

# Русская “ad-hoc журналистика”

Государство, которое постепенно складывается в России на протяжении уже семнадцати лет правления Владимира Путина и сформированной им окол властной группировки, рассматривает любое независимое медиа как источник прямых угроз себе и своей стабильности.

При этом для того, чтобы справиться с этой опасностью, оно, конечно, вовсе не обязано бесконечно издавать законы о введении цензуры или организовывать тотальную национализацию любых изданий. Национализации, конечно, случаются изредка — но процесс ограничивается федеральными телеканалами. А в остальном наиболее эффективными — и вполне достаточными для установления контроля над информационной индустрией — оказываются методы чисто экономические.

## Государственный контроль и надзор за медиасредой: экономика как инструмент

Прежде всего государство создает ситуацию, когда любая частная инвестиция в сфере медиа оказывается не просто слишком долгосрочной, заведомо бесперспективной, но и очевидно токсичной для любого бизнеса.

Причем речь идет о любом виде инвестиций.

Прямое участие в акционерном капитале медиакомпаний способно создать владельцу серьезные неприятности в отношениях с властью. Именно это случилось с

Владимиром Потаниным: в конце концов он предпочел избавиться от своей доли в капитале “Известий” после череды скандалов с увольнениями главных редакторов, которые публиковали то слишком откровенные репортажи о последствиях теракта в Беслане, то слишком смелую аналитику о подъеме радикальных националистических движений в столице<sup>1</sup>. Не раз приходилось оправдываться и улаживать конфликты с Кремлем Александру Лебедеву — из-за владения “Новой газетой” или “Московским корреспондентом”: последнюю просто пришлось закрыть после неосторожной публикации о предполагаемых отношениях между Владимиром Путиным и спортсменкой Алиной Кабаевой<sup>2</sup>.

Тем более опасны попытки всерьез развивать и наращивать собственный медиабизнес, вкладывая деньги во вновь создаваемые медиа. Наиболее известна тут история с Владимиром Гусинским, который создал крупнейшую российскую негосударственную корпорацию 1990-х — “Медиа-Мост”, а потом, на рубеже 2000-х годов, потерял большую часть своих капиталов и был изгнан из страны.

Под прямым давлением — уже в относительно недавнее время — снова и снова оказывался Михаил Прохоров, к которому кремлевские чиновники обращали свои претензии и в связи с работой его амбициозного медиапроекта “Сноб”, и особенно из-за расследований разных изданий холдинга РБК: руководство и большая часть его редакционного состава уволилась после изгнания одно-

го из менеджеров, “виновного” в публикации подробного материала о дочери Путина — Екатерине Тихоновой, о ее муже Кирилле Шамалове и о документах из “Панамского архива”<sup>3</sup>. В июне 2017 года переговоры об окончательной продаже всех медиаактивов Прохорова были завершены.

Даже обыкновенный рекламный контракт или подписание с медиакомпанией невинного соглашения о партнерстве может обернуться для рекламодателя внезапными сложностями в виде внеочередных налоговых проверок, необъяснимых задержек товара на таможне, дополнительных инспекций пожарных или санитарных служб. Об этом не раз говорили, приостанавливая или окончательно прекращая свои отношения с “недружественными государству” изданиями, рекламодатели “Еженедельного журнала”, радиостанции “Эхо Москвы”, телеканала “Дождь” или еженедельника “The New Times”.

В любом случае предприниматель, неосторожно предлагающий независимому изданию, телекомпании, радиостанции, интернет-ресурсу поддержку своими деньгами, рискует ощутить на себе и своем бизнесе разрушительное внимание государства — со всеми его силовыми органами и спецслужбами, включая полицию, Следственный комитет, прокуратуру, органы налогового надзора, финансового, таможенного, антимонопольного контроля и, наконец, хорошо управляемую исполнительную властью судебную систему.

Впрочем, в некоторых случаях российское государство ограничивает приток денег в сфере медиа, прибегая к самым решительным — законодательным — инструментам. Тут стоит упомянуть, например, законы (соответствующие акты принимались Государственной Думой в 2012 и 2015 годах), ограничившие право иностранных компаний быть акционерами российских медиа, а также право иностранных менеджеров руководить редакциями.

Из того же разряда — несколько установленных в последние годы законодательных ограничений на рекламу пива, алкоголя, лекарственных препаратов и БАДов, медицинских и финансовых услуг, табака. Конечно, такие ограничения в России, как и по всему миру, часто становятся результатом ожесто-

ченной борьбы противостоящих лоббистских группировок, продвигающих интересы тех или иных отраслей бизнеса. Однако российская специфика состоит как раз в том, что ни самих парламентариев, ни тем более политические подразделения кремлевской администрации, которые контролируют работу Государственной Думы и Совета Федерации, вовсе не смущает тот ущерб, который очередные рекламные рестрикции нанесут медиаиндустрии, даже если они вырывают из без того слабого российского рекламного рынка целые сегменты. Напротив, это считается полезным побочным эффектом, поскольку косвенно облегчает контроль над медийной сферой.

