

**DOI: 10.12731/2218-7405-2014-7-4**

**УДК 070.4**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ПРОФЕССИИ В  
СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОМ  
ОБЩЕСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ)**

Шереметьева П.Р.

В эпоху цифровых технологий существенно меняется сущность профессии журналиста, что связано с появлением новых каналов производства, потребления и распространения информации. В статье говорится о вызовах времени и о том, как журналистское сообщество должно противостоять им. Автор статьи доказывает, что Интернет не лишает журналистов их преимуществ: высокого профессионализма в сборе, систематизации, анализе информации. Деятельность журналиста должна строиться на основе модели взаимодействия с аудиторией. В статье отмечается, что журналистика Франции перестраивается медленно. Представители этой профессии должны стать мерилom качества информации.

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

**TRANSFORMATION OF JOURNALISM AS A PROFESSION IN  
CONTEMPORARY INFORMATION AND COMMUNICATION SOCIETY  
(BY THE EXAMPLE OF FRANCE)**

Sheremetieva P.R.

At the era of digital technologies the main points of journalist profession have change a lot. It is closely connected with an appearance of new processes of producing, using and spreading of the information. The article is about time challenge and journalists resistance to it.

Author proves that the Internet does not deprive journalists of their advantages-high professional skills in collecting, systematizing and analyzing of the information. Journalist's activity should be based on the model of close cooperation with audience. The author of the article notices that French journalism reforms very slowly. Representatives of this profession should become an example of the high quality information.

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

В эпоху цифровых технологий появилась «альтернативная» непрофессиональная журналистика, что привело к трансформации профессии журналиста. Во Франции эти изменения произошли около 10 лет назад, поскольку широкое внедрение Интернета развернулось в 2003-2004 гг. Широкая публика осознала, что границы создания и распространения информации стираются [8, с. 14].

Экономическая ценность использования традиционных СМИ падает, чему способствует поведение общества, получившего разнообразные предложения новых цифровых медиа. Изменился характер потребления

информации, которую теперь можно получать непрерывно из разнообразных источников[2, с. 18].

Расширился поток информации, увеличилось число ее распространителей[3], [4], [5], [6].

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. Завсегдатаи Интернета предпочитают рекомендации друзей в социальных сетях, либо экспертов по своему выбору.

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

В настоящее время старые бизнес-модели не выдерживают конкуренции и разрушаются быстрее, чем создается убедительная бизнес-модель для СМИ в Интернете. Однако создание общественной пользы в сети реально (обмен информацией, сеть знакомств, образование, специализированные интернет-источники и др.), столь же реально и развитие творчества в новых медиа.

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. 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. Феномен «Викиликс» в 2010 г. и Сноудена в 2012 г. поколебал многие привычные представления, когда они принялись снабжать некоторые крупные качественные газеты секретными документами.

В цифровом мире с его потоками информации, обменом знаниями, фрагментированными медиа основную трудность составляет поиск некоторого фильтра. Ведь общество, нуждающееся в информации точной, качественной, достоверной, ищет какие-то вехи и ориентиры. Журналисты должны стать мерилom качества информации. Поэтому качество информации остается одним из важнейших условий выживания для изданий и гарантом сохранения значимости профессии журналиста.

Новая журналистика круглосуточно конвергентна, интерактивна. 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.

Журналистика может вновь завоевать утерянные позиции. И сила ее будет в меньшей степени в производстве информации, чем в необходимой миссии фильтра глобального информационного потока. 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.

Но 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.

Согласно последнему опросу, 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 [11].

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. Даже крупные медиа сократили сеть корреспондентов за рубежом, услуги которых обходятся дорого, но именно они добывают эксклюзивную информацию [7, с. 210-211]. Увеличивается количество анонимных источников. Смущает отсутствие прозрачности в сборе информации медиа-предприятиями. Публика хотела бы узнать больше о том, каким образом информация становится достоянием общественности. Ко всему этому добавляется часто ставшая обыденной близость журналиста к источникам информации. 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.

«Обилие информации не является проблемой, проблемой является отсутствие критериев отбора, недостаток применения «фильтров» [1], - уверяет Клэй Ширки (Clay Shirky), американский специалист по цифровому обществу. Очевидна также и миссия журналиста в организации демократических дебатов. 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.

Французские социологи Дени Рюэлан и Даниэль Тьери занимаются исследованием изменений в работе журналистов, связанных с подачей информации в Интернете [12]. Они считают, что журналисты выигрывают от происходящих перемен. Новые инструменты, обеспечивающие интерактивность, становятся доступными журналисту, но это повышает и его ответственность. Журналисты получают информацию из социальных сетей, