САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**МАСНЕВА Зарина Амирходжаевна**

**Особенности электронной версии современного исторического научно-
-популярного журнала (на примере журнала "Дилетант")**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
кандидат филологических наук,
доцент Ущиповский С.Н.

Кафедра истории журналистики

Очная форма обучения

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

Секретарь ГАК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

[**Введение 3**](#_Toc514183268)

[**Глава 1. Интернет-издания в системе современных СМИ: типологические характеристики и особенности 7**](#_Toc514183269)

[1.1 Типологический метод исследования периодических изданий 7](#_Toc514183270)

[1.2. Типологические признаки сетевых изданий 16](#_Toc514183271)

[1.3 Журнал «Дилетант» и его сетевая версия в контексте действующих научно-популярных исторических СМИ 24](#_Toc514183272)

[Выводы 33](#_Toc514183273)

[**ГЛАВА II. Сетевая версия журнала «Дилетант»: типологический анализ** 35](#_Toc514183274)

[2.1 Характеристика издания по основным типологическим признакам 35](#_Toc514183275)

[2.2 Характеристика издания по сетевым признакам 49](#_Toc514183276)

[**Заключение 57**](#_Toc514183277)

[**Список источников и литературы. 59**](#_Toc514183278)

[Источники. 59](#_Toc514183279)

[Литература. 61](#_Toc514183280)

[Электронные ресурсы. 66](#_Toc514183281)

# Введение

Интернет-версия научно-популярного исторического журнала «Дилетант» — интересное для исследования издание, так как на данный момент оно является одним из самых популярных и посещаемых в своем сегменте, а также активно использует в своем функционировании родовые особенности интернет-среды и взаимодействует с читателями с помощью множества способов.

Современные средства массовой информации, существующие в интернет-
-пространстве, так или иначе, прибегают к использованию определенных техник, позволяющих им функционировать в сети и быть удобными для читателей. Однако интересно рассмотреть, какие типологические особенности характерны именно для научно-популярных изданий исторической направленности, ведь сама их тематика подразумевает возможность придумать разные технические и дизайнерские решения, которые помогут привлечь и сохранить читателя.

С точки зрения типологии, научно-популярная пресса — особый вид масс-медиа для широкого круга читателей: рассчитанный на более широкую аудиторию, чем только на специалистов в данной области. Журнал «Дилетант», исследуемый в данной работе, позиционирует себя как «Исторический журнал для всех», а сами сотрудники и редактор в шутку называют дилетантами и читателей, и самих себя.

На сегодняшний день исторические издания стараются откликаться на происходящие в стране и мире актуальные события, чтобы вызвать интерес у публики. Журналы ставят перед собой не одну основную цель — информировать, — а сразу несколько, и добиваются их за счет расширения своей функциональности, создания новых приемов, которые становятся уникальными типологическими особенностями издания. Особенно это касается электронных СМИ, которые на данный момент имеют бóльшую аудиторию, нежели прочие. Этим и обуславливается **актуальность** темы дипломной работы. Данное исследование позволит выявить опыт интернет-издания по оптимизации своих типологических и профильных характеристик, а также обобщит имеющиеся сведения об интернет-издании «Дилетант» и его функционировании на медиарынке.

**Новизна** исследования заключается в том, что в нем впервые подробно анализируется интернет-версия научно-популярного исторического журнала «Дилетант» с точки зрения типологических характеристик, а также обобщает сведения о данном издании, опережающем по развитию свою печатную версию. Кроме того, сам вопрос типологического анализа интернет-изданий свеж и малоисследован, поэтому автор данной работы обратит внимание на сам метод типологического исследования и его применение к сетевым СМИ.

Таким образом, **объектом исследования** мы можем назвать научно-популярные интернет-издания исторической направленности (конкретно — журнал «Дилетант»), а **предмет исследования** составляют типологические особенности сетевой версии научно-популярного исторического журнала «Дилетант».

**Цель дипломной работы**: дать характеристику концепции научно-популярного интернет-издания исторической направленности «Дилетант», выявить особенности подачи информации, типологические и профильным черты, отличающим его от электронных изданий той же тематики.

Задачи исследования:

* определить типологические черты, по которым будет проводиться анализ электронной версии журнала «Дилетант»;
* охарактеризовать интернет-версию «Дилетанта» с типологической точки зрения;
* раскрыть особенности подачи контента читателю, отличающие данное издание от СМИ того же сегмента;
* определить взаимодействие журнала с другими СМИ.

**Степень разработанности темы.** В первую очередь стоит отметить работы М. В. Шкондина и А. И. Акопова, посвященные выделению типологических признаков и характеристике этих признаков. Особенно стоит выделить работу Акопова «Методика типологического исследования периодических изданий», в которой автор формулирует типологические признаки конкретно для специальных журналов, к которым относятся и исторические журналы. Однако тут же оговорим, что данная работа, как и ряд других исследований, посвященным типологическим признакам, имеют отношение только к печатным изданиям. Изучение же и анализ интернет-изданий с типологической точки зрения проводится, однако не существует системы типологических признаков, по которым можно будет охарактеризовать сетевое СМИ. Однако есть множество работ, опора на которые может помочь при изучении этого объекта.

Большую работу в области типологии интернет-изданий провел исследователь А.А.Никитенко. Важный анализ проделан в работах об интерактивности, мультимедийности, гипертекстуальности, проблематике типологического анализа применимо сетевых изданий.

Также стоит отметить работы Е. Л. Вартановой, М. М. Лукиной и И.Д.Фомичевой, посвященные интернет-журналистике, новым медиа и процессу конвергенции.

Этапам становления, формирования типологических особенностей и развития именно исторической (в том числе и научно-популярной) журналистики были посвящены работы С. Н. Ущиповского и О. С. Кругликовой. Конкретно особенности периода развития современной («постсоветской») исторической журналистики рассмотрены в учебном пособии «Российская историческая журналистика».

В ходе выполнения данной выпускной квалификационной работы были использованы следующие **методы исследования:** описательный, типологический анализ, контент-анализ.

 Следует отметить, что для исследования были рассмотрены публикации за 2017-2018 года — соответственно, анализ старого сайта журнала «Дилетант» diletant.ru, функционировавшего до 30 июня 2015 года, в данной работе не представляется необходимым.

Также были проанализированы платформы, предоставляющие информацию о количестве посещений сайтов, рейтинге и статистике категории (сервисы LiveInternet, Top.mail, Рамблер/Топ-100 и Яндекс.Метрика).

**Структура ВКР**: Работа состоит из введения, двух глав, выводов по написанным главам и заключения. В главе первой предложено теоретическое обоснование проблемы выделения и определения типологических особенностей интернет-изданий, теоретическое рассмотрение данных признаков, а также признаков, характерных конкретно для научно-исторических журналов. В главе второй осуществляется опытно-практическая работа по анализу интернет-издания «Дилетант» и выявлению особенностей данного СМИ.

# Глава 1. Интернет-издания в системе современных СМИ: типологические характеристики и особенности

Типологическое исследование средств массовой информации сформировалось во второй половине ХХ века. Исследователями были определены понятия типа, сформулированы типологические признаки СМИ. Однако разработанный типологический метод, дающий какому-либо массмедиа характеристику через основные типологические признаки, способен в полной мере охарактеризовать традиционные, так называемые «оффлайн», СМИ. Развитие же интернет-пространства и, соответственно, самих СМИ в мировой компьютерной сети заставляет задуматься о том, в полной ли мере данная система способна дать характеристику интернет-версии какого-либо издания.

В целом, все признаки, по которым проводят типологический анализ традиционных СМИ, имеют место быть и у сетевых версий. Однако киберпространство, в котором расположены эти издания, имеют дополнительные характеристики и особенности, которые невозможно не учитывать при анализе СМИ, функционирующих в сети. Поэтому нам необходимо рассмотреть типологические элементы в целом (характерные как для периодических, так и электронных СМИ), а также черты киберпространства, для того, чтобы понять, по каким критериям следует проводить типологическое исследование электронной версии журнала.

## 1.1 Типологический метод исследования периодических изданий

##

Множество исследователей, занимающихся вопросом классификаций журналов, предлагают разные типологические элементы, которые позволяют дать типологическую характеристику изданию, определить его. Каждая из этих классификаций имеет свое предназначение, и они могут использоваться в разных исследованиях в зависимости от цели. Рассмотрим несколько вариантов типологических классификаций, чтобы выбрать из них основные элементы, необходимые для конкретно данного исследования.

Перед тем, как начать рассматривать типологические анализы и параметры, по которым они проводятся, определим само понятие «типология», которое можно спутать с термином «классификация».

Типология есть особый вариант классификации по существенным признакам. «Отличие типологии от классификации в том, что типология допускает существование таких явлений, которые не соответствуют ни одному из выделенных критериев. Типология превосходит классификацию своей универсальностью. Она является первоначальной операцией любых систематизации»[[1]](#footnote-1).

Из десятков определений этого понятия самым оптимальным для данного исследования мы считаем вариант А.Г.Давыдова: «Типология — отрасль знания, предметом которой является изучение внутренних законов и общих закономерностей развития периодических изданий, а также форм и специфики конкретно-исторического проявления этих законов и закономерностей. В рамках газетной типологии объектом изучения становится само издание (или система изданий), а под эффективностью понимается степень реализации определенной общественной потребности в деятельности определенной структуры СМИ»[[2]](#footnote-2).

Следует отметить, что у формирования типа периодического издания есть предварительный этап, на котором возникновение типа обуславливается социальными факторами. Этими факторами могут быть текущая политическая обстановка, состояние научно-технической силы общества, социально-экономическое положение и т.д. Так, например, возникновение научно-популярных технических журналов было невозможно, пока не появилась и не получила широкое распространение сама техника.

Что касается самого типологического анализа, А.Г.Бочаров в своей работе «Основные принципы типологии современных советских журналов» говорит о пяти пунктах, **определяющих тип издания:** целевое назначение журнала → предмет или отражаемую сферу действительности → родовую принадлежность издания → характер аудитории → характер изложения. Исследователь убеждён, что данная структура удовлетворяет все запросы и интересы общества, личности, государства. Все журналы, на его взгляд, можно разделить на четыре группы, соотнося их с характером читательской аудитории: массовые, специализированные, профессионально-производственные и научные[[3]](#footnote-3). Как мы видим, в данном варианте классификации определяющим признаком становится аудитория и ее характер.

Профессор М. В. Шкондин описал свой подход к пониманию типологии, в котором выделяются следующие типологические признаки:

– *технологические* (используемые коммуникационные технологии, *формат* изданий и программ; *тираж, объем* издания, продолжительность вещания; *периодичность* выхода, *время выхода)*

– *экономические (п*о формам собственности, по характеру инвестиций, преобладающих в редакционном бюджете, по результатам хозяйственной деятельности (доходные или убыточные СМИ) и др.)

– *аудиторные* (по характеру различных аудиторных групп);

– *редакционные*;

– *характер, тип информации;*

– *целевое назначение* *СМИ* (по характеру осуществляемых функций);

– *организационные признаки* (по характеру учредителей, издателей, владельцев СМИ, эти цели реализующих, использующих различные организационные модели)[[4]](#footnote-4)

Несомненно, следует рассмотреть типологии СМИ, созданные специально для научно-популярных изданий, к которому относится исследуемый в данной работе журнал «Дилетант». Изучение научно-популярных средств массовой информации проводились еще в 70-е года прошлого столетия, хотя в использующейся в то время классификации они вовсе отсутствовали: по характеру и назначению выходящие в СССР журналы делились на литературные, политические, научные, специальные (отраслевые), иллюстрированные и неиллюстрированные, для женщин, молодежи, детей и т.д.[[5]](#footnote-5)

Исследователь Э. А. Лазаревич определила некоторые типологические особенности, характерные для научно-популярных журналов.  Во-первых, пишет она, «как журналы они имеют соответствующую периодичность, программу, преемственность в содержании и оформлении, ориентируются на определенную аудиторию», а во-вторых, «как часть научно-популярной литературы соответствуют ее основным задачам и характеристикам», то есть «рассказывают о науке и технике, преследуя мировоззренческие, общеобразовательные и практические цели, и предназначенные для неспециалистов в данной области знания»[[6]](#footnote-6).

В своей статье «Научно-популярный журнал как тип издания» Э.А. Лазаревич разделяет научно-популярные журналы на три группы: универсальные, монотематические и политематические.

Чуть позже, в 80-х, исследователь А.И.Акопов предлагает свою версию типологических признаков специализированного журнала. Определяющими он называет тематическое направление и целевое назначение[[7]](#footnote-7). В целом же, автор выделяет десять типологических признаков. Они всесторонне характеризуют печатное СМИ и делятся на:

* типоформирующие (издающий орган, цели и задачи, читательская аудитория);
* вторичные (авторский состав, внутренняя структура, жанры, оформление);
* формальные (периодичность, объем, тираж).