В реальности устанавливается фактический запрет на свободную экономическую деятельность в медийной сфере. Конкуренция в ней становится невозможна в принципе. Никакое независимое и неподконтрольное издание не способно в таких условиях “стоять на ногах”, попросту обеспечить собственными доходами свою собственную деятельность.

Отдельно — и очень настойчиво — государство заботится о том, чтобы контроль над каналами доступа независимых медиа к своей аудитории тоже не ослабевал. Под строгим надзором работают органы распределения лицензий на частоты для радио- и теле вещания, сколько-нибудь серьезные полиграфические мощности, сети розничного распространения печатной прессы, сети доставки интернета до конечного потребителя через компании-провайдеры стационарной или мобильной связи, монополизированные государством почтовые услуги. Никакой свободный, не контролируемый государством бизнес тут тоже не возможен.

Хорошо известна, к примеру, история финансово-промышленной группы “Промсвязькапитал”, принадлежавшей братьям Алексею и Дмитрию Ананьевым, которые на протяжении многих лет собирали под свой контроль десятки региональных дистрибуторских компаний, работавших под брендами “Роспечать”, “Союзпечать” и “Метропресс”, а затем разом продали все эти активы правительству Москвы<sup>4</sup>.

Впрочем, распространение бумажной прессы в России стремительно сокращается и

в целом. Вся система подписки остается в руках государственного монополиста — компании “Почта России”, известной крайней медлительностью доставки, ненадежностью и вообще исключительно низким качеством сервиса, мало изменившегося за все постсоветские десятилетия. Розничные сети неуклонно теряют объемы распространения, систематически сокращая число газетных киосков в российских городах.

Даже в столичном мегаполисе, традиционно самом благополучном с точки зрения системы розничного распространения газет и журналов, торговая сеть постепенно сходит на нет. По данным российской “Ассоциации распространителей печатной продукции”, еще пять лет назад в Москве было больше 2800 киосков, а к концу 2016-го осталось меньше 1300. Только за последние три года продажи ежедневных газет в Москве упали более чем вдвое<sup>5</sup>. И такая тенденция объясняется отнюдь не только общемировым трендом на сокращение популярности традиционных бумажных изданий, но и осознанной политикой московского правительства, последовательно изгоняющего продавцов прессы с городских улиц.

Логика и тут та же: “правильные” газеты и журналы всегда можно поддержать дотацией из федерального или регионального бюджета, а “неправильными” управлять тем проще, чем ниже их тиражи и, значит, уязвимее финансовая ситуация.

Очень характерна в этом смысле манера аргументации, которой любят пользоваться для описания этой ситуации официальные представители Кремля или правительства: дескать, сама аудитория не поддерживает независимую журналистику, зритель и читатель отказываются их “кормить”, журналистская продукция “не продается”.

“Очень мало молодой аудитории, молодых людей. Это тяжелейшая проблема для рекламного рынка... Рекламодатель не хочет покупать рекламу на «Эхе Москвы»”, — утверждал в ноябре 2014 на встрече с журналистами радиостанции тогдашний глава “Газпром-Медиа” Михаил Лесин<sup>6</sup>.

“Публика не выбирает телеканал «Дождь» не потому, что телеканал «Дождь» куда-то не

пускают, а потому, что он не совпадает с ожиданиями аудитории”, — заявлял заместитель главы Министерства связи и массовых коммуникаций РФ Алексей Волин<sup>7</sup>. Он же с удовольствием рассуждал публично о том, что “телеканал “Дождь”, где не самая дорогая подписка, уже расцвел бы и благоухал, если бы отвечал чаяниям хотя бы десяти миллионов человек”<sup>8</sup>. Все это звучит особенно цинично на фоне того, что телеканал “Дождь” еще в начале 2014 года внезапно, буквально в течение двух дней, утратил контракты с большинством провайдеров кабельных и спутниковых телевизионных сетей, работающих в России (на пике его технический охват составлял 17,5 млн домохозяйств, а среднесуточный — 1,2 млн зрителей<sup>9</sup>), в результате чего потерял одновременно более 80% своей аудитории: все это случилось после того, как в эфире “Дождя” обсуждался сюжет о блокаде Ленинграда в годы Великой Отечественной войны, который кремлевские идеологи использовали как повод для пропагандистской атаки на независимую компанию.

Между тем целая армия государственных чиновников и офицеров спецслужб последовательно, день за днем, год за годом обеспечивает положение, в котором независимые медиа в России лишены возможности естественным и рациональным образом выстраивать свои взаимоотношения с потенциальной аудиторией, с партнерами, с рекламодателями, с инвесторами.

