числе) и транснациональными структурами, потребность в законодательном регулировании очевидна и востребована как со стороны власти, так и населения.

Отметим также, что за счет специфических качеств виртуального пространства (быстрой изменчивости, вариативности, отсутствии границ, анонимности), устоявшихся традиций правового регулирования в виртуальном пространстве в нашей стране пока нет. Однако запрос общества на единую систему норм для возможности регулирования этой сферы, а также рост правонарушений разного рода (к ним относят мошенничество, вмешательство в частную жизнь, распространение экстремистских и прочих запрещенных материалов, клевета и т.д.) стали тревожным сигналом для властей о необходимости обеспечения адекватных мер по упрочению информационной безопасности. Исследователь Н. Н. Телешина в этой связи определяет виртуальное пространство как объект правового воздействия, то есть область технических, технологических и социальных отношений, возникающих, изменяющихся и прекращающихся в процессе использования компьютерной или иной электронной технической сети по поводу информации, информационных ресурсов, информационных услуг и средств связи, и полагает, что виртуальное пространство должно находиться исключительно под контролем государства, а основы и пределы такого контроля должны быть закреплены на законодательном уровне.[[18]](#footnote-18)

Отдельно подчеркнем, что Россия – не страна-первопроходец в вопросе правового регулирования онлайн-пространства. Так, уже в 2000 году во Франции был принят закон, который предусматривал единую и обязательную регистрацию всех владельцев интернет-ресурсов. По словам специалистов в области права, за предоставление неполных или неверных данных о себе пользователи могли столкнуться с реальными последствиями, например, с тюремным заключением на полгода или год. Кроме того, была введена уголовная ответственность за хищение личных данных (кража виртуальной личности) и их использование[[19]](#footnote-19). В США же закон о защите детей в Интернете (Children’sInternetProtectionAct, СIРА) был принят на год позже – в 2001 году. Данный документ стал первым законом в стране, который регламентировал виртуальную деятельность. Его главная цель заключалась в том, чтобы оградить детей от сайтов с непристойным содержанием. Однако неоднократные попытки органов государственной власти осуществить правовое регулирование содержимого интернет-сайтов успехом не увенчались и были пресечены судами. Причиной тому стала первая поправка к американской Конституции, которая провозглашает (среди прочих пунктов) недопустимость нарушения свободы слова или печати.

В качестве примера принципиально иного опыта можно обратиться к практике КНР – на территории этого государства действует жесткая цензура, в том числе и в виртуальной среде (это часть политики государства в свободы слова). Также органами государственной власти ведется контроль за содержанием блогов. Контроль со стороны власти также характерен и для других стран, например, Ирана, Саудовской Аравии, Северной Кореи (доступ к Интернету имеют лишь представители власти и немногочисленные государственные организации) и отчасти Кубы.

В РФ ситуация обстоит иначе. В нашей стране регулирование информационных отношений в Интернете происходит согласно комплексу документов. В первую очередь, важную роль играет Конституция РФ. Данный документ устанавливает, что сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются (согласно ст. 24). Каждый гражданин имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура в Российской Федерации запрещается (согласно ст. 29). В то же время говорится, что реализация конституционных прав может быть ограничена в целях охраны государственной безопасности и общественного порядка. Это также установлено десятой статьей международной Конвенции о защите прав человека и основных свобод[[20]](#footnote-20).

Также данную сферу регулируют многочисленные федеральные законы, среди которых можно выделить: «О средствах массовой информации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О связи», «О библиотечном деле», «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации», «Об обязательном экземпляре документов», «Об освещении деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», «О почтовой связи», «О фельдъегерской связи», «Об авторском праве и смежных правах», «О правовой охране программ для электронно-вычислительных машин и баз данных», «О государственной тайне», «О рекламе», «Гражданский кодекс Российской Федерации» - статьи 43, 44, 57, 152, «Уголовный кодекс Российской Федерации» - статьи 128, 130, 131, 144, 282.

Отдельного внимания заслуживает Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года, который также получил неформальное название «О блогерах». Он вступил в силу 1 августа 2014 года и обязал авторов, аудитория которых в день превышает три тысячи человек, пройти регистрацию в качестве СМИ. Кроме того, данный документ впервые ввел в законодательный оборот и закрепил термин «организатор распространения информации», а также обязал людей, попадающих под это определение, сообщать о начале своей деятельности в Роскомнадзор. Таким образом, популярные блогеры должны были пройти регистрацию в едином реестре ведомства. У них появились официально задокументированные права и обязанности. Так, согласно букве закона, блогеры должны были сохранять данные о всех действиях, которые были совершены подписчиками блога в течение шести месяцев; предоставлять данную информацию уполномоченным госорганам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность или обеспечение безопасности Российской Федерации. Кроме того, блогеры обязаны были публиковать только проверенную информацию и нести за нее ответственность. Им запрещалось распространять сведения о частной жизни граждан, распространять экстремистские материалы, использовать нецензурную лексику и другие запрещенные законом материалы[[21]](#footnote-21).

Поскольку данный федеральный закон входил в так называемый «антитеррористический пакет законов», многие представители власти, общественных организаций, СМИ и интернет-сообщества увидели в его принятии политизированный смысл и посягательство на свободу слова в виртуальном пространстве. В качестве примера приведем мнения российских блогеров, опубликованные на сайте русской службы BBC, в день принятия закона:

*Рустем Адагамов, блогер:* «Я считаю этот закон совершеннейшей глупостью. Он нарушает мои права как гражданина, он нарушает конституцию страну, в частности ее 29 статью. Положения закона прописаны настолько расплывчато, что по нему можно штрафовать кого угодно и за что угодно. Нигде в мире государство не контролирует личные дневники людей, которые ведут их в блогах или в социальных сетях, это такой юридический и социальный казус абсурдный, иначе к этому нельзя относиться…»[[22]](#footnote-22).

## *Дмитрий Чернышев, блогер:* «Это какая-то попытка намекнуть интернет-сообществу, что молчание – золото. Мне категорически не нравится закон тем, что он ставит в зависимость готовность человека говорить и отвечать за свои слова от количества людей, которые его могут услышать. Мне кажется, что сама идея очень порочна. Человек всегда должен отвечать за свои слова. И плюс к этому у нас никогда не было проблем привлечь человека к суду за его слова, то есть закон сам по себе абсолютно не нужен. Была масса процессов за диффамацию в сети и так далее, так что это еще один бесполезный, неработающий закон…»[[23]](#footnote-23).

Документ подвергся критике и со стороны Эллы Памфиловой, которая на тот момент занимала пост  Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации. По ее мнению, «единственный плюс, который может дать данный закон – это мощный импульс для развития новых интернет-технологий в процессе поиска обходных путей и пробелов в законодательстве»[[24]](#footnote-24).

Несовершенство нового закона тогда отмечали многие эксперты. Частичную неэффективность нововведения признал и «Роскомнадзор» летом 2017 года: с 1 августа ведомство прекратило вести реестр блогеров. Причина такого решения заключалась в том, что федеральный закон № 276 от 29 июля 2017 года признал утратившими силу положения, которые ранее регулировали деятельность блогеров – т. е. статью 10.2. «Особенности распространения блогером общедоступной информации» из ФЗ № 97 от 4 мая 2014 года. Позже пресс-служба комитета Государственной Думы по информационной политике дала следующий комментарий: «Невозможно отрицать значимость распространяемой в социальных сетях и других средствах обмена пользовательским контентом информации, но с момента создания реестра блогеров технологии изменились настолько, что ведение за государственный счет списка авторов с определенным числом подписчиков или посетителей представляется неоправданным».[[25]](#footnote-25) Однако добавим, что в настоящий момент блогеры все равно должны соблюдать требования прочих ранее перечисленных законодательных актов, которые затрагивают вопросы сбора, обработки и распространения информации.

Стоит отметить, что подобный опыт законодательного ограничения свободы коммуникации в сетевой среде - не единственный в российской практике. Так, с 1 января 2018 года в силу вступил закон о запрете анонимности в мессенджерах (подчеркнем, что на этой онлайн-площадке также есть микроблоги журналистов и редакций СМИ) и при покупке sim-карт. Другими словами, в настоящее время услуги по передаче мгновенных сообщений должны предоставляться только тем пользователям, которым прошли идентификацию на основании номера телефона и соответствующего договора. Такие меры со стороны властей обосновывались как усиление мер безопасности (в частности, на фоне таких трагических событий, как теракт в петербургском метро, произошедший 3 апреля 2017 года, или теракт в Манчестере, случившийся во время музыкального концерта 22-го мая 2017 года). При этом отказ соблюдать новые нормы может привести к блокировке мессенджера на территории страны или крупным штрафам (до одного миллиона рублей)[[26]](#footnote-26).

Кроме того, весной 2017 года член Комитета Государственной Думы по международным делам Виталий Милонов выступил с законопроектом «О правовом регулировании деятельности социальных сетей», согласно которому, пользователи должны регистрироваться в социальных сетях по паспорту, при этом дети до 14 лет такой возможности иметь не будут. Данная инициатива вызвала бурное обсуждение в обществе и была раскритикована, после чего она была направлена автору на доработку. В январе 2018 года Виталий Милонов вновь решил внести обновленную версию законопроекта в Государственную Думу (поводом стала очередная серия нападений, произошедшая в разных российских школах зимой 2018 года). Как пишет интернет-издание Znak.com, «если инициатива вступит в силу, то перед тем, как завести аккаунт, физическое лицо будет обязано представлять в электронной форме документ, удостоверяющий личность, для подтверждения фамилии, имени, отчества и возраста, а также согласие на обработку его персональных данных. Также отмечается, что регистрация ребёнка, не достигшего 14 лет, должна осуществляться только с письменного согласия его законных представителей»[[27]](#footnote-27).

Помимо доступа в виртуальное пространство и попытки регламентировать деятельность блогеров, за последние десятилетие изменения коснулись и речевых аспектов коммуникационной свободы личности: с 1 июля 2014 года в России вступили в действие изменения в федеральном законе «О государственном языке Российской Федерации» от 1 июня 2005 года (в обществе этот закон также получил неофициальное название «закон о мате»). Согласно внесенным поправкам, в публичный прокат или на показ не могут быть выпущены фильмы, театральные постановки, концерты, развлекательные мероприятия, книги и прочие подобные материалы, где используется нецензурная лексика, то есть нарушаются литературные нормы государственного языка. В противном случае организаторам (физическим или юридическим лицам) грозит денежный штраф, а за неоднократное нарушение закона – временная приостановка деятельности или (в случае с кинематографом) лишение прокатного удостоверения. Отметим, что существуют также ряд исключений: например, поправки не распространяются на показы кинофильмов по кабельному или спутниковому ТВ, на показы зарубежных картин на международных кинофестивалях. Для печатной и музыкальной продукции должны быть обозначены возрастные ограничения. Кроме того, закон снимает ответственность со СМИ за нецензурную брань приглашенных спикеров во время прямого эфира, так как журналист-ведущий и другие участники процесса не могут постоянно контролировать чужую речь и нести за это ответственность. Однако данные поправки все же отразились на деятельности СМИ и блогеров: чтобы не нарушать закон, многие авторы и редакции вместо нецензурной брани стали использовать другие экспрессивные эпитеты, эвфемизмы или условные обозначения в виде знаков препинания и прочих символов.

На фоне роста числа ограничений со стороны государства свободы слова в Интернете, нельзя не сказать и о внутренних процессах в сфере массмедиа, которые также направлены на регламентирование действий и высказываний журналистов в виртуальном пространстве. Подчеркнем при этом, что речь идет не только о российской практике: данные процессы актуальны и для зарубежных стран. Например, в октябре 2017 года издание The New York Times выпустило свод правил, который призван регламентировать поведение сотрудников данного СМИ в социальных сетях. Эта должностная инструкция включала в себя много аспектов, однако главный ее посыл заключался в том, что журналист должен занимать нейтральную позицию, не вставать открыто на чью-то сторону (особенно в конфликтных ситуациях). Это означает, что журналистам и редакторам данного СМИ в личных аккаунтах запрещено вступать в закрытые группы, выражающие крайние взгляды, также нужно следить за «разнообразием» ссылок и источников, опубликованных в личном профиле. Другими словами, журналист The New York Times должен быть максимально беспристрастен: он должен быть исключен из процесса агитации и политических споров в случае, если издание не занимает какую-то определенную позицию по тому или иному вопросу. Кроме того, авторам нужно дополнительно следить за достоверностью публикуемой информации и не распространять заведомо недостоверные новости. По версии американского издания, всё, что в Сети говорит, публикует и обсуждает журналист, может расцениваться как точка зрения данного СМИ и транслироваться на репутацию The New York Times: «В социальных сетях наши журналисты не должны выражать партийные мнения, пропагандировать политические идеи, поддерживать кандидатов, размещать оскорбительные комментарии или делать что-либо, что подрывает репутацию издания»[[28]](#footnote-28). Добавим, что контроль за социальными сетями был включен в должностные обязанности начальников отделов. За нарушение новых правил для журналистов издания предусмотрены конкретные санкции, приводящие к уменьшению месячной заработной платы.

Безусловно, данная новость вызвала неоднозначную реакцию мирового журналистского сообщества и породила множество оживленных дискуссий и горячих споров о тонкой грани между свободой слова и ответственностью за свои слова. Так, например, популярный на Западе медиакритик Дэн Гилмор выразил свое мнение в «Твиттере» лишь одним словом: «Капитуляция»[[29]](#footnote-29), намекая на новую не завуалированную эру ограничений для СМИ. Однако репортёр издания Ник Конфессор признал: «Сейчас реальность такова, что мой «Твиттер» – это «Твиттер» The New York Times. Таймс не контролирует его, но в некотором смысле несёт за него ответственность. Действительно, читатель воспринимает мои аккаунты в соцсетях как продолжение цифровых платформ издания, плохо это или хорошо. Я думаю, что все мы должны принять это как цену нашей занятости в крупном медиа-институте»[[30]](#footnote-30).