Сам автор отмечает, что подобный перечень параметров позволяет «оценивать все объекты классификации на всех трех иерархических уровнях»[[8]](#footnote-8).

Данные признаки действительно всесторонне определяют издание и позволяют выявить все типологические особенности, характерные для анализируемого СМИ. *Типоформирующие* признаки являются важнейшими, каждый из них может стать главенствующим при возникновении типа издания, но, так или иначе, они тесно связаны между собой и являются главенствующими над *вторичными* типологическими признаками. В зависимости от целей, от аудитории, от издателя формируется соответствующая редакция (состав авторов), оформление издания и др. *Формальные* же признаки характеризуют СМИ измеряемыми параметрами — периодичность, объем, тираж.

Таким образом, проанализировав различные варианты типологических анализов, мы можем составить план, по которому можно будет дать всестороннюю характеристику и выявить типологические особенности научно-популярного исторического журнала, о котором и пойдет речь в данной работе.

Прежде чем начать давать типологическую характеристику изданию, имеет смысл проанализировать социальные факторы, обуславливающие появление издания на информационном рынке. Научно-популярные журналы исторической направленности обычно появляются ввиду ряда причин, которые своим возникновением показывают необходимость не только популяризировать знания, но и стать отражением текущей обстановки, помочь читателю разобраться в реалиях настоящего момента.

Если соотносить между собой описанные выше типологические критерии, предложенные разными авторами, то мы получим ряд похожих позиций. Мы предлагаем отталкиваться от перечня типологических признаков, предложенного А.И.Акоповым и М.В.Шкондиным в их анализах, которые характеризуют издание максимально разносторонне. Кроме того, типологический анализ А.Акопова создавался именно для специализированных изданий, к которым относятся научно-популярные журналы.

Однако, на наш взгляд, имеет смысл добавить некоторые другие характеристики, встречающиеся в иных планах типологического анализа. Если сопоставить и дополнить критерии, предложенные А.И.Акоповым и М.В.Шкондиным, мы получим следующее:

* типоформирующие признаки по Акопову — у Шкондина они называются «организационные», «аудиторные», «целевое назначение»;
* вторичные по Акопову — включают в себя то, что Шкондин обозначает такими параметрами, как редакционные признаки, характер и тип информации. Однако версия Акопова шире, т.к. включает в себя жанры и оформление, что немаловажно для научно-популярного издания. В типологическом анализе Шкондина этот параметр вовсе не появляется;
* формальные по Акопову — у Шкондина: технологические (используемые коммуникационные технологии, формат изданий и программ; тираж, объем издания, продолжительность вещания; периодичность выхода, время выхода)

Стремительное развитие журналистики в мировой сети Интернет, а также появление онлайн-версий печатных изданий, заставляет задуматься о том, насколько эффективно применять типологический метод для их анализа и изучения.

В этом вопросе стоит отметить, что А.И.Акопов в своей работе 1999 года относит сетевые газеты и журналы к системе периодических изданий, называя их «периодические издания электронных сетей»[[9]](#footnote-9). Таким образом, мы можем сделать вывод, что типологические признаки, характерные для печатных СМИ, в целом соответствуют и для электронных. Однако, несмотря на явную схожесть печатных и электронных газет и журналов, существует ряд признаков, существенно отличающих издания, функционирующих в сети. Многие признаки требуют детализации и доработки. В связи этим исследователями отмечается, что «вполне возможен пересмотр самой типологической матрицы и даже [типологического] метода исследования»[[10]](#footnote-10).

Так, например, формальные признаки по отношению к сетевому изданию целиком нуждаются в пересмотре. Это отмечают Лукина и Вартанова, приводя в пример географию распространения: этот признак «в Интернете приобретает качество трансграничности, т.е. независимости распространения информации от национально-территориальных и государственных образований. Это в корне отличает интернет-СМИ от традиционных медиа, которые «привязаны» к конкретному географическому адресу своего реципиента-получателя»[[11]](#footnote-11).

Типоформирующие признаки присутствуют у Интернет-СМИ полной мере. Свойства же, представленные как формальные (технологические), уже нуждаются в уточнении. Периодичность, объем, тираж теряют свое традиционное значение, когда речь заходит об изданиях в интернете. Неоднозначность данных признаков отмечают ряд исследователей (А.Акопов, И.Д. Фомичева, М.М.Лукина и др).

Если говорить о периодичности, то, несомненно, стоит отметить, что для Интернет-СМИ этот показатель соотносится с обновлением материалов на сайте и добавлением в тот или иной раздел информации. При этом возникает вопрос: на одном и том же сайте возможен такой вариант функционирования, при котором некоторые страницы обновляются ежечасно, некоторые — раз в неделю, третьи — раз в месяц и так далее, и как в таком случае можно определить периодичность? А.Акопов в своей работе «Типологические признаки сетевых изданий» делает вывод, что «среди всех видов периодичности сетевых изданий самая распространенная — еженедельная», однако не указывает, как именно он определял этот показатель.

Мы считаем, что данный признак для сетевых изданий научно не уточнен, поэтому в рамках данного исследования при анализе журнала «Дилетант» предлагаем рассматривать его как ежедневное издание, так как сайт обновляется регулярно каждый день.

Такая характеристика, как объем, также значительно отличается от традиционных газет и журналов. Вместо фиксированного количества полос и/или печатных знаков единицей измерения объема становятся байты, и отсутствие ограничения по объему (в его привычном понимании) позволяет сетевому изданию публиковать у себя материалы, в разы превышающие объем предыдущих работ в той же рубрике. Объем можно подсчитать также и у музыкальных и видеофайлов: чем больше «весит» такая электронная информация, тем больше времени читателю понадобится, чтобы посмотреть/послушать материал. По крайней мере, к такому мнению приходит А.Акопов. Мы хотим добавить, что в таком случае следует учитывать качество подобного файла, так как, к примеру, одна минута видео, записанного с разрешением HD1080, «весит» больше, чем одна минута в HD720. В данном исследовании для определения объема предлагается учитывать среднее количество материалов, выходящих в один день.

Тираж, на наш взгляд, является самой неопределенной по отношению к электронному изданию характеристикой. Установленные специальные счетчики позволяют узнать число читателей сайта-издания, и эту величину можно рассматривать как тираж. Однако посчитать, сколько человек читают сайт действительно, невозможно, так как устанавливаемые счетчики фиксируют «один компьютер, с которого осуществлен вход в издание, как одного читателя в сутки. Но в местах коллективного пользования, например, в библиотеках, одно и то же издание могут прочитать в течение дня много разных людей, а счетчик зафиксирует только одного читателя. При этом часто компьютеры объединяются в сеть, а регистрируются в системе статистики как один»[[12]](#footnote-12).

В рамках данной работы при анализе такого признака, как тираж, мы будем анализировать именно статистические данные интернет-версии журнала «Дилетант» как показатели, максимально приближенные по смыслу к классическому пониманию тиража.

Вторичные признаки также необходимо актуализировать в контексте сетевых СМИ. В частности, этого требует такой признак, как оформление. По функциональной направленности оформление у сетевых изданий носит такой же характер, как у печатных, однако имеет более совершенные возможности. Кроме того, в оформлении задействованы методы, которые могут существовать исключительно на веб-страницах, образуя при этом новые типологические характеристики, которые, в свою очередь, и становятся особенностями, характерными исключительно для Интернет-СМИ. Именно о них пойдет речь в следующем параграфе.

## 1.2. Типологические признаки сетевых изданий

Интернет как канал передачи информации имеет свои уникальные свойства, новые признаки, отличающие его от трех традиционных способов распространения массовой информации (печать, радио и телевидение). К этим признакам относят родовые качества интернета: интерактивность, гипертекстуальность и мультимедийность.

Мы считаем, что в рамках данного исследования будет уместно назвать эти качества интернета типологическими характеристиками электронных средств массовой информации, так как разные издания используют данные приемы в разной степени, и при анализе интернет-СМИ необходимо рассмотреть, в какой мере представлен тот или иной признак, насколько активно издание пользуется тем, что оно существует в интернет-пространстве.

Интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность в данной работе рассматриваются применительно к Интернет-журналистике и СМИ.

*Интерактивность*

Интерактивность чаще всего определяют как двустороннее взаимодействие с аудиторией издания. При нем читатель/зритель получает возможность управлять поступлением информации, а также влиять на условия предоставления. Интерактивность позволяет не только по-новому донести информацию до аудитории, но и узнавать ее реакцию на материал.

Интерактивность — технология, существующая не только в Интернете. Традиционные каналы распространения информации также разными способами связываются со своей аудиторией, т.е. в той или иной степени устраивают интерактивное общение. В связи с этим ученые, занимающиеся исследованием данной области, предлагают рассматривать «интерактивность с точки зрения направленности действий участников коммуникационного процесса», при которой данный показатель может иметь четыре основные конфигурации[[13]](#footnote-13):

1. от одного — к одному (например, возможность пользователю написать по электронной почте письмо журналисту или редактору);
2. от одного — ко многим (например, журналист/редактор/модератор рассылает электронное письмо, используя лист рассылки);
3. от многих — к одному (например, когда пользователи имеют возможность задать вопрос конкретной персоне: «задай вопрос президенту/депутату/писателю и т.п.», интервью);
4. от многих ко многим (например, участие в форуме).

При этом отмечается принципиальное отличие интерактивности в Интернете от интерактивности в традиционных СМИ: «здесь двухстороннее общение разворачивается в одной и той же физической среде, т.е. не “газета” — “почта”, “или радио” — “телефон”, а “Интернет” — “Интернет”. При этом общение может принимать синхронный, или онлайн характер»[[14]](#footnote-14).

Интерактивными элементами могут выступать поиски по архивным материалам (при этом, помимо наличия поисковой строки на сайте, часто для удобства аудитории используется рубрикация материалов, поиск по тегам), наличие опросов, голосований, чатов и форумов; различные мессенджеры и социальные сети, в которых издание открывает свои страницы, группы или публичные страницы (паблики).

Интерактивность помогает СМИ реализовывать ряд функций, таких, как информационная, рекреативная, ценностно-регулирующая, коммуникативная[[15]](#footnote-15). Последнюю интерактивность фактически выводит на новый уровень, предоставляя большое количество возможностей для развития общения между читателями и журналистами, редакторами.

Стоит отметить, что интерактивность гораздо шире понятия «обратная связь». Помимо реакции аудитории на информацию, интерактивность «предполагает и другие возможности: контроля пользователя над содержанием (запрос, оценка), участия в его формировании через постановку проблем для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен мнениями с другими пользователями и т. п.»[[16]](#footnote-16).

Интерактивность всегда подразумевает под собой максимально возможное задействование читателя в информационной деятельности, вовлечение его в обсуждение и анализ материалов, публикуемых изданием. В случаях, когда обсуждение выходит за рамки комментариев к определенной статье и выносится на другой уровень — допустим, с комментариями специалистов с обеих сторон, — здесь уже можно говорить о реализации такой функции, как организация дискуссионного пространства, в котором дают возможность высказаться и авторам материала, и аудитории. Что, к слову, также играет на привлечение зрительского/читательского внимания — ведь каждый может стать прямым участником обсуждения интересующей его темы.

Функции интерактивности сводятся не только к коммуникации с аудиторией, желания услышать ее мнение и реакцию на материалы, но и для привлечения более молодой публики, которая практически живет в электронном мире и привыкла к сетевому общению и сетевой подаче информации. Особенно актуальна данная функция для научно-популярных изданий, которые в принципе имеют цель популяризации науки, и в ее интересах не только продать наибольшее количество экземпляров, но и заинтересовать новую публику тем, о чем на своих страницах они пишут; возможно, вдохновить читателей на дальнейшее изучение данной проблемы или описываемого факта или исследования.

*Мультимедийность*

Еще один типологический признак, возникновение которого обусловлено техническим развитием и медиаконвергенцией — процессом, в котором происходит взаимопроникновение, схождение различных по форматам средств массовой информации. Ведь по сути своей мультимедийность есть представление в одном издании информации в разных по своей сущности форматах: текст, звук, фото- и видеоизображение.

«В конвергенции выделяют технологический аспект, опирающийся на процесс дигитализации — перевода текстовых, графических и видеоматериалов в цифровую форму»[[17]](#footnote-17). По факту это означает, что СМИ расширяют возможности доступа аудитории к своему продукту, и они готовы дублировать информацию в разных видах. Мало того, возможен такой вариант, когда сайты печатных СМИ и вовсе становится не столько электронной версией печатного издания, сколько дополнением к нему или же вовсе почти самостоятельным изданием, которое публикует материалы, отличающиеся от того, что печатаются на страницах того же журнала или газеты.

Мультимедийность дает вторую жизнь графическим материалам, видео-, аудиозаписям: Интернет не делает ограничения по количеству полос, эфирному времени. Кроме того, исследователи отмечают, что «подходы к мультимедийности возникли намного раньше, чем появился Интернет»[[18]](#footnote-18), подразумевая при этом, что печатные издания, радио и телевидение уже используют более одной знаковой системы передачи информации, и особенно здесь стоит обратить внимание на ТВ, которое задействует наибольшее количество знаков.

Однако сразу стоит оговориться, что мультимедийность в Интернет-среде отличается от телевизионной: «телевизионную “мультимедийность” можно назвать линейной, когда все знаковые формы используются в одном временном диапазоне»[[19]](#footnote-19). Речь идет о том, что при просмотре телевизионного канала зритель не может изменить эфирную сетку, выбрать формат передачи и т.д. Единственное, что он может, — это переключить телеканал. В рамках же одного канала зритель — участник линейного потребления. В Интернете же такой вид восприятия информации практически отсутствует: человек волен в любую минуту выбрать другой материал или передачу. Мультимедийность есть родовая характеристика Интернета, но ее же мы можем рассматривать и как типологическую особенность какого-либо сетевого или онлайн-версии издания именно потому, что каждое СМИ использует данное качество в разной мере, используя или не используя различные формы преподнесения информации.

Существует также понятие «гипермедийность», которым некоторые ученые оперируют в отношении конкретно Интернет-СМИ — как раз потому, что мультимедийность присутствует у традиционных видов СМИ. Гипермедийность же, по мнению исследователя С.Носовец, подразумевает под собой способность объединять в себе все виды средств массовой информаций (ТВ, радио, печать) и «могут использовать все существующие формы мультимедиа и их комбинации»[[20]](#footnote-20).

В Интернет-изданиях, использующих различные формы подачи своего материала и явно демонстрирующих процесс конвергенции, существует постоянная необходимость задействовать различные форматы и способы оформления. Это породило такое понятие, как «мультимедийный журналист»[[21]](#footnote-21), так называемый универсальный журналист, способный работать не только как печатник, но и как телевизионщик/радийщик/блогер и, соответственно, предоставлять и готовить информацию в зависимости от необходимой формы и формата. Таким образом, можно сказать, что мультимедийность в некоторой степени оказала влияние на трансформацию профессиональной деятельности журналиста.

*Гипертекстуальность*

Существует множество определений данного понятия, характеризующие его с разных точек зрения. Исследователь О.В.Соболева, занимающаяся проблемой определения термина, приходит к выводу, что «гипертекстуальность — это обозначение особых изменений, которые претерпел письменный текст, перемещенный в электронную среду»[[22]](#footnote-22). Определить гипертекстуальность исключительно как способ объединения нескольких текстов при помощи отсылок нельзя. В таком случае мы можем сказать, что гипертекстуальность существует давно и во всех каналах СМИ — «Ссылки на прошлые выпуски («как мы писали ранее») или отсыл к другим СМИ («как сообщала на прошлой неделе газета «Известия»), разве это не «гиперсвязь» разных текстов в единое целое?»[[23]](#footnote-23). Об этом же говорит и М.В.Масалова, давая свое определение интерактивности как «потенциальной и реализованной возможности нелинейного прочтения текста, а также текстового единства, состоящего из двух или более текстов»[[24]](#footnote-24).

Гипертекстуальность — принципиальное отличие Интернет-пространства от прочих площадок размещения информации. Ряд особенностей выявляют разные исследователи, занимающиеся вопросом по данной характеристике. Одна из его отличительных черт как раз и заключается в том, что гипертекстуальность дает возможность воспринимать материал нелинейно. Читатель способен сам выстраивать порядок прочтения/просмотра/прослушивания журналистских материалов, текст перестает быть неподвижной фигурой, загнанной в пределы одного материала, одной страницы. Гипертекст представляет собой ряд материалов, существующих в пространстве Интернета и связанных между собой, и эта связь — еще одна отличительная черта. Отдельные, но соотносимые друг с другом материалы следует рассматривать как совокупность элементов гипертекстуальности, и тогда мы увидим, что только у Интернет-изданий есть возможность сразу перенести зрителя или читателя на то, на что ссылается автор. Это может быть другой текст, или другой фрагмент того же текста, или фото-/видеоизображение, или звук. Здесь мы видим тесную взаимосвязь с такой характеристикой, как мультимедийность. Фактически гипертекстуальность является одним из возможных инструментов реализации мультимедийности.

Выделяют два вида гипертекстуальности — внутреннюю и внешнюю, их различие заключается в разных источниках информации. Ко внутренней относятся ссылки, сделанные на материалы того же сайта (т.е. гиперсвязь осуществляется в рамках одного сайта, ссылки, к примеру, идут на похожие публикации), а к внешней — ссылки на другие Интернет-ресурсы. Оба вида несут в себе главную цель в виде расширения обзора читателя, чтобы тот смог узнать больше информации. Однако внешняя гипертекстуальность чаще позволяет читателю/зрителю познакомиться с альтернативными точками зрения, другими источниками информации. Текст, снабженный гиперссылками, приобретает способность ориентироваться в неограниченном Интернет-пространстве, хоть это ориентирование весьма условно. Как мы знаем, путешествия по гиперссылкам могут приводить читателя к самым неожиданным материалам, не связанным с изначальной темой, в которую углубился потребитель информации.

Еще одной отличительной чертой гипертекстуальности мы можем назвать индивидуальность. Такую характеристику дает исследователь Т.В.Синенко, отмечающая связь содержания гипертекста «от целей, задач и предпочтений конкретного пользователя»[[25]](#footnote-25). Сам пользователь, читатель становится фактически соавтором: он сам выстраивает порядок прочтения материалов, сам определяет, что читать. Это характерно исключительно для веб-пространства.

## 1.3 Журнал «Дилетант» и его сетевая версия в контексте действующих научно-популярных исторических СМИ

Наиболее распространенным первичным делением печатных изданий является деление на универсальные и специализированные. Рассматриваемый в данной работе журнал «Дилетант» является специализированным научно-популярным изданием, посвященным исторической тематике.

Как мы говорили ранее, у формирования типа издания существует предварительный этап, на котором обуславливается появление определенного СМИ на медиарынке. Прежде чем перейти непосредственно к типологическим признакам, необходимо рассмотреть эти внешние факторы.

До появления журнала «Дилетант» в сегменте научно-популярной исторической журналистики уже существовали издания той же направленности, большинство из которых возникли в XXI веке. «Московский журнал», «Журнал учета вечных ценностей „Адреса Петербурга“», «Загадки истории», «История в подробностях» и др. — печатные издания, которые явно рассчитаны на широкий круг читателей. Кроме того, нужно отметить существование такой обширной тематической группы, как краеведческие издания[[26]](#footnote-26), к которым относятся в том числе и «Адреса Петербурга» и «Адреса Москвы» (издается с 2007 года той же командой, что работает и над петербургским журналом).

В таком контексте научно-популярных исторических журналов в 2012 году появляется издание «Дилетант». Журнал был задуман как познавательная альтернатива классическим научным историческим журналам[[27]](#footnote-27). О социальных предпосылках возникновения журнала говорит и сам главный редактор издания Виталий Дымарский в своем редакторском обращении первого выпуска «Дилетанта»: «За последние 20 лет широкие дискуссии вокруг отечественной истории породили в обществе конфликты не меньшие, если не большие, чем дискуссии политические. Мало того, что Россия за эти годы превратилась в «страну с непредсказуемым прошлым», так эти противоречия и столкновения на исторической почве раскалывают общество и в его трактовках настоящего и будущего. Отсюда — идущее и сверху, и снизу стремление разобраться в этом самом «непредсказуемом прошлом». Для этого и возник «Дилетант»….»[[28]](#footnote-28).

Идея создания журнала принадлежит Алексею Венедиктову — главному редактору радиостанции «Эхо Москвы». При этом, задумка была еще в 90-х годах, но до ее реализации дошли только в 2012 году, который объявили Годом российской истории. Главный редактор В.Дымарский в первом же обращении к читателям сделал акцент на том, что редакция, учредители и издатели «ни в коей мере не стремились синхронизировать свои действия с действиями нашей власти»[[29]](#footnote-29).

По словам А.Венедиктова, в России «к истории относятся со звериной серьезностью», и сама история превратилась «в политику, в оружие»[[30]](#footnote-30), в то время как история для читателя должна быть привлекательной, интересной и цепляющей. Этого и стремится добиться «Дилетант» в своем варианте преподнесения исторического материала аудитории.

Для полноты картины рассмотрим электронные версии некоторых исторических научно-популярных журналов на данный момент. Отметим, что краеведческие журналы составляют другую типологическую нишу, нежели журналы, рассказывающие об истории в более крупных масштабах, поэтому в рамках данной работы следует обратить внимание на «универсальные» исторические издания, рассказывающие об истории государства или же мировой истории в целом.

Также существуют журналы исторической направленности и рассчитанные на широкого читателя, но не являющиеся научными. Так, например, журнал *«Ваш тайный советник»*, не содержащий в себе признаки научного журнала, акцентирует внимание на том, что он «первый в России популярный исторический журнал. События далёкого и недавнего прошлого представлены здесь в виде увлекательного чтения»[[31]](#footnote-31).

*«Московский журнал»* начинал как краеведческий, но достаточно быстро он перешел к общероссийскому масштабу. В 1995 году у него появился подзаголовок «История государства Российского» Издание явно направлено на массового читателя, это видно даже по авторскому составу журнала и тому, какие мероприятия он проводил ранее: «Более десяти лет — с 1991 по 2003 год проводились «Вторники «Московского журнала», своеобразные устные выпуски издания, на которых с читателями встречались наши авторы — поэты, писатели, артисты, ученые, военные. На «Вторниках» звучали музыка и стихи, демонстрировались фильмы. И всегда шел разговор об исторических судьбах России, ее духовности»[[32]](#footnote-32). Однако сам журнал акцентирует внимание на том, что у издания существуют определенные строгие принципы и собственные правила[[33]](#footnote-33) и материал преподносится в форме, близкой к академической.

У «Московского журнала» есть свой сайт, на котором размещаются свежие выпуски и архивные номера печатного журнала. Однако ни один материал не представлен полностью: в интернет-версии журнала размещается только начало каждой статьи, а далее читателю предлагается либо купить выпуск, либо подписаться на сайт pressa.ru. На момент обращения на сайт (02.05.2018) ссылка на подписку выдавала ошибку.

Интернет-версия «Московского журнала» полностью повторяет рубрики, встречающиеся в журнале, и не содержит дополнительных материалов и статей, которые бы отличались от того, что публикуется в печатной версии. Главная страница представляет собой длинную прокручивающуюся вниз ленту, в которой висят материалы в порядке публикации. На верху главной страницы в левой части шапки расположено содержание сайта. Есть раздел «Рубрики», в котором в сравнительно простом оформлении перечислены все разделы, когда-либо возникавшие в журнале. Например, в рубрике «2010: Год Франции в России и России во Франции» содержится всего один материал[[34]](#footnote-34), а в рубрике «Карандашом, резцом и кистью» — 103[[35]](#footnote-35). Также присутствуют разделы «Архив номеров», «Приложения к Московскому журналу» и «Авторам». Из последнего мы узнаём, что в «Московский журнал» может прислать свой материал любой читатель, и редакция может дать положительный ответ на публикацию, и тогда присланные статьи попадут на страницы издания.

У сайта небогатое иллюстративное оформление: в большей части представленных для ознакомления материалов есть обложка, внутри текста иногда встречаются иллюстрации. Но у значительной части статей нет даже обложки, вместо нее на предпросмотре висит логотип журнала. В целом, сайт предстает сухим и однообразным и, к тому же, без возможности полностью прочитать хотя бы один текст.

Издание *«История в подробностях»* вообще не имеет самостоятельного сайта. В сети журнал представлен как раздел на сайте издательского дома «Эдисьон Пресс. В разделе «О журнале» данное издание представлено как научное, но «для всех, кто интересуется историей»[[36]](#footnote-36). На сайте издания в разделах о данном журнале можно ознакомиться с содержанием архивных номеров, просмотреть определенные развороты, которые перед этим нужно сказать на компьютер, и прочитать аннотации. Полных материалов на сайте также нет: прочитать можно только колонку главного редактора к каждому выпуску, увидеть содержание, а далее журнал предлагают купить. Издание приглашает к сотрудничеству специалистов в исторической области. Описанным выше функционал раздела сайта, посвященному «Историям в подробностях», и ограничивается.

*«Загадки истории» —* молодое научно-популярное издание, выходящее с 2011 года, печатная версия выходит еженедельно по 40 полос. Сайт существует на домене <http://zagadki.media/> и представляет собой прокручивающуюся вниз ленту с маленькими разделами «О журнале», «В новом номере», «Подписка», «Письмо в редакцию» и «Реклама и дистрибуция». В разделе «О журнале» представлен один из выпусков в электронном виде с возможностью постраничного пролистывания, как если бы мы читали сам журнал. Только этот номер трехлетней давности. Есть небольшой анонс свежего номера, который выглядит как изображение обложки, а слева и справа от нее — выноски рубрик и небольшого количества заголовков материалов. Нет архива выпусков, нет возможности предпросмотра материалов. В верхней части ленты-сайта (условно назовем эту часть стартовой страницей) закреплена карусель из трех изображений, не несущих никакой информационной нагрузки, а лишь анонсирующие три рубрики, которые можно встретить в журнале.

Хорошим примером научно-популярного исторического журнала можно назвать *«Исторический журнал History Illustrated»,* выпускаемый издательством ООО "НБ-Медиа" с 2005 года. Журнал рассказывает о всемирной истории, представляя свои материалы чаще всего в виде изображений. Исследователи отмечают, что «журнал большое внимание уделяет качеству полиграфического исполнения и напоминает скорее художественный альбом, нежели журнал»[[37]](#footnote-37).

Оформление электронной версии журнала <http://history-illustrated.ru/> сильно отличается от изысканности печатного издания. Простое цветовое решение, которое при этом не самое приятное для восприятия (сочетание красного и розового на фоне и черного и белого в тексте), на главной странице закреплена обложка свежего печатного номера, а вверху справа от заголовка и логотипа небольшое gif-изображение. В этой же шапке сайта есть строчное меню, в котором среди прочих есть раздел «Иллюстрации». При нажатии на него слева появляется список веков в виде гиперссылок и поисковая строка, в которой можно найти по какому-либо ключевому слову необходимое изображение — либо же можно нажать на век и в выпадающем меню выбрать нужное. При открытии групп иллюстраций в основном поле страницы на розовом фоне появляются фотографии, гравюры и другие графические материалы с небольшими подписями, при этом не используются никакие другие возможности веб-пространства, кроме доступа к увеличенному размеру иллюстрации.

Сам журнал проводит активную работу по сбору редких иллюстраций, «В какой-то степени «Исторический журнал History Illustrated» — это пополняемая коллекция редких иллюстраций, найденных в запасниках музеев, хранилищах библиотек и архивов. Возможно, без его внимания многие картины, гравюры, офорты, автографы так никогда и не были бы обнародованы»[[38]](#footnote-38). Только все уникальные особенности, выделяющие этот журнал среди прочих, остаются внутри печатного издания, а электронная версия довольно прозаична в оформлении и не предоставляет уникальный контент. Доступ к текстам также ограничен. Есть ссылки на некоторые статьи из выпусков, к ним приписка: «С полной версией статьи Вы можете ознакомиться в сетевой Библиотеке издательства Nota Bene»[[39]](#footnote-39), при этом ссылка на библиотеку издательства не работает ни под одним материалом, а просто перекидывает на стартовую страницу «History Illustrated».

Журнал также приглашает к сотрудничеству авторов. Есть раздел «Архив» и «iPad» — журналы можно купить в AppStore и загрузить на свои электронные устройства.

В ряду существующих и функционирующих научно-популярных исторических журналов «Дилетант» — одно из самых молодых и интереснейших изданий. Особенно это касается электронной версии журнала, которая стала уникальным познавательным феноменом, использующим многочисленные приемы и возможности по взаимодействию с читателем и преподнесению контента аудитории.

Интернет-версия «Дилетанта» не является дублированием печатного журнала, «но является его развитием (вариацией), вынося самостоятельные рубрики, применяя живое общение, что позволяет корректировать печатную версию, привнося что-то новое, порой «идущее из народа», в каждый последующий номер»[[40]](#footnote-40).

«Дилетант» выходит далеко за пределы своего сайта <http://diletant.media/>. Так, например, издание уделяет внимание социальным сетям: официальные страницы и группы электронной версии журнала есть в «ВКонтакте», Instagram, Twitter и Facebook. Для сравнения, сравним количество подписчиков «Дилетанта» с аудиторией некоторых других научно-популярных исторических журналов, большинство из которых явно забросило свои тематические паблики (дата обращения: 02.05.2018):

* Дилетант (<https://vk.com/diletant_media>) — 142 517 подписчиков
* Загадки истории (<https://vk.com/zagadki.istorii>) — 775 подписчиков
* История в подробностях (<https://vk.com/istoria_podrobnosti>) — 27 подписчиков
* Родина (<https://vk.com/rgrodina>) — 7 146 подписчиков
* History Illustrated — нет страницы
* Наше наследие (<https://vk.com/russianasledie>) — 1 026 подписчиков
* Московский журнал — нет страницы

## Выводы

Резюмируя первую главу, мы отметим следующие положения:

* Типологический метод исследования представляет собой анализ средства массовой информации по наиболее существенным признакам. При этом типологический анализ более универсален, чем классификация, т.к. в отличие от классификации «допускает существование таких явлений, которые не соответствуют ни одному из выделенных критериев»;
* Типологический метод исследования применим к журналам любого направления. Мы отметили, что типология научно-популярных журналов изучается некоторыми учеными отдельно, причем уже достаточно продолжительное время, хотя исследований на данную тему проводилось и не так много. Так как журнал «Дилетант» является научно-популярным журналом, в рамках данного исследования мы сочли наиболее оптимальным вариантом для типологического анализа данного издания отталкиваться от перечня типологических признаков, предложенного А.И.Акоповым и М.В.Шкондиным; описанный в первой главе анализ А.Акопова создавался автором именно для специализированной прессы. Однако типологический метод пока не до конца приспособлен для анализа электронных изданий. В целом, типологические признаки, характерные для печатных средств массовой информации, подходят для анализа и электронных медиа. Однако, несмотря на явную схожесть печатных и электронных газет и журналов, существует ряд признаков, отличающих издания, функционирующих в сети. Многие признаки нуждаются в уточнении, а также на наш взгляд, к типологическим характеристикам следует добавить новые категории, по которым стоит анализировать электронное СМИ. В частности, речь идет о интерактивности, мультимедийности и гипертекстуальности, которые в рамках данной работы используются не только как родовые характеристики Интернета, но и типологические характеристики электронного журнала;
* Для Интернет-версии журнала как для нового вида СМИ более значительную роль играют именно те характеристики, которые описывают трансформацию текста, перенесенного в веб-пространство, а именно гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность. При типологическом анализе, на наш взгляд, особое внимание следует уделить именно этим признакам.

# ГЛАВА II. Сетевая версия журнала «Дилетант»: типологический анализ

## 2.1 Характеристика издания по основным типологическим признакам

Типологический анализ журнала «Дилетант» в данной работе будет осуществляться по выделенным из нескольких вариантов классификаций печатных изданий параметрам, которые присутствуют в большинстве классификаций, а также наиболее ярко представлены в журнале либо же отличают данное издание от других в своем сегменте.

Обратим внимание, что для типологического анализа взяты материалы сайта «Дилетант» за 2017-2018 года.

***Учредитель и издатель***

Учредителем и издателем журнала «Дилетант» после смены основного учредителя в 2015 году является ООО «Образование 21 век», генеральным директором которого является Алексей Венедиктов (76% по данным ресурса sbis.ru[[41]](#footnote-41)).

История печатного журнала начинается в 2012 году, когда выходит первый выпуск издания с В.Путиным на обложке и заголовком: «Опричнина: от Ивана Грозного до Владимира Путина». Электронная же версия начинает свою историю немного раньше: регистрация в социальных сетях с указанием ссылки на сайт датируется декабрем 2011 года. Так, на сайте vk.com «Дилетант» зарегистрирован 21 декабря 2011[[42]](#footnote-42), в Twitter — 22 декабря 2011[[43]](#footnote-43).

Главным редактором сайта с 1 февраля 2016 года является Алексей Соломин, корреспондент и ведущий радиостанции «Эхо Москвы». При вступлении на должность Соломин отметил, что грядущие изменения в работе сайта «…связаны с поиском дополнительных форм взаимодействия с пользователями, предложением большего количества востребованных, но при этом важных, с нашей точки зрения, форматов. Вообще это заданный еще до меня тренд на создание в России самого интересного и посещаемого сайта об истории»[[44]](#footnote-44).

***Цели и задачи***

«Дилетант» в первую очередь — научно-популярный журнал, поэтому, очевидно, цели и задачи, характерные для большинства периодических изданий этого вида, характерны и ему. Основные функционально-целевые направления данного вида изданий можно определить следующим образом:

– популяризация истории как науки, исторических знаний, способствующих расширению кругозора читателя;

– информирование читателей о новых открытиях, находках и т.д.;

– рассмотрение актуальных вопросов истории с целью представить ситуацию, максимально опираясь на факты и доказательства.

Кроме того, в «Дилетанте» можно выделить цели, которые отличают его от других изданий. Так, мы можем говорить о таком стремлении, как привлечение к историческим темам максимально широкого круга читателей самых разных возрастов. Издание позиционирует себя как «журнал для семейного чтения», особенно молодого поколения, при этом, однако, не «сковывая себя рамками исключительно детской и молодежной аудитории»[[45]](#footnote-45).

Из описанных целей в итоге можно выделить и функции, осуществляемые данным изданием:

1. Информирование: предоставление новой информации исторической тематики — от новинок в области компьютерных игр на историческую тему до новых открытий (например, рубрика «Новости»; «Почитать, посмотреть, посетить, поиграть»);
2. Просвещение: «Задача ученых — разбить эти мифы [мифы отечественной истории – прим.] через кропотливую работу с архивами и научную интерпретацию фактов. А наша, дилетантская, — изложить результаты такой работы доходчивым языком, понятным не только специалистам»[[46]](#footnote-46);
3. Стимул изучать историю: подача материалов целиком направлена на привлечение как можно более широкой аудитории с целью заинтересовать историческими фактами и историей как наукой, которую необходимо знать и сопоставлять с реалиями нашего времени.

***Читательская аудитория***

Основное отличие читательской аудитории научно-популярных журналов заключается в том, что она заинтересована в предметно-тематическом наполнении страниц данного вида изданий.

 «Дилетант» относится к своей аудитории созвучно своему названию: «…это издание не научное, предназначенное для дилетантов от истории, коих подавляющее большинство, но при этом страстно желающие понять собственную историю, отделяя в ней факты от мифов»[[47]](#footnote-47).

При этом, как уже отмечалось выше, журнал позиционирует себя как издание «для семейного чтения», т.е. направлен на любой читательский возраст.

Если говорить о печатном журнале, то первые выпуски «Дилетанта» (2012-2013 года) выходили с отметкой «6+»; сейчас журнал маркируют отметкой «12+». В электронной же версии ограничение по возрасту не указано ни на самом сайте, ни в его группах в социальных сетях. Некоторые материалы, опубликованные на diletant.media, маркируются ограничением «18+» (например, фотоподборка о бальзамировании тел[[48]](#footnote-48), статья «Беспощадные скифы» [[49]](#footnote-49) о скифских похоронных обрядах, статья «Вооружен и опасен»[[50]](#footnote-50) о содержании в тюрьмах средневековья и Нового времени и т.д.).

 Электронная версия «Дилетанта» явно делает ставку на молодую аудиторию. Сама специфика интернет-среды в основном направлена на молодежь, которая значительную часть времени проводит в интернет-среде.

В частности, мы видим это даже в его рубриках: среди прочих на сайте есть раздел «ЕГЭ — проверь свои знания», где читателю предлагается пройти несколько заданий в тестовой форме с выбором ответа, что напоминает задания единого государственного экзамена.

Следует отметить, что «Дилетант» является проектом радио «Эхо Москвы», и значительная часть аудитории пришла именно из слушателей радиостанции. Журнал регулярно упоминается в эфирах, его обсуждают, посвящают программы, печатную версию разыгрывают в эфире и иногда делают отсылки к материалам, опубликованным на печатных или электронных страницах издания.

***Авторский состав***

В электронной версии «Дилетанта» (как и в печатной) среди авторов превалируют журналисты, а не ученые. Научные знания, полученные и предоставленные учеными, или же факты, полученные из документов, необходимо адаптировать для неподготовленной аудитории, на которую журнал и рассчитан. Это имеет и прямое отношение к популяризации науки, которая по сути своей всегда была обращена к неспециалистам, «дилетантам» в той области знаний, о которой пишет издание. Авторы журнала фактически создают научный текст на языке массовой аудитории.

В статьях, публикуемых на сайте «Дилетанта», встречаются ссылки на сайт радиостанции «Эхо Москвы», в частности, на блоги «Эха». Так, например, автором статьи «Головокружение Хичкока»[[51]](#footnote-51) значится «Эхо-кино», и ссылка под этими словами ведет нас на сайт «Эха Москвы».

В отличие от печатной версии «Дилетанта», на сайте публикуется гораздо меньше материалов, авторами которых являются ученые деятели, кандидаты и доктора исторических наук, доктора философских наук, профессора университетов, художники-реставраторы, хранители и научные сотрудники музеев и другие авторы, являющиеся специалистами в определенной области исторической науки. Но важно отметить, что с учёными проводятся встречи и интервью в рамках проекта «Дилетантские чтения», речь о котором пойдет чуть позже.

Раздел сайта «Смотритель» содержит в себе онлайн-экскурсии по Эрмитажу: раз в месяц журналисты заглядывают в залы и хранилища музея и ведут прямые трансляции бесед со специалистами и хранителями, показывают экспонаты. В этом мы видим еще одну черту электронной версии журнала: наблюдается взаимодействие между журналистами и учеными, когда, например, профессиональный сотрудник музея проводит экскурсии, а журналисты делают фото- видеоматериалы в форматах видеоэкскурсии и/или расшифровок интервью.

Типологический параметр «авторский состав» напрямую связан с предыдущим — с читательской аудиторией. Своеобразной особенностью анализируемого издания является то, что сами журналисты «дилетантами» считают не только читателей, но и самих себя: иногда в шутку, иногда всерьез они называют себя «дилетантами»[[52]](#footnote-52). Такое позиционирование вызывает дополнительную симпатию у аудитории, ведь читатели менее чувствительно воспринимают (или не воспринимают вовсе) разницу в уровне знаний своих и знаний журналистов.

Важной особенностью «Дилетанта» является возможность завести блог и публиковать свои собственные тексты исторической тематики. Авторами сайта могут стать сами читатели, и это является одновременно и особенностью авторского состава электронной версии, и интерактивной особенностью. Свои блоги на сайте «Дилетанта» заводят как обычные читатели, так и известные деятели, и журналисты: например, мэр Москвы Сергей Собянин, режиссер Александр Роднянский, главный редактор печатного журнала «Дилетант» Виталий Дымарский, актер Станислав Садальский, писатель Борис Акунин и др.

***Внутренняя структура***

Под внутренней структурой при анализе печатного издания подразумевается «принцип расположения материала непосредственно внутри издания, то есть принцип деления на разделы и рубрики, их характер и метод подачи, а также объемное соотношение между ними»[[53]](#footnote-53), и это определение в точности можно перенести и на веб-страницы, которые мы рассматриваем при анализе электронной версии журнала.

Электронная версия «Дилетанта» имеет более обширную рубрикацию, нежели печатный журнал. На главной странице сайта обозначена общая структура сайтов из восьми разделов. Раздел **«О проекте»** содержит краткую справку о самом портале и емко описывает некоторые рубрики сайта, а также обращает внимание читателей, что каждый может завести свой блог на diletant.media.

Раздел **«Реклама»** еще более маленький, в нем указана информация о том, с кем нужно связаться для размещения рекламы или по другим вопросам сотрудничества.

Раздел **«Журналы»** подразумевает под собой то, что большинство других изданий называют архивом. Здесь расположен магазин печатных журналов, где можно купить любой выпуск 2016-2018 годов в формате .pdf, а также прочитать по четыре материала из каждого журнала. Они также представлены в .pdf и, в отличие от других изданий, которые упоминались нами ранее и которые предоставляют только ознакомительную версию статей, «Дилетант» дает возможность прочитать полные, не сокращенные материалы.

**«Подписка»** — тоже стандартный для большинства электронных версий изданий раздел. Он содержит ссылки на внешние ресурсы, с помощью которых читатель может оформить подписку на печатный журнал, высылающийся почтой. При этом читатель может быть не только из России, но из-за рубежа, а также есть ссылка на англоязычный ресурс для иностранных граждан. Для удобства некоторые ссылки дополнены объяснением, как правильно указать информацию при оформлении заказа.

Остальные четыре раздела, указанные на сайте, содержат в себе уже непосредственно контент, и самым обширным из них является раздел **«Рубрики»**. «Дилетант» отличается своей сложной рубрикацией, где в разделе обозначены сами рубрики, а внутри некоторых рубрик в выпадающем меню содержится еще большее количество подрубрик. Так, например, рубрика «Статьи» подразделяется еще на 18 категорий, в каждой из которых содержатся по несколько страниц объемных материалов.

Некоторые рубрики электронной версии «Дилетанта» повторяют печатный журнал, но не дублируют содержание: к примеру, в рубрике «Процесс», посвященной нашумевшим и скандальным процессам разных времен и разных стран, «оставшихся не только в судебных архивах, но и в общей истории человечества»[[54]](#footnote-54), материалы представляют собой расшифровки программы «Не так» радиостанции «Эхо Москвы» Алексея Кузнецова и Сергея Бунтмана. В печатном журнале рубрику «Процесс» ведет также Алексей Кузнецов.

Рубрика «Документ» (тоже не публикует те документы, о которых пишут в печатном журнале) — одна из самых значимых для «Дилетанта» рубрик, поскольку журнал стремится рассказать о малоизвестных, ранее засекреченных документах, доступ к которым не всегда есть даже у журналистов. Так, например, А.Венедиктов ссылается на ситуацию, где ему не позволяют увидеть фирман («огромный, красочный, с кистями»[[55]](#footnote-55)), который был прислан шахом с извинениями за убийство А.С.Грибоедова. Редактор общался на эту тему и с К.Лавровым, и с М.Захаровой: «Никто не отказывает. Но фирман не дают»[[56]](#footnote-56). При этом редакторский состав журнала намерен продолжать распространять информацию и популяризировать те или иные ситуации и документы: «Фантастика, что Украина рассекретила архивы КГБ. Это привело в бешенство людей здесь. <…> И если нам не дадут работать здесь, мы вынуждены будем работать там»[[57]](#footnote-57).

Уникальные для сайта рубрики — «Сущность дня», «ЕГЭ», «Личностный тест», «Видео & Аудио». Первая подразделяется на «Герб дня», «Герой дня», «Цифра дня» (обновляются раз в три дня), «Картинка дня», «Цитата дня», «Ну и денёк» (ежедневные). «Ну и денёк» — рубрика, носящая одно имя с рубрикой в эфире «Эха Москвы». Она представляет собой подборку случайных исторических фактов, между собой связанных только числом месяца.

«ЕГЭ» — сборник онлайн-тестов от «Дилетанта» на абсолютно разные тематики: исторические события, современные актуальные проблемы и ситуации, юбилейные даты. Один из самых просматриваемых и популярных разделов сайта. Под каждым тестом есть статистические данные, показывающие охват в целом и охват зарегистрированных на сайте diletant.media пользователей. В среднем, каждый тест охватывает 20000-25000 уникальных посетителей, но встречаются и такие тесты, где охват составляет больше сотни тысяч человек. Каждый тест представляет собой 11 вопросов с выбором ответа, решить которые нужно максимум за семь минут. Сама рубрика и ее формат играют большую роль в привлечении пользователей — современный интернет-читатель любит проходить тесты, особенно где нужно не самому писать ответ, а только нажать на один из представленных вариантов. Важен и выбор темы для теста. Вопросы про исторические фигуры, великие сражения, эпохи чередуются с тестами более развлекательной тематики: «Смог бы ты написать фэнтези? Хватит ли тебе знаний?», «Неожиданные финалы сказок. Как на самом деле закончились известные истории?», «Пушкин или не Пушкин? Попробуй пройти квест и угадать автора известного стихотворения!» и т.д. Прямое обращение на «ты», заголовочный комплекс работают на читателя, на захват его внимания и интереса, чтобы тот нажал на ссылку и перешел на страницу сайта. Особенно действенным для набирания охвата такой рубрикой является размещение ссылок в социальных сетях. Срабатывает сразу несколько факторов:

* Аудитория (особенно молодая) приучена к формату теста и любит его;
* Простота и удобство: большинство читателей социальных сетей просматривают паблики через мобильные устройства, которые максимально оптимизированы для удобства и простоты — переход по внешним ссылкам осуществляется в одно касание, при не нужно покидать приложение социальной сети;
* Психологический фактор: небольшой размер самого теста и вопросов в нём помогают человеку не чувствовать, как он тратит время.

Точно так же можно сказать и о рубрике «Личностный тест» с подзаголовком «Найди свое место в истории». Схема еще проще, чем в «ЕГЭ» — нужно выбрать не правильный вариант, а тот, который подходит больше всего конкретно читателю. Мы видим яркий пример персонификации — одного из методов воздействия на читателя, который способствует тому, что читатель идентифицирует себя с персонажем, героем или эпохой, о которой идет речь. Опять же, не всегда речь идет об исторических событиях или времени. Встречаются личностные тесты такого плана, как «Кто ты на шабаше? Ведьма, Сатана или простой смертный?», «Простоквашино. Кто ты из его героев?», «Будущее. Кто ты из его создателей?» и т.д.

Рубрика «Афиша» продолжает линейку развлекательных разделов сайта. Здесь читатель может увидеть анонсы культурных мероприятий Москвы и Петербурга.

Рубрика «Видео & Аудио» содержит в себе три раздела, которые также вынесены в верхнюю часть стартовой страницы — «Видео», «Аудио» и «Трейлеры». Аудитории предлагается посмотреть «Старые клипы, исторические видео и военно-исторические записи»[[58]](#footnote-58), трейлеры старых фильмов, а также прослушать аудиозаписи настоящих голосов известных писателей прошлого (Л.Толстой, И.Бунин, В.Маяковский и др.).

На шапку стартовой страницы вынесена строка поиска по сайту и похожий на такой поиск сервис «Выбор эпохи и места». Поисковая строка работает в положенном режиме, в то время как «Выбор эпохи и места» не позволяет искать материалы по своему алгоритму, в котором нужно выбрать диапазон веков, по которым будет осуществляться поиск, часть света (или космос) и уточнить поисковой запрос. Например, даже при выборе параметров «Новое и новейшее время XVII-XXI» — «Космос» — «Гагарин» данный поисковик не выдает никаких результатов, хотя на сайте есть материалы о данной исторической личности.

Следующий раздел сайта — «Новости», содержащий заметки о новых открытиях и свежих находках, о знаковых событиях в исторической области. Это ежедневно обновляющийся, но не основной раздел электронной версии журнала, что хорошо видно по счетчикам просмотров материалов: большинство новостей собирает около 1000-2000 просмотров. Почти все материалы ссылаются на первоисточники (чаще всего англоязычные).

Упоминавшийся ранее раздел **«Смотритель»** с видеоэкскурсиями по Эрмитажу обновляется раз в месяц: в определенное время, которое анонсируется в пабликах «Дилетанта» в социальных сетях, проходит онлайн-трансляция экскурсии, а после окончания эфира видеозапись остается доступной на сайте «Дилетанта», а также на канале «Дилетанта» на видеохостинге YouTube и сайте «Эха Москвы». Этот раздел — одно из ярких проявлений мультимедийности издания.

Раздел «Известия», появившийся в 2018 году, не имеет никаких пояснений, чему посвящена данная часть сайта, в ней есть только два оформленных блока с ссылками на материалы из рубрики «Статьи» и поэтому выглядит недоработанной. На самом же деле в этом разделе содержится пакет газеты «Известия» за 3-7 января 1918 года. Для скачивания доступно пять файлов в формате .pdf, содержащих сканы газет начала 1918 года.

Второй блок сообщает, что на открытие пакета номеров за 9-14 января собрано только 2% от необходимой суммы. И только перейдя по ссылке «Внести сумму на открытие пакета» мы видим пояснение: «Исторический проект Дилетант оцифрует и выложит в свободный доступ все номера газеты Известия за 1918-й год. Однако для того, чтобы покрыть расходы на приобретение коллекции и ее оцифровку мы предлагаем следующий вариант соучастия в этом проекте…»[[59]](#footnote-59).

***Оформление***

Одна из главных особенностей печатного «Дилетанта» заключается в том, что это журнал для чтения и «смотрения». Таковым он и задумывался: большая часть информации подается в инфографиках, схемах, картинках, фотографиях, иллюстрациях и даже комиксах. В некоторой степени мы так же можем сказать и про электронную версию исторического журнала: например, раздел «Смотритель» полностью «для смотрения» — здесь опубликованы видеоэкскурсии и фотографии экспонатов. Рубрики «Видео & Аудио», «Разбор картины», «История одного шедевра», «Сними это!», «Страдающее Средневековье» полностью держатся на графических элементах (картины, фотографии, видео, комиксы). Каждый материал из другой рубрики или раздела имеет какую-либо сопровождающую иллюстрацию, которая может быть и репродукцией картины, и фотографией, и инфографикой. Большое количество графических материалов может быть обусловлено особенностями современного потребителя информации и его клиповым мышлением.

Сам дизайн сайта воспринимается как простой в исполнении и довольно гармоничен по используемым цветам. Благодаря этому он не перегружает глаз и комфортен для чтения, что отличает его от некоторых других электронных версий исторических журналов. В самой верхней части сайта расположен рекламный баннер, ниже — графический элемент в виде открывающихся при наведении курсора вкладок с главными материалами дня.