В сфере электронных медиа государство в последние годы активно использует и еще один дополнительный специфический инструмент давления: контроль над интернет-провайдерами. Они оказались самым уязвимым звеном в “обороне” российского интернета, поскольку их деятельность, по российскому законодательству, является лицензируемой. Бизнес любого провайдера можно приостановить или заблокировать единственным административным решением. При этом любая, даже очень кратковременная приостановка работы оборачивается для компании-провайдера катастрофическим ущербом: рынок таких услуг высококонкурентен, бегство клиентов остановить очень трудно, а потеря их доверия происходит моменталь-

но. Именно такие компании, как “Комстар”, “Акадо”, ЮТК, “Центр-Телеком”, “Эр-Телеком”, “Ринет”, NETBYNET, “Билайн-Телеком” и прочие крупнейшие поставщики интернет-доступа для российских пользователей, по первому требованию спецслужб, технически обеспечивают блокировку “вредных” и “неблагонадежных” сайтов.

Так что организовать блокировку “нежелательного” сайта можно при помощи простого запугивания провайдера: без всякого судебного решения, просто по распоряжению административных органов (в том числе местных), иногда просто по телефонному звонку. Как раз так в последние годы были заблокированы — без сколько-нибудь ясных законных оснований — популярные медиаресурсы: Ej.ru, Grani.ru, Kasparov.ru. Блокировке в разное время и на разные сроки (а иногда и навсегда) подвергались и популярные персональные блоги многих оппозиционных деятелей и критически настроенных в отношении власти журналистов: Алексея Навального, Леонида Волкова, Рустема Адагамова, Олега Козырева. В конце 2016 года Антон Носик опубликовал список из более чем 80 аккаунтов, заблокированных в популярной в России сети LiveJournal, серверы которой расположены в России, а потому техническая процедура блокировок не представляет никакой сложности<sup>10</sup>.

Медиакомпании оказываются, таким образом, последовательно лишены средств к существованию и поставлены перед очевидным выбором: либо закрыться, либо перейти в полное владение или под акционерный контроль корпораций, в свою очередь подконтрольных государству (таких, как “Газпром”, например) или лояльных ему. Причем “лояльность” в данном случае не означает просто “законопослушность”: речь идет о крупных компаниях, успех которых обеспечивается глубокой интегрированностью, многолетней вовлеченностью всей структуры — и персонально ее владельцев — в бизнес с государством и “при государстве”, в распоряжение бюджетными финансовыми потоками, в работу с крупными государственными заказами и государственными закупками.

В наиболее ярких случаях это принимает

характер своеобразной повинности. Хочешь иметь доступ к государственным финансам и к наиболее выгодным, гарантированно доходным сферам бизнеса (нефть и газ, оружейные заказы и армейское снабжение, крупные инфраструктурные проекты, дорогая земля и недвижимость в столицах) — возьми “на передержку и воспитание” важный медиаресурс.

Именно таким был казус Алишера Усманова: на протяжении многих лет он добивался положения особо доверенного менеджера “Газпрома”, последовательно собирая в интересах огромной газовой госмонополии важные активы, по разным причинам оказавшиеся вне ее контроля в годы правления бывшего главы правления Рэма Вяхирева. В результате Усманову удалось установить очень тесные отношения с близким к Кремлю олигархическим кругом, что позволило ему получить одобрение “сверху” на приобретение нескольких крупных горно-обогачительных предприятий и формирование гигантского холдинга “Металлоинвест” (здесь не обошлось без весьма щедрых кредитов государственных банков, в частности ВТБ), а кроме того, получить доступ к стратегическому телекоммуникационному сектору (в 2012 году его компании получили контрольный пакет в “Мегафоне”, одном из участников российской “большой четверки” мобильной связи).

В 2006 году Усманов неожиданно стал владельцем одного из крупнейших медиахолдингов России — “Коммерсантъ”, ранее принадлежавшего Борису Березовскому, который к тому моменту был политическим эмигрантом и одним из самых ожесточенных критиков президента Путина.

История практически повторилась, когда в 2012–2014 годах бизнес-структуры Усманова последовательно скупили контроль над крупнейшей российской социальной сетью ВКонтакте — после того, как ее основатель Павел Дуров несколько раз заявил о своем отказе подчиниться требованиям предоставить контроль над ней со стороны государственных надзорных и силовых структур. В дальнейшем Усманов через принадлежащие ему компании стал контролировать и другие российские социальные сети, конкурирующие с Фейсбуком — Одноклассники и LiveJournal.

Заметим, что со временем у Усманова и его компаний появился уже и непосредственный бизнес-интерес к медийным и коммуникационным проектам, и инвестиции в эту сферу стали носить сугубо коммерческий характер: немалые деньги были в разное время вложены в акции Facebook, Apple, Uber, Alibaba и других высокотехнологичных компаний, однако эти инвестиции были далеки от собственно информационной, традиционно журналистской сферы.