Возвращаясь к российской практике, отметим: то, что свобода творческого самовыражения журналистов в виртуальном пространстве начинает носить все более регламентированный характер, становится очевидным не только властям, но и рядовым участникам массмедийного процесса, то есть потребителям массовой информации. Согласно данным опроса, проведенного Левада-центром в мае 2016 года, у большинства россиян пропала уверенность в том, что свободе слова в России ничего не угрожает. Как пишет издание РБК, «если в 2000 году уверенных в отсутствии такой угрозы было 58 процентов, то в 2016-м число оптимистов снизилось почти до трети (35 процентов). Это минимальный показатель за все время проведения аналогичных опросов»[[31]](#footnote-31).

Несмотря на рост ограничений, журналистские блоги до сих пор имеют по сравнению с традиционными СМИ или сетевыми изданиями ряд преимуществ, а именно, позволяют журналисту за пределами официального места трудоустройства реализовать свой творческий потенциал в собственной виртуальной лаборатории.

**1.3. Типология журналистских блогов и особенности взаимодействия их авторов с аудиторией**

Как мы уже отмечали в предыдущих параграфах, журналистский блогинг – явление в виртуальном пространстве уникальное. Для него характерна гипертекстуальность, открытость, мультимедийность, линейность и хронология повествования, персонификация и, порой, ярко-выраженная лексическая экспрессия. Так, исследователи Е.А. Кожемякин и А.А. Попов считают, что использование блогинга в журналистских целях позволяет работникам СМИ максимально оперативно предоставлять информацию, обеспечивать ее открытость и доступность, а также выражать свое собственное мнение, обеспечивать и контролировать обратную связь с читателем[[32]](#footnote-32).

Во многом по этой причине за счет своей неоднородности и сложности внутренней структуры блоги не имеют единой типологии или классификации. Нет единства и по ключевым характеристикам блогов.

Рассмотрим классификации, признанные мировым научным сообществом. Например, эксперты в области информационных технологий Роберт Скобл и Шел Израел выделили шесть критериев, которые позволяют отличить блоги от любых других видов онлайн-коммуникации[[33]](#footnote-33):

* Легкость публикации;
* Легкость поиска;
* Опора на общество;
* «Заразность» (оперативность и неминуемость распространения информации);
* Возможность прямой связи;
* Взаимосвязанность с другими участниками блогосферы.

Также исследователи выделяют разные виды блогов (по наличию или отсутствию постоянных признаков): индивидуальные (персональный блог), коммьюнити (блог виртуального сообщества), корпоративные (блог компании, холдинга или предприятия)[[34]](#footnote-34).

Российский исследователь М. В. Поздеев предлагает дополнить эту типологию и выделяет также блоги[[35]](#footnote-35):

*По авторству:*

* Личный блог (ведется частным лицом);
* «Призрачный» (ведется в режиме инкогнито);
* Коллективный или социальный;
* Корпоративный;

*По наличию/виду мультимедиа:*

* Текстовый блог;
* Фотоблог;
* Музыкальный;
* Подкаст и блогкастинг;
* Влог (видеоблог).

Кроме внешних признаков, блоги также рассматривают еще и внутри жанра, например, по типу информационных материалов (классификация по А.О. Алексеевой[[36]](#footnote-36)):

* Записи носят значительно более личный или интимный характер, чем в СМИ;
* Записи носят экспертный характер в конкретной области знаний;
* Блоги специализируются на отборе и классификации почерпнутых из СМИ материалов;
* Блоги «мнений», где сфера интересов сводится к интерпретации чужих тематических статей.

Другие исследователи — Е.А. Кожемякин и А.А. Попов — предлагают классификацию, основанную на семантическом содержании контента[[37]](#footnote-37):

* Аналитический блог (содержит авторские интерпретации событий и комментарии к ним);
* Дискуссионный (не только отражает авторскую точку зрения, но и позволяет учитывать и фиксировать мнение общественности по тому или иному информационному поводу);
* Блог нишевых новостей (посвящен локальным или специализированным темам);
* Блог новостных сериалов (каждый информационный пост является продолжением предыдущего, образовывая тем самым единый сюжет);
* Имиджевый блог (главная цель – формирование личного бренда автора).

Кроме того, блоги разделяют и по платформе распространения. Говоря о российской практике, можно выделить специализированные медиа-площадки, такие как LiveJournal[[38]](#footnote-38) (в переводе на русский «Живой журнал» или «ЖЖ»). Этот ресурс для ведения онлайн-дневников пользователей был создан американским программистом Брэд Фрицпатриком еще в 1999 году: платформа позволяет публиковать свои и комментировать чужие записи, добавлять других пользователей в друзья, таким образом формируя свою новостную ленту; аккаунт ведется от имени конкретного пользователя или от группы пользователей – общественной организации, движения, политической партии и т.д. Однако, несмотря на то, что на сегодняшний день на «ЖЖ» активно взаимодействуют и общаются почти 13 тысяч русскоязычных блогеров[[39]](#footnote-39), сервис стремительно теряет свою популярность и актуальность на фоне развития других онлайн-площадок (так, например, YouTube насчитывает сегодня около 48 тысяч каналов из России, а Instagram – более 4 миллионов пользователей). Согласно мнению экспертов, спад интереса интернет-аудитории к «ЖЖ» произошел из-за отсутствия серьезных изменений в работе сервиса и в дизайне. Специалисты считают, что Livejournal не смог остаться той площадкой, которая бы полностью удовлетворила запросы современных блогеров и имела бы удобные и уникальные инструменты для продвижения контента и общения с аудиторией. Эксперты прогнозируют, что «в 2017-2018 годах Livejournal окончательно потеряет статус ТОПовой блог-площадки. Произойдет серьезное снижение популярности, дальнейший отток авторов на другие онлайн-сервисы»[[40]](#footnote-40).

Также в настоящее время популярны блоги-каналы, платформой для которых выступили онлайн-мессенджеры. В России (во многом из-за скандально известной фигуры Павла Дурова – одного из создателей мессенджера) особую известность получил Telegram. Благодаря возможностям сервиса, пользователи могут не только общаться друг с другом и мгновенно обмениваться мультимедийными файлами (как и **WhatsApp, и Viber)**, но и вести зашифрованную беседу, состоять в тематических и интересным им чатах (блог-каналах) или даже взаимодействовать с ботом в вопросно-ответной форме (адаптированный инструмент для получения общественно-полезной информации или для развлечения). Отметим также, что по статистике в РФ данным сервисом пользуются в основном молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет, с высшим образованием, имеющие работу интеллектуального характера. Другими словами, целевая аудитория онлайн-площадки существенно ограничена: информация не может быть быстро распространена для разных возрастных и социальных групп также оперативно и всеобъемлюще, как, например, в социальных сетях - «Вконтакте», Facebook, Instagram.

Добавим также, что вопреки мифам, на сегодняшний день Telegram завоевал лидирующие позиции не в России, а в арабских государствах, где существуют жесткие ограничения, касающиеся свободы слова, и действуют запреты на некоторые социальные сети. Так, согласно исследованию SimilarWeb[[41]](#footnote-41), мессенджер особо востребован в персидских странах, например в Иране. Эксперты уверены, что данный результат был достигнут «благодаря большой надежности шифрования и обещаниям разработчиков обеспечить защиту от блокировок с применением технологии peer-to-peer»[[42]](#footnote-42). В России же среди мессенджеров пока лидирующие позиции занимает **WhatsApp. Согласно прогнозам, в нынешнем году аналогичные блог-каналы появятся также и на этой платформе, что может лишить** Telegram **уникальности** в РФ. Кроме того, свою роль в продвижении мессенджера на территории России сыграло и решение «Роскомнадзора» о блокировке Telegram в соответствии с постановлением Таганского суда Москвы от 13 апреля 2018 года[[43]](#footnote-43). **В англоязычных странах же** Telegram практически не востребован, в том числе и у блогеров.

Отдельно стоит остановиться на площадках, которые сегодня крайне востребованы у видео и фотоблогеров, - YouTube, Instagram, **Twitch и Snapchat. Благодаря возможности вести с помощью сети Интернет прямой эфир из любой точки планеты, блог на этих площадках буквально «оживает» и также приобретает ярко выраженный дневниковый формат (повествование чаще всего ведется от первого лица, присутствует авторское начало, характерна активная трансляция мировоззренческих установок и оценочность суждений). Также востребован формат «историй» - ограниченных по времени видео, которые можно записать благодаря приложению на телефоне. При этом доступ к ним будет у широкой аудитории с аналогичным приложением и интернет-подключением. Так, исследователь А.А. Фокин отмечает, что** YouTube – это цифровая «ярмарка тщеславия» или свалка курьезов, куда попадают необычные явления и мнения, способные заинтересовать зрителя, Instagram же – обратная сторона медали (третий виртуальный глаз на реальную жизнь людей)[[44]](#footnote-44).

**Однако подчеркнем, что данные платформы стали за последние годы не просто творческой лабораторией для блогеров, но и площадкой для получения прибыли. Оптимальными ресурсами для блогеров-журналистов (чьи творческие цели не заключаются лишь в получении прибыли, а, наоборот, направлены на донесение информации и авторской точки зрения), по нашему мнению, остаются сами СМИ, в структуре которой можно нередко встретить отдельную рубрику или раздел «Блоги» (к таким относится газета «Московский комсомолец», журнал «Сноб», сайт радиостанции «Эхо Москвы» и другие), а также микроблоги журналистов в социальной сети Twitter. Несмотря на ограниченный по количеству символов формат высказывания, сервис популярен и в России, и на Западе. Система twitter-хэштегов позволяет оперативно отслеживать информацию по заданной теме и буквально «измерять» градус общественных настроений.**

**ГЛАВА II. БЛОГИ ЖУРНАЛИСТОВ НА ПОПУЛЯРНЫХ ПЛАТФОРМАХ И БЛОГИ ПРИ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯХ (РОССИЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ОПЫТ)**

**2.1. Персональные блоги Владимира Соловьева и Ларри Кинга: сравнительный анализ**

Как нами было уже отмечено ранее, в собственном блоге журналист часто использует такое выразительное средство, как авторское «Я». Он акцентирует внимание читателя на собственных чувствах и переживаниях, на своем отношение к тому, о чем он пишет. Для этого журналист обращается к ресурсам языковой системы, проводит отбор фактов, событий и мнений. Использует профильные знания и кругозор. В итоге все вышеперечисленные элементы складываются в индивидуальную картину мира, которая предстаёт перед читателем в момент ознакомления с контентом блога. Однако стоит отметить, что поскольку блог по своему формату – менее формальная площадка для общения с аудиторией (по сравнению, например, с традиционными СМИ), то журналисты могут себе позволить выражать свое мнение, избегая редакционных стандартов и принятых в СМИ правил оформления. Другими словами, блог журналиста может быть той творческой лабораторией, где есть место для творческого самовыражения и выражения своей гражданской позиции. В этой связи интересно сравнить, как российские и американские журналисты используют коммуникационные возможности личных блогов и блогов, встроенных в структуру онлайн-изданий.

Одним из активных российских блогеров среди журналистов является сегодня Владимир Соловьев. Безусловно, его микроблог не самый массовый канал взаимодействия с аудиторией – свое мнение и позицию по самым разным вопросам он успешно транслирует благодаря эфирам на телеканале «Россия» (Владимир Соловьев является ведущим популярных политических дискуссионных шоу «Воскресный вечер», «Вечер с Владимиром Соловьевым», «Поединок»), а также радиоэфирам на радио станции «Вести FM», собственным книгам и творческим мастер-классам.

Но, несмотря на постоянное присутствие в эфире на одном из крупнейших федеральных каналов, журналист ведет активную деятельность в виртуальном пространстве. У него есть персональный сайт, где собрана и систематизирована информация о его журналистском творчестве и биографии. Интересно также, что каждый период жизни журналиста в рубрике «биография» описывает Инна Соломовна Соловьева – мать Владимира Соловьева, реализуя тем самым формат «неформального сторителлинга». Также на этой площадке собраны все радио- и телеэфиры журналиста, документальные фильмы и интервью. Отметим, что на данном ресурсе есть возможность направить Владимиру Соловьеву вопрос посредством шаблонной формы обратной связи (так, в одностороннем порядке, происходит взаимодействие блогера с аудиторией). Однако этот персонифицированный сайт нельзя назвать творческой лабораторией: тщательно собранные материалы напоминают по своей структуре и внешнему виду архив, а новости о деятельности журналиста и его достижениях – формальные отчеты или пресс-релизы.

Владимир Соловьев также является активным пользователем социальных сетей – у него есть аккаунты в Instagram и Facebook. Особое внимание заслуживает аккаунт журналиста в социальной сети Twitter (на онлайн-платформе журналистом опубликовано более 143 тысяч записей, в числе его читателей — свыше 1,6 млн человек. Данный микроблог[[45]](#footnote-45) как площадку для решения своих творческих задач Владимир Соловьев использует активно. Для исследования нами были просмотрены все записи, которые были опубликованы журналистом в персональном Twitter-аккаунте за период с января по март 2018 года. Из них были отобраны 234 записи, опубликованные за март текущего года. Данный выбор объясняется несколькими причинами: во-первых, количество опубликованных записей в микроблоге в день у Владимира Соловьева колеблется от 4 до 12 (посты затрагивают широкий спектр тем - от политики до личных увлечений и хобби). При этом анализ данных за три месяца позволил нам сделать вывод, что формируемая журналистом повестка дня в социальной сети от месяца к месяцу претерпевает незначительные изменения. Она направлена на информирование читателей в важных вопросах внутренней и внешней политики страны, которые освещаются с «прогосударственной» и часто консервативной позицией (так, образ Владимира Соловьева в качестве ведущего на телеканале «Россия-1» не противоречит образу, который формируется в виртуальном пространстве). Наоборот, эти два амплуа органично дополняют друг друга и делают риторику журналиста ярче (как на ТВ-канале, так и в Сети). Во-вторых, выбор записей за март обусловлен еще и тем, что в этот период времени в России произошли события, которые широко освещались в СМИ и вызвали общественный резонанс. К ним можно отнести: выборы президента РФ; трагедия при пожаре в Кемерово, расследование ее причин и кадровые перестановки в регионе; волнения в Волоколамске из-за ситуации со свалкой ТКО и резкого ухудшения состояния окружающей среды и ряд других событий.

