

**DOI: 10.12731/2218-7405-2014-7-3**

**УДК 070.4**

## **ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ (Часть 1)**

Шереметьева П.Р.

Автор рассматривает значение профессии журналиста в эпоху цифровых медиа, когда происходит полное переосмысление его деятельности в совершенно новом контексте в условиях перемен в сфере производства, распространения и потребления информации. В статье доказывается важность профессии журналиста в современном медиа-пространстве, когда Интернет занял ключевые позиции в качестве площадки для получения информации и активного коммуникационного взаимодействия.

**Ключевые слова:** цифровые медиа; Интернет; журналист; профессия журналиста; веб-коммуникация.

## **THE PROFESSION OF A JOURNALIST IN THE DIGITAL AGE IN FRANCE (PART 1)**

Sheremetieva P.R.

The author considers the problem of modern journalism and journalists in particular, established a new era of digital media. There is a complete rethinking of functioning in an entirely new context, in terms of changes in the production, distribution and consumption of information. This article examines the role of the journalist profession in today's media sphere, when the Internet solidified itself as the main platform for information exchange and interaction.

**Key words:** digital media; Internet; journalist; profession of a journalist; web-communication.

## **Введение**

Структурный кризис медиа в начале XXI века привел к изменениям в работе журналистов, поскольку появилась «альтернативная» непрофессиональная журналистика. В данной статье рассматривается актуальная проблема, которая состоит в следующем: нужна ли профессия журналиста в современном обществе.

Журналистам придется научиться работать в новых условиях и пользоваться новыми способами взаимодействия с аудиторией и обмена информацией. Интернет открывает для профессионалов СМИ возможности обновления [3].

Во Франции эти изменения произошли около 10 лет назад, поскольку широкое внедрение Интернета развернулось в 2003-2004 гг., когда политическая, экономическая и культурная элита, а также широкая публика осознали, что границы создания и распространения информации стираются [5].

В современном обществе изменился характер потребления информации, которую теперь можно получать непрерывно из разнообразных источников. От небольшого количества ежедневных газет и нескольких телевизионных каналов произошел переход к множеству информационных ресурсов, децентрализованных и в большинстве случаев бесплатных. Увеличилось как количество самой информации, так и число её распространителей. Изобилие информации, ее вездесущность и моментальность обнаружения в сети Интернет привели к обесцениванию ранее предлагаемой информации [6, с. 51-52], [7]

Актуальная информация в традиционных СМИ снижает свою общественную ценность, так как журналисты из традиционных медиа больше не определяют каждодневную повестку дня. Колонка главного редактора «Монд» (Le Monde) или «Либерасьон» (Liberation) влияет на умы меньше, чем

это было двадцать или даже пять лет назад. Завсегда и Интернета предпочитают рекомендации друзей в социальных сетях, либо экспертов по своему выбору.

В медиа-сфере молодежь не следует выбору старшего поколения (например, чтение «Монд»). Единственное, чем можно теперь завоевать эту аудиторию, – это внедрять инновации.

Каждое средство информации стремится вторгнуться на территорию другого: газеты снимают видеосюжеты, телеканалы должны представить в Интернете написанные статьи, а радио публикует фото на своих сайтах. Интернет делает информацию повсеместной и вездесущей, благодаря ее распространению через смартфоны и планшетные компьютеры.

Предоставить больше информации на разных носителях с меньшими затратами – вот залог успеха многочисленных информационных структур, которые подрывают царство старой журналистики и традиционных СМИ.

Специалист в области социологии и журналистики Жан-Мари Шарон в 2012 г. называет 1158 сокращенных рабочих мест журналистов. Количество сокращений в 2013 г. превосходит эту цифру [9]. «Беспокоит тот факт, что очень малое количество журналистов смогли сохранить первое журналистское удостоверение» [8].

### **Низкие доходы**

Непрерывное понижение заработной платы беспокоит журналистское сообщество, в первую очередь - женщин, зарплата которых, не превышает минимальный межпрофессиональный уровень. Треть специалистов (29 %) прибегает к экстра-журналистской деятельности, так как зарплата невелика.