Однако на сайте присутствуют и определенные ошибки в оформлении. Так, например, когда на прокрученной вниз странице, содержащей ссылки с левого края, пользователь хочет нажать на эту ссылку слева, он нажимает на ускоренное прокручивание на верх этой же страницы. То есть для возвращения к началу страницы отводится слишком большое поле, из-за чего иногда невозможно открыть ту или иную ссылку.

Данная модель оформления помогает реализации сразу нескольких целей, которые ставит перед собой издание, а именно: упрощение подачи материала для более легкого восприятия читателем; привлечение читателя за счет яркости и красоты оформления; использование таких форм подачи информации, как комикс, для привлечения аудитории и к журналу, и к изображенному сюжету, и к самой исторической науке; развлечение читателя, при этом с отсылками и информацией о реальных исторических фактах с познавательной целью.

 ***Формальные типологические признаки***

Признаки данной группы можно применить только в уточненном для сетевой специфики виде. Максимально приближенным по смыслу показателем к **тиражу** являются статистические данные о просмотре материалов и посещении сайта. Согласно рейтингу сайтов медийно-сервисного портала «Рамблер»[[60]](#footnote-60), электронная версия журнала «Дилетант» занимает второе место в категории «Наука»; опережает его только официальный сайт журнала «Psychologies». Третье место в рейтинге занимает электронный журнал «Русская историческая библиотека», при этом «Дилетант» набирает 625 327 просмотров, а ближайший к нему конкурент — 96 900 (приводятся данные на 11.05.2018).

Согласно отчетам сервиса LiveInternet, средняя ежедневная посещаемость электронной версии журнала «Дилетант» составляет 49 479 человек, а количество просмотров — более 235 000[[61]](#footnote-61).

По данным портала о рейтингах сайтов Top.mail, «Дилетант» в категории «Журналы» занимает третье место. При этом ближайший интернет-журнал, тематически похожий на «Дилетант», это «National Geographic Россия» (по крайней мере, в нем есть раздел «История»). Журнал занимает четвертое место, однако разница в количестве просмотров (визитов) — более 110 000[[62]](#footnote-62). При этом больше ни исторических, ни имеющих рубрику об истории, журналов в первых 60 позициях рейтинга нет. (Все данные приведены на 11.05.2018).

**Периодичность** интернет-версии исследуемого исторического журнала мы связываем с появлением новых материалов на сайте в тот или иной раздел. Сайт обновляется ежедневно, поэтому мы рассматриваем портал diletant.media как ежедневное издание.

Часть рубрик сайта все же не ежедневные, поэтому мы посчитали количество материалов, публикуемых каждый день в течение апреля-мая 2018 года и определили среднее количество новостей, появляющихся в один день. Так, ежедневно на сайте (а также в группах «Дилетанта» в социальных сетях) появляется около 20 новых материалов. Это число мы и рассматриваем как показатель **объема** интернет-журнала.

## 2.2 Характеристика издания по сетевым признакам

***Интерактивность***

Сетевая версия журнала «Дилетант» использует множество приемов интерактивного взаимодействия со своей аудиторией. Рассмотрим по порядку проявления интерактивности на diletant.media.

Формы интерактивного взаимодействия с читателями в некоторых случаях можно обусловить типологическим видом издания. В нашем случае идет речь об историческом журнале научно-популярного типа, и эта ориентация на широкого читателя ярко видна в том, что примерное соотношение научного и развлекательного материала 50/50, и развлекательные рубрики в большинстве своем имеют интерактивный характер. Конкретно мы имеем в виду самые одни из самых популярных разделов сайта «ЕГЭ», «Личностный тест» и «Опросы».

 Раздел «ЕГЭ» является развлекательным именно за счет своего формата: в вариантах ответа встречаются шуточные позиции, не имеющие отношения даже к самому вопросу; форма теста с готовыми вариантами ответа проста и понята. Иногда темы «ЕГЭ» и вовсе не предполагают конкретно исторические знания: часто тесты посвящены какому-либо фильму или биографии отдельного человека. В любом случае, эта рубрика сайта интерактивна за счет прямого взаимодействия с аудиторией и выполняет сразу и рекреативную, и медиаобразовательную функции. Последняя осуществляется следующим образом: когда читатель выбирает вариант и нажимает на «Ответить», на странице появляется фрейм с информацией, правильный ли это ответ или нет. В случае неверного выбора даётся небольшая справка о правильном ответе, и, таким образом, читатель, проходящий тест, узнаёт новую информацию.

«Личностный тест» интерактивен еще в большей степени, нежели предыдущий описанный нами раздел. Здесь уже идет ориентация на самого читателя: на его мнение, личные качества, характер. Эта рубрика полностью развлекательная, часто с шутками. Это можно назвать психологическим ходом от «Дилетанта», потому что даже той части аудитории, которым не интересен предмет истории для подробного изучения, всегда любопытно узнать, кем бы он был в прошлом, кем из персонажей любимого фильма или кем из мифических героев он бы стал ввиду своих особенностей и личного мнения.

«Опросы» — отдельная рубрика сайта, где читателям задают какой-либо актуальный вопрос и варианты «да», «нет», «затрудняюсь ответить». Это важная с точки зрения работы исторического журнала с реалиями настоящего времени. Как и печатный журнал, электронная версия «Дилетанта» переплетает исторические события с современной обстановкой, проводит параллели и актуализирует эпизоды прошлого. Кроме того, журнал обретает возможность получить обратную связь от читателей: что они думают по поводу актуальных событий, часто имеющих отсылки к прошлому (к примеру, «Стоит ли украшать город портретами Сталина города в День Победы?»[[63]](#footnote-63), «Оскорбляет ли вас снос советских памятников в других странах?»[[64]](#footnote-64) и др.).

Стоит отметить, что на самом сайте опросы собирают не так много пользовательских ответов. Реакцию в разы активнее мы видим в социальной сети «ВКонтакте», где в паблике «Дилетанта» в рубрике «[#опрос@diletant\_media](https://vk.com/wall-33538623?q=%23%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81)» к записи на стене прикрепляются дублирующие сайт опросы, и, если на самом портале набирается не больше 500 голосов, в паблике в «ВКонтакте» обычно не меньше 1000.

Интерактивность проявляется не только в определенных рубриках. Так, на сайте есть инструменты в виде поисковой строки, поиск по тегам. Также создан дополнительный поиск по сайту с возможностью выбора конкретной эпохи, времени и ключевому слову. Такие интерактивные элементы предоставляют читателю возможность управлять поступлением информации.

Электронная версия «Дилетанта» использует интерактивность почти по всем возможным схемам:

1. «От одного — к одному»: пользователь сайта может написать по электронной почте редактору или в какой-либо конкретный отдел по разным вопросам. Для этого в разделе «О проекте» предоставлен e-mail для обсуждения сотрудничества и e-mail главного редактора сайта Алексея Соломина, а в разделе «Реклама» — почта соответствующего отдела в редакции. Важная особенность интерактивности в сети заключается в том, что общение между журналом и читателем происходит в одной среде (Интернет) и может принимать онлайн-характер. В частности, это касается все тех же пабликов в социальных сетях, где всегда открыты личные сообщения группы (когда читатель может написать администраторам сообщества).
2. «От одного — ко многим»: интерактивность дает возможность журналу по-новому доносить информацию до читателя. Так, например, пользователь может включить уведомления сообществ в социальных сетях, и тогда после каждой новой публикации ему будет приходить рассылка в виде оповещения.
3. «От многих — к одному»: обычно в этой схеме речь идет о том, что пользователи могут задать вопрос конкретной персоне, и чаще всего эта структура применима к событиям в стиле «Задай вопрос депутату/историку/исследователю» и т.п.; «Дилетант» же строит коммуникацию данного вида по-другому: существует такой проект, как «Дилетантские чтения» — совместный проект Государственного Исторического Музея, «Эха Москвы» и «Дилетанта». Каждый месяц перед выходом нового номера в Петербурге или Москве в присутствии зрителей проводят встречу с журналистами, политиками, историками, учеными, которые обсуждают тему номера, при этом у зрителей также есть возможность высказаться. Прийти на такие чтения может любой желающий, все анонсы заранее вывешиваются как на сайте, так и в пабликах «Дилетанта».

***Мультимедийность***

Данный признак заключается в совмещении всех возможных форматов предоставления информации. Сетевая версия «Дилетанта» отличается тем, что активно использует данный параметр. На сайте есть тематический рубрика под названием «Видео & Аудио», кроме того, отдельные ссылки на «Видео», «Аудио» и «Трейлеры» присутствуют на главной странице сайта.

Мультимедийность есть главное проявление медиаконвергенции — процесса, при котором происходит слияние и форм подачи информации, и способов распространения этой информации. «Дилетант» — это не только печатный журнал и его электронная версия, но и тематические радиопрограммы на «Эхе Москвы» (а ранее и телевизионная передача на телеканале «Дождь», до февраля 2014 года).

Программа «96 страниц», ежемесячно представляющая новый выпуск печатного журнала, также транслируется и на канале «Дилетанта» в YouTube и выходит на радиостанции. Здесь мы видим слияние видео-, аудио- и печатного формата, которые еще и анонсируются на сайте издания и транслируются через один из его сетевых аккаунтов.

Такая же история происходит и с программой «Дилетанты», передачей «о связях истории и современности, которую посменно ведут Виталий Дымарский, Сергей Бунтман и Сергей Шаргунов. К ним приходят гости — люди, чьи трактовки истории кажутся свежими и актуальными авторам программы»[[65]](#footnote-65). Программа транслируется и на YouTube-канале «Дилетанта», и на «Эхе Москвы».

Стоит отметить и то, что в электронной версии «Дилетанта» встречаются неполные расшифровки выпусков программы «Цена победы» на «Эхе». В лиде текста дается активная ссылка на сайт радиостанции, где можно прослушать выпуск полностью.

Сайт «Дилетанта» поддерживает позиционирование печатного издания как «журнал для чтения и смотрения», и явный плюс сетевой версии в том, что она не ограничена 96 страницами и может включать неограниченное количество иллюстраций. Однако, на наш взгляд, именно в этом плане печатная версия выглядит красочнее, насыщеннее и красивее, несмотря на возможности гиперпространства. Оправдывает данную ситуацию то, что сайт не дублирует, а дополняет печатный журнал, и дизайн сайта учитывает в том числе время загрузки страницы в браузере и мобильных устройствах, которое может увеличиться, например, из-за тяжелых фотографий на фоне.

Таким образом, мы видим, что ресурс diletant.media использует мультимедийные техники, однако не в той мере, в которой позволяет интернет-пространство. К примеру, существует такой жанр, как сноуфол. Название от английского «Snow Fall» — заголовка материала журнала The New York Times, первого в этом направлении, поэтому и название жанр получил одноименное с этим материалом. Жанр имеет особенные визуальные характеристики, верстку, способ просмотра. Он используется для оформления лонгридов. Сноуфолы встречаются у крупных зарубежных СМИ вроде The Guardian, The New York Times, но и российские и русскоязычные СМИ (например, «Коммерсантъ» и его материал «Земля отчуждения»[[66]](#footnote-66), «Meduza» и работа ее журналистов «Вежливые люди»[[67]](#footnote-67) и т.д.).

Лонгриды присутствуют у «Дилетанта», и в какой-то степени их можно назвать мультимедийными, так как присутствуют визуальные вставки в виде фотографий, картин и т.д., однако данное оформление сильно проигрывает сноуфолам.

Таким образом, мы можем сказать, что сетевая версия журнала «Дилетант» использует мультимедийность, но не всегда реализовывает потенциал среды, в которой он существует.

***Гипертекстуальность***

Данный параметр — как раз та техническая возможность, которая позволяет пользователю самостоятельно формировать свою ленту материалов, самому выбирать, что ему читать, смотреть или слушать, а что пропустить. Нелинейность как одна из главных особенностей восприятия читателем текста в сети возможна только при наличии гипертекста.

Во-первых, «Дилетант» использует гипертекстуальность в самом распространенном смысле — как способ объединить между собой несколько текстов при помощи отсылок. Это могут быть и взаимосвязанные материалы, и дополняющие друг друга статьи. В значительной части материалов «Дилетант» ссылается на сайты других СМИ, откуда берется информация. Если статья представляет собой расшифровку передачи «Эха Москвы», то в тексте обязательно будет указана активная ссылка на сайт «Эха», где можно прослушать эфир или программу, по которой этот текст написан; если это новость из иностранных СМИ (например, о каком-либо научном открытии), то на странице этой новости обязательно присутствует ссылка на данное СМИ.

Благодаря такому использованию интерактивности «Дилетант» дает возможность читателю перейти на первоисточник и получить более развернутую информацию, расширить свою информированность. К тому же, гиперссылки на первоисточники помогают потребителю ориентироваться в огромном сетевом мире и не искать самостоятельно то, на что ссылаются авторы материала.