Анализ данных за март 2018 года позволил нам прийти к следующим выводам: журналист активно использует систему ретвиттов – сетевого заимствования постов. Так, например, оперативно информируя читателей о том или ином событии, Владимир Соловьев обращается к следующим изданиям, которые также имеют свой Twitter-канал: «РИА-новости», «ТАСС», RT, газета «Московский комсомолец», деловая газета «Взгляд», «Российская газета», канал «Актуальная политика», «Life.Новости», газета «Комсомольская правда», «РБК» и другие. Отметим, что превалирующие количество постов в ленте журналиста – это именно заимствованный контент от других СМИ, иногда сопровождаемый комментариями самого журналиста (прил. 1, рис. 1).

Также журналист часто обращается к цитированию твиттов политиков, экспертов, политологов, медийных личностей и обычных пользователей, что также позволяет ему емко и четко транслировать свою позицию по тому или иному вопросу. Например, в твите от 23 марта Соловьев демонстрирует эмоциональное послание политического эксперта Владимира Корнилова (прил. 2, рис. 1).

Несмотря на активное вовлечение в свой сетевой канал других источников информации и СМИ, Владимир Соловьев нередко обращается к аудитории самостоятельно. Его речь часто экспрессивна и эмоциональна, он также нередко использует средства художественной выразительности – например, риторические вопросы, иронию или сарказм, жаргонизмы, оценочные конструкции и имитирование разговорной речи «Тссс!», «Пф» и прочее (прил. 3, рис. 1).

Кроме того, анализ публикаций в твиттер-канале Владимира Соловьева, показал, что трагедия, произошедшая в Кемерово 25 марта 2018 года в ТЦ «Зимняя вишня», стала лидирующим инфоповодом в ленте журналиста за первый месяц весны - пожару было посвящено 49 ретвитов и 8 постов самого журналиста. При этом выборы президента РФ и подготовка к ним (тема, которая также широко освещалась журналистом), упоминаются в 26 ретвитов и в 9 собственных записей (прил. 4, рис. 1).

Важную составляющую в контенте твиттер-ленты составляют анонсирующие материалы. Владимир Соловьев доводит до читателей информацию о грядущих эфирах на телеканале «Россия-1», а также «рекламирует» документальные фильмы, книги и прочие медийные продукты своих «коллег по цеху». По нашему мнению, так с помощью онлайн-ресурса журналист проводит работу с аудиторией: после радио- или телеэфира Соловьев отслеживает общественную реакцию в социальных сетях и периодически вступает в полемику со зрителями и слушателями на самой онлайн-площадке (прил. 5, рис. 1).

Кроме того, журналист (помимо своих профессиональных интересов) также использует онлайн-канал для выражения личных переживаний и наблюдений. Например, судя по реакции на проигрыши российской сборной по футболу, Владимир Соловьев – футбольный фанат. Кроме того, он периодически сетует на погоду и поздравляет россиян с государственными праздниками. Безусловно, подобный элемент «человеческого» участия в информационной повестке дня (как внутриполитической, так и внешней) еще больше располагает аудиторию к Соловьеву. Другими словами, подобным образом он становится не только лидером мнений и активным «борцом за правду» в сети Интернет, но и проявляет человеческую заинтересованность в вопросах повседневного бытия. Важно в этой связи подчеркнуть, что журналисту не чужд и юмор. Так, одним из постов за март 2018 года стала публикация видео бывшего кандидата в президента Павла Грудинина, где политик, проиграв спор, сбривает усы. Этот элемент также оказывает влияние на аудиторию и на формирование «сетевого» образа журналиста (прил. 6, рис. 1).

Отметим, что В. Соловьев также охотно использует мультимедийные возможности, которыми обладает пространство микроблога. Например, в его постах встречаются смайлики (имитирование эмоций в сети), видео, фотографии, хештеги и цитирование - интерактивное упоминание других пользователей (прил. 7, рис. 1).

Обобщая все вышеперечисленные примеры, можно выделить ключевые особенности микроблога Владимира Соловьева в Twitter:

* + - Собственные публикации или репосты материалов и мнений других пользователей так или иначе отражают актуальную и отечественную повестку дня. Таким образом, в аккаунте журналиста собирается информация о самых резонансных новостях, касающихся политического курса страны, а также о ярких общественных событиях.
		- В блоге Владимира Соловьева сохраняется та же риторика ярого защитника целостности российского государства и сторонника консервативного курса, которую журналист ведет в рамках своей деятельности на телеканале «Россия».
		- Речь автора блога крайне экспрессивна. Встречаются риторические вопросы, восклицания и другие художественные фигуры, жаргонизмы, принятые в виртуальном пространстве сокращения и смайлики, а также слова с ярко выраженным значением и оценочностью – «жулики», уроды» и другие.
		- Владимир Соловьев активно продвигает собственные материалы и медиапродукты посредством анонсирующих постов или репостов различных мнений, касающихся его журналистского творчества.
		- Журналист активно взаимодействует с аудиторией микроблога с помощью лайков и репостов. Также на этой площадке открыты комментарии для пользователей (там наблюдается эмоциональный накал, нередки оскорбления и перепалки между участниками дискуссии).
		- Круг тем в микроблоге журналиста искусственно не ограничивается. Благодаря авторской подборке материалов и личным записям становится очевидно, какие вопросы волнуют Владимира Соловьева и какие темы ему наиболее близки. Так, например, в марте 2018 года основной акцент был сделан на внутренней политике России. Темы, которые ранее приковывали внимание (допинг, дело Скрипаля, военные конфликты на Украине и Сирии) отошли на второй план перед важным политическим событием – выборами президента РФ, а также трагедией в ТЦ «Зимняя вишня».

Теперь обратимся к зарубежному опыту политических обозревателей и рассмотрим блог одного из ведущих зарубежных журналистов - Ларри Кинга. Данный специалист медиаиндустрии, также как и Владимир Соловьев, имеет уже сложившуюся карьеру на телевидении и считается прекрасным интервьюером – за свою 60-летнюю карьеру Ларри Кинг взял более 40 тысяч интервью[[46]](#footnote-46).

У этого американского журналиста есть также персональный сайт [[47]](#footnote-47). Особенность данной онлайн-платформы заключается в простоте визуального оформления и в кратком изложении необходимой информации (нет разветвленной системы разделов и подразделов в отличии, например, от сайта Владимира Соловьева). Также стоит отметить присутствие развлекательного контента Larry Fan Facts (это один из трех основных разделов сайта), который содержит подборку увлекательных для массовой аудитории фактов из биографии журналиста. Кроме того, благодаря данному блогу можно оформить бесплатную еженедельную e-mail подписку на электронный авторский бюллетень от Ларри Кинга.

Что касается публикаций, то посты на данной онлайн-площадке выходят достаточно редко и без очевидной регулярности (за сентябрь и октябрь 2017 года вышло всего шесть постов, а за январь-апрель 2018 года лишь три). Интересно, что по своему содержанию они кардинально отличаются от практики российского коллеги Владимира Соловьева: вместо новостей-отчетов о деятельности журналиста на ресурсе опубликованы авторские эссе на различные темы. В качестве примера приведем несколько из них: What I Learned from Carl Lewis («Чему я научился у Карла Льюиса»); Success lessons from the G.O.A.T. («Уроки успеха от G.O.A.T.); [What I’ve Learned from Interviewing the World’s Greatest Leaders](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHRaTENSMFc4S0VQSURFYlRZa1l3QVZrMWZ2NnB1UGhxczFEVHlBcnd6RERkekNxTGRrRHZ5VGh1SFpwLUhkczh6bl9lQzhFWVY0ZEtKNE44cHhpbkp4YmRMajdxSnVPX1RDeDlFNnVUbGczRmZCaS10Q2hiZmc0ZjU1bW15MEQwRGlyZk9tZ2V1WEl3cExuTzFPUUFDMHVHdF9LaXV3TzQtTlpvZUkzQUh4NVdhdFNuX0tSeUFh&b64e=2&sign=fd97395f3f0cb4dd848a02c8372240db&keyno=17) («Что я узнал из интервью с величайшими лидерами мира»); [The Two-Word Secret to Success that EVERY Leader Knows](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHRaTENSMFc4S0VQSURFYlRZa1l3QVZrMWZ2NnB1UGhxdkxUWnhlR3E2bmhRc28zWjhXYjgtTXVMSGVybGtKN2tkNjhtWkx6Smx3VEk0dm1zZDdnQmlLNEtyU29ORUFVTWxlZ21qR1pJRGhLODZaY2ZfTEd6Ui1TNzZTUk9UYlJvNVhnZ09sRFBoZHl6ZzZNZm9PSUotX0VDTFc5UF9tZkpJbTlabGo2RnRMMXc&b64e=2&sign=7df92981b4c7b7fc0a5aa24ab9a94583&keyno=17" \t "_blank) ( «Секрет успеха в два слова, которые знает каждый лидер»); The Secret to Confidence: A Lesson from my Mentor («Секрет доверия: урок от моего наставника»)[[48]](#footnote-48) .Все вышеперечисленные эссе написаны от первого лица и транслируют личный опыт журналиста: в постах он подробно и высокохудожественно описывает пережитый им опыт, делится советами и личными впечатлениями, рассказывает о талантливых и выдающихся личностях, которые его вдохновили на это эссе. В тестах присутствует диалогичность, аллюзии либо к современной повестке дня, либо к литературным шедеврам прошлого. Также стоит отметить, что в конце каждого поста сохраняется неизменная подпись автора «Larry» - эта деталь воссоздает в воображении читателя форму общения посредством рукописных писем, что указывает на более личный подход автора к своей аудитории. А также намекает на дневниковую природу блогов, о чем мы уже говорили в первой главе данной дипломной работы.

Помимо персонального блога, Ларри Кинг ведет свой Twitter-канал[[49]](#footnote-49) – там собрана более оперативная информация, посвященная его журналистской деятельности. За март 2018 года на данной онлайн-площадке было опубликовано всего 57 постов. Большинство из них имели гипертекстуальный характер (текст сопровождала фотография или ссылка на сторонний ресурс с видеоконтентом) и рассказывали о творческой деятельности журналиста (с кем он провел интервью, встретился и так далее). В отличие от практики Владимира Соловьева Ларри Кинг не использует систему ретвритов – он наполняет свой аккаунт самостоятельно. За месяц он «ретвинул» лишь две записи. Это, безусловно, отражается на общем количестве постов – у Соловьева за аналогичных период их почти в 4 раза больше.

Интересная особенность данного онлайн-канала журналиста – это его наполнение. Несмотря на то, что Ларри Кинг является автором и ведущим нескольких телевизионных программ (например, Politicking with Larry King – токшоу, где спикерами становятся политики и лидеры мнений, высказывающие при этом абсолютно разные точки зрения; Larry King Now – авторская программа, где журналист беседует с выдающимися деятелями искусства, спорта и другими «звездами»), его Twitter-аккаунт посвящен во многом лишь последней программе. Таким образом, исследуемый микроблог транслирует в большой степени развлекательный контент и рассказывает о творческих встречах журналиста со знаменитостями. В то время как его деятельность в сфере политической журналистики уходит на задний план. Так, за март 2018 года из 57 вышедших постов только два были посвящена программе Politicking with Larry King (анонсы грядущих передач). Кроме того, были опубликованы три поста в поддержку масштабной акции Мarch for our lives, главная цель которой заключалась в требовании ужесточить контроль над оборотом оружия в США. Данная тема – редкий пример выражения в микроблоге гражданской позиции журналиста. Остальные посты были посвящены анонсам программы Larry King Now, мультимедийному контенту (фотографии и видео со съемок) и опросу читателей (прил. 8, рис. 1).

Однако данный подход к ведению микроблога не означает, что журналист не готов говорить на важные для Америки и мира темы в Сети или же опасается поднимать «больные» вопросы, «прячась» за развлекательным контентом. В отличие от практики Владимира Соловьева, который стремится использовать микроблог как еще одну площадку для дискуссии, Ларри Кинг, как представляется автору данной работы, преследует другие цели: в первую очередь журналист стремится привлечь внимание интернет-аудитории к своей персоне и гостям, которые к нему приходят (с помощью яркого и адаптированного для виртуального пространства мультимедийного контента – фотографий, видео, короткого авторского звукового подкаста). После чего он «переадресовывает» данный интерес (с помощью гиперссылок и прочих интерактивных элементов) на сам медиапродукт – выпускаемую им передачу или уже на вышедшие ранее выпуски (записи эфиров на персональном YouTube-канале). Таким образом, можно сделать вывод, что Ларри Кинг использует микроблог не как трибуну для неформального разговора с аудиторией и не как творческую лабораторию для журналистских экспериментов, а как инструмент для анонсирования своей деятельности именно для интернет-аудитории (прил. 9, рис. 1).

Кроме того, журналист уделяет большое внимание взаимодействию с читателями – перед эфиром со знаменитостью или политиком он просит читателей оставить в комментариях микроблога интересующие их вопросы, а после озвучивает самые интересные в эфире. Правда Ларри Кинг, в отличие от Владимира Соловьева, в полемику с пользователями не вступает. Этот аспект безусловно влияет на цитируемость блога среди пользователей: несмотря на то, что у Ларри Кинга 2,8 миллиона читателей в Twitter (в то время как у Владимира Соловьева около 1,5 миллиона), количество собранных им «лайков», ретвитов и комментариев в разы меньше. Добавим также, что микроблог американского журналиста не лишен юмора. Интересно, что иронизирует Ларри Кинг, в первую очередь, над самим собой. Журналист не боится показаться смешным, что видно даже из его фотографии в профиле, где он корчит гримасу. Также он нередко выкладывает комичные фотографии со своим участием. Например, после участия в выпуске популярного в Америке сатирического видеоблога Good Mythical Morning with Rhett and Link, Ларри Кинг опубликовал комичную фотографию (прил. 10, рис. 1).