По данным американского исследовательского портала «Careercast» в апреле 2013 г. журналисты печатных периодических изданий в США возглавили список «худших» профессий из-за низкой зарплаты и стрессовых условий труда» [8].

Помимо ежегодного исследования, т.н. «Обсерватории профессий печати», которое основывается на цифрах комиссии по выдаче журналистского удостоверения, «Гражданское товарищество мультимедийных авторов» (Scam) осуществило расследование, касающееся профессии. « Публикуя результаты этого расследования, Scam желает информировать не только издателей, производителей, распространителей и всех журналистов, но также и гражданские власти, сообщая им об ухудшении условий существования профессии журналиста», - говорится во введении.

Согласно этому расследованию, «самыми низкооплачиваемыми является фотографы, а наиболее высокооплачиваемыми - телевизионные журналисты», объясняет Лиз Бланше, вице-президент Scam [11].

### **Новые вызовы и преимущества профессионального журналиста**

Кризис индустрии, связанной с распространением контента (книги, пресса, музыка, телевидение), происходит в тот момент, когда развивается бурными темпами социальный Интернет и так называемая «обогащенная» журналистика за счет творчества, создаваемого вне профессиональных сфер.

Отныне журналист не может не считаться ни с мнением эксперта, ни с мнением любителя, с которыми он вынужден разделять некоторые из основных своих миссий: сбор информации, анализ, комментирование и расследование. Инструментарий журналиста доступен теперь каждому, им можно пользоваться, но общество не стремится сместить журналистов. Участие аудитории только обогатит журналистов. Сотрудничество – это незаменимое звено в развитии новой социальной журналистики. Сфера журналистики расширяется за счет других участников мира медиа.

Так возникает «обогащенная» журналистика, более демократичная, позволяющая вплотную работать с публикой, с другими медиа, с экспертами из других профессий. «Если традиционная журналистика не может выполнять свои функции, в частности, если ей не хватает ресурсов или доверия публики, источники скорее начнут доверять организациям, подобным «Викиликс»,

которые гарантируют общественный резонанс и одновременно анонимность» [5, с. 14 ].

Однако у журналиста в запасе остается ряд преимуществ, которых его невозможно лишить: профессиональное образование, способность экспертных оценок, журналистский опыт в отборе информации, проверке ее подлинности, осмыслении ее в перспективе развития событий, умение соединять факты и события. Миссию проверки информации и контроля за публикуемыми фактами должны взять на себя профессиональные журналисты.

Таким образом, самым видимым и надежным «маяком» является репутация, которая создается благодаря качеству информации, проверенной и независимой, предоставляемой авторитетными редакциями. Поэтому качество информации остается одним из важнейших условий выживания для изданий и гарантом сохранения значимости профессии журналиста.

Интернет и новые социальные медиа вынуждают традиционные СМИ прибегать к новым инструментам, внедряя звуки, картинки, изображения, статичные или в движении, базы данных, и т.д. Новая журналистика круглосуточно конвергентна, интерактивна, мультифункциональна.

Информационная революция требует от журналистов новых компетенций. Но фундаментальные качества журналистов при этом все более востребованы и актуальны: качественные тексты, склонность к расследованиям и умение вести его, профессиональная этика, экспертные суждения, критический анализ.

Важная роль профессии будет заключаться в отборе информации, сортировке, верификации, накоплении, поиске связей между событиями, идеями и людьми. Лучшими и самыми убедительными будут те, кто сможет дать самую полноценную информацию в острый момент тем, кто в ней будет нуждаться. Это будет журналистика обогащенная еще большей прозрачностью, касающейся ее практики, профессионализма в расследованиях, источниках, связях и пр.

Французские журналисты реагируют медленно на вызовы времени и произошедшие изменения. Они должны пересмотреть свою роль в мире информации, иначе новая аудитория, захватившая в свои руки инструменты журналистов, будет определять, нужны ли журналисты для современного мира.

