Марина Вадимовна Ливанова

*Смоленский государственный университет*

marliv@rambler.ru

**«Нескучная культура» в интернет-проектах small media**

Рассматриваются культурная повестка и дискурсивные практики интернет-проектов small media. Качественная экспертная журналистика, дискуссионные темы, внимание к эстетике повседневности, метод инфотейнмента и мультимедийные инструменты вовлекают сообщество в оценку и производство контента, альтернативного культурной проблематике СМИ мейнстрима.

*Ключевые слова*: small media, культурная повестка, альтернативные дискурсивные практики.

Small media – недавнее, но уже заметное явление в российской цифровой среде. Сегодня нормативность правового поле журналистики, политическая и идеологическая ситуация повлияли на функционирование авторских медиа в мультиформатном варианте (сайт, паблик, печатная версия), а также ограничили тематическую сферу гуманитарной, прежде всего культурной проблематикой. Помимо портала Arzamas она сосредоточена в проектах «Нож» («сайт о полезной науке и нескучной культуре», 447 тыс. подписчиков «ВКонтакте») и «Дискурс» («открытый журнал о культуре и обществе», 62 тыс. подписчиков «ВКонтакте», сайт заблокирован Роскомнадзором).

Вовлечение, создание и развитие сообщества являются ведущими функциями small media. Их аудитория ушла из институционального публичного пространства в отсутствие конкуренции смыслов и идей, и она объединена не только общими интересами, но и ментальными моделями мира. Культура имеет коммуникативную природу и «возможна лишь в такой группе, в которой люди общаются» [4: 6].

Культурная повестка small media встроена в общегуманитарную (психология, саморазвитие, этика, история, философия) и формируется как оппозиция мейнстриму (традиционным СМИ с их приоритетом воспитательной и аксиологической функций культуры): «Продвижение ценностей – пугающий мессианский комплекс: мы с читателем на равных» [1]. Аудитории предлагается альтернативный медиапродукт: эксклюзивные интервью с независимыми исследователями, художниками и людьми с необычным опытом, экспертные лонгриды и спецпроекты с деятелями культуры андеграунда, исследование дискуссионных тем, отказ от утилитарной тематики и контента, апеллирующего к эмоциям. Данные практики атрибутируются исследователями как «опыт дискурсивного медиасопротивления» [3: 55], которое не носит радикальный характер, а придерживается логики сохранения конвенциональных пространств. Особенности конструирования журналистского культурного дискурса отмечены на уровне тем, жанров, структуры контента, методов презентации культурных реалий, мультимедийных инструментов.

Составляя для аудитории богатую и разнообразную картину мира, small media обращаются как к темам, которые не знакомы аудитории («Конец привычного мира. Путеводитель журнала “Нож” по новой этике, новым отношениям и новой справедливости») , так и к традиционным, но под другим углом зрения («Лев Толстой – главный пацифист русской литературы», «Поэтическое наследие Егора Летова: что он унаследовал от Германа Гессе и Василия Жуковского» – «Дискурс»); («Что означает синий цвет в искусстве разных эпох», «Боярыня Морозова за пределами картины Сурикова» – «Нож»). Повседневная жизнь также осознается как совокупность социокультурных индикаторов и как особая культурная ценность [2] («Краткая история завтраков», «Как создавался дизайн уличных знаков»). Структура контента включает в себя качественные журналистские и экспертные материалы, прозу и поэзию подписчиков, фотогалереи, коллекции иллюстраций. Обзорно-аналитические тексты имеют атемпоральный характер без хронологической привязки. Сочетание познавательной и развлекательной составляющих позволяет переходить от базовых объясняющих материалов к концептуально продуманной сути вещей в лонгридах. Использование мультимедийных инструментов (различные форматы видео, аудиофайлы, подкасты, интерактивные компоненты – тесты, опросы) делает возможным диалог с интеллектуальной аудиторией, вовлечение ее в оценку и производство контента.

В условиях, когда культурная и просветительская журналистика «становится менторской и неповоротливой в официальных СМИ, а коммерческие медиа лишь конкурируют за рекламу, реализация исторической миссии журналистики ложится на плечи small media, которые получают возможность производить качественный контент без наличия больших бюджетов и редакционных коллективов» [5: 23].

*Литература*

1. Волощук В. Таня Коэн: «Продвижение ценностей – пугающий мессианский комплекс» // Bird in Flight. 2016. 28 янв. URL: https://birdinflight.com/ru/media-2/nozh.html.
2. Козьякова М. И. История. Культура. Повседневность. М.: Согласие, 2013.
3. Лозовский Б. Н., Нохрина Я. С. Small media как опыт дискурсивного медиасопротивления // Изв. Урал. федер. ун-та. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. С.49–60.
4. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века). 2-е изд., доп. СПб: Искусство –СПБ, 1998.
5. Чутчева А. В., Витвинчук В. В., Лаврищева М. С. Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа // МедиаАльманах. 2021. № 2. С.14–23.