Таким образом, выделяя ключевые особенности микроблога американского журналиста Ларри Кинга, можно прийти к следующим заключениям:

* Журналист активно использует систему хештегов и кликабельных упоминаний, а также продуцирует адаптированный для виртуального пространства мультимедийный контент. Кроме того, он постоянно заостряет внимание аудитории на персонифицированном хештеге [# LarryKingNow](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHRaTENSMFc4S0VQTGttSUpsUWIzZWxYbEVfRk8yd0ZMckRDcm5abVhRd0dQTVI0TGlWajZUZDZhVV9qNWFRbHUwTTRQNUlVTTVYTFpnbkhIMWF3RDhwUGVYVklJRUxJTGQwNWhHYUNqejVqUTFOOXBheWo5MlVmVmJGWmNwOHNPMlhkV2RuUHZKWmJ3&b64e=2&sign=b019f4420cbcdd6ef9bd1b4015e8147c&keyno=17).
* Количество публикаций твиттов у американского журналиста в разы меньше, чем у его российского коллеги. При этом также разнится и содержание: Ларри Кинг уделяет большее внимание своему творчеству и тем фигурам, с которым ему предстоит работать в телеэфире. Его аккаунт менее злободневен, чем у Владимира Соловьева.
* Несмотря на то, что охват аудитории у микроблога Ларри Кинга значительно больше (около 2, 82 миллиона читателей и более 15 тысяч опубликованных записей), взаимодействие с аудиторией менее интенсивно. Это демонстрирует небольшое (по сравнению с микроблогом Соловьева) количество лайков, репостов и комментариев к публикациям.
* В микроблоге и на персональном сайте круг затрагиваемых тем не полон. Из выложенных постов за анализируемый нами период у читателя не может сложиться полноценного представления, какие политические и социальные события более всего волнуют журналиста, а также как он относится к тем или иным событиям в стране и мире.

Таким образом, можно сделать вывод, что благодаря персональным сайтам и микроблогам журналистов очевидна разница в подходах и в практиках подачи политической информации в России и Америке. По нашему мнению, российский опыт направлен на полное погружение читателя в информационный поток (при этом журналист использует в данном случае блог не только как творческую лабораторию, но и еще одну площадку для выражения собственного мнения и мировоззрения). В то время, как американский опыт точечно вовлекает читателя в тему, используя при этом развлекательные элементы. Основная функция личного блога в данном случае – привлечение внимание к персоне и его деятельности, присутствие в Сети и разговор с виртуальной аудиторией на «ее языке».

**2.2. Блоги в структуре российских сетевых изданий (на примере онлайн-версий «Московского комсомольца» и «Эха Москвы»)**

Помимо ведения личных творческих аккаунтов журналисты могут создать и наполнять блог в структуре онлайн-издания. Так, на волне популярности блогов в начале 2010-х годов ряд сетевых изданий (как в России, так и в Америке) для привлечения новых читателей (новой целевой аудитории) ввели данный жанр в сетку ежедневно заполняемых рубрик. Как пишет исследователь М.М. Лукина, на тот момент блоги стали единственным новым журналистским жанром для интернет-среды. Прочие (новостные заметки, репортаж, интервью и другие информационные и аналитические жанры) лишь подстроились под запрос эпохи, претерпели ряд незначительных изменений и обрели вторую жизнь или «второе дыхание» на электронных страницах онлайн-версий газет, журналов, радио станций и телевизионных каналов. «Появление блогов в жанровой палитре многих СМИ было обусловлено сразу несколькими факторами. Это связано с активным развитием блогосферы, в которой журналисты как авторы постингов заняли свое заметное место. Вторым, не менее важным фактором, заставившим журналистов всерьез заняться собственным блоготворчеством, была серьезная конкуренция со стороны так называемых гражданских медиа, созданных при участии непрофессиональных производителей информации»[[50]](#footnote-50).

В настоящее время в российской практике рубрику «Блоги» можно встретить у таких СМИ, как онлайн-версия газеты «Московский комсомолец», сайт радиостанции «Эхо Москвы», онлайн-версия газеты «Деловой Петербург», онлайн-версия журнала «Сноб». Ранее блоги журналистов и работников медисферы публиковались в рубрике «Реплика» на сайте онлайн-версии журнала «Журналист». Однако внутреннее устройство данной рубрики и системы блогов в СМИ может быть организовано по-разному. Первый и самый распространённый путь устройства – это блоги специалистов из разных сфер (не только журналистов, но и врачей, политологов, инженеров, писателей и представителей других профессий), которые собраны в одном месте. При этом все записи перемешаны, нет четкой регулярности заполнения рубрики, большинство публикаций заимствованы – из социальных сетей или блог-платформ, таких как «ЖЖ». Среди многообразия мнений и тем, блоги журналистов выделяются особенно – они эмоциональны, узнаваемы и имеют свой собственный и индивидуальный стиль. М. М. Лукина в этой связи подчёркивает: «Многие редакции рассматривают их как сугубо развлекательные проекты, но в некоторых СМИ они выполняют важную миссию. Например, на сайте радиостанции «Эхо Москвы» журналисты в блогах высказывают собственную точку зрения на разные события, конфликты, споры, чего они по понятным причинам не всегда могут делать в прямом эфире. Особое место на этом сайте занимает видеоблог главного редактора Алексея Венедиктова, в котором он комментирует важные события внешней и внутренней политики. Венедиктов подчеркивает, что в блоге публикуется его персональное мнение»[[51]](#footnote-51).

Другой путь – создание интеллектуального коммьюнити (сообщества) или «клуба друзей» того или иного издания. При таком варианте устройства право публиковать свои записи в блогах получают те, кто выполнил ряд требований СМИ (купил подписку, членскую карту издания, прошел регистарцию и т.д.). При этом вместе с возможностью вести блог читатель в таком случае получает и ряд других преимуществ – он может получать специальные информационные или тематические рассылки от редакции на почту, иметь доступ к эксклюзивному контенту издания, а также посещать закрытые для массовой аудитории мероприятия или даже иметь скидки в магазинах-партнерах. Отметим, что данный способ безусловно тесно связан с процессом монетизации и получением прибыли, однако он также дает читателю почувствовать свою исключительность и принадлежность к группе по интересам. Такой путь развития выбрал журнал «Сноб» и отчасти журнал «Журналист».

Мы рассмотрим опыт СМИ, которые пошли первым путем и наполняют рубрику «Блоги» публикациями разных авторов, среди которых есть как профессиональные журналисты, так и представители других профессий. Данный выбор обусловлен тем, что доступ к публикуемому такими СМИ контенту искусственно не ограничен, а, значит, нет видимых барьеров для доступа к информации массовой аудиторией.

Одним из таких изданий является газета «Московский комсомолец» (далее «МК»). Это ежедневное российское издание с многолетней историей – оно было основано еще в 1919 году. Тираж газеты в настоящий момент составляет около 700 000 экземпляров, главным редактором является Павел Гусев. У данного издания помимо печатной, есть также и онлайн-версия[[52]](#footnote-52). На сайте действуют такие постоянные рубрики, как: «Новости», «Новости региона», «Политика, «Экономика», «Происшествия», «Общество», «Культура», «Спорт» и «Наука». Отдельное внимание уделяется блогам: они буквально встроены в структуру издания. Внешнее оформление рубрики имеет схожие черты с «лентой новостей» – однако периодичность публикаций в блогах не имеет четких хронологических рамок (записи публикуются 3-5 раз в неделю).

Несмотря на то, что в блогах могут появиться записи людей, не связанных с журналистикой профессионально (например, популярностью пользуется блог российского пенсионера Николая Травкина, а также блогера из города Грозного Мусы Исаевича и певца Юрия Лозы), блоги журналистов или специалистов в области медиа играют большую роль. Так, журналист, публицист и медиаменеджер Евгений Додолев за март и апрель 2018 года опубликовал в блогах «МК» 10 записей. При этом темы, которых касался журналист, не были систематизированы или объединены одним информационным поводом – он писал на самые разные темы: о личных симпатиях к Анастасии Волочковой, о блокировке Telegram, о боеспособности американской армии, о реакции пользователей на трагедию, которая произошла в Кемерово.

Отметим, что благодаря формату блога журналист мог позволить себе высказывать свои мысли без учета формата СМИ, для которого он пишет, а также мог оставаться максимально субъективным в собственных оценках (без ущерба для имиджа). Так, в публикации от 27 марта 2018 года «Волочкову прорвало»[[53]](#footnote-53), автор говорит о своем отношении к медийной персоне. Поводом для записи в блоге стал эфир программы из цикла «Семейный альбом», где собеседником и ведущим выступил сам Додолев. Автор пишет: «Я знаю, что Настю Волочкову многие недолюбливают. Не готов анализировать генезис этого чувства. Мне она симпатична»[[54]](#footnote-54). Далее журналист строит свой текст лишь на достоинствах обсуждаемой героини, называя ее «настоящей», «честной», «трудолюбивой», «профессионалом», не беря во внимания возможные недостатки. Он категоричен, пристрастен и экспрессивен. Однако именно такая риторика – автора-защитника – вызывает реакцию и обсуждение поста читателями в комментариях (прил. 11, рис. 1).

Кроме того, благодаря блогу журналист в полной мере может использовать речевой стиль, характерный для коммуникации в сети Интернет. Он сокращает слова («Оч редко»), использует словесную формулу для быстрой реакции читателя («Волочкова позволяет в ТВ-диалоге интонировать + «давать эмоцию»), парцелляцию и задает риторические вопросы. При этом в эфире программы, о которой ранее шла речь, Додолев не мог позволить себе подобный упрощенных слог и категоричные оценки. Наоборот, в рамках телевизионного формата он был ведущим утренней программы, главная цель которой не просто дать оценку человеку, а составить его портрет благодаря интервью с ним и его ближайшим окружением, «раскрыть» героя. Это дает нам право говорить о том, что используемые в блоге средства выразительности выбраны журналистом осознанно. Также стоит заметить, что пространство блога (пусть даже и в СМИ) не ограничивает журналиста, а напротив дает ему право на публикацию своего мнения без ущерба для других медиапродуктов, которые он производит.

В публикации от 10 апреля 2018 года «Не про Бай Лин»[[55]](#footnote-55) журналист критикует рейтинг боеспособности армий разных стран, который был опубликован на ресурсе dailyarmy.com. Согласно приведенным данным, на первом месте по боеспособности - армия США. Додолев пишет: «Ну, пипец, как говорит персонаж **Марии Кожевниковой**. Держава, которая применила ядерное оружие против мирного населения Хиросимы, выжигала вьетнамских детей напалмом, безнаказанно бомбила Сербию просто в назидание всей остальной Европе, etc., по мнению экспертов dailyarmy.com остается государством, от которого ждут защиты («countries around the world have relied on the nation for protection»)?!»[[56]](#footnote-56). В блоге журналист ведет полемику с самим собой, вспоминает коммуникационный опыт с американцами и даже приводит в качестве примера абсурдности ситуации анекдот. Автор, как и в предыдущем посте, крайне субъективен, опирается на собственные эмоции, а не на факты (таким образом он демонтирует полный уход от анализа объективных показателей боеспособности). Формат блога позволяет журналисту буквально «выплеснуть» на читателя свою собственную точку зрения. Кроме того, именно в блоге журналист получает возможность на активное взаимодействие с аудиторией: данный пост собрал семь откликов-комментариев пользователей, а также около 4 тысяч просмотров (прил. 12, рис. 1).

В другой публикации от 27 марта 2018 года «Кемерово и ненависть»[[57]](#footnote-57) Евгений Додолев в связи с последствиями крупного пожара в ТЦ «Зимняя вишня» размышляет о том, как украинских журналистов, которые увидели в гибели людей повод для сарказма, призвать «не учить людей ненависти»[[58]](#footnote-58). Журналист приводит в пример пост, найденный им в сети Интернет на данную тему, а также слова бывшего медиамагната Владимира Яковлева, апеллирует к ним и четко выражает свое мнение и гражданскую позицию. Он пишет: «Губернатора с 20-летним стажем Амана Гумировича Тулеева и главу МЧС Владимира Андреевича Пучкова закономерно, по мне, отправить в отставку. Как и медведевское правительство, где эти мутки (речь не только о министре спорта) совсем берега попутали»[[59]](#footnote-59).

Таким образом, можно сделать вывод, что блог в структуре СМИ стал для журналиста творческой лабораторией и полем для экспериментов. Он сосредоточен лишь на собственном мнении и мировоззрении. Автор буквально провоцирует читателей на реакцию и последующую дискуссию с помощью средств художественной выразительности, а также собственной категоричности в оценке. Отчасти это подтверждает сам Евгений Додолев: «Как и любой из своих блогов, данный намерен использовать ради вивисекции сограждан. Попытаюсь тестировать аудиторию: мне любопытна реакция читателей/слушателей/зрителей на аккуратные провокации»[[60]](#footnote-60).

Обратимся также к опыту другого российского онлайн-СМИ, в структуре которого есть рубрика «Блоги» - это сайт радиостанции «Эхо Москвы». Данная радиостанция начала вещание почти 30 лет назад - первый эфир состоялся 22 августа 1990 года. Ее основатели: С. Корзун и С. Бунтман. В настоящее время СМИ принадлежит холдингу «Газпром-Медиа», хотя и считает себя независимым и оппозиционным российским СМИ[[61]](#footnote-61). Как и в ситуации с «МК», на этой площадке собраны блоги не только журналистов, но и специалистов или лидеров-мнений в других областях (это врачи, политики, экономисты, юристы и другие). Однако именно журналистские блоги зачастую привлекают внимание аудитории: на данном онлайн-ресурсе популярностью пользуются блоги журналистов Матвея Ганапольского, Антона Красовского, Максима Шевченко, американского журналиста Майкла Бома, Татьяны Пелипейко, Аркадия Дубнова и других. Особое место среди блогов занимает блог главного редактора радиостанции Алексея Венидиктова, в котором он нередко высказывает свою точку зрения по тому или иному вопросу, а также обозначает стратегию развития СМИ. За анализируемый нами период (с января по апрель 2018 года) главным редактором «Эхо Москвы» было опубликовано 19 постов, где получили развитие следующие темы: выборы президента РФ, отзыв журналистов из Государственной Думы из-за обвинений депутата от партии ЛДПР Леонида Слуцкого в сексуальных домогательствах, пожар в Кемерово, презентация новой музыкальной заставки С. Шнурова к передаче «Невзоровские среды», ситуация в Сирии, опровержение информации на телеканале RT и другие.