### **Разрыв между аудиторией и СМИ**

Проблема доверия к журналистам и СМИ появилась не в наши дни. Эта тенденция прослеживается во Франции в исследованиях, проводимых ежегодно уже около двух десятков лет по заказу газеты «Круа» (La Croix) [4, с. 409].

Защитить высокое качество информации призван документ (ежегодный доклад Конгресса журналистов в г. Метц), в котором также отмечают случаи нарушений профессиональной этики и диффамации, а также предлагают пути восстановления доверия публики по отношению к средствам информации.

Обсерватория профессиональной этики и информации (ODI) анализирует причины, по которым качество информации ухудшалось. Первый в списке обвиняемых: экономический кризис, который «усилил влияние цифровой революции», снижая рекламные доходы».

Согласно последнему барометру, подготовленному TNS Sofres для «Круа», интерес к информации среди французов растет, как и доверие по отношению к информации в СМИ. Первое место занимает радио (54%), затем следуют печать (49%), телевидение (48%) и Интернет (35%). ODI призывает вернуть окончательно доверие публики к СМИ [8].

Причины роста недоверия многочисленны. Приведем некоторые из них: публика теперь видит, особенно с помощью Интернета, недостаток серьезных эксклюзивных новостей, их анализа и экспертной оценки; люди замечают, что новости, которые публикуются на материале коммюнике прессы или информационных агентств, повсюду одинаковы; читатели разочаровываются в скудости фактов, в отсутствии журналистской смелости. Увеличивается количество анонимных источников. Смущает отсутствие прозрачности в сборе информации медиа-предприятиями.

Отныне функции сбора и анализа журналист часто делит с аудиторией. Функция журналистского расследования находится под угрозой, поскольку постоянно сокращаются финансовые ресурсы на редакционную деятельность. Но функция отбора и составления иерархии фактов остается основой журналистской деятельности, главным ее козырем.

Многие издания, например, «Монд», «Фигаро», «Круа», привлекают экспертов вести блоги на сайтах газет, особенно в период важных событий в стране, например, во время предвыборных дебатов. Однако сегодня эти эксперты все чаще выступают напрямую, пользуясь новыми цифровыми средствами, что позволяет им создавать высококачественные аналитические тексты и выкладывать их в свободный доступ в собственные блоги. Пользователь сети это понял и за нужной информацией отправляется на соответствующие сайты. Но чем большим специалистом является автор блога, тем сложнее ему объединять разрозненные факты, дисциплины или события и поэтому специалисту сложнее создавать единую картину действительности.

Все возрастающий поток информации повышает значение отбора, проверки, иерархии фактов, выбора приоритетов и анализа её в перспективе. «Обилие информации не является проблемой, проблемой является отсутствие критериев отбора, недостаток применения «фильтров» [1], - уверяет Клэй Ширки (Clay Shirky), американский специалист по цифровому обществу. В таком контексте журналисты могут укрепить свою позицию, сделав ставку на одну из традиционных функций их профессии, которая заключается в отборе, сортировке информации, построению ее иерархии и анализу перспектив, т.е. в правильной подаче имеющихся фактов. Очевидна также и миссия журналиста в организации демократических дебатов.

### **Сотрудничество журналистов с социальными сетями**

С возникновением социальных медиа появляется возможность коллективного поиска источников, crowdsourcing (сбор информации при

помощи аудитории), и финансирования аудиторией, crowdfunding (перечисление средств).

Ключевые позиции занимают онлайн порталы и твиттер, соединяющие информационные потоки по рубрикам: политика, общество, мир, культура, технологии[10].

Участие пользователей только обогатит журналистику, нацелит на сотрудничество. Теперь журналист не только должен слушать участников сети, с ними он должен вступать в диалог, позволять им высказываться, делиться с ними свидетельствами, деталями расследований.