Собственно, речь идет о тех самых корпорациях, которые принято считать основой российского олигархического капитализма путинского “призыва”. За российскими медиа сегодня присматривают, кроме компаний Алишера Усманова, еще и группы Романа Абрамовича, Алексея Мордашова, Александра Мамута и других. Михаил Прохоров и Владимир Потанин последовательно избавляются от этой приносящей вечные неприятности части своих бизнесов (один, как было уже упомянуто, продал холдинг РБК, другой пока остается владельцем лишь относительно небольшой доли медиагруппы Rambler). Медиаактивы братьев Михаила и Юрия Ковальчуков, по всей видимости, являются наиболее значительными — хотя бы потому, что помимо “Национальной Медиа Группы”, владеющей, в частности, крупными (а часто и контрольными) пакетами “Первого канала”, “Пятого канала”, РЕН-ТВ, “Известий”, “Спорт-Экспресса”, они контролируют весьма значительную часть российского рекламного рынка через компанию “Видео Интернешнл”. Здесь тоже, по всей видимости, наблюдается эффект усиления аппетита во время еды: братья Ковальчуки сначала вынуждены были “в добровольно-принудительном порядке” принять контроль за стратегически важным “Первым каналом” от Романа Абрамовича (он потратил немало сил на то, чтоб отстоять свое право постепенно отстраниться от активного участия в российских делах), а затем оказалось, что из позиции особо приближенного к власти медиаолигарха можно извлечь и вполне значительные доходы.

Забавно, что некоторые исключения, какими представляется отсутствие прямых медиаинтересов у компаний, управляемых Иго-

рем Сечиным или братьями Ротенбергами, в данном случае действительно подтверждают правило: по-видимому, чтобы заслужить освобождение от этой неприятной и хлопотной медиаповинности, нужно быть не просто влиятельными, но самыми влиятельными, не просто близкими лично к Путину, но самыми близкими к Путину олигархами.

Аналогичный механизм контроля работает и на региональном или местном уровнях: надзор за “информационным порядком” осуществляют там провинциальные минилолигархи, близкие, соответственно, к губернаторским администрациям, городским или муниципальным структурам власти. Система, как часто бывает, воспроизводит сама себя в уменьшающемся масштабе.

Правда, в условиях провинции возникают еще и специфические формы контроля за локальными медиа со стороны областных, а часто и городских властей: они известны под именем “договоров об информационном партнерстве”, а иногда даже и откровеннее — “об информационном обслуживании”, которые заключают владельцы печатных и интернетовских ресурсов с местными администрациями. В сущности, это договоры о финансировании работы редакций из регионального или городского бюджета в обмен на их полную лояльность: часто приходится сталкиваться с ситуациями, когда небольшие городские газеты утверждают в соответствующем подразделении администрации города (это может быть пресс-служба главы администрации, отдел общественных связей и т.п.) перечень новостей, подлежащих освещению в очередном номере.

Важный вопрос, тем временем, заключается в том, означает ли описанный выше процесс планомерное уничтожение государством медиаиндустрии, — по меньшей мере в той ее части, где должна была бы существовать качественная журналистика, занятая чувствительными для власти темами: властью и межвластными столкновениями, коррупцией и развитием бизнес-интересов различных политических группировок, преследованием оппозиции, социальными проблемами, деградацией гражданских институтов и последовательным демонтажем элементов гражданско-

го общества. Означает ли это в современной России еще и неизбежную гибель самой журналистики — как ремесла, как профессионального сообщества и как уникального социального института?

Понятно, что в таких условиях запускается механизм “отрицательного отбора”: наиболее квалифицированные и ответственные профессиональные кадры оказываются вытеснены из журналистской среды, а легче всего выживают в новых условиях те, кто готов согласиться с “новыми лояльностями”. Медиакомпании последовательно закрываются, журналисты теряют прежние рабочие места, но не находят новых, поскольку медиа-стартапы в таких условиях становятся все большей редкостью.

Параллельно развивается — в последние годы особенно активно — тенденция массового перехода журналистов в сферы PR, рекламы, корпоративных коммуникаций. Особенно это характерно для региональной прессы: простейший “лобовой” запрос в Google “главный редактор стал пресс-секретарем” дает десятки ссылок на конкретные ситуации в разных концах России. Однако об интенсивности такого процесса можно судить и по активной дискуссии в профессиональных кругах хедхантеров, которые спорят на почти уже вечную тему “помогает ли журналистский опыт стать хорошим пиарщиком” и в Фейсбуке, и в своих профессиональных HR-овских изданиях очень активно и со множеством живых примеров<sup>11</sup>.

