

## Влияние краудфандинга на немецкую журналистику

Научный руководитель – Вороненкова Галина Фёдоровна

*Щербакова Анастасия Викторовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: owlzz@mail.ru*

В настоящее время всё активнее развиваются тематические краудфандинговые площадки. Как правило, на таких ресурсах журналистика не является отдельным направлением и входит в категорию медиа или творческих проектов. Именно поэтому краудфандинг-платформы (по их контенту) можно разделить на следующие группы:

- 1) порталы с исключительно журналистскими проектами;
- 2) сайты с отдельной категорией для журналистских проектов;
- 3) площадки, где нет даже отдельной категории. Журналистские проекты входят

в творческое направление вместе с кинематографом, фотографией, литературой, искусством, издательской деятельностью[1].

Успешных платформ для краудфандинг-журналистики в мире не больше двадцати пяти. Важнейшие из них, площадки первого типа, существуют только в США, Великобритании и Германии[1].

Крупнейшим немецким краудфандинг-проектом в медиасфере стало Интернет-издание Krautreporter. Кампания по сбору средств для него началась на платформе Sparker.de под лозунгом «Онлайн-журналистика пришла в негодность. Мы всё исправим»[5]. Даже изначально Krautreporter не задумывался как журнал, который будет конкурировать с ежедневными изданиями. Главной целью издания стало возрождение независимой аналитической журналистики. Большинство Интернет-ресурсов, по мнению авторов проекта, Себастьяна Эссера и Фридерика Фишера, делают ставку на скорость подачи информации, из-за чего страдает её качество.

За основу модели финансирования Krautreporter, были взяты голландский сайт De Correspondent и американский Spot.us, спонсирующиеся читателями напрямую. Однако в отличие от этих проектов, предоставляющих читателям возможность оплатить лишь отдельный материал, Krautreporter искал спонсоров, которые бы профинансировали весь проект целиком. Всего для запуска и дальнейшего существования сайта на протяжении года требовалось 15 тыс. подписчиков и сумма в 900 тыс. долларов. Цель была достигнута буквально за сорок пять дней.

Исходя из того, что Krautreporter долгосрочный проект, кампания по сбору средств проводилась каждый год - набранная сумма обеспечивала функционирование портала следующие триста шестьдесят пять дней. Однако в 2016 году Krautreporter был преобразован в кооператив. Это стало возможным благодаря тому, что вложение сделали больше четырехсот человек с минимальной суммой вклада 250 евро. Члены кооператива вошли в наблюдательный совет и Генеральную ассамблею. Это дало им право принимать участие в определении дальнейшего пути развития Интернет-журнала[6].

Сразу же после запуска в октябре 2014 года Krautreporter заработал не только как Интернет-журнал, но и как крупнейшая национальная краудфандинг-платформа исключительно для медийных проектов. Например, проект Паулины Тилльманн «Горящие тибетцы» был бы невозможен без портала krautreporter.de. Журналистка хотела рассказать о происходящих в Тибете самосожжениях, начавшихся еще в 2009 году. На собранные деньги она провела трехнедельное путешествие, которое включало в себя Индию, Непал

и Тибет - страны, являющиеся центром мирового буддизма. Итогом проекта стали два лонгрида, опубликованных на [krautreporter.de](http://krautreporter.de)[4].

Чаще всего именно нежелание придерживаться определенного редакционного курса является причиной, мотивирующей людей открывать собственные издания с помощью краудфандинг-финансирования. Например, Лиза Альтмайер и Штеффи Фетц всегда хотели заниматься журналистикой, независимой от издательств или телевизионных компаний. Именно поэтому они решили создать собственный видеоблог о путешествиях - *Crowdspondent*. Темы для репортажей могут выбирать сами зрители - для этого нужно в одной из социальных сетей написать на аккаунт проекта и рассказать о волнующей тебя проблеме в стране, куда собираются поехать журналистки. Сейчас на сайте [crowdspondent.de](http://crowdspondent.de) можно увидеть выпуски, посвященные Бразилии, Германии и Японии. Для путешествия в каждую из стран были организованы и успешно завершены краудфандинг-кампании на платформе *Startnext*[2].

Нередко журналисты планируют освещать какое-то одно событие или определенную проблему. В таких случаях финансирование требуется не для запуска самого издания, а для сбора необходимой информации. Так, Кай Шехтеле и Кристиан Фрей реализовали проект *Brafus2014*. Журналисты поставили задачу отразить в своем блоге, что происходит за кулисами Чемпионата мира по футболу, проходящего в Бразилии.

Собранные средства полностью окупили поездку, а проект стал достаточно популярным в Интернете. Главное, что показали Кай Шехтеле и Кристиан Фрей за тридцать пять дней своего путешествия, - это то, что у Чемпионата мира есть и другая, не такая красивая, сторона. Да, это величайшее событие для страны, где футбол является главным национальным видом спорта, но это также тяжелое экономическое испытание. Огромные деньги тратятся на строительство стадионов, тогда как во многих районах царит бедность и высокий уровень преступности. Казалось бы, наплыв туристов - золотая жила для местных гостиниц. Однако небольшие частные пансионаты просто не в силах конкурировать с новыми, только построенными, отелями. В своем последнем посте о поездке, Кай Шехтеле пишет, что целый месяц ФИФА «душила» Бразилию, и наконец-то страна может вздохнуть спокойно[3].

Выбор краудфандинга в качестве источника финансирования журналистских проектов становится в Германии всё популярнее. В рамках североευропейской модели немецкие СМИ характеризуются высокой степенью свободы, однако именно это заставляет их двигаться в поиске еще большей независимости от политики редакции и рекламодателей. Успешное развитие таких крупных проектов, как *Krautreporter*, вселяет надежду, что журналистика стоит на пороге новой эры и в будущем краудфандинг в сфере медиа станет популярен по всему миру.

### Источники и литература

- 1) Crowdfunding and data journalism // Режим доступа: <http://change-in-journalism.org/wp-content/uploads/sites/12/2015/09/150916-Crowdfunding-and-Data-Journalism-Slides-only.pdf>
- 2) Deine persönlichen Reporter // Режим доступа: <http://crowdspondent.de/uber-das-projekt/>
- 3) Frey C., Fuchs B., Schächtele K. Tag 34: Keine Angst vorm Kacken // Режим доступа: <http://www.brafus2014.com/tag-34-keine-angst-vorm-kacken>
- 4) Tillmann P. Der flammende Tibeter // Режим доступа: <http://www.pauline-tillmann.de/2013/02/der-flammende-tibeter>

- 5) Urbschat A. Erfolg der Krautreporter: Ist der Online-Journalismus kaputt? // Режим доступа: [http://www.huffingtonpost.de/anja-urbschat/erfolg-der-krautreporter-ist-der-online-journalismus-kaputt\\_b\\_5491004.html](http://www.huffingtonpost.de/anja-urbschat/erfolg-der-krautreporter-ist-der-online-journalismus-kaputt_b_5491004.html)
- 6) Was ist Krautreporter? // Режим доступа: [https://krautreporter.de/pages/mitglied\\_werden](https://krautreporter.de/pages/mitglied_werden)