В действительности, «у журналистов больше нет выбора: либо они соглашаются работать в сети с аудиторией, либо они будут обречены на исчезновение, - считает Чарли Беккет, директор исследовательского центра «Полис» (Polis), занимающегося изучением журналистики в Лондонской школе экономики. – Если они хотят выжить, им придется кардинально изменить профессиональную практику» [12]. Теперь редакции должны учитывать тексты, которые публикуют читатели: документы, комментарии, исследования, делающие возможным диалог.

Новые инструменты, обеспечивающие интерактивность, становятся доступными журналисту, но это повышает и его ответственность. Редакция «Буа дю Нор» обеспечила свое присутствие в некоторых социальных сетях. Редакция стала размещать информацию в социальных сетях, чтобы направить пользователя на сайт газеты. Реклама присутствует на сайте и является одним из источников финансирования газеты.

Присутствие журналистов в социальных сетях создает общение и способствует выстраиванию виртуального сообщества вокруг газеты [2].

Социальные сети позволили установить прямой и мгновенный контакт между читателям и производителем контента, который стремится активизировать распространяемую им информацию и «обогащать» ее содержание, чтобы задержать внимание пользователя.

Социальные сети, особенно Фейсбук, интегрированы всеми местными редакциями «Вуа дю Нор», журналисты которых используют их как средство создания связи с читателем с целью заставить его регулярно обращаться на сайт газеты.

Таким образом, традиционные СМИ не являются в наши дни единственными открытыми окнами в мир. И не они одни могут бросить вызов политикам. «Журналисты всегда важны, но поле информации отныне зависит от коллективных деятелей, динамизма и скорости циркулирования информации. [12]». Нет ничего нового в том, что в освещении события участвует сама публика.

Вызов эпохи – это обретение утраченного доверия, которое позволит журналистам вести публику по лабиринту информации, теперь уже в Интернете.

### **Заключение**

Журналист может выступать не только как создатель информации, но и как своеобразный «фильтр», он является «менеджером» собственного материала, появляющегося на других ресурсах, гидом в джунглях Интернета. Он направляет читателя к темам, которые сам хотел бы освещать. Публика доверяет ему и его выбору, поскольку журналист позволяет не тратить время на поиск нужной информации.

Новые технологии сбора информации, обработки ее и распространения создали новые форматы подачи новостей, новые форматы журналистики: блоги, подкасты, интернет-телевидение, веб-документалистику, веб-журналы, диапорамы, портфолио, анимированную инфографику, видеографию, визуализацию баз данных, визуальную журналистику, веб-репортажи и др.

В новом медиа-мире, для которого характерны избыточность и обезличивание информации, очень важно показать свою инаковость, отличие от прочих. Первое, что должен делать журналист, – это находиться там, куда публика попасть не может, и с теми, с кем публике встретиться лично нелегко.

Журналист – это тот, кто по предположению должен знать больше, чем его аудитория. Сегодня востребованы журналисты, умеющие объединять и сопоставлять факты, анализировать информацию.

### Список литературы

1. Выступление К. Ширки на конференции Web 2.0 Expo в сентябре 2008 года, презентации “It’s Not Information Overload. It’s Filter Failure” <http://dlj.org/article/clay-shirky-on-information-filters/> (дата обращения 02.10.2014)
2. Рэндалл Д. Универсальный журналист. - СПб.: Национальный институт прессы, 2010
3. Свитич, Л.Г. Профессия: журналист: учебник. - М.: Аспект Пресс, 2009. 255 с.
4. Шарончикова Л.В. Пресса Франции в меняющемся мире. - М., РИЦ ИСПИ РАН, 2006. С.409
5. Eric Sherer. A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un “journalisme augmenté”. Paris: PUF, 2012. P. 14.
6. Erofeev, S. Television in Russia: A time of transition // Central and Eastern Europe: Audiovisual landscape and copyright legislation. -Brussels: Audiovisual Eureka, 1994. P. 51-61
7. Erofeev, S. Television in Russia // The world of electronic media / Edited by Lynne Schafer Gross. - NY: McGraw-Hill, 1996. - P. 175-191
8. La Croix, URL: <http://www.la-croix.com/Culture/Medias/Baisse-du-nombre-de-journalistes-en-2013-2014-01-12-1088300> (дата обращения 04.10.2014)
9. Le Monde, URL: [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/10/26/au-moins-un-millier-d-emplois-menaces-dans-les-medias\\_3501704\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/10/26/au-moins-un-millier-d-emplois-menaces-dans-les-medias_3501704_3236.html) (дата обращения 04.10.2014)