Важно отметить такой инструмент сайта «Дилетант», как поиск по тегам. Ниже каждого текста любой из рубрик мы видим перечень слов в виде раздельных гиперссылок, и, перейдя по одной из них, мы откроем список материалов, под которыми стоит такой же тег. Таким образом, гипертекстуальность оказывается тематическим рубрикатором, который читатель может использовать при поиске материалов на интересную или необходимую ему тему, и это для него будет даже удобнее, чем обычное разделение на рубрики.

# Заключение

В ходе данного исследования мы подробно проанализировали сетевую версию журнала «Дилетант» с типологической точки зрения и приблизились к поставленной цели: выявить и дать характеристику особенностям подачи информации, типологическим и профильным чертам, отличающим его от электронных изданий той же тематики и позволяющим быть ему популярным.

Первое, что стоит отметить, — цели и задачи, которые ставит перед собой «Дилетант». Позиции «журнал для семейного чтения», «журнал для чтения и смотрения» находит свое отражение и в сетевой версии. Кроме того, сами редакторы говорят о том, что хотят сделать такой портал об истории, чтобы он был самым интересным и самым посещаемым в своем сегменте.

Из этих целей вытекают и типологические особенности сетевой версии журнала, помогающие привлекать как можно больше внимания в интернет-среде. Так, самое главное, что мы увидели: интернет-версия «Дилетанта» активно использует родовые качества интернета как типологические характеристики электронных СМИ, применяя особенности подачи информации в сетевом пространстве в разы больше, чем другие издания той же ниши. Отдельно стоит отметить интерактивность как одну из важнейших типологических характеристик сайта, присутствующую во многих своих проявлениях как на сайте, так и вне него (в социальных сетях, на встречах офлайн в рамках проекта «Дилетантские чтения»).

Еще одна важная особенность — обширная рубрикация, включающая в себя уникальные рубрики «Дилетанта», такие, как «ЕГЭ», «Личностный тест», «Видео & Аудио», «Сущность дня». Первые две из перечисленных приносят значительное количество переходов на сайт и являются самыми популярными рубриками «Дилетанта» за счет своего формата и персонификации, направленности на читателя.

Также стоит отметить такую особенность журнала, как возможность продвигать и популяризировать свой контент, свежие выпуски и темы номера через крупное радийное средство массовой информации «Эхо Москвы». Частично именно благодаря «Эху» произошло первое наращивание тиража.

Мы отметим отдельно и взаимодействие «Дилетанта» с Государственным Историческим Музеем и Эрмитажем. В частности, внимания достойны онлайн-экскурсии по Эрмитажу, ежемесячно проходящие для читателей интернет-версии журнала. Это еще одна уникальная особенность «Дилетанта» на фоне остальных научно-популярных исторических журналов.

Еще один фактор, выделяющий «Дилетант» на фоне СМИ той же тематической и типологической категории, — активное использование социальных сетей, в которых ведутся тематические группы, публичные страницы, в которых выстраивается взаимодействие с читателем, обеспечивается дополнительный прирост аудитории сайта, а в некоторых случаях (как, например, с рубрикой «Опросы») социальные сети даже опережают сам сайт.

Гипертекстуальность, выступающая не только как способ получить дополнительную информацию, ориентироваться в Интернете и подсказать, с каким ранее вышедшим материалом связан данный просматриваемый текст или визуальный объект, но и как рубрикатор, что происходит благодаря наличию инструмента поиска по тегам.

Также мы заметили особенность, заключающуюся в том, что ежедневно обновляющиеся рубрики могут быть значительно меньше интересны аудитории (что мы видим по количеству просмотров), чем разделы, в которых новые материалы появляются раз в неделю. Это происходит, опять же, благодаря выбранным формам подачи контента, мультимедийности и ориентированности на клиповое мышление большей части аудитории.

# Список источников и литературы.

## Источники.

1. Дымарский В. К читателю // Дилетант. – 2012. – №1.
2. Кузнецов А. История с бородой // Дилетант. – 2017. – № 013.

**Официальный сайт «Дилетанта»: http://diletant.media/**

Электронный ресурс.

Дата обращения: 14.05.2018.

Название + URL

**Рубрики.**

1. ЕГЭ
<http://diletant.media/state_exam/>
2. Личностный тест
<http://diletant.media/personality_test/>
3. Статьи
http://diletant.media/articles/
4. Афиша
<http://diletant.media/afisha/>
5. Видео & Аудио
http://diletant.media/audio/
http://diletant.media/video/
<http://diletant.media/trailer/>
6. Блоги
<http://diletant.media/blogs/>
7. Сущность дня
http://diletant.media/emblem-day/
http://diletant.media/hero-day/
http://diletant.media/picture-day/
http://diletant.media/well\_a\_day/
http://diletant.media/quote-day/
<http://diletant.media/number-day/>
8. Опросы
<http://diletant.media/polls/>

**Материалы.**

1. Бальзамирование тел 18+
URL: [http://diletant.media/photo-collection/40569733/](http://diletant.media/photo-collection/40569733/?clear_cache=Y)
2. Беспощадные скифы 18+
URL: [http://diletant.media/articles/39894016/](http://diletant.media/articles/39894016/?sphrase_id=7488904)
3. Вооружен и очень опасен
URL: [http://diletant.media/articles/39700631/](http://diletant.media/articles/39700631/?sphrase_id=7488904)
4. Головокружение Хичкока
URL: <http://diletant.media/articles/40634845/>
5. Оскорбляет ли вас снос советских памятников в других странах?
 URL: <http://diletant.media/polls/3534/>
6. Стоит ли украшать город портретами Сталина города в День Победы?
URL: <http://diletant.media/polls/3552/>
7. У нашего сайта новый главный редактор
URL: <http://diletant.media/articles/27628149/>

**Официальный аккаунт «Дилетанта» во «ВКонтакте»:** <https://vk.com/diletant_media>

 **Официальный аккаунт «Дилетанта» в Twitter:** <https://twitter.com/diletant_media>

## Литература.

1. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). // Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. Указать страницы
2. Акопов А.И. Периодические издания: учебно-методическое пособие для студентов-журналистов [Электронный ресурс] // 2-е изд., доп. –1999. URL: https://studfiles.net/preview/4200721/page:4/ (дата обращения: 12.01.2018).
3. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий [Электронный ресурс] // Филологический вестник Ростовского университета. — 2000. - № 1, с. 42-44. URL: <http://jgreenlamp.narod.ru/typology.htm> (дата обращения: 12.01.202018).
4. Алексеева М., Болотова Л., Вартанова Л. И др. Средства массовой информации России [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов // Под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705942.html> (дата обращения: 08.01.2018).
5. Acтaшкинa И., Mишин B. Методы классификации и типологии. [Электронный ресурс] / URL: www.inventech.ru/lib/analis/analis0013 (дата обращения: 09.01.18)
6. Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестник Московского ун-та. Сер. 11. Журналистика. 1973. № 3.
7. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А.И. История мировой журналистики. Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2000.
8. Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // [Электронный ресурс]. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (дата обращения: 15.03.2018).
9. Вартанова Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // [Электронный ресурс]. URL:
<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>. (дата обращения: 15.03.2018).
10. «Вежливые люди». Официальный сайт электронного издания Meduza [Электронный ресурс]. // URL: https://meduza.io/special/polite (дата обращения: 11.05.2018).
11. «Венедиктов А. За «Дилетант» мне прилетает чаще, чем за “Эхо”» // Официальный сайт издания «Новая Газета» [Электронный ресурс].

URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/08/02/73313-za-diletant-mne-chasche-priletaet-chem-za-eho> (дата обращения: 03.01.2018).

1. Винская Л.А. «Особенности и тенденции развития СМИ в эпоху глобализации» // Статья опубликована в рамках: VIII Международной научно-практической конференции «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии» (Россия, г. Новосибирск, 15 февраля 2012 г.). Электронный ресурс. URL: <http://sibac.info/conf/philolog/viii/26684> (дата обращения: 15.05.2018).
2. Головин Ю.А. Журнальная периодика: типологические характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. – Иркутск. – 2012. – № 2. – С.72-82.
3. Давлетшина С.Р. «НОВЫЕ МЕДИА» И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЖАНРОВ // Лингвистика и межкультурная коммуникация. - №2 (25). – 2017. С.87-92.
4. Давыдов А.Г. Типологический анализ газеты // Методы исследования журналистики. Ростов на Д: Изд-во Ростовского университета, 1984.
5. Дымарский В. История – не точная наука. Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. // URL: https://echo.msk.ru/blog/pressa\_echo/880739-echo/ (дата обращения: 15.01.18).
6. Дымарский В. Между нами, дилетантами… Официальный сайт издания «Российская Газета» [Электронный ресурс]. // URL: https://rg.ru/2012/01/25/diletant.html (дата обращения: 15.01.18)
7. Есин Б. И.Еще раз о типологии // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*.* – 2005. – № 6. – С. 65–70.
8. Жебит М.Э. Типология интернет-СМИ: подходы и перспективы // Вестник Московского государственного университета печати. – 2011. – С. 70-72.
9. «Земля отчуждения». Официальный сайт газеты «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. // URL: https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl (дата обращения: 11.05.2018).
10. Зыкова, Е. В. Организация гипертекста в сети Интернет. СПб. ; Пушкин, 2006. 221 с.
11. Колесникова Е.А. Интерактивность как глобальный признак молодежных масс-медиа // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Филология. -2009. - №3 (71). С.178-183.
12. Колоев А.С. Научно-просветительское издание как типологическая ниша // Электронный научный журнал «Медиаскоп». URL: <http://www.mediascope.ru/node/1089>. Дата обращения: 08.01.18.

 Лазаревич Э.А. Научно-популярный журнал как тип издания. // Вестник московского университета. Сер. 10. Журналистика. 1979. № 1. С. 11-20.

 Литке М.В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. – 2014. – № 1. – С. 59-65.

1. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm (дата обращения: 02.04.2018).
2. Масалова, М. В. Гипертекстуальность как имманентная текстовая характеристика. Диссертация. // Ульяновск, 2003.
3. Никитенко А.А.Интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность как детерминирующие типологические характеристики сетевых изданий. // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2009, №1. С. 159-166.
4. Никитенко А.А. Стратегии интерактивного взаимодействия в сетевых версиях печатных изданий и онлайновых СМИ. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. С. 29-37.
5. Никитенко А.А. Типологический анализ сетевых изданий как научная проблема. // [Электронный ресурс]. URL: <http://knigi.link/uchebniki-jurnalistika/tipologicheskiy-analiz-setevyih-izdaniy-kak-4987.html> (дата обращения: 13.02.2018).
6. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4 (10). С. 39-47.
7. О журнале. Сайт издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: http://mosjour.ru/o-zhurnale/ (дата обращения: 02.05.2018)
8. Парафонова В.А. Некоторые тенденции в развитии современных научно-популярных журналов: уточнение типологической картины // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2009.
№ 6. С. 156–167.
9. «Первая русская академия: учителя и ученики». Сайт журнала «History Illustrated» [Электронный ресурс]. // URL: http://history-illustrated.ru/article\_8974.html (дата обращения: 02.05.2018).
10. Программа «Дилетанты». Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. // URL: https://echo.msk.ru/programs/diletanti/ (дата обращения: 11.05.2015).
11. Раздел «2010: Год Франции в России и России во Франции» сайта издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: http://mosjour.ru/category/2010-god-francii-v-rossii-i-rossii-vo-francii/ (дата обращения: 01.05.2018).
12. Раздел «История в подробностях» сайта издательского дома «Эдисьон Пресс» [Электронный ресурс]. // URL: https://editionpress.ru/istoria (дата обращения: 02.05.2018).
13. Раздел «Карандашом, резцом и кистью» сайта издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: http://mosjour.ru/category/karandashom-rezcom-i-kistyyu/ (дата обращения: 01.05.2018).
14. РИА Новости. Справка // Сайт информационного агентства РИА [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/spravka/20131029/97317289.html (дата обращения: 11.01.18).
15. Сайт журнала «Тайный советник» [Электронный ресурс]. //
URL: http://history1.ru/ (дата обращения: 02.05.2018).
16. Синенко Т.В. Гипертекстуальность как ключевой признак сетевой полемики // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 7(63). С. 151-157.
17. Соболева О.В. К проблеме определения понятия гипертекстуальности. // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №7 (336). С. 72-76.
18. Сюндюков Н.К. Интернет-СМИ и особенности их функционирования // Управленческое консультирование. – 2014. – № 12. – С. 180-192.
19. Ущиповский С. Н. Популяризация исторических знаний в современных печатных СМИ: концепции и форматы (на примере журнала «Дилетант») // Медиачтения СКФУ: сборник статей. – Ставрополь, 2017. – С. 94-101.
20. Ущиповский С.Н., Кругликова О. С. Российская историческая журналистика. Учебное пособие. // СПб.: Изд-во СПбГУ. – 2012.
21. Чернавский А.С. Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа // Власть. – 2015. – С. 73-75.
22. Шестеркина Л.П., Лободенко Л.К. Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в Интернет-СМИ // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: лингвистика. – 2013. – Том 10, № 2. – С. 42-44.
23. Яшина А.А. Анализ медиаобразовательного потенциала СМИ (на примере сайта журнала «Дилетант») // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – С. 286-291