Отметим, что блог в структуре СМИ – далеко не единственная возможность для А. Венедиктова выразить свое мнение по тому или иному вопросу. Он также нередко появляется в эфире «Эха Москвы» (например, в программе «Без посредников»), а также в эфире других станций как гость или эксперт. Аналогичная ситуация с эфиром на некоторых телеканалах – например, «Дождь». Кроме того, он активно ведет микроблоги в Twitter и Instagram. Однако при всем этом многообразии информационных площадок, Венедиктов не отказывается от ведения блога на сайте радиостанции – это еще один способ для журналиста находиться в контакте с аудиторией. Так, в публикации от 5 марта 2018 года главный редактор издания четко и лаконично обозначает позицию СМИ: «Эхо Москвы» готово предоставить эфир для извинений председателю комитета Госдумы по международным делам Леониду Слуцкому. До тех пор «Эхо Москвы» воздержится от интервью с ним»[[62]](#footnote-62). Позже эта тема на волне единого бойкота СМИ в связи с решением комиссии Госдумы по вопросам этики в отношении депутата от партии ЛДПР (заседание состоялось 21 марта 2018 года) получит продолжение в посте от 22 марта 2018 года под названием «Эхо Москвы» отзывает своих журналистов из ГосДумы»[[63]](#footnote-63). В нем А. Венедиктов публикует заявление-программу на русском и английских языках, состоящую из пяти основных пунктов. Тем самым «Эхо Москвы» (через сообщение главного редактора издания) официально заявило о своей солидарности с журналистами, которые стали жертвами приставаний, призвало другие к СМИ к аналогичному решению, а также продемонстрировало осуждение подобного вердикта депутатской комиссии по этике: ««Эхо Москвы» считает теперь Государственную Думу небезопасным местом работы для журналистов обоих полов (мало ли какие есть пристрастия у депутатов) и, в соответствии с предложением спикера Госдумы Вячеслава Володина, отзывает своих журналистов из Госдумы»[[64]](#footnote-64).

Кроме того, за рассматриваемый нами период тема выборов президента РФ стала почвой для серии постов в блоге А. Венедиктова. Так, 13 марта 2018 года журналист опубликовал «итоги мобильного избирателя в Москве»: «Приписалось 357 тыс немосквичей, выписалось 190 тыс москвичей. Итого прирост к 7,2 млн избирателей — 167 тыс (2,3%) к общему числу. 242 тыс москвичей переписались на другие участки внутри Москвы (3,4%). Будем наблюдать»[[65]](#footnote-65). В публикации от 17 марта 2018 года с заголовком «Разрешите проинформировать»[[66]](#footnote-66) автор вновь пишет о реализации своей гражданской инициативы – наблюдателя на выборах. Он заключает: «…мы взяли под дополнительный контроль эти участки (прим. – где люди в списках числятся дважды), а я попросил еще раз проверить их предметно на возможность двойного наличия в списках. Проверим». В публикации от 20 марта 2018 года «Желания Шойгу обратить на себя отдельное внимание Верховного?»[[67]](#footnote-67) журналист иронизирует над высказыванием министра обороны РФ С. Шойгу, который отчитался о явке военнослужащих, членов их семей и гражданских специалистов на выборах, прошедших 18 марта 2018 года. По словам министра, явка составила 99,2%. Это короткое высказывание стало поводом для А. Венедиктова воспользоваться блогом в качестве площадки для неформального высказывания. В посте журналист использует риторические вопросы и заглавные буквы вместо строчных для усиления эмоционального фона – например «Каким образом он смог ОТДЕЛЬНО посчитать эти голоса в избирательных урнах и КОИБАХ?»[[68]](#footnote-68). Также Венедиктов не скрывает иронию и сарказм: он обращается к президенту, как «государю», а в конце дает личную оценку ситуации – «нехорошо»[[69]](#footnote-69). Таким образом, в блоге журналиста реализуется его образ «оппозиционера» и «борца за свободу и справедливость».

Отметим, что в блоге автор нередко выражает не только свою позицию в качестве профессионального журналиста и ответственного гражданина, но и рядового человека, которому не чужды сопереживание и другие эмоции. Так, в ответ на трагедию в Кемерово и организованные уже после пожара траурные мероприятия в Москве, журналист написал пост с заголовком «Нельзя делить скорбь, нельзя делить погибших, нельзя делить сочувствие»[[70]](#footnote-70), где призывал не делить митинги и акции памяти на «правильные» и «неправильные». «А будут люди, которые пойдут во все три места. Важно, что они есть», - заключил он, перечисляя все пункты сбора в столице России. Интересно также, что, несмотря на значимую должность в СМИ, А. Венедиктов не упускает возможности обратиться к своей аудитории, спровоцировать читателей или слушателей на какую-либо реакцию. Так, в публикации от 2 апреля 2018 года журналист задает лишь один вопрос: «Сергей Шнуров написал новую музыкальную заставку к передаче «Невзоровские среды». Как вам? Давайте обсудим»[[71]](#footnote-71).

Таким образом, можно сделать вывод, что благодаря персональному блогу в структуре СМИ А. Венедиктов может выразить свою позицию не только как главный редактор радиостанции «Эхо Москвы», но и как рядовой гражданин страны.

**2.3. Блоги в структуре американских сетевых изданий (на примере онлайн-версий газет The New York Times и Star Tribune )**

Несмотря на накопленный за последние десятилетие опыт работы российских журналистов в виртуальном пространстве, неразрывная связь блогосферы и традиционных СМИ была впервые оценена на Западе. Благодаря опережающему развитию и внедрению в разные сферы жизни новых мультимедийных технологий, зарубежные онлайн-издания смогли раньше начать использовать блоги в повседневной работе журналистов. По данным Oriella PR Network, 85 % британских и 44% европейских новостных сайтов и 70% американских газет имеют блоги, а 41% СМИ в странах Европы, Юго-Восточной Азии, Северной Америки и Бразилии ведут микроблоги в Twitter. Исследователи отмечают, что половина данных СМИ размещают в своих блогах и микроблогах от 60 до 100% информации, которая не дублируется в оффлайн-версиях изданий[[72]](#footnote-72).

Сегодня блоги также существуют в структуре американских онлайн СМИ. Мы рассмотрим два интернет-издания, в которых данная практика сохраняется по сей день. Одно их них – онлайн-версия газеты The New York Times (далее – NYT). Это старейшая ежедневная газета, первый выпуск которой вышел в 1851 году. Тираж издания — 1,379,806 экземпляров. Владельцы с 1896 года — знаменитая газетная династия Окс-Зульцбергеров, формально - The New York Times Company. В настоящее время издателем является A. Зульцберг, исполнительный (главный) редактор – Дин Бакет[[73]](#footnote-73). Отметим также, что онлайн-версия издания появилась еще в конце прошлого века - в 1996 году. Сегодня сайт сохраняет лидирующие позиции в США и входит в топ-СМИ с посещаемостью в десятки миллионов человек в месяц[[74]](#footnote-74).

Рубрика «Блоги», как и в рассмотренных ранее российских СМИ, находится в структуре онлайн-версии издания, однако ее нельзя найти в меню на главной странице. Для просмотра нужно воспользоваться поиском по всему сайту: для этого необходимо ввести ключевое слово «Блоги» (прил. 13, рис. 1). Отметим, что в случае The New York Times данный раздел наполнен как персональными блогами журналистов издания (большинство из них уже несколько лет не ведутся и потеряли свою актуальность), так и отдельными подборками материалов, объединенных одной темой или тэгом (например, по такому принципу существует блог News and Politics о новостях в области политики, At war - блог о военных конфликтах, которые произошли в мире с участием военнослужащих США после 11 сентября 2001 года). Кроме того, в данном разделе есть блоги, которые сами по себе являются полноценными тематическими проектами (они устроены по принципу «сайт в сайте»): проект Open (блог о коде и разработке, написанный разработчиками издания), Well (блог о медицине, здоровом питании, семье и физкультуре), The Learning Network (платформа для обучения с помощью материалов NYT) и другие. При этом не все блоги доступны пользователям – для доступа к информации требуется оформить платную подписку. Так, полные материалы блога Well доступны на сайте только при активации одного из пакета-услуг (за 1; 3,13; 4,38 долларов в неделю), в который входят различные информационные приложения, подкасты и прочие эксклюзивные материалы издания. Добавим, что сам блог состоит из пяти полноценных рубрик: «Еда», «Движение», «Разум», «Семья» и «Жизнь». Таким образом, контент данного раздела посвящен вопросам, которые особенно популярны сегодня в Америке. Они касаются здорового образа жизни во всех смыслах этого понятия: и с точки зрения физического здоровья, и ментального.

Также интерес пользователей вызывает развлекательный блог Wordplay, посвященный решению знаменитых кроссвордов издания (которые и сегодня можно найти в печатной версии газеты), а также прочих головоломок и загадок. Данный раздел содержит не только «материалы-ключи», позволяющие читателям проверить свою эрудицию, но и полноценные инструкции, объясняющие пользу подобных кроссвордов и загадок для ума. Так, в одном из материалов редактор раздела Вилл Шортц пишет: «Solving crosswords eliminates worries. They make you a calmer and more focused person» («Решение кроссвордов устраняет проблемы. Они делают вас более спокойным и более сфокусированным человеком[[75]](#footnote-75)»). Кроме того, в данном блоге реализуется не только развлекательная, но и образовательная функция: часть сложных или малоизвестных слов и явлений, которые были ранее вынесены в кроссворд, объясняются с помощью журналистских материалов. Так, в публикации от 30 апреля 2018 года в рубрике «What the Heck Is That?» журналисты издания рассказали пользователям о диком и редком животном - кулане (вид семейства лошадиных) и указали на то, как об этом можно было догадаться, следуя авторским подсказкам.

Другой специализированный блог издания, на который также стоит обратить внимание, это блог о программировании и разработке web-сайтов Open. Его главная особенность заключается в том, что он ведется техническими специалистами и разработчиками The New York Times, то есть создан для узкой целевой аудитории, которая интересуется технической стороной вопроса. Данный блог, как и блог-приложение Well, имеет систему постоянных рубрик: «Код», «Дизайн», «Беседа», «Культура на рабочем месте». По своей внутренней структуре и внешнему оформлению он больше всех рассмотренных нами ранее материалов напоминает классический отечественный блог: у каждого автора (и по совместительству технического специалиста онлайн-СМИ) есть ряд собственных публикаций, который выстроен в «ленту», согласно хронологии событий. Однако отметим, что посты данного блога - это не просто «заметки на полях» или пространные рассуждения авторов. Большинство публикаций оформлены в мультимедийные лонгриды с иллюстрациями, графикой, статистикой и другими интерактивными элементами. За счет высокого качества подготовленных материалов число публикаций невелико: за март и апрель 2018 года на сайте Open было опубликовано 13 материалов. Интересно также, что на данной платформе пользователь заведомо имеет выбор: он может ознакомиться со всеми материалами на главной странице блога или следить за деятельностью конкретных журналистов. При этом в профиле каждого автора в обязательном порядке есть краткая информация о нем, ссылка на персональный микроблог в Twitter, а также сами тематические посты блога.

Таким образом, можно сделать вывод, что рубрика блоги, встроенная в структуру такого крупного издания как NYT, является сегодня уникальной площадкой, включающей в себя сразу несколько форматов. Во-первых, это своеобразный архив блогов и проектов американского онлайн-СМИ, которые были сделаны к какому-то событию или информационному поводу в прошлом. На сегодняшний день данные блоги уже потеряли свою актуальность, но все равно продолжают хранить мультимедийную информацию в структуре сайта. К этой категории можно отнести блоги на внутренней платформе Opinion Pages (персональные блоги журналистов, политиков и других) или блог At War (последняя публикация в нем датирована 1 февраля 2016 года). Во-вторых, часть блогов – это эксклюзивный контент, который предназначен для пользователей, оформивших платную подписку. К данным проектам можно отнести блог о здоровом образе жизни Well, блог International Herald Tribune, который хранит в себе ретроспективу новостей с 1877 по 2013 года, блог Lens, где размещены редкие и яркие фото, видео и слайд-щоу. В-третьих, это блоги, доступ к которым не ограничен для интернет-аудитории и которые созданы для определённой целевой группы. К таким можно отнести Wordplay (для любителей загадок и головоломок), Open (для технических специалистов) и The Learning Network (для тех, кто находится в процессе обучения). Добавим также, что внешнее оформление блогов NYT отличается от российской практики – они часто выделены в собственные и полноценные мультимедийные проекты и рассматриваются, скорее, не как обязательный элемент структуры издания, а тематического дополнение и приложение к нему. Подчеркнем, что данное СМИ осознанно ушло от практики ведения множества персональных блогов журналистов на одной площадке, а сосредоточилось на создании интересных широкой аудитории цифровых продуктов. В связи с этим оценить в полной мере коммуникационную свободу журналистов в блогах NYT не представляется возможным – в отличие от отечественных СМИ, где блоги персонифицированы и основаны на мыслях и размышлениях их авторов, в NYT этот раздел претерпел значительную трансформацию и стал местом для размещения эксклюзивного контента, за который пользователи готовы платить.

Другое американское издание, в структуре которого существуют журналистские блоги – онлайн-версия газеты Star Tribune. Это ежедневное издание, печатная версия которого распространяется на территории штата Миннесота. Согласно статистике издания, еженедельно его (и печатную, и онлайн версию) прочитывают около 1,4 миллиона человек[[76]](#footnote-76). Газета существует с 1867 года, и как утверждают ее издатели: «Сегодня Star Tribune - самый надежный источник в Миннесоте для новостей и информации, читательская аудитория которого больше, чем у любого другого местного СМИ»[[77]](#footnote-77). Издателем и главным исполнительным директором газеты является Майкл Дж. Клингенсмит, владелец издания - The Star Tribune Company[[78]](#footnote-78).

