

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Специфика журналистского интервью
в первом общественном СМИ о культуре и обществе Colta. Ru»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Аксеновой Олеси Геннадьевны

Научный руководитель:
проф., д.филол.н., проф. _____ Е.Г. Елина

Научный консультант:
доц., к.филол.н. _____ М.В. Ерохина

Зав. кафедрой
д.филол.н., проф. _____ В.В. Прозоров

Саратов

2020

Введение

Концепция общественных СМИ – т.е. независимых, развивающихся без хозяина, как частного, так и государственного, существующих только за счет средств читателей и попечительского совета в России представлена слабо. Поэтому, на наш взгляд, СМИ Colta. ru. – интересный для изучения медиа-источник, резко отличающийся от других изданий своим особым форматом.

Выбор именно этого информационного ресурса определяется следующими причинами: на момент создания «Кольты» в 2012 году в России не было сетевых общественных СМИ. Таким образом, «Кольта» интересна тем, что вот уже в течение восьми лет она является единственным российским СМИ, у которого нет хозяина: ни частного, ни государственного. С этой точки зрения **актуально** изучить специфику журналистских материалов, публикуемых на «Кольте» и понять, влияет ли тип общественного финансирования на их содержание, а также выяснить, отличаются ли инфоповоды, заявленные на «Кольте», от тех, что встречаются в государственных и частных СМИ.

Еще одним объектом нашего исследовательского интереса являются редакционный состав и внутренняя политика «Кольты». Важно, что основной авторский круг «Кольты» – это журналисты, ушедшие из электронного издания OpenSpace после его реформатирования в общественно-политический портал. В своей работе мы проследили, придерживаются ли журналисты заявленной концепции общественного СМИ о культуре и обществе, и отражается ли это в их публикациях.

Самый популярный жанр «Кольты» – интервью, то есть жанр, в котором журналистское авторское «Я» проследить не так просто из-за вопросно-ответной формы изложения. Поэтому мы разработали особый подход: анализировали композиционный строй, заголовки, типы вопросов, оформление и профессиональную компетентность интервьюеров.

Новизна поставленной задачи состоит в том, что у теоретиков журналистики только начинает складываться понимание концепции

российских общественных электронных медиа и того, какие особенности отличают их от других ресурсов. Мы буквально начали исследование в той части информационного поля, которая только-только начала развиваться и еще не устоялась окончательно. 8 лет работы «Кольты» – это небольшой срок, но за этот период онлайн-издание успело приобрести ряд отличительных черт, на изучении которых мы и сосредоточились.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие исследовательские **задачи**:

1. изучить теоретические работы по особенностям профессиональной журналистской коммуникации в интервью;

2. изучить теоретические работы по особенностям и признакам общественных СМИ;

3. рассмотреть работу «Кольты» в целом и выделить на этом основании собственные критерии и особенности общественного СМИ;

4. проанализировать интервью из разных разделов «Кольты», чтобы выяснить их тематическую направленность и журналистское присутствие в публикациях;

5. разобраться с тем, как тип общественного финансирования влияет на жанр интервью.

Цели и задачи исследования определили структуру нашей работы. Она состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

Первая глава посвящена особенностям профессиональной коммуникации в журналистских интервью. В ней мы рассматриваем различные коммуникативные стратегии и тактики, которые могут повлиять на ход беседы. Интервью – вопросно – ответная форма изложения, поэтому, на наш взгляд, очень важно проследить, какими способами интервьюер добивается коммуникативных целей, поставленных еще до начала беседы.

Во **второй главе** мы провели комплексный анализ интервью, опубликованных на «Кольте». Проследили, какие журналисты работают в издании, какие темы они затрагивают и каких личностей приглашают для

интервью. А главное, в процессе анализа мы выделили особенности, присущие жанру интервью именно в общественном СМИ, проследили, как менялась и продолжает меняться концепция «Кольты».

В заключении мы подводим итоги нашей работе. Указываем на то, что жанр интервью тесно связан с имиджем издания и как он раскрывается в общественных СМИ. Делаем акцент на том, что независимость общественных СМИ базируется прежде всего на журналистах-профессионалах и их подходе к материалам.

Апробация работы: результаты исследований были успешно апробированы на конференции молодых ученых в СГУ им. Н.Г.Чернышевского (Саратов, 25 апреля 2019 года).

Основное содержание работы

Глава 1. Особенности профессиональной коммуникации в журналистских интервью

В. В. Ворошилов определяет жанр интервью как ответы конкретного лица на вопросы журналиста, представляющие общественный интерес; как беседу, не ограниченную лаконичными вопросами, а комментирующую ответы собеседника¹. Соответственно, у каждой такой медийной беседы есть свои цели и задачи. В том, какими способами их достигает журналист, и состоят особенности профессиональной коммуникации.

1.1 Коммуникативные стратегии в журналистском интервью

Существует несколько видов интервью. Ведь они тоже влияют на разработку стратегических планов, обуславливают характер предварительной подготовки, определяют особенности поведения журналиста и собеседника, а также конкретную технологию проведения беседы.

¹ Ворошилов, В.В. Журналистика: учеб. пособие. СПб: Изд-во В.А. Михайлова, 2000. С. 12.

Исследователи выделяют² информационное интервью, интервью-расследование и интервью-портрет.

Исследование успешных коммуникативных стратегий журналистов в интервью исходит из ряда принципов. Предполагается, что любая речевая деятельность, в том числе спонтанный бытовой диалог, является достаточно структурированной³. Эта структура проявляется в существовании определённых ходов и правил их сочетаемости, которые и определяют течение диалога. При этом на первый план выходит не конкретное лексическое наполнение реплик, а их функциональная направленность, определяемая с учётом типа коммуникативной ситуации и структуры диалога⁴.

В каждой ситуации общения, в том числе журналистской коммуникации в интервью, используется своя коммуникативная стратегия. В рамках нашего исследования под **коммуникативной (речевой) стратегией** мы будем понимать определенное, осознанное направление развития коммуникации журналистом-интервьюером и организацию им определенного воздействия в интересах достижения конкретной цели общения.

Коммуникативная тактика – более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса по сравнению с коммуникативной стратегией. Тактика рассматривается в соответствии с набором отдельных коммуникативных намерений. **Коммуникативное намерение** – это еще один термин, который требует пояснения. Встречается еще одно наименование этого термина – **коммуникативная задача**, под которым понимается

² См. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистском творчестве: Учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2003. С.25-26. См. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004 С.44. См. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров. СПб., 2000 С.35; Ворошилов В.В. Журналистика: учебник. М.: КНОРУС, 2010. С.14.

³ Демьянков, В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 116-152. Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. С.312. Сухих, С. А. Репрезентативная сущность личности в коммуникативном аспекте реализаций. Краснодар, 1997. С.72. Верещагин, Е.М., Ратмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики «призыва к откровенности» // Вопросы языкознания. 1992. № 6. С. 82–93.

⁴Агаркова, О.А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний. СПб.: Реноме, 2012. С. 95-97.

тактический ход, являющийся практическим средством движения к соответствующей коммуникативной цели ⁵.

Еще одной важной темой, нуждающейся в теоретическом осмыслении в рамках нашей работы, являются стратегии и тактики интервьюирования, выступающие отдельным предметом исследования лингвистов, теоретиков и практиков журналистики.

Действительно, многие ученые акцентируют свое внимание на речевой коммуникации, на принципах которой и держится все общение между журналистом и собеседником. Фактически, понятие речевой коммуникации является тождественным для такого типа взаимодействия. Однако не все из исследователей считают объективным относить коммуникативные тактики к лингвистике. В частности, А.А.Чувакин полагает, что коммуникация как проявление языка связана с филологией, а не с лингвистикой.⁶ В его понимании, суть филологической коммуникации будет состоять не просто в передаче информации от объекта к объекту, а в таком типе общения, который порождает собой в финале обсуждения какой-либо темы согласие собеседников друг с другом или поиски этого согласия по поводу нее. С этой точки зрения также же интересно анализировать интервью и осознавать, что этот жанр находится в тесной связи не только с межличностным общением, но и его интерпретацией в филологических текстах⁷.

1.2 Коммуникативные стратегии и тактики ведения интервью

Существуют работы, посвященные исследованию вопроса структуры проведения интервью. Так, М.М. Лукина во второй главе книги «Технология интервью»⁸ делит интервью на вступительную, основную и завершающую части. Вступительная часть, или «разминка», строится на **стратегии поиска**

⁵ Там же. С.65-67.

⁶ Чувакин, А.А. Коммуникация как объект исследования современной филологии // Университетская филология – образованию : регулятивная природа коммуникации. Барнаул, 2009. С.47

⁷ Чувакин, А.А.. Основы филологии. Учебное пособие. Под редакцией А.И ... Чувакин А.А. Основы филологии : учеб. пособие / А.А. Чувакин; под ред. А.И. Кул япина. — М. : Флинта : Наука, 2011.

⁸ Лукина, М.М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003. С.7-16.

«общего языка» и преодоления первой неловкости в начале интервью. Это может быть реализовано через **тактику следования нейтральным темам**, когда предмет разговора не должен касаться потенциально провокационных сфер, таких как политические взгляды, доходы, межнациональные отношения, религиозные убеждения и т.п.. Кроме того, эффективными могут быть **тактика поиска точки пересечения интересов** (общие увлечения и др.), **тактика смеха** (уместны шутки, анекдоты, но только в том случае, если есть уверенность в своем вкусе и чувство меры), **тактика комплимента** (без чрезмерного, тем более неискреннего восхищения — оно всегда бросается в глаза).

Основная часть строится на стремлении интервьюера «подобрать ключик» к своему герою и выборе правильного собственного амплуа. В интервью нахождение подходов, «ключей» к герою значит больше, чем простое понимание собеседниками речи друг друга. Иногда даже опытных журналистов подводит их чутье. Иногда искать подход к человеку можно с помощью **тактик агрессивности либо настойчивости** (как более приемлемый способ общения с «трудными» собеседниками).

Очень важен заключительный этап интервью, в котором, как правило, заранее можно спланировать только время окончания. Самая позитивная стратегия завершения интервью строится на **тактике подведения итогов**. Даже если в конце задавались нелицеприятные вопросы, надо попробовать «увести» разговор в сторону, заговорить о чем-нибудь приятном для собеседника, чтобы ни у кого не осталось неприятного осадка.

Во время интервью журналист «дирижирует» ходом беседы, следит за четкой аргументацией тезисов у собеседника, логикой его мыслей, следованием теме разговора. Для этого журналист использует несколько приемов:

- одной-двумя фразами дает понять, что она тема исчерпана и пора перейти к другой;
- резюмирует и обобщает сказанное;

- настоятельно просит привести конкретные факты по проблеме;
- если собеседник уходит от ответа, перефразирует вопрос и задает его после трех-четырех очередных вопросов;
- при неполном ответе дает почувствовать, что ждет продолжения, например, сохраняя молчание некоторое время;
- не дает интервьюируемому забирать инициативу – тогда он выдаст только ту информацию, которую считает нужной.

В конечном итоге все эти приемы приводят к тому, что полностью раскрывается тема разговора. Заключительная часть содержит или легкие уточняющие вопросы, или, наоборот, самые неудобные, которые могли бы привести собеседника к негодованию, а, значит, негативно повлиять на весь ход беседы.

Таким образом, проведенный нами обзор исследований различных классификаций коммуникативных стратегий и тактик приводит к выводу о том, что для каждого рассматриваемого нами ниже интервью будет характерна коммуникационная уникальность и неповторимость, поскольку уникальны и неповторимы герои и их жизненные ситуации. Однако подобная тактическая оригинальность каждого отдельного интервью опирается на несколько основных стратегических принципов, общих для всех материалов «Кольты» и связанных во многом со спецификой самого формата издания.

Глава 2. Журналистское интервью в «Кольте»

2.1 «Кольта» как первое и единственное общественное СМИ

Colta.ru (от итал. colta — «сбор урожая», «образованный, просвещённый») — российское интернет-издание, освещающее современное искусство и культуру. Это первое и единственное русское СМИ, в полной мере финансируемое краудфандингом с помощью сервиса «Акционирование» на сайте Planeta.ru.

Свою историю проект начинает с 16 июля 2012 года. Именно тогда старая редакция портала Open.Space.ru во главе с главным редактором Марией Степановой решила зарегистрировать новый домен и запустить

новое медиа в течение нескольких месяцев. Такая ситуация сложилась из-за того, что владелец портала OpenSpace.ru Вадим Беляев в начале июля 2012 года объявил о смене концепции проекта и его редакции.

«Новый проект будет запущен на собственные средства журналистов, - сообщали СМИ 9 июля 2012 года. – Ранее владелец Openspace.ru Вадим Беляев выплатил сотрудникам повышенные компенсации. Этим денег хватит на три месяца работы в тестовом режиме и на гонорары авторам, фотографам и иллюстраторам.

Одновременно команда Colta.ru объявила сбор средств на краудфандинговом сайте Planeta.ru. Редакция надеется собрать 600 тысяч рублей для расширения контента и развития сайта. Читатели, которые заинтересованы в существовании нового издания, смогут оказать добровольную поддержку. На данный момент журналистам удалось собрать 260,5 тысячи рублей.

Сама редакция сообщала: «Одним из способов выживания для Colta.ru станет народное финансирование или краудфандинг — добровольная денежная помощь читателей, заинтересованных в существовании нового издания. В содружестве с краудфандинговым сайтом Planeta.ru редакция надеется собрать сумму, необходимую для того, чтобы увеличить количество материалов, расширить пул авторов и сделать сайт интересней для читателей и инвесторов»⁹.

На обновлённом сайте осталась работать прежняя команда «Open Space», за исключением только арт-критика и главного редактора раздела «искусство» Екатерины Дёготь.

13 ноября 2012 года на сайте появилось объявление о его предстоящем закрытии 19 ноября, если не будет найден новый источник финансирования. 20 ноября 2012 года редакция попрощалась со своими читателями и остановила деятельность проекта. Однако уже через месяц, 26 декабря,

⁹ Создатели OPENSOURCE.RU переходят на домен COLTA.RU [Электронный ресурс]: сайт. URL: <http://os.colta.ru/news/details/38079> (дата обращения: 11.02.2019). Загл. с экрана. Яз.рус.

Мария Степанова объявила о возобновлении работы сайта с 14 января 2013 года.

Изначально сайт запускался на деньги его сотрудников, получивших после увольнения компенсацию и вложивших эти деньги в запуск проекта. Первые три месяца проект финансировался на средства, полученные от краудфандинга – это вид привлечения средств с целью финансирования определенного проекта от любого желающего.

Сейчас сайт Colta. Ru позиционирует себя как первое общественное СМИ о культуре и обществе в целом, которое не имеет хозяина – ни государственного, ни частного. С помощью этого фактора достигается независимость и появляется возможность освещать практически любые темы.

Большую роль в формировании имиджа «Кольты» сыграла Мария Степанова – главный редактор сайта и известный литературный деятель. Она прославилась своими стихотворными сборниками и новаторским взглядом на поэзию, а также документальной и исповедальной прозой, получила множество наград за свое творчество – лауреат премий журнала «Знамя», премии имени Бориса Пастернака, национальной литературной премии «Большая книга», стипендиантка Фонда памяти Иосифа Бродского. На наш взгляд, такой творческий багаж не мог не повлиять на материалы, публикуемые на «Кольте» и ее специфический облик по сравнению с другими СМИ.

Вообще, список журналистов, публикуемых на сайте очень разнообразен. Он представлен в разделе «Авторы». Рядом с фамилией или ником журналиста указано, сколько материалов он написал для «Кольты» и в каких разделах они размещены. Обычно, один человек печатается сразу в нескольких разделах, но развивает смежные темы. Частые авторы «Кольты» – видные представители современных медиа, такие, как Катерина Гордеева журналистка, работающая с социальной тематикой, или кинокритик Иван Кислый.