## Электронные ресурсы.

1. Сайт системы деловых коммуникаций «СБИС» [Электронный ресурс]. // URL: https://sbis.ru/contragents/7710752223/772801001 (дата обращения: 14.04.2018).
2. Сервис «Я соберу» [Электронный ресурс].
URL: https://yasobe.ru/na/diletantmedia (дата обращения: 07.05.2018).
3. Счетчик РамблерТоп100. Рейтинг ресурсов по посещаемости [Электронный ресурс].
URL: https://top100.rambler.ru/navi/?theme=1113%2F1116 (дата обращения: 11.02.2018).
4. Счетчик посещаемости сайта LiveInternet [Электронный ресурс]. // URL: https://www.liveinternet.ru/stat/diletant.ru/index.html?period=week. (дата обращения: 11.05.2018).
5. Счетчик Top.mail. Рейтинг ресурсов по посещаемости [Электронный ресурс]. // URL: https://top.mail.ru/Rating/MassMedia-Magazines/Today/Visitors/1.html (дата обращения: 11.05.2018).
1. Acтaшкинa И., Mишин B. Методы классификации и типологии. [Электронный ресурс] / URL: [www.inventech.ru/lib/analis/analis0013](http://www.inventech.ru/lib/analis/analis0013) (дата обращения: 09.01.18) [↑](#footnote-ref-1)
2. Давыдов А.Г. Типологический анализ газеты // Методы исследования журналистики. Ростов на Д: Изд-во Ростовского университета, 1984. С. 14. [↑](#footnote-ref-2)
3. Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестник Московского ун-та. Сер. 11. Журналистика. 1973. № 3. С.33. [↑](#footnote-ref-3)
4. Алексеева М., Болотова Л., Вартанова Л. И др. Средства массовой информации России [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов // Под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705942.html> . Дата обращения: 08.01.18 [↑](#footnote-ref-4)
5. Лазаревич Э.А. Научно-популярный журнал как тип издания // Вестник московского университета. Сер. 10. Журналистика. 1979. № 1. С. 12. [↑](#footnote-ref-5)
6. Лазаревич Э.А. Научно-популярный журнал как тип издания // Вестник московского университета. Сер. 10. Журналистика. 1979. № 1. С. 12. [↑](#footnote-ref-6)
7. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). // Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. С.7. [↑](#footnote-ref-7)
8. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) // Иркутск: Изд-во Иркутского университета. — 1985. — С. 28 [↑](#footnote-ref-8)
9. Акопов А.И. Периодические издания: учебно-методическое пособие для студентов-журналистов [Электронный ресурс] // А.И. Акопов. — 2-е изд., доп. — Ростов н/Д.: Книга, 1999. URL: [https://studfiles.net/preview/4200721/page:4/](https://studfiles.net/preview/4200721/page%3A4/) (дата обращения: 12.01.2018). [↑](#footnote-ref-9)
10. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий [Электронный ресурс] // Филологический вестник Ростовского университета. — 2000.  - № 1, с. 42-44.
URL: <http://jgreenlamp.narod.ru/typology.htm>. Дата обращения: 12.01.2018. [↑](#footnote-ref-10)
11. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-11)
12. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий [Электронный ресурс] // Филологический вестник Ростовского университета. — 2000.  - № 1, с. 42-44.
URL: <http://jgreenlamp.narod.ru/typology.htm> (дата обращения: 12.01.2018). [↑](#footnote-ref-12)
13. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-13)
14. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-14)
15. Колесникова Е.А. Интерактивность как глобальный признак молодежных масс-медиа // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Филология. -2009. - №3 (71). - с. 180 [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же. [↑](#footnote-ref-16)
17. Никитенко А.А.Интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность как детерминирующие типологические характеристики сетевых изданий. // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2009, №1. С. 162 [↑](#footnote-ref-17)
18. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-18)
19. Там же. [↑](#footnote-ref-19)
20. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. — 2016. - № 4 (10). — С. 43. [↑](#footnote-ref-20)
21. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-21)
22. Соболева О.В. К проблеме определения понятия гипертекстуальности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №7 (336). – С. 74. [↑](#footnote-ref-22)
23. Лукина М.М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]: учебное пособие // 2005. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения: 02.04.2018). [↑](#footnote-ref-23)
24. Масалова, М. В. Гипертекстуальность как имманентная текстовая характеристика. // Ульяновск, 2003. – С. 7. [↑](#footnote-ref-24)
25. Синенко Т.В. Гипертекстуальность как ключевой признак сетевой полемики // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 7(63). – С. 153 [↑](#footnote-ref-25)
26. Ущиповский С.Н., Кругликова О. С. Российская историческая журналистика. Учебное пособие. // СПб.: Изд-во СПбГУ. – 2012. [↑](#footnote-ref-26)
27. РИА Новости. Справка // Сайт информационного агентства РИА [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <https://ria.ru/spravka/20131029/97317289.html> (дата обращения: 11.01.18). [↑](#footnote-ref-27)
28. Дымарский В. К читателю // Дилетант. – 2012. – №1. – С.1 [↑](#footnote-ref-28)
29. Там же. [↑](#footnote-ref-29)
30. «Венедиктов А. За «Дилетант» мне прилетает чаще, чем за “Эхо”» // Официальный сайт издания «Новая Газета» [Электронный ресурс].
URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/08/02/73313-za-diletant-mne-chasche-priletaet-chem-za-eho> (дата обращения: 03.01.2018). [↑](#footnote-ref-30)
31. См. сайт журнала «Тайный советник» [Электронный ресурс]. // URL: <http://history1.ru/> (дата обращения: 02.05.2018) [↑](#footnote-ref-31)
32. О журнале. Сайт издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: <http://mosjour.ru/o-zhurnale/> (дата обращения: 02.05.2018) [↑](#footnote-ref-32)
33. Там же. [↑](#footnote-ref-33)
34. Раздел «2010: Год Франции в России и России во Франции» сайта издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: <http://mosjour.ru/category/2010-god-francii-v-rossii-i-rossii-vo-francii/> (дата обращения: 01.05.2018). [↑](#footnote-ref-34)
35. Раздел «Карандашом, резцом и кистью» сайта издания «Московский журнал» [Электронный ресурс]. // URL: <http://mosjour.ru/category/karandashom-rezcom-i-kistyyu/> (дата обращения: 01.05.2018). [↑](#footnote-ref-35)
36. Раздел «История в подробностях» сайта издательского дома «Эдисьон Пресс» [Электронный ресурс]. // URL: <https://editionpress.ru/istoria> (дата обращения: 02.05.2018). [↑](#footnote-ref-36)
37. Ущиповский С.Н., Кругликова О. С. Российская историческая журналистика. Учебное пособие. // СПб.: Изд-во СПбГУ. –2012. – С. 135. [↑](#footnote-ref-37)
38. Там же. [↑](#footnote-ref-38)
39. Громова Т. «Первая русская академия: учителя и ученики». Сайт журнала «History Illustrated» [Электронный ресурс]. // URL: <http://history-illustrated.ru/article_8974.html> (дата обращения: 02.05.2018). [↑](#footnote-ref-39)
40. Ущиповский С. Н. Популяризация исторических знаний в современных печатных СМИ: концепции и форматы (на примере журнала «Дилетант») // Медиачтения СКФУ: сборник статей. – Ставрополь, 2017. – С. 96. [↑](#footnote-ref-40)
41. ООО «Образование – 21 век» на сайте системы деловых коммуникаций «СБИС» [Электронный ресурс]. // URL: <https://sbis.ru/contragents/7710752223/772801001> (дата обращения: 14.04.2018). [↑](#footnote-ref-41)
42. См. официальный аккаунт издания «Дилетант» во «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. // URL: <https://vk.com/diletant_media> (дата обращения: 16.04.2018). [↑](#footnote-ref-42)
43. См. официальный аккаунт издания «Дилетант» в Twitter [Электронный ресурс]. // URL: <https://twitter.com/diletant_media> (дата обращения: 16.04.2018). [↑](#footnote-ref-43)
44. «У нашего сайта новый главный редактор». Официальный сайт журнала «Дилетант» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/articles/27628149/> (дата обращения: 16.04.2018). [↑](#footnote-ref-44)
45. Дымарский В. История – не точная наука. Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. // URL: https://echo.msk.ru/blog/pressa\_echo/880739-echo/ (дата обращения: 15.01.18). [↑](#footnote-ref-45)
46. Дымарский В. К читателю // Дилетант. – 2012. – №1. – С.1 [↑](#footnote-ref-46)
47. Дымарский В. Между нами, дилетантами… Официальный сайт издания «Российская Газета» [Электронный ресурс]. // URL: <https://rg.ru/2012/01/25/diletant.html> (дата обращения: 15.01.18). [↑](#footnote-ref-47)
48. «Бальзамирование тел 18+». Официальный сайт «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/photo-collection/40569733/?clear_cache=Y> (дата обращения: 18.04.2018). [↑](#footnote-ref-48)
49. «Беспощадные скифы 18+». Официальный сайт «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/articles/39894016/?sphrase_id=7488904> (дата обращения: 18.04.2018). [↑](#footnote-ref-49)
50. «Вооружен и очень опасен». Официальный сайт «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/articles/39700631/?sphrase_id=7488904> (дата обращения: 18.04.2018). [↑](#footnote-ref-50)
51. «Головокружение Хичкока». Официальный сайт «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/articles/40634845/> (дата обращения: 10.05.2018). [↑](#footnote-ref-51)
52. Дымарский В. История – не точная наука. Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. // URL: https://echo.msk.ru/blog/pressa\_echo/880739-echo/ (дата обращения: 15.01.18). [↑](#footnote-ref-52)
53. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). // Иркутск: Издательство Иркутского университета, 1985. – С. 43. [↑](#footnote-ref-53)
54. Кузнецов А. История с бородой // Дилетант. – 2017. – № 013. – С. 64 [↑](#footnote-ref-54)
55. «Венедиктов А. За «Дилетант» мне прилетает чаще, чем за “Эхо”» // Официальный сайт издания «Новая Газета» [Электронный ресурс].
URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/08/02/73313-za-diletant-mne-chasche-priletaet-chem-za-eho> (дата обращения: 20.04.2018). [↑](#footnote-ref-55)
56. Там же. [↑](#footnote-ref-56)
57. Там же. [↑](#footnote-ref-57)
58. См. рубрика «Видео» на официальном сайте «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/video/> (дата обращения: 01.05.2018). [↑](#footnote-ref-58)
59. См. сервис «Я соберу» [Электронный ресурс]. //URL: <https://yasobe.ru/na/diletantmedia> (дата обращения: 07.05.2018). [↑](#footnote-ref-59)
60. См.: счетчик РамблерТоп100. Рейтинг ресурсов по посещаемости. [Электронный ресурс]. // URL: <https://top100.rambler.ru/navi/?theme=1113%2F1116> (дата обращения: 11.02.2018). [↑](#footnote-ref-60)
61. См.: счетчик посещаемости сайта LiveInternet [Электронный ресурс]. // URL: <https://www.liveinternet.ru/stat/diletant.ru/index.html?period=week>. (дата обращения: 11.05.2018). [↑](#footnote-ref-61)
62. Счетчик Top.mail. Рейтинг ресурсов по посещаемости [Электронный ресурс]. //
URL: <https://top.mail.ru/Rating/MassMedia-Magazines/Today/Visitors/1.html> (дата обращения: 11.05.2018). [↑](#footnote-ref-62)
63. «Стоит ли украшать город портретами Сталина города в День Победы?». Опрос на официальном сайте «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/polls/3552/> (дата обращения: 10.05.2018). [↑](#footnote-ref-63)
64. «Оскорбляет ли вас снос советских памятников в других странах?» Опрос на официальном сайте «Дилетанта» [Электронный ресурс]. // URL: <http://diletant.media/polls/3534/> (дата обращения: 10.05.2018). [↑](#footnote-ref-64)
65. Программа «Дилетанты». Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. // URL: <https://echo.msk.ru/programs/diletanti/> (дата обращения: 11.05.2015). [↑](#footnote-ref-65)
66. «Земля отчуждения». Официальный сайт газеты «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. // URL: <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl> (дата обращения: 11.05.2018). [↑](#footnote-ref-66)
67. «Вежливые люди». Официальный сайт электронного издания Meduza [Электронный ресурс]. // URL: <https://meduza.io/special/polite> (дата обращения: 11.05.2018). [↑](#footnote-ref-67)