Как и в ситуации с NYT, рубрику «Блоги» на главной странице сайта Star Tribune не найти – это один из множества разделов онлайн-издания (прил. 14, рис. 1). Также существует другое сходство: блоги архивируются на одной площадке, среди них есть и устаревшие, которые на данный момент «заморожены» авторами или более не ведутся, и актуальные, контент которых постоянно обновляется. Однако внутренняя организация блогов издания принципиально отличается от практики NYT. Во-первых, все записи делятся на два типа: авторские (их ведет журналист издания – по аналогии с российскими СМИ) и тематические (посвящены какому-либо конкретному событию или тематике и ведутся разными авторами). К последним можно, например, отнести блог Access Vikings, посвященный деятельности местного клуба по американскому футболу; блог Gophers Hockey, посвященный деятельности местной хоккейной команды; блог Minnesota Outdoors («Миннесота на открытом воздухе»); Table Talk – блог о еде и местных ресторанах и другие.

Во-вторых, в отличие от сайта NYT, блоги в Star Tribune – не отдельные приложения, а часть структуры СМИ. Все блоги имеют единое оформление как внешне (каждый наделен узнаваемой миниатюрой), так и внутренне – все записи выстроены линейно по хронологии (от последней записи к начальной). В-третьих, как нами уже было подчеркнуто, часть блогов не просто отвечают заявленной тематике (о книгах, погоде, спорте и т.д.), но еще и являются авторскими – их на постоянной основе ведет один и тот же журналист. В качестве примера обратимся к двум популярным блогам. Один из них получил название On Books и ведется «ветераном» издания журналистом Лори Герцель, которая работает в Star Tribune с 1996 года. За рассматриваемый нами период (с января по апрель 2018 года) в данном блоге было опубликовано 20 записей. Все публикации автора имеют небольшой объем – около 500-1000 знаков. По стилю они похожи на небольшие информационные заметки и обозначают те темы, которые кажутся наиболее важными редактору литературного раздела. Рассмотрим несколько последних: в посте от 30 марта 2018 года «Writer Anita Shreve dies; author of "The Pilot's Wife"» Лори Герцель пишет о смерти 71-летней писательницы от рака. В публикации журналист излагает лишь факты, сухо перечисляя ключевые вехи биографии писательницы и ее вклад в американскую литературу. В заключении, говоря о таланте Аниты Шрев, журналист не использует художественных приемов или выразительных средств. Она приводит лишь цитату ее редактора, взятую из пресс-релиза: «Anita's writing has touched the lives of millions of readers around the world … her books will continue to be read for generations» (Стиль Аниты затронул жизни миллионов читателей по всему миру … ее книги будут продолжать читать в течение нескольких поколений»)[[79]](#footnote-79).

В другой публикации от 20 марта 2018 года «Minnesota authors Marlon James, Emily Fridlund win American Academy awards[[80]](#footnote-80)» («Авторы из Миннесоты Мэрлон Джеймс, Эмили Фридлунд выиграли награды American Academy») сообщается, что автора из Миннесоты удостоились литературной премии. Вновь стиль публикации лишь информационный: журналист сообщает количество деятелей литературы и искусства, которые получили награды, а также условия вручения призов и сумму денежного вознаграждения. В заключении Лори Герцель приводит полный список деятелей-победителей (не только из Миннесоты, предоставляя полную картину происходящего) и дает краткую информационную справку, рассказывающую о престижности премии и ее основателях. Отметим, что пост построен по принципу «перевернутой пирамиды», что характерно для создания новостей. В посте от 7 марта 2018 года «Mpls writer Shannon Gibney's new book pubs in September» («Новая книга автора из Миннесоты Шэнон Гибнэй будет опубликована в сентябре») журналист делится с читателями новостью: новая книга писательницы Шэнон Гибней выйдет в сентябре этого года. Также журналист демонстрирует аудитории будущую обложку издания (эксклюзивный материал). В конце заметки автор раскрывает тему будущего произведения: «"Dream Country" follows the stories of several immigrants from Liberia over five generations, including a present-day teenager in Minneapolis»[[81]](#footnote-81) («Страна мечты» будет посвящена историям нескольких иммигрантов из Либерии в течение пяти поколений, включая историю современного подростка из Миннеаполиса»). Несмотря на интерактивный и привлекающих внимание элемент (публикация обложки), повествование журналиста вновь остаётся сухим и информационным: отсутствуют какие-либо оценочные конструкции, а также личные симпатии или антипатии журналиста. Даже название города, вынесенное в заголовок, сокращено до нескольких согласных букв – все материалы, публикуемые журналистом, максимально лаконичны и практически лишены субъективных оценок. Из публикации в публикацию неизменным остается один из главных элементов оформления: обязательно публикуется горизонтальная фотография высокого качества того или иного писателя или литературного события. Также журналист использует систему гиперссылок на другие блоги и материалы издания и придерживается территориального принципа (все посты связаны с людьми и событиями в Миннесоте). Кроме того, у зарегистрированных на сайте пользователей есть возможность оставлять комментарии под каждым постом. Однако это функция именно в данном блоге не пользуется особой популярностью – в среднем каждый пост «литературного блога» набирает 1-2 комментария.

В другом авторском блоге издания, который ведет журналист Джим Зоухан, раскрываются темы, касающегося спортивной жизни штата. За рассматриваемый нами период в ленте журналиста вышло 17 публикаций, однако их небольшое число не отражается на популярности раздела. Так, публикация от 21 января 2018 года «Rapid Reaction: Vikings get crushed»[[82]](#footnote-82) («Быстрая реакция: викинги разгромлены»), посвященная проигрышу местной футбольной команды, вызвала большой резонанс среди местных фанатов и собрала 246 комментариев пользователей. Отметим, что все посты в данном блоге имеют ярко выраженный «сезонный» характер: их наличие совпадает с активностью спортивных команд штата.

В отличие от литературного блога Лори Герцель, журналист Джим Зоухан стремится к более личной подаче материала. Его посты не похожи на информационные заметки, наоборот, журналист тяготеет к формату авторской колонки. Объем постов при этом соответствующий – около 1-2 тысяч знаков. Так, в указанной выше публикации он пишет: «When the Saints safety somehow missed Stefon Diggs at the end of the divisional playoff, Diggs' miraculous 61-yard touchdown erased a Vikings collapse and vaulted the team into the NFC chanpionship game»[[83]](#footnote-83) («Когда the Saints safety пропустили Стефана Диггса в конце дивизионного плей-офф, чудесное 61-ярдовое приземление Диггса исправило провал «Викингов» и вывело команду в игру чемпионата NFC»). В данном описании игрового момента, автор использует ряд средств художественной выразительности, которые выражают его точку зрения на развернувшиеся события на «спортивной сцене». Например, подчеркивая остроту момента, он выбирает прилагательное «miraculous» («удивительный» или «чудесный»), а неудачи команды на поле называет «провалом» или «коллапсом» .

В другой публикации от 27 апреля 2018 года «Souhan: Hughes pick shows again Spielman loves spectacular athletes»[[84]](#footnote-84) («Зоухан: Хьюз выбирает шоу - Шпильман вновь симпатизирует эффектным спортсменам») автор говорит с спортивными фанатами на одном языке: он знает историю местной команды, их слабые и сильные стороны, последние победы и поражения. Также называет игроков и тренерский состав поименно, акцентируя внимание на их характерных особенностях и деталях: «Mike Hughes is a spectacular athlete who could have gone higher in the draft had he not faced accusations while in college, and hadn't bounced from college to college»[[85]](#footnote-85) («Майк Хьюз – эффектный спортсмен, который мог бы подняться выше в проекте, если бы он не столкнулся с обвинениями в колледже и не переходил из колледжа в колледж»). Журналист не боится высказывать свое мнение, он субъективен и не скрывает этого: «We could be sanctimonious and say that professional teams shouldn't employ anyone with character issues, but that's not realistic. Hughes is a value pick in part because of his past. The Vikings are gambling that he'll stay clean as a pro. Given their history and the nature of their sport, that's a reasonable bet»[[86]](#footnote-86) («Мы могли бы быть ханжами и говорить, что профессиональные команды не должны нанимать кого-либо с проблемными характерами, но это нереально. Хьюз –ценный игрок, что отчасти обусловлено его прошлым. «Викинги» играют азартно,это помогает им оставаться профессионалами. Учитывая их историю и характер спорта, это разумная ставка»). Добавим, что спортивный блог Джима Зоухана – не единственный подобный в структуре издания. Тема спорта широко освещается в данном СМИ, спортивные блоги ведут американские журналисты Патрик Ройс, Сид Хартман, Меган Райан и другие.

Таким образом, можно сделать вывод, что среди многообразия блогов онлайн-версии издания авторские блоги занимают особую позицию. Каждый из них индивидуален – за автором сохраняется его собственный стиль. В этом аспекте опыт Star Tribune имеет схожие черты с опытом российских СМИ. Однако отметим, что даже несмотря на то, что данные блоги на постоянной основе ведут одни и те же журналисты, степень персонификации этой онлайн-площадки менее очевидна. По нашему мнению, в американской практике в структуре издания превалирует освещаемая тематика и контент (спорт, погода, искусство, политика и другое), а не сам автор-журналист, мнение которого ценно само по себе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новые задачи, стоящие перед журналистикой, и новые вызовы индустрии сформировали иных специалистов и профессионалов, основной результат деятельности которых стал напрямую зависеть от работы в сетевом пространстве. Во многом по этой причине такой уникальный и имеющий исторические предпосылки гипержанр как блог явился одной из тех платформ, где профессиональные журналисты могут реализовывать свои творческие амбиции. Кроме того, это именно та площадка для экспериментов, где журналист может быть избавлен от стандартов и ограничений, которые накладывают традиционные СМИ, а также другие участники медийного процесса.

Так, ряд исследователей считает, что в блоге журналист в полной мере может ощутить свою коммуникационную свободу в виртуальном поле. Это происходит за счет действия различных факторов. Например, влияние таких свойств виртуальной среды, как интерактивность, гипертекстуальность, конвергентность, универсальность, интернациональность и анонимность, дают журналисту возможность говорить с аудиторией на одном языке, а также незамедлительно видеть прямой отклик читателей и их реакцию. Также стоит отметить, что в блогах журналистов нередко превалирует авторское «Я», прослеживается дневниковая природа, субъективность суждений и трансляция авторской картины мира. При этом заметим, что сегодня также существует ряд законодательных ограничений для ведения виртуальной деятельности и онлайн-коммуникации. К ним можно отнести: многочисленные федеральные законы (среди которых можно выделить: «О средствах массовой информации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О связи» и другие); федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года, который также получил неформальное название «О блогерах»; закон о запрете анонимности в мессенджерах и при покупке sim-карт и другие. Кроме того, помимо правовых ограничений стоит отметить внутренние процессы, происходящие в сфере массмедиа, которые также направлены на регламентирование действий и высказываний журналистов в виртуальном поле. Так, например, в октябре 2017 года издание The New York Times выпустило свод правил, которое должно регламентировать поведение журналистов издания в социальных сетях и сети Интернет.

Тем не менее отметим, что особенно ярко журналистское мировоззрение и позицию по тем или иным вопросам отражают личные микроблоги. В данном исследовании был рассмотрен как российский опыт (на примере аккаунта в Twitter Владимира Соловьева), так и американский опыт (на примере аккаунта в Twitter Ларри Кинга). Однако, несмотря на то, что оба автора являются узнаваемыми ведущими ТВ-программ и имеют свою собственную точку зрения по многим вопросам, стиль ведения микроблогов кардинально отличается. Мы пришли к следующим выводам:

* В микроблоге Владимира Соловьева сохраняется та же риторика ярого защитника целостности российского государства и сторонника консервативного курса, которую журналист ведет в рамках своей деятельности на телеканале «Россия». В то время как в микроблоге Ларри Кинга круг затрагиваемых тем не полон: в виртуальном пространстве журналист старается избегать политических тем, сосредоточившись исключительно на собственном творчестве.
* Речь Владимира Соловьева в сети крайне экспрессивна: встречаются риторические вопросы, восклицания и другие художественные фигуры, жаргонизмы, принятые в виртуальном пространстве сокращения и смайлики, а также слова с ярко выраженным значением и оценочностью. Американский журналист в свою очередь активно использует другие способы привлечения аудитории – он уделяет большое внимание мультимедийному контенту (фотографиям, подкастам, хештегам и гиперссылкам).
* Российский журналист активно взаимодействует с аудиторией микроблога с помощью лайков и репостов. Также на этой площадке открыты комментарии для пользователей, где автор нередко вступает в диалог с читателями. Американский коллега, наоборот, избегает прямого диалога с аудиторий, а пользуется опосредованными формами взаимодействия – например, опросными формами.
* Оба журналиста с помощью микроблогов активно продвигают собственные материалы и медиапродукты посредством анонсирующих постов, а также анонсируют материалы коллег-журналистов.

Таким образом, по нашему мнению, российский опыт направлен на полное погружение читателя в информационный поток, в то время, как американский опыт точечно вовлекает в тему, используя при этом развлекательные элементы.