### **Альтернативное медиасообщество: информационные проекты гражданских сообществ**

В этих обстоятельствах глубокого кризиса традиционных российских медиа в последние 3–4 года можно отметить появление в информационном поле целой серии информационных ресурсов довольно необычного происхождения. Речь идет о медиаресурсах, распространяющих информацию о деятельности гражданских проектов и волонтерских сообществ различной специализации и тематики.

Совершенно естественно, что любой активно развивающийся гражданский проект пытается организовать как можно более эффективное распространение информации о своей деятельности. Такие проекты всегда пытаются создать собственные сайты, как можно более насыщенные информацией, удобные, дружественные для пользователя. Параллельно они стремятся развернуть активную работу в популярных социальных сетях, чтобы максимально расширить свою аудиторию и обеспечить с нею надежный постоянный контакт.

Содержание этих ресурсов естественным образом оказывается более или менее узко специализированным, сконцентрированным чаще всего на одном тематическом направлении: том, в котором активистское сообщество и ведет свою работу. Однако и объем, и качество, и новизна распространяемой такими ресурсами информации иногда оказываются весьма впечатляющими и способными привлечь широкое общественное внимание. Такие сайты перестают быть чисто техническим “ньютлеттером” гражданского проекта, а превращаются в полноценные тематические медиа.

Чрезвычайно полезным для развития таких медиа становится сам по себе коллективный характер работы их “материнских” гражданских сообществ и проектов. Если работа гражданского проекта строится по принципу краудсорсинга, то есть создания широкой сети сотрудников, совместными усилиями делающих общую работу (иногда для этого приходится выстроить достаточно изоцированную многоуровневую систему взаимодействия участников, которые выполняют разные виды и типы работ, полезных для общего дела), то и информация о результатах этой работы, предлагаемая публике на выходе, оказывается результатом такого коллективного, “распределенного” труда.

Иногда удается создать систему, в которой распределенным образом множество участников принимают участие и в сборе первичной информации, и в ее обработке, обогащении, проверке, осмыслении, и в распространении получившегося информационного продукта.

Последнее качество особенно важно и полезно в условиях внешнего давления со стороны государства и его силовых структур.

Дело в том, что точка “выхода” готовой информации всегда оказывается самой уязвимой во всей схеме работы волонтерского сообщества, если ему необходимо противостоять агрессивному давлению со стороны государственных контрольных и правоохранительных структур. Можно технически организовать работу, создав — в буквальном смысле — распределенную, децентрализованную рабочую среду (рассеянный “офис” или “редакцию”), в которой сотрудники физически удалены друг от друга. Можно хранить исходную информацию, материалы в процессе обработки, готовый информационный продукт на удаленных или распределенных серверах, можно намеренно “размазать” в пространстве любую организационную структуру. Эти методы хорошо известны и широко применяются всеми, у кого есть основания опасаться вторжения в рабочий процесс извне.

Но выдавать готовый информационный продукт на публику приходится с какой-то фиксированной медиавитрины. На выходе появляется конкретный сайт со своим уникальным адресом, и вот он-то как раз наиболее уязвим: при желании его совсем не трудно заблокировать — скорее всего так, как мы это описывали выше, на уровне сервиса интернет-провайдеров.

Однако именно многолюдные гражданские проекты, как выясняется, лучше всего приспособлены для преодоления этой угрозы. Каждый из участников сообщества фактически сам становится элементом распределенной системы, с помощью которой это сообщество публикует результаты своей работы. Удастся организовать не только децентрализованный “вход” первично собираемой сообществом информации, но и децентрализованный “выход”.

Автор этих строк однажды был приглашен в качестве консультанта в “Фонд борьбы с коррупцией”, созданный наиболее популярным сегодня российским политическим активистом Алексеем Навальным, и во время знакомства с его рабочей командой Навальный признался: “Мы все тут никогда не соби-

рались заниматься журналистикой, но сейчас с некоторым ужасом понимаем, что постепенно превращаемся в редакцию”.

С тех пор прошло чуть меньше трех лет, и сегодня информационная продукция этой “редакции поневоле” собирает на YouTube десятки миллионов просмотров. ФБК Навального сделался, в сущности, одним из самых профессиональных и успешных центров расследовательской журналистики в России. А персональный сайт Навального [navalny.com](http://navalny.com), где публикуются результаты расследований, подготовку которых ведут участники волонтерской сети, построенной его фондом, — один из самых популярных независимых медиаресурсов в русском интернете.

Этот же набор неожиданных преимуществ и факторов создания эффективной информационной структуры можно обнаружить и у гораздо более скромных активистских проектов, создающих распределенные рабочие сети.

Автор этих заметок в разное время был организатором и является постоянным участником нескольких гражданских активистских проектов (в том числе сообщества “Диссернет”, мемориальной инициативы “Последний адрес”), так что многие примеры таких структур, хорошо знакомые теперь российской публике, развивались непосредственно у него перед глазами.