Вот уже 8 лет финансирование сайта осуществляется с помощью попечительского совета – открытой структуры, попасть в которую можно со стартовым взносом в 300 000 рублей, краудфандинга от 100 рублей и партнерских проектов. Имя каждого, кто откликнулся, выкладывается на странице «нам помогают». По мнению редакции, она является самой важной на сайте.

Огромную помощь в деле краудфандинга оказывают проекту соцсети. В них с необходимой периодичностью объявляется сбор средств, а сама акция проходит под специальным хэштегом #Доброе_слово_про_Кольту.

Такой тип общественного финансирования определяет уникальность медийного формата Кольты. Издание сфокусировано на социально важной тематике, стремится не к рейтингу любой ценой, а к качеству материалов, может позволить себе сложные, многосоставные и длительные по подготовке спецпроекты, как например, «Школа Гражданской Журналистики»¹⁰ или «Школа 90-х»¹¹.

Сегодня на сайте представлено 10 постоянных разделов и 19 спецпроектов, охватывающих все сферы культурной жизни. При этом преобладающим жанром «Кольты» является интервью, поэтому мы хотим остановиться на его исследовании: выявить жанровые особенности интервью в общественном СМИ, посмотреть, как выбираются темы, вопросы и герои, как пишутся заголовки и как структурируется текст. В конечном счете мы хотим посмотреть, влияет ли особенный формат «Кольты» на жанр интервью, а также проанализировать специфику интервью в разных разделах.

«Кино» – раздел, освещающий жизнь кинематографа, как сегодня, так и в прошлом. На сайте представлены различные интервью с режиссёрами и актёрами. Например, не так давно вышло интервью с Александром Горчилиным, приуроченное к выходу его дебютного фильма «Кислота».

¹⁰ [Электронный ресурс]: сайт.URL <https://www.colta.ru/shkola> (дата обращения: 18.03.2019). Загл. экрана. Яз.рус.

¹¹[Электронный ресурс]: сайт URL: <https://www.colta.ru/school90> (дата обращения:18.02.2019). Загл. с экрана.Яз.рус.

В разделе «Искусство» собраны материалы о выставках, фотографии и различных арт-фестивалях. Очень много интервью с художниками об их работах и видении прекрасного. Одно из последних взято у Джеффа Маккормака, фотографа Дэвида Боуи.

В «Современной музыке» собраны интервью с ведущими исполнителями. Но, как правило, редко встречаются представители массовой культуры. Исключение, разве что, может составить материал с лидером группировки «Ленинград» - Сергеем Шнуровым.

Этот раздел помогает аудитории открывать для себя новых исполнителей и даёт им хороший старт, например, интервью с группой Буерак о выходе их альбома вызвало рост популярности артистов.

«Медиа» - пожалуй, самый интересный по своей наполняемости раздел. В нём представлены беседы с журналистами о специфике их профессии, воспоминания о коллегах. Кстати, именно в этом разделе представлен самый просматриваемый на Colte материал за всё время существования проекта – интервью Катерины Гордеевой с вдовой Сергея Бодрова Светланой Бодровой. Сегодня материал прочитали более миллиона человек.

2.2 Анализ журналистских интервью в разделах «Кольты»

В этом разделе мы проанализировали 5 интервью, размещенных в разных разделах «Кольты»: интервью с вдовой Сергея Бодрова и телережиссером Светланой Бодровой в разделе «Медиа»; интервью с художницей-инвалидом Аленой Левиной в разделе «Искусство»; интервью с музыкальным продюсером Александром Ионовым в разделе «Современная музыка»; интервью с российским журналистом Дмитрием Динзе в разделе «Общество» и интервью с журналистом Дмитрием Скоробутовым в разделе «Медиа».

Мы обратили внимание не только на коммуникативные стратегии и тактики, но и на журналистскую профессиональную компетентность, уровень близости с собеседником, а также на структуру лида и заголовков.

Проделанная работа убедила нас в том, что интервью в общественном СМИ – это совершенно особый тип журналистского материала, в котором через личные истории раскрываются социально значимые темы.

Заключение

Проанализированные нами тексты приводят нас к следующим выводам о роли и особенностях интервью на «Кольте»:

Интервью, публикуемые во всех рубриках сайта, по сути, становятся отдельной сквозной рубрикой «Кольты»: об этом говорит, например, единый формат их оформления. Все заголовочные комплексы строятся в едином стиле: имя и фамилия героя, заковыченная яркая и короткая цитата из интервью, расшифровывающий подзаголовок, привлекающий внимание читателя к герою.

Журналисты, берущие интервью для «Кольты», входят в круг экспертов в своей теме и, как правило, имеют долгую предысторию сотрудничества с редакцией. С учетом особенной системы финансирования «Кольты» складывается впечатление, что для авторов интервью они скорее являются важной имиджевой публикацией – размещение на «Кольте» приравнивается к профессиональному журналистскому признанию.

Коммуникативные стратегии и тактики, используемые журналистами «Кольты» в значительной мере влияют на успех их материалов и самого жанра на сайте, подчеркивая такие качества интервьюеров, как находчивость, дружелюбность, открытость и компетентность. Наиболее характерны для интервьюеров «Кольты» эмоционально настраивающие тактики: тактика авторизации, тактика внесения элемента неформальности, тактика отождествления. Журналисты также постоянно реализуют стратегию солидаризирующей вежливости, которая уменьшает статусные различия между собеседниками и реализуется через проявление заинтересованности журналиста в герое и указание на их принадлежность к одной группе.

Исследуя «Кольту», мы смогли выяснить, что формат общественного финансирования прямо сказывается на жанре интервью. Отсутствие

непосредственного хозяина у СМИ развивает его дополнительную независимость, и, как следствие, в журналистских материалах проявляются различные подтексты – политические, культурные и социальные. «Кольта» дает своим авторам свободное пространство для профессионального самовыражения, хотя расстановка политических акцентов все-таки тяготеет больше в сторону оппозиционной прессы.

Отметим также, что интервью на «Кольте» не замыкается в рамках одного субжанра. Информационное или аналитическое интервью по ходу беседы может превратиться в интервью-портрет, и наоборот. Таким образом, появляется широкий спектр новых тем для обсуждения, глобальные инфоповоды обращают читателя к частным и личным вещам, и наоборот.

В исследовании мы также выяснили, что «Кольта», сфокусированная на вопросах социально-общественных отношений и культуры, входит в семейство общественных российских СМИ – совершенно новый тип медиа, который только начинает закрепляться в отечественной журналистике. Само издание позиционирует себя сейчас так: «Уже почти 8 лет сайт COLTA.RU работает, вызывает споры, интересуется. Все это происходит исключительно благодаря вам! Потому что COLTA.RU (бывший OpenSpace.ru) — единственное в России большое общественное СМИ, которое существует за счет трех источников: помощи читателей, Попечительского совета и партнерских проектов. У сайта COLTA.RU нет хозяина — ни государственного, ни частного. Это совершенно независимое, свободное СМИ о культуре и обществе»¹².

Еще в 2016 году главный редактор «Кольты» Мария Степанова так обозначила уникальный формат проекта: «Когда заходит речь о «Кольте», стикер «культурный сайт» мне всегда кажется несколько, что ли, недостаточным. И не только потому, что у нас есть прекрасный раздел «Общество», один из самых читаемых на сайте, но и потому, что я не

¹² О проекте [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.colta.ru/about> (дата обращения: 11.02.2019). Загл. с экрана. Яз.рус.