10. Le Figaro, <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2013/12/01/01007-20131201ARTFIG00169-twitter-n-est-clairement-pas-dans-une-logique-de-concurrencer-les-medias.php> (дата обращения 04.10.2014)

11. Liberation Ecrans, URL: [http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/06/journalistes-breaking-mouise\\_945084](http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/06/journalistes-breaking-mouise_945084) (дата обращения 04.10.2014)

12. Polis, <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2009/06/19/polis-in-paris-how-news-changes-as-news-institutions-change/> (дата обращения 04.10.2014)

## References

1. *Vystuplenie K. Shirki na konferencii Shheb 2.0 Ehpo v sentjabre 2008 goda, prezentacii "It's Not Information Overload. It's Filter Failure"* [Speech by K. Shirky on Web 2.0 Expo conference in September 2008, presentation "It's Not Information Overload. It's Filter Failure "] <http://dltj.org/article/clay-shirky-on-information-filters/> (date accessed 2/10/2014)

2. Randall D. *Universal'nyj zhurnalist* [Universal journalist]. - St. Petersburg .: National Institute Press, 2010

3. Svitich, L.G. *Professija: zhurnalist: uchebnik*. [Profession: Journalist: a textbook]. - M .: Aspect Press, 2009 - 255 p.

4. Sharonchikova L.V. *Pressa Francii v menjajushhemsja mire* [Press France in a changing world] - M., RIP ISPR, 2006 - p.409

5. Eric Sherer. *A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un "journalisme augmenté"*. Paris: PUF, 2012. R. 14.

6. Erofeev, S. *Television in Russia: A time of transition // Central and Eastern Europe: Audiovisual landscape and copyright legislation*. -Brussels: Audiovisual Eureka, 1994. - P. 51-61

7. Erofeev, S. *Television in Russia // The world of electronic media / Edited by Lynne Schafer Gross*. - NY: McGraw-Hill, 1996. - P. 175-191

8. La Croix, URL: <http://www.la-croix.com/Culture/Medias/Baisse-du-nombre-de-journalistes-en-2013-2014-01-12-1088300> (date accessed 4/10/2014)
9. Le Monde, URL: [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/10/26/au-moins-un-millier-d-emplois-menaces-dans-les-medias\\_3501704\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/10/26/au-moins-un-millier-d-emplois-menaces-dans-les-medias_3501704_3236.html) (date accessed 4/10/2014)
10. Le Figaro, <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2013/12/01/01007-20131201ARTFIG00169-twitter-n-est-clairement-pas-dans-une-logique-de-concurrencer-les-medias.php> (date accessed 4/10/2014)
11. Liberation Ecrans, URL: [http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/06/journalistes-breaking-mouise\\_945084](http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/06/journalistes-breaking-mouise_945084) (date accessed 4/10/2014)
12. Polis, <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2009/06/19/polis-in-paris-how-news-changes-as-news-institutions-change/> (date accessed 4/10/2014)

## **ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ**

**Шереметьева Полина Руслановна**, соискатель кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики

*МГУ имени М.В. Ломоносова*

*ул. Моховая, 9, г. Москва, 125009, Россия*

*polina.sheremetieva@gmail.com*

## **DATA ABOUT THE AUTHOR**

**Sheremetieva Polina Ruslanovna**, PhD degree-seeking student at the Chair of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism

*Lomonosov Moscow State University*

*ul. Mokhovaya, 9, Moscow, 125009, Russia*

*polina.sheremetieva@gmail.com*