Кроме того, в качестве творческих лабораторий и площадок для экспериментов, журналисты могут использовать блоги, которые встроены в структуры СМИ. Отметим, что данный опыт – выделение блогов в отдельные рубрики - пришел к нам из западных стран. В этой связи актуально изучение российского и американского опыта журналистского блогинга в структуре онлайн-изданий. Нами были рассмотрены два российских СМИ – онлайн-версия газеты «Московский комсомолец» и сайт радиостанции «Эхо Москвы», а также два американских – онлайн-версии газет The New York Times и Star Tribune. В ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

* На сайте онлайн-версии газеты «Московский комсомолец» журналисты рассматривают блоги как творческую лабораторию, где есть место коммуникационным экспериментам. В постах авторы используют различные средства художественной выразительности, систему гиперссылок и других мультимедийных элементов. Главная цель журналистов на этой платформе – не донести информацию до читателя, а показать авторскую картину мира и особенности авторского мировоззрения.
* В блогах «Эхо-Москвы» журналисты также сосредоточены на трансляции своей субъективной позиции: они являются активными онлайн-авторами и нередко вступают в прямой диалог с аудиторией. Однако в отличие от практики «МК», в постах данного издания ярко выражена гражданская позиция журналистов. Так, один из авторов персонального блога на сайте издания. А. Венедиктов, выступает на данной площадке не только как главный редактор издания, но и как рядовой гражданин со своим индивидуальным представлением о правах и обязанностях.
* Исходя из опыта онлайн-версии газеты NYY, блоги в издании являются дополнительными мультимедийными проектами, которые пользователь может получить в основном по платной подписке. При этом блоги лишены авторского начала, они призваны решать утилитарные задачи для узкой целевой аудитории – например, блог-инструкция по правильному питанию и здоровому образу жизни, тематический блог для программистов и технических специалистов и т.д.
* На сайте онлайн-версии газеты Star Tribune блоги журналистов имеют схожие черты с российскими аналогами (например, в вопросе систематизации записей и оформлении авторской ленты). Однако есть и существенные различия. Так, основной фокус блога сосредоточен не на медийной личности, которая его ведет, а на теме, которую блог освещает (политика, литература, спорт и т.д.). Кроме того, журналисты, имеющие свой блог в меньшей степени обращаются к средствам речевой выразительности. За счет этого их посты менее эмоциональны. Некоторые авторы даже стремятся в блогах к объективному рассмотрению тех или иных явлений.

Таким образом, практика ведения блогов российскими журналистами показала, что нередко авторы используют эту площадку для провокации читательской аудитории. Опубликованные им посты эмоциональны и субъективны, нередко выражают гражданскую позицию журналистов по тому или иному вопросу. Американские коллеги используют блоги в структуре онлайн-изданий для решения других задач: например, для развлечения или просвещения. Кроме того, блог в американских СМИ – дополнительный способ привлечь аудиторию к платной подписке издания.

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ЛИТЕРАТУРЫ**

**I. Документы, книги и статьи**

* 1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 19.12.2016) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Собрание законодательства РФ", 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3448.
	2. .Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» // «Российская газета», № 6373, 7 мая 2014 года.
	3. . Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // "Российская газета", N 32, 08.02.1992.
	4. . Федеральный закон от 07.07.2003 N 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) "О связи" // "Собрание законодательства РФ", 14.07.2003, N 28, ст. 2895.
	5. . Федеральный закон от 29 декабря 1994 г. N 78-ФЗ "О библиотечном деле" // «Собрание законодательства РФ» от 2 января 1995 г., N 1, ст. 2.
	6. . Федеральный закон от 29.11.2007 N 282-ФЗ (ред. от 28.03.2017) "Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации" // "Собрание законодательства РФ", 03.12.2007, N 49, ст. 6043.
	7. . Федеральный закон от 29.12.1994 N 77-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об обязательном экземпляре документов" // "Собрание законодательства РФ", 02.01.1995, N 1, ст. 1.
	8. . Федеральный закон от 17.07.1999 N 176-ФЗ (ред. от 06.07.2016) "О почтовой связи" // "Собрание законодательства РФ", 19.07.1999, N 29, ст. 3697.
	9. . Федеральный закон от 17.12.1994 N 67-ФЗ (ред. от 30.03.2015) "О федеральной фельдъегерской связи" // "Собрание законодательства РФ", 19.12.1994, N 34, ст. 3547.
	10. Федеральный закон «Об освещении деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // "Собрание законодательства РФ", 16.01.1995, N 3, ст. 170.
	11. Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) "Об авторском праве и смежных правах" // "Российская газета", N 147, 03.08.1993.
	12. Закон РФ от 23.09.1992 N 3523-1 (ред. от 02.02.2006) "О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных" // "Российская газета", N 229, 20.10.1992.
	13. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (ред. от 08.03.2015) "О государственной тайне" // "Собрание законодательства РФ", 13.10.1997, N 41, стр. 8220-8235.
	14. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.03.2017) "О рекламе" // "Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, N 12, ст. 1232.
	15. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 28.03.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // "Собрание законодательства РФ", 25.12.2006, N 52 (1 ч.), ст. 5496.
	16. Анонимность вне закона: к чему приведет регулирование работы мессенджеров. Информационное агентство России «ТАСС» [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/ekonomika/4314274.
	17. Аудитория Телеграмм — общая статистика и анализ [Электронный ресурс] //URL: https://ru.telegram-store.com/blog/auditorya\_telegram/.
	18. Баксанский О.Е. Моя картина мира. Как человек создает повседневную реальность. – М.: Канон, 2014. – С. 576.
	19. Блокировка Telegram в России: Остался с ключами, но без прописки. Информационное агентство «Интерфакс» [Электронный ресурс] //URL: http://www.interfax.ru/russia/60846.
	20. Блогер – призвание или профессия. Пресс-выпуск №3395. [Электронный ресурс] // URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116268.
	21. Е.Н. Вокуев. Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации // Аналитика культурологии. 2011. [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdu-dnevnikom-i-mass-media-osobennosti-bloga-kak-sredstva-kommunikatsii.
	22. Евсюкова Т. В., Гермашева Т. М. Основные подходы к определению понятий «Блог» и «Блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11-2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-opredeleniyuponyatiy-blog-i-blogosfera-v-lingvistike.
	23. Если без интернета? Пресс-выпуск №3346. [Электронный ресурс] // URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116148.
	24. Закон о блогерах год спустя: Роскомнадзор зарегистрировал 640 пользователей. Информационное агентство России «ТАСС» [Электронный ресурс] // URL: <http://tass.ru/obschestvo/2157598>.
	25. Закон о блогерах: что думают сами пользователи. Сайт BBC [Электронный ресурс] // URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2014/08/140801\_russia\_blogs\_law\_opinion.
	26. Интернет в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. [Электронный ресурс] // Сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. – 2017. - URL:http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio.html.
	27. ИНОСМИ.ру о The New York Times [Электронный ресурс] // URL: https://inosmi.ru/nytimes\_com/?id=239135932&date=20170414T010200.
	28. Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №6 (125). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-kak-sredstvo-zhurnalistskoykommunikatsii.
	29. Кочеткова М. О, Тубалова И. В. Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2014. №1 (27). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-bloga-kakzhanra-diskursa-blogosfery-sotsiolingvisticheskiy-aspekt.
	30. Лукина М.М. Трансформации журналистского текста в условиях Интернет среды. Вестник Московского университета. Серия 10. [Электронный ресурс] //URL: http://libmonster.ru/m/articles.
	31. Маслов В. М. Виртуальная реальность: сущность и перспективы господства : монография. Н. Новгород, 2008. С. 23.
	32. Милонов, пользуясь ситуацией, снова предложил регистрироваться в соцсетях по паспорту. Интернет-газета Znak [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/obschestvo/2157598.
	33. Онлайн-платформа LiveJournal [Электронный ресурс] //URL: https://www.livejournal.com.
	34. Онлайн-сервис LiveDune [Электронный ресурс]. URL: <https://livedune.ru>.
	35. Oriella PR Network [Электронный ресурс] // URL: http://orielladigitaljournalism.com/download-report.php.
	36. Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2011. №2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-tvorcheskoydeyatelnosti-zhurnalista.
	37. Поздеев М. В. Инновационные технологии проведения PRкампании в Интернет-пространстве. СПб., 2008. 56 с.
	38. Правовое регулирование социальных сетей. Как успеть за меняющейся реальностью. В. Сазонов [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/advokat\_sazonov/1375070-echo/.
	39. Роскомадзор прекратил вести реестр блогеров. Онлайн-версия газет «Ведомости» [Электронный ресурс] // URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/08/01/727388-roskomnadzor-reestr-blogerov.
	40. Свобода личности в массовой коммуникации/ под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010.
	41. Скобл Р., Израел Ш. Разговор дороже денег. Как блоггинг меняет общение бизнеса и потребителей. Коммерсантъ, Питер – 2007. С. – 34.
	42. Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Филологический ф-т, 2012. — 324 с.
	43. Соцсети, блогеры и государство: новые меры по регулированию Интернета [Электронный ресурс] // URL: http://www.garant.ru/article/543540/.
	44. Таймс выпускает свод руководящих принципов поведения в социальных медиа для редакции. The New York Times [Электронный ресурс] // URL: https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html
	45. Твиттер-аккаунт журналиста Дэна Гилмора [Электронный ресурс] // URL:https://twitter.com/dangillmor?ref\_src=twsrc%5Etfw&ref\_url=http%3A%2F%2Fwww.niemanlab.org%2F2017%2F10%2Fthe-new-york-times-released-new-staff-social-media-guidelines-so-phew-thankfully-thats-settled%2F.
	46. Твиттер-аккаунт журналсита Ника Конфессора [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/nickconfessore.
	47. У россиян пропала уверенность в отсутствии угрозы свобод слова [Электронный ресурс] // URL: https://www.rbc.ru/politics/06/06/2016/575430279a794710fbc63c11.
	48. Фокин. А.А. Эпоха интернет-визуальности: YouTube, Instagram, Gif, Coub [Электронный ресурс] //URL: https://cyberleninka.ru/article/n/epoha-internet-vizualnosti-youtube-instagram-gif-coub/.
	49. Харченко В.К. Дневник как жанр в аспекте лингвоаттрактивистики // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 12(83), вып. 6. С. 49–55.
	50. Чандлер Д. Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web. [Электронный ресурс] // URL: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html.
	51. Что ждет блогосферу? Краткий синопсис развития блогинга в 2017-2018 году [Электронный ресурс] //URL: http://helloblogger.ru/journal/chto-zhdet-blogosferu-v-2017-2018/.

**II. Диссертации и авторефераты диссертаций**

* 1. Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореферат, дис. кандидата филологических наук. М., 2006. 14 с.
	2. Воронов А. И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: дисс…канд. филос. н. СПб., 1999. 12 с.
	3. Кирик Т. А. Виртуальная реальность: сущность, критерии, типология: дисс… канд. филос. н. Омск, 2004. 9 с.
	4. Садриев А. Ш. Компьютерные технологии и виртуальная реальность: опыт философского анализа : дисс… канд. филос. н. Набережные Челны, 2005. 32 с.
	5. . Степаненко П. А. Виртуальная реальность в структуре отношений человека и мира: дисс… канд. филос. н. Омск, 2006. 21 с.
	6. . Стеценко А. Н. Феномен виртуализации государственного бюрократического управления в современном западном обществе: дисс... канд. политич. н. Ростов-на-Дону, 2008. 18 с.
	7. Чеботарева Е. Э. Виртуальная реальность и социальная действительность: аспекты взаимодействия : дисс… канд. филос. н. СПб., 2005. 11 с.
	8. Кульминская А.В. Социальная общность блогеров: становление и развитие в российском обществе. Автореф. дисс... канд.социолог.н. – Екатеринбург, 2013. – 24 с.
	9. Телешина Н.И. Виртуальное пространство как объект контрольной деятельности государства. Автореферат дисс. к.ю.н. – М., 2011. – 220 с.
	10. Щербович А. А. Конституционные гарантии свободы слова и права доступа к информации в сети Интернет: Дисс... канд.юрид.н. – М., 2013. – 250 с.

**III. Источники**

3.1 Микроблог Владимира Соловьева [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/vrsoloviev?lang=ru.

3.2 Персональный сайт Владимира Соловьева [Электронный ресурс] // URL: http://vsoloviev.ru/.

3.3 Микроблог Ларри Кинга [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/kingsthings.

3.4. Персональный блог Ларри Кинга. [Электронный ресурс] // URL: <https://larryking.com/blog>.

3.5 Блог Доделева Е. Сайт газеты «Московский комсомолец». [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/blogs/blog-evgeniya-dodoleva.html.

3.6 Блог А. Венедиктова. Сайт радиостанции «Эхо-Москвы». [Электронный ресурс] // URL: <https://echo.msk.ru/blog/aav/>.

3.7 Онлайн-версия газеты The New York Times. Рубрика «Блоги» [Электронный ресурс] // URL: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/interactive/blogs>.

3.8 Онлайн-версия газеты Star Tribune. Рубрика «Блоги» [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/blog.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

Приложение 1. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Ретвит. Цитируя Twitter-канал издания RT, Владимир Соловьев информирует читателей о ключевых событиях дня.



Приложение 2. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Ретвит. Цитируя Twitter-канал эксперта Владимира Корнилова, В. Соловьев способствует распространению мнений, с которыми он лично солидарен или ему близка авторская позиция и мировоззрение.



 Приложение 3. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Самостоятельное обращение В. Соловьева к аудитории микроблога. Его речь эмоциональны и экспрессивна.



Приложение 4. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Анонсирование материалов – важная часть контента микроблога В. Соловьева. Центральными темами становятся резонансные события в России и в мире.



Приложение 5. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Анонсирование своих медиапродуктов в различных социальных сетях.



Приложение 6. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Наличие юмора в авторском микроблоге.



Приложение 7. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Активное использование мультимедийных инструментов, которые есть в распоряжении блога, например, смайликов. Также присутствие общечеловеческих и «непрофессиональных» тем.



Приложение 8. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Редкий пример выражения Ларри Кингом в сети своей гражданской позиции.



Приложение 9. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. В микроблоге Ларри Кинга представлен адаптированный для виртуального пространства контент. Также активно анонсируется творческая деятельность журналиста, его встречи с американскими «звездами».



Приложение 10. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Твит. Наличие в микроблоге Ларри Кинга самоиронии и юмора.



Приложение 11. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Комментарий. Пример вовлечения пользователей с помощью поста-провокации.



Приложение 12. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Скриншот поста. Пример использования адаптированного для виртуального пространства языка журналистом Евгением Додолевым.



Приложение 13. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Скриншот рубрики. Пример оформления рубрики «Блоги» в онлайн-версии издания The New York Times.



Приложение 14. Скриншоты/Рисунки.

Рис. 1. Скриншот рубрики. Пример оформления рубрики «Блоги» в онлайн-версии издания Star Tribune.