\*\*\*

**Сообщество “Диссернет” ([www.dissernet.org](http://www.dissernet.org))**, участники которого заняты систематическими разоблачениями злоупотреблений в области науки и образования в России.

Проект был запущен более трех лет тому назад и первоначально представлял собою, как тогда писали, “троллинговую игру”, задачей которой была организация расследований разнообразных махинаций и афер с фальшивыми научными степенями (главным образом плагиата), в которых были задействованы сотни и тысячи представителей российского истеблишмента. Депутаты, сенаторы, губернаторы, судьи, прокуроры, генералы, бизнесмены, ректоры университетов, даже

священники оказались владельцами фальшивых диссертаций, и разоблачения их мелких мошенничеств были встречены публикой с острым интересом (*Подробнее о “Диссернете” см. статью С. Пархоменко “Случай «Диссернета». Опыт выживания волонтерского гражданского сообщества в агрессивной политической среде” в “Контрапункте”, №3, 2015 — Прим.ред.*)

Работа сообщества “Диссернет” с самого начала сопровождалась огромным вниманием со стороны российской и зарубежной прессы. Об активистах, занятых борьбой с диссертационными мошенничествами, писали, в частности, не только либеральные издания, такие как российский Forbes<sup>12</sup>, “Новая газета”<sup>13</sup>, “Эхо Москвы”<sup>14</sup>, The Moscow Times<sup>15</sup>, но и официозные агентства РИА “Новости”<sup>16</sup> и ИТАР-ТАСС<sup>17</sup>. О работе “Диссернета” могли узнать читатели журнала The New Yorker<sup>18</sup>, Le Figaro<sup>19</sup>, Slate<sup>20</sup>, Der Spiegel<sup>21</sup>.

С тех пор работа сообщества приобрела огромный масштаб, в ней принимают участие сотни волонтеров, в основном российских ученых, работающих и внутри страны, и за границей. Экспертизы приняли массовый, “ковровый” характер: проверке подверглись целые отрасли российской науки, научная продукция больших университетов и исследовательских институтов, фонды диссертаций целых категорий российских специалистов.

Параллельно с массовым исследованием диссертаций были запущены два других “мегапроекта”. Задача одного — он называется “Диссеропедия ВУЗов” — создание своеобразной энциклопедии российских университетов и других учебных заведений, в большей или меньшей мере участвующих в работе индустрии, создающей и торгующей фальшивыми диссертациями. Цель другого — “Диссеропедия публикаций” — исследование российской системы научных журналов и выявление злоупотреблений и жульничества в “публикаторском бизнесе”.

По мере развития самого проекта сайт “Диссернета” превратился в мощный специализированный информационный ресурс. Ежедневно на нем появляются новые публикации, посвященные разоблачениям в научной сфере, обновляются таблицы, рейтинги и

базы данных, собирается огромная коллекция сторонних публикаций на сходные темы.

Большая часть информации, публикуемой на этом ресурсе, имеет оригинальный, уникальный характер: это не агрегация публикаций из других источников, не обработка и “перепакровка” уже известных сведений, а непрерывно функционирующий источник новой “информационной ценности”. Именно поэтому сайт “Диссернета” привлекает постоянное внимание журналистов, прежде всего провинциальных: они весьма активно используют информацию о тех или иных заметных деятелях своих регионов, которые оказались фигурантами разнообразных окологосударственных скандалов.

\*\*\*

**Сообщество “Последний адрес”**, казалось бы, занято совершенно иным видом деятельности, заинтересовано в совершенно другой тематике; однако и его сайт [www.poslednyadres.ru](http://www.poslednyadres.ru) быстро оказался своеобразным информационным ресурсом.

“Последний адрес” — проект народного “распределенного” мемориала жертвам политических репрессий, погибшим в СССР и России на протяжении всего XX века. Работа волонтерского сообщества заключается в установке на фасадах домов, ставших последними прижизненными адресами репрессированных, стандартных металлических мемориальных знаков (совсем небольших, размером с почтовую открытку), на которых выгравированы сведения о репрессированном, датах его ареста, гибели и реабилитации.

К сегодняшнему дню установлено уже около 500 мемориальных знаков в 30 городах и селах России. Сообщество постепенно расширяется, вовлекая в работу инициативные группы во все новых и новых российских городах, а в ближайшее время выйдет и за пределы России: первые мемориальные знаки “Последнего адреса” уже этой весной появились на Украине, а в ближайшие недели заработает и родственный “Последнему адресу” проект в Чехии.

