

**Газета «Коммерсантъ» и ее читатель в условиях рынка (1989–1998):
трансформация российских масс-медиа**

Научный руководитель – Вишленкова Елена Анатольевна

Архангельская Софья Александровна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет гуманитарных наук, Москва, Россия
E-mail: saarkhangel'skaya@edu.hse.ru

Работа посвящена проблеме формирования образа читателя в постперестроечной прессе на примере газеты «Коммерсантъ». В момент появления на рынке это было новаторское издание, и оно оказалось востребованным. Его тираж в 1990 году составил 40 тыс. экземпляров, а уже через год - 500 тыс. При этом не было традиции деловых изданий, как не было и подготовленной читательской аудитории. Редакция утверждала, что целевая аудитория - средний класс, который в реальности тогда еще отсутствовал. Как издание формировало идеальный образ «своего» читателя, определяло информационные запросы, выстраивало коммуникацию с ним? Именно эти особенности и возможности газеты мы попытались проанализировать в данной работе.

Газета «Коммерсантъ» радикально отличалась от прочих изданий постсоветской России: не только коммунистической, но и демократической. Его новаторство было не в тематике, а в том, что его редакция создавала новый язык общения с читателем, конструировала и просвещала этого читателя. Основные находки и открытия можно свети к следующим пунктам:

1. придумываются заголовки нового типа. Иронические, использующие игру слов. Задача советского заголовка состояла в том, чтобы дать оценку, задача постсоветского - указать на информацию, задача «коммерсантовского» - разделить со своим читателем отношение к происходящему, найти совместные интересы.

2. вводится практика рерайта: статьи всех авторов переписывались специально обученными людьми с тем, чтобы создать единый стиль высказывания. Раньше авторы писали на свой вкус и в силу своих навыков. В «Коммерсанте» главная задача журналиста - добыть информацию и ее достоверно изложить.

То есть существовал набор маркеров, по которым потенциальная аудитория должна была противопоставить себя стилистике и советского, и постсоветского медийного пространства.

Источники и литература

- 1) Белановский С.А. Глубокое интервью: Учебное пособие. М., 2001.
- 2) Злотин Л. Делатели и создатели: рождение «Коммерсанта» [статья] // РИА Новости: <https://ria.ru/20130924/964469217.html>
- 3) История русских медиа. 1989-2011 (2011) // Интернет-журнал «Афиша»: <https://daily.afisha.ru/archive/gorod/archive/mediahistory/>
- 4) Кронгауз Е. Нусинова: такую газету никто здесь не пробовал делать [интервью] // РИА Новости: <https://ria.ru/20140114/989082614.html>.

- 5) Кронгауз Е. Яковлев: «Коммерсантъ» был частью изменений системы ценностей [интервью] // РИА Новости: <https://ria.ru/20130924/964464101.html>.
- 6) Кронгауз Е. Пономарева: мы в 1989-м придумали, что в стране есть предприниматели [интервью] // РИА Новости: <https://ria.ru/20131015/969062023.html>.
- 7) Кронгауз Е. Ковальский: не поддерживаю разговоров о том, что "Коммерсантъ" умер [интервью] // РИА Новости: <https://ria.ru/20140114/988946924.html>.
- 8) Кронгауз Е. Соколов: периодом бури и натиска был советский «Коммерсантъ» [интервью] // РИА Новости: <https://ria.ru/20131015/969070394.html>.
- 9) Кашин О. 20 историй “Ъ”. [сборник статей] // Сайт ИД «Коммерсантъ»: <https://www.kommersant.ru/archive/theme/1156>
- 10) Кто они такие? // Архив газеты «Коммерсантъ»: <https://www.kommersant.ru/doc/6700>
- 11) Крейг Р.Т. Теория коммуникации как область знания. М., 2003.
- 12) Новые русские с жиру бесятся // Архив газеты «Коммерсантъ»: <https://www.kommersant.ru/doc/4086309>
- 13) Островский А. История постсоветских медиа [интервью] // YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=QgEC0r_Xjus
- 14) Островский А. Говорит и показывает Россия. Путешествие из будущего в прошлое средствами массовой информации. М., 2019.
- 15) Парфенов Л. Твердым знаком на конце. [документальный фильм] // YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=BMLdc89clvY>
- 16) Панченко А.А. Ведущие отечественные газеты экономической направленности условиях изменения типа экономической системы (1964-1985, 1985-1991, 1991-2010): дис. ... канд. фил. наук. Москва, 2015.
- 17) Рождение российских СМИ. Эпоха Горбачева. (1985-1991): <https://gorbymedia.com>
- 18) Расцвет российских СМИ. Эпоха Ельцина. 1992-1999: <http://www.yeltsinmedia.com>
- 19) Репкова Т. Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе. М., 2001.
- 20) Рассказова Т. «Коммерсант» – это газета долженствования» [интервью] // Просветительский сайт «Открытый университет»: <https://openuni.io/course/2/lesson/19/material/292/>.
- 21) Стенгазета // Архив газеты «Коммерсантъ»: <https://www.kommersant.ru/doc/38639>
- 22) Скромная всероссийская // Архив газеты «Коммерсантъ»: (<https://www.kommersant.ru/doc/206540>)
- 23) Солодников Н. Андрей Васильев: слишком важное интервью — Эрнст, Рерберг и отороженная женщина. [интервью] // YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=nQ4xxF9vyuk>
- 24) Это что за N? // Архив газеты «Коммерсантъ»: <https://www.kommersant.ru/doc/6699>
- 25) Яковлев Е. «Разговор с сыном» // Просветительский сайт «Открытый университет»: <https://openuni.io/course/2/lesson/19/material/293/>.