1. Интернет в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. [Электронный ресурс] // Сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. – 2017. - URL:http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio.html. [↑](#footnote-ref-1)
2. Онлайн-сервис LiveDune [Электронный ресурс]. URL: https://livedune.ru. [↑](#footnote-ref-2)
3. Баксанский О.Е. Моя картина мира. Как человек создает повседневную реальность. – М.: Канон, 2014. – С. 576; Воронов А. И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: дисс…канд. филос. н. СПб., 1999; Кирик Т. А. Виртуальная реальность: сущность, критерии, типология: дисс… канд. филос. н. Омск, 2004; Маслов В. М. Виртуальная реальность: сущность и перспективы господства : монография. Н. Новгород, 2008; Садриев А. Ш. Компьютерные технологии и виртуальная реальность: опыт философского анализа : дисс… канд. филос. н. Набережные Челны, 2005; Степаненко П. А. Виртуальная реальность в структуре отношений человека и мира: дисс… канд. филос. н. Омск, 2006; Стеценко А. Н. Феномен виртуализации государственного бюрократического управления в современном западном обществе: дисс... канд. политич. н. Ростов-на-Дону, 2008; Чеботарева Е. Э. Виртуальная реальность и социальная действительность: аспекты взаимодействия : дисс… канд. филос. н. СПб., 2005. [↑](#footnote-ref-3)
4. Евсюкова Т. В., Гермашева Т. М. Основные подходы к определению понятий «Блог» и «Блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11-2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-opredeleniyuponyatiy-blog-i-blogosfera-v-lingvistike; Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №6 (125). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-kak-sredstvo-zhurnalistskoykommunikatsii; Кочеткова М. О, Тубалова И. В. Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2014. №1 (27). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-bloga-kakzhanra-diskursa-blogosfery-sotsiolingvisticheskiy-aspekt; Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2011. №2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-tvorcheskoydeyatelnosti-zhurnalista; Лукина М.М. Трансформации журналистского текста в условиях Интернет среды. Вестник Московского университета. Серия 10. [Электронный ресурс] //URL: http://libmonster.ru/m/articles. [↑](#footnote-ref-4)
5. Современный российский медиаполис / под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Филологический ф-т, 2012. [↑](#footnote-ref-5)
6. Свобода личности в массовой коммуникации/ под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010. [↑](#footnote-ref-6)
7. Если без интернета? Пресс-выпуск №3346. [Электронный ресурс] // URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116148. [↑](#footnote-ref-7)
8. Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение [Электронный ресурс] // URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-tvorcheskoydeyatelnosti-zhurnalista. [↑](#footnote-ref-8)
9. Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки.2012. №6 (125). [Электронный ресурс] //URL: https://cyberleninka.ru/article/v/blogi-kak-sredstvo-zhurnalistskoy-kommunikatsii. [↑](#footnote-ref-9)
10. Евсюкова Т. В., Гермашева Т. М. Основные подходы к определению понятий «Блог» и «Блогосфера» в лингвистике [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiy-blog-i-blogosfera-v-lingvistike. [↑](#footnote-ref-10)
11. Е.Н. Вокуев. Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdu-dnevnikom-i-mass-media-osobennosti-bloga-kak-sredstva-kommunikatsii. [↑](#footnote-ref-11)
12. Кочеткова М. О., Тубалова И. В. Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/v/dinamika-razvitiya-bloga-kak-zhanra-diskursa-blogosfery-sotsiolingvisticheskiy-aspekt. [↑](#footnote-ref-12)
13. Харченко В.К. Дневник как жанр в аспекте лингвоаттрактивистики // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 12(83), вып. 6. С. 49–55. [↑](#footnote-ref-13)
14. Кульминская А.В. Социальная общность блогеров: становление и развитие в российском обществе. Автореф. дисс... канд.социолог.н. – Екатеринбург, 2013. – 24 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Вокуев Е.Н. Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации // Аналитика культурологии. 2011. [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdu-dnevnikom-i-mass-media-osobennosti-bloga-kak-sredstva-kommunikatsii. [↑](#footnote-ref-15)
16. Chandler D. Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web. [Электронный ресурс] // URL: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html. [↑](#footnote-ref-16)
17. Блогер – призвание или профессия. Пресс-выпуск №3395. [Электронный ресурс] // URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116268. [↑](#footnote-ref-17)
18. Телешина Н. И Виртуальное пространство как объект контрольной деятельности государства: Автореф. дисс... канд. юридич. н. – М., 2011. – С. 57. [↑](#footnote-ref-18)
19. Правовое регулирование социальных сетей. Как успеть за меняющейся реальностью. В. Сазонов [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/advokat\_sazonov/1375070-echo/. [↑](#footnote-ref-19)
20. Щербович А. А. Конституционные гарантии свободы слова и права доступа к информации в сети Интернет: Дисс... канд. юридич. н. – М., 2013. – С. 250. [↑](#footnote-ref-20)
21. Закон о блогерах год спустя: Роскомнадзор зарегистрировал 640 пользователей. Информационное агентство России «ТАСС» [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/obschestvo/2157598. [↑](#footnote-ref-21)
22. Закон о блогерах: что думают сами пользователи. Сайт BBC [Электронный ресурс] // URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2014/08/140801\_russia\_blogs\_law\_opinion. [↑](#footnote-ref-22)
23. Там же. [↑](#footnote-ref-23)
24. Соцсети, блогеры и государство: новые меры по регулированию Интернета [Электронный ресурс] // URL: http://www.garant.ru/article/543540/. [↑](#footnote-ref-24)
25. Роскомадзор прекратил вести реестр блогеров. Онлайн-версия газет «Ведомости» [Электронный ресурс] // URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/08/01/727388-roskomnadzor-reestr-blogerov. [↑](#footnote-ref-25)
26. Анонимность вне закона: к чему приведет регулирование работы мессенджеров. Информационное агентство России «ТАСС» [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/ekonomika/4314274. [↑](#footnote-ref-26)
27. Милонов, пользуясь ситуацией, снова предложил регистрироваться в соцсетях по паспорту. Интернет-газета Znak [Электронный ресурс] // URL: http://tass.ru/obschestvo/2157598. [↑](#footnote-ref-27)
28. Таймс выпускает свод руководящих принципов поведения в социальных медиа для редакции. The New York Times [Электронный ресурс] // URL: https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html. [↑](#footnote-ref-28)
29. Twitter-аккаунт журналиста Дэна Гилмора [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/dangillmor?ref\_src=twsrc%5Etfw&ref\_url=http%3A%2F%2Fwww.niemanlab.org%2F2017%2F10%2Fthe-new-york-times-released-new-staff-social-media-guidelines-so-phew-thankfully-thats-settled%2F. [↑](#footnote-ref-29)
30. Твиттер-аккаунт журналиста Ника Конфессора [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/nickconfessore. [↑](#footnote-ref-30)
31. У россиян пропала уверенность в отсутствии угрозы свобод слова [Электронный ресурс] // URL: https://www.rbc.ru/politics/06/06/2016/575430279a794710fbc63c11. [↑](#footnote-ref-31)
32. Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №6 (125). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-kak-sredstvo-zhurnalistskoykommunikatsii. [↑](#footnote-ref-32)
33. Скобл Р., Израел Ш. Разговор дороже денег. Как блоггинг меняет общение бизнеса и потребителей. Коммерсантъ, Питер – 2007. С. – 34. [↑](#footnote-ref-33)
34. А. Носик. Блоги и их разновидности. [Электронный ресурс] //URL: http://institute.org.ru/library/articles/ 10 07654794.html. [↑](#footnote-ref-34)
35. Поздеев М. В. Инновационные технологии проведения PR-кампании в Интернет-простран- стве. СПб., 2008. 56 с. [↑](#footnote-ref-35)
36. Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореферат, дис. кандидата филологических наук. М., 2006. 14 с. [↑](#footnote-ref-36)
37. Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. №6 (125). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-kak-sredstvo-zhurnalistskoykommunikatsii. [↑](#footnote-ref-37)
38. Онлайн-платформа LiveJournal [Электронный ресурс] //URL: https://www.livejournal.com. [↑](#footnote-ref-38)
39. Онлайн-сервис LiveDune [Электронный ресурс]. URL: https://livedune.ru. [↑](#footnote-ref-39)
40. Что ждет блогосферу? Краткий синопсис развития блогинга в 2017-2018 году [Электронный ресурс] //URL: http://helloblogger.ru/journal/chto-zhdet-blogosferu-v-2017-2018/. [↑](#footnote-ref-40)
41. #  Аудитория Телеграмм — общая статистика и анализ [Электронный ресурс] //URL: https://ru.telegram-store.com/blog/auditorya\_telegram/.

 [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же. [↑](#footnote-ref-42)
43. Блокировка Telegram в России: Остался с ключами, но без прописки. Информационное агентство «Интерфакс» [Электронный ресурс] //URL: http://www.interfax.ru/russia/60846. [↑](#footnote-ref-43)
44. Фокин. А.А. Эпоха интернет-визуальности: YouTube, Instagram, Gif, Coub [Электронный ресурс] //URL: https://cyberleninka.ru/article/n/epoha-internet-vizualnosti-youtube-instagram-gif-coub/. [↑](#footnote-ref-44)
45. Twitter-аккаунт Владимира Соловьева [Электронный ресурс] //URL: https://twitter.com/vrsoloviev?lang=ru. [↑](#footnote-ref-45)
46. Персональный блог Ларри Кинга [Электронный ресурс] //URL: https://larryking.com/blog. [↑](#footnote-ref-46)
47. Там же. [↑](#footnote-ref-47)
48. Там же. [↑](#footnote-ref-48)
49. Twitter-аккаунт Ларри Кинга [Электронный ресурс] // URL: https://twitter.com/kingsthings. [↑](#footnote-ref-49)
50. Лукина М.М. Трансформации журналистского текста в условиях Интернет среды. Вестник Московского университета. Серия 10. [Электронный ресурс] //URL: http://libmonster.ru/m/articles. [↑](#footnote-ref-50)
51. Там же. [↑](#footnote-ref-51)
52. Онлайн-версия газеты «Московский комсомолец» [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/. [↑](#footnote-ref-52)
53. Волочкову проравало. Онлайн-версия газеты «Московский комсомолец». Рубрика «Блоги» [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/blogs/posts/volochkovu-prorvalo.html. [↑](#footnote-ref-53)
54. Там же. [↑](#footnote-ref-54)
55. Не про Бай Лин. Онлайн-версия газеты «Московский комсомолец». Рубрика «Блоги» » [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/blogs/posts/ne-pro-bay-lin.html. [↑](#footnote-ref-55)
56. Там же. [↑](#footnote-ref-56)
57. Кемерово и ненависть. Онлайн-версия газеты «Московский комсомолец». Рубрика «Блоги» [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/blogs/posts/kemerovo-i-nenavist.html. [↑](#footnote-ref-57)
58. Там же. [↑](#footnote-ref-58)
59. Там же. [↑](#footnote-ref-59)
60. Блог Евгения Додолева. Онлайн-версия газеты «Московский комсомолец» [Электронный ресурс] // URL: http://www.mk.ru/blogs/blog-evgeniya-dodoleva.html. [↑](#footnote-ref-60)
61. Сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/about/. [↑](#footnote-ref-61)
62. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2159564-echo/. [↑](#footnote-ref-62)
63. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2170250-echo/. [↑](#footnote-ref-63)
64. Там же. [↑](#footnote-ref-64)
65. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2164724-echo/. [↑](#footnote-ref-65)
66. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2167264-echo/. [↑](#footnote-ref-66)
67. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2169158-echo/. [↑](#footnote-ref-67)
68. Там же. [↑](#footnote-ref-68)
69. Там же. [↑](#footnote-ref-69)
70. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: .https://echo.msk.ru/blog/aav/2173420-echo/ [↑](#footnote-ref-70)
71. Сайт радиостанции «Эхо Москвы». Блог А. Венедиктова [Электронный ресурс] // URL: https://echo.msk.ru/blog/aav/2177088-echo/. [↑](#footnote-ref-71)
72. Oriella PR Network [Электронный ресурс] // URL: http://orielladigitaljournalism.com/download-report.php. [↑](#footnote-ref-72)
73. The New York Times [Электронный ресурс] // URL: https://www.nytimes.com/. [↑](#footnote-ref-73)
74. ИНОСМИ.ру о The New York Times [Электронный ресурс] // URL: https://inosmi.ru/nytimes\_com/?id=239135932&date=20170414T010200. [↑](#footnote-ref-74)
75. How to Solve The New York Times Crossword. Блог Wordplay [Электронный ресурс] // URL: https://www.nytimes.com/guides/crosswords/how-to-solve-a-crossword-puzzle?rref=collection%2Fcolumn%2Fwordplay&action=click&contentCollection=crosswords&region=rank&module=package&version=highlights&contentPlacement=1&pgtype=collection&redirect=true. [↑](#footnote-ref-75)
76. About Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribunecompany.com/learn-about-us/what-we-do/. [↑](#footnote-ref-76)
77. Там же. [↑](#footnote-ref-77)
78. Там же. [↑](#footnote-ref-78)
79. Writer Anita Shreve dies; author of "The Pilot's Wife". Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/writer-anita-shreve-dies-author-of-the-pilot-s-wife/478395833/. [↑](#footnote-ref-79)
80. Minnesota authors Marlon James, Emily Fridlund win American Academy awards". Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/minnesota-authors-marlon-james-emily-fridlund-win-american-academy-awards/477412663/. [↑](#footnote-ref-80)
81. Mpls writer Shannon Gibney's new book pubs in September. Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/mpls-writer-shannon-gibney-s-new-book-pubs-in-september/476135953/. [↑](#footnote-ref-81)
82. Rapid Reaction: Vikings get crushed. Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/rapid-reaction-vikings-get-crushed/470428983/. [↑](#footnote-ref-82)
83. Там же. [↑](#footnote-ref-83)
84. Souhan: Hughes pick shows again Spielman loves spectacular athletes. Star Tribune [Электронный ресурс] // URL: http://www.startribune.com/blogs/Jim\_Souhan/. [↑](#footnote-ref-84)
85. Там же. [↑](#footnote-ref-85)
86. Там же. [↑](#footnote-ref-86)