Между тем эти 500 имен на 500 уже уста-



новленных одинаковых табличках превратились в 500 текстов на сайте проекта, каждый из которых — это история жизни и смерти невинного человека, ставшего жертвой тоталитарного государства. Таким образом, сайт стал постоянно действующим информационным ресурсом, посвященным важнейшей для российского общества проблеме: истории государственных политических репрессий. И его публикации — это надежная, выверенная и профессионально изложенная оригинальная информация, основанная на архивных документах, разработках историков “Международного Мемориала”, материалах из частных архивов, свидетельствах потомков репрессированных.

\*\*\*

**Проект “ОВД-инфо”** ([www.ovdinfo.org](http://www.ovdinfo.org)) был организован в конце 2011 года, когда начались систематические масштабные задержания участников массовых политических протестов.

Сегодня он стал одним из самых известных и активно действующих информационных ресурсов, посвященных политическим преследованиям в России. Инициаторы его описывают свою миссию так: “Мы занимаемся ежедневным мониторингом преследований по политическим мотивам и публикуем информацию о них в формате экспресс-новостей и историй, рассказанных самими пострадавшими. Мы верим, что информация освобождает и защищает, а анализ собранных данных позволит изменить ситуацию к лучшему в будущем”.

Сайт [www.ovdinfo.org](http://www.ovdinfo.org) тоже оказался мощным и весьма профессиональным источником информации, в данном случае политической, юридической и правозащитной тематики.

\*\*\*

Прекрасным образцом “активистского медиа” следует считать **проект “Такие дела”**, организованный благотворительным фондом “Нужна помощь”.

Сайт [www.takiedela.ru](http://www.takiedela.ru) авторы представляют публике в качестве “электронного журнала”, однако в основе его лежит совершенно практическая идея: представлять потенциальным благотворителям людей, оказавшихся в трудном положении и нуждающихся в помощи сограждан. Замысел заключался в том, чтобы не выкладывать информацию о возможных адресатах помощи в виде сухих сводок, а в каждом случае создавать полноценный репортаж или очерк, привлекая высококлассных авторов и фотографов.

Для журналистов участие в таком проекте всякий раз становится формой профессиональной помощи благотворительному проекту. Но ставка на серьезных профессионалов сделала хронику благотворительных акций — обычно монотонную и мало привлекательную для читателя — весьма запоминающимся и впечатляющим авторским ресурсом. Что, в свою очередь, помогает благотворительному фонду решать сложнейшую из стоящих перед ним задач: более эффективно организовывать фандрайзинг и собирать более существенные суммы на свою непосредственную, филантропическую, деятельность.

Как видим, возможности таких “медиа поневоле” достаточно широки, а сами они получаются весьма разнообразными.

Вероятно, следует констатировать постепенно развивающуюся специфическую тенденцию, в рамках которой российское информационное сообщество, оказавшееся в крайне сложной ситуации — под действием безжалостного давления со стороны государства, — ищет и находит неожиданные, нестандартные ресурсы для выживания и сохранения контакта со своей аудиторией.

Может быть, на наших глазах в эволюции российских медиа происходит неожиданный поворот, который в конечном итоге позволит им сохранить профессиональное достоинство вопреки сложным политическим и социальным обстоятельствам.