представляю себе культуру, которая так или иначе не была бы ангажирована общей ситуацией, не была бы в нее вовлечена.<...>

Мы вменяем себе в задачу своего рода вынужденный оптимизм. Но, с другой стороны, «Кольта» такая одна в довольно крупной стране. Она художественно существует на своей краудфандинговой модели – сейчас, скорее, худо и бедно, и не потому что нет преданных читателей, готовых кормить нас, а потому что дело в их количестве. Есть американская история про человека, который был колумнистом «Nation», кажется, а потом решил, что хочет завести свой отдельный блог. И он объявил краудфандинг: дайте мне денег, чтобы я мог сидеть и писать для вас, что хочу, – и за ночь собрал полтора миллиона долларов. На мой взгляд, это история об образовании и том, как оно влияет на формирование качественной аудитории. О количестве людей, готовых участвовать рублем в том, чтобы определенный тип речи и тип мысли воспроизводился. Здесь еще важно и то, что в одном интеллектуальном пространстве есть место для существования разных ценностных систем. То, как все устроено у нас, не дает никакой надежды на хоть какую-то нормализацию ситуации в ближайшем будущем»¹³.

Профессиональное журналистское сообщество схожим и достаточно пессимистическим образом оценивает финансовые перспективы независимых общественных СМИ¹⁴. Но с другой стороны, мы наблюдаем парадоксальный факт – в масс-медийном пространстве становится всё больше профессиональных журналистских проектов, обращающихся именно к этой модели финансирования – в этом ряду «Такие дела», «Афиша»,

¹³ «Нет понимания того, что государство делает, куда движется, чего хочет». Главред «Colta.ru» Мария Степанова — о значении культуры, независимых медиа и екатеринбургском «Острове 90-х» [Электронный ресурс]: сайт. URL: https://www.znak.com/2016-04-22/glavred_colta_ru_mariya_stepanova_o_znachenii_kultury_nezavisimyh_media_i_ekaterinburgskom_ostrove_90_h (дата обращения: 11.02.2019). Загл. с экрана. Яз.рус.

¹⁴ См. «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский» в издании «Афиша» [Электронный ресурс]: сайт. URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-loshak-olshansky/> (дата обращения 25.04.2019). Загл.с экрана. Яз.рус, Дискуссия «Тупые, жирные, неработающие, вечно пьяные плебеи глумятся над образованным классом» на Snob.ru [Электронный ресурс]:сайт.URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/20371>, (дата обращения - 25.04.2019). Загл. с экрана. Яз.рус, «Для многих это была не работа, это была жизнь» - интервью Ильи Осколкова-Ценципера в издании Afisha.ru [Электронный ресурс]:сайт. URL: http://www.afisha.ru/article/answers_oskolkov, (дата обращения - 25.04.2019). Загл. С экрана. Яз.рус. и т.д.

«Православный мир» и другие, объединяющиеся в единую сеть взаимоподдержки.

Вместе с тем, и профессиональные журналистские проекты, существующие в форматах частного финансирования, сегодня остро чувствуют необходимость в корпоративной сплоченности. И показательно, что 29 февраля 2020 года 25 независимых российских изданий объявили о создании «Синдиката-100», главной целью которого декларируется независимое освещение проблем страны: «Против нас, против всех собравшихся здесь, работает гигантская, обслуживаемая бюджетом, машина. Но мы можем [ответить]. Самые интересные наши публикации на самые острые темы выпускать одновременно на всех площадках, чтобы их читало гигантское число людей. Я думаю, что нам предстоит очень большая полевая работа. Исследовательская работа. Исследование российской бедности и пожаров, детских болезней и качества лечения, экологии», — заявил в ходе собрания представителей редакций главный редактор «Новой газеты» Дмитрий Муратов¹⁵. Синдикат открыт для новых членов, в том числе из мира новых медиа, и надо полагать, что в самом скором времени в него войдут и полностью независимые общественные СМИ.

А.А. Акеенова О.Т. 01.06.2020

¹⁵ Независимые российские СМИ объединились в синдикат [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://novayagazeta.ru/news/2020/02/29/159437-nezavisimye-rossiyskie-smi-ob-edinilis-v-sindikat> (дата обращения: 11.03.2020). Загл. с экрана. Яз. рус.