## Примечания

- 1 См. Воронина А. “Добрались до бумаги” // Ведомости. 2004. 7 сентября. URL: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2004/09/07/dobralis-do-bumagi> (доступ 19.06.2017); “Газета”: Потанин продал “Известия” еще в четверг // Лента.ру. 2005. 3 июня. URL: <https://lenta.ru/news/2005/06/03/izvestia/> (доступ 19.06.2017).
- 2 Ануфриева А., Буранов И., Соболев С. Гимнастическое упрямство // Коммерсантъ. 2008. 21 апреля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/884988> (доступ 19.06.2017).
- 3 Уволено руководство РБК // Русская служба BBC. 2016. 13 мая. URL: [http://www.bbc.com/russian/news/2016/05/160513\\_rbc\\_badanin](http://www.bbc.com/russian/news/2016/05/160513_rbc_badanin) (доступ 19.06.2017).
- 4 Болецкая К., Лявв Б. Аргументы и факты Москвы // Ведомости. 2013. 1 июля. URL: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2013/07/01/argumenty-i-fakty-moskvu> (доступ 19.06.2017).
- 5 Куликова О. Розничные продажи прессы накануне выборов // PlanetaSmi.ru. 2016. 19 августа. URL: <http://planetasmi.ru/roznitsa/45947-roznichnye-prodazhi-pressy-v-moskve-nakanune-parlamentskikh-vyborov> (доступ 19.06.2017).
- 6 “Я должен привычными характеристиками бульдозера проехать по этой ситуации”. Встреча Лесина с “Эхом Москвы”. Расшифровка // Meduza.io. 2014. 19 ноября. URL: <https://meduza.io/feature/2014/11/19/ya-dolzhen-privychnymi-harakteristikami-buldozera-proehatsya-po-etoy-situatsii> (доступ 19.06.2017).
- 7 Колезев Д. “Я бы не говорил про чрезмерное влияние телеканалов на общественное мнение” [Интервью с замглавы Минкомсвязи А. Волиным] // Znak.com. 2016. 10 ноября. URL: [https://www.znak.com/2016-11-10/zamglavy\\_minkomsvyazi\\_aleksey\\_volin\\_o\\_gosudarstvennom\\_pr\\_agressii\\_na\\_telekanalah\\_i\\_uvoleniy\\_zhurnal](https://www.znak.com/2016-11-10/zamglavy_minkomsvyazi_aleksey_volin_o_gosudarstvennom_pr_agressii_na_telekanalah_i_uvoleniy_zhurnal) (доступ 19.06.2017).
- 8 Замминистра связи Волин: ТВ показывает то, что нравится зрителю // Русская служба BBC. 2017. 6 марта. URL: <http://www.bbc.com/russian/media-39173897> (доступ 19.06.2017).
- 9 Китаева К., Дуленкова А. Засуха на “Дожде” // РБК. 2014. 5 февраля. URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/2014/02/05/56bf7f839a7947299f72d60e> (доступ 19.06.2017).
- 10 ДОЛБОВЕ (Носик А.) Переезд ЖЖ на Лубянку: как теперь блокируют журналы // “Живой журнал” dolboev. Запись от 26 декабря 2016 года. URL: <http://dolboev.livejournal.com/3079690.html> (доступ 19.06.2017).
- 11 См. Каневская Р. Действительно ли из журналистов получают хорошие пиарщики? // Pressfeed - Блог. 2016. 23 мая. URL: <https://blog.pressfeed.ru/jour-good-pr/> (доступ 19.06.2017).
- 12 МАЛКОВА И., ВАСИЛЬЕВ И. Диссергейт: насколько честно получали ученые степени российские миллиардеры? // Forbes. 2013. 3 июня. URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya/biznes/240032-dissergeit-naskolko-chestno-poluchali-uchenye-stepeni-rossiiskie-milliardery> (доступ 19.06.2017).
- 13 Гири Н. Это не про науку. Это про репутацию и вранье // Новая газета. 2013. 24 сентября. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2013/09/24/56493-eto-ne-pro-nauku-eto-pro-reputatsiyu-i-vranie> (доступ 19.06.2017).
- 14 ПЛЮЩЕВ А., ХОДОРЧЕНКОВ А. Технология борьбы с научным плагиатом [Программа “Точка”. В гостях С. Пархоменко и А. Ростовцев] // Эхо Москвы. 2013. 29 сентября. URL: <http://echo.msk.ru/programs/tochka/1166306-echo/#element-text> (доступ 19.06.2017).
- 15 ЕРЕМЕНКО А. Dissernet Activists Track Russian Officials With Black-Market Degrees // The Moscow Times. 2014. August 19<sup>th</sup>. URL: <https://themoscowtimes.com/articles/dissernet-activists-track-russian-officials-with-black-market-degrees-38519> (доступ 19.06.2017).
- 16 ВИНОГРАДОВ Д. Диссергейт. Один день с охотниками на липовые диссертации // РИА “Новости”. 2013. 5 марта. URL: <https://ria.ru/ocherki/20130305/925877298.html> (доступ 19.06.2017).
- 17 Досье: Кого обвиняли в плагиате в диссертациях // ТАСС. 2013. 25 сентября. URL: <http://tass.ru/spravochnaya-informaciya/681740> (доступ 19.06.2017).
- 18 ЛИРМАН М. Russia’s Dissertation-Fraud Muckrakers // The New Yorker. 2013. March 9<sup>th</sup>. URL: <http://www.newyorker.com/news/news-desk/russias-dissertation-fraud-muckrakers> (доступ 19.06.2017).
- 19 Des responsables russes accusés de plagiat // Le Figaro. 2014. 1er avril. URL: <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2014/01/28/97001-20140128FILWWW00381-des-responsables-russes-accuses-de-plagiat.php> (доступ 19.06.2017).
- 20 НЕУФАХ Л. The Craziest Black Market in Russia // Slate. May 22nd. URL: [http://www.slate.com/articles/news\\_and\\_politics/cover\\_story/2016/05/the\\_thriving\\_russian\\_black\\_market\\_in\\_dissertations\\_and\\_the\\_crusaders\\_fighting.html](http://www.slate.com/articles/news_and_politics/cover_story/2016/05/the_thriving_russian_black_market_in_dissertations_and_the_crusaders_fighting.html) (доступ 19.06.2017).
- 21 BIDDER B. Wladimir Guttenberg // Der Spiegel. 2013. 22. April. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-92079493.html> (доступ 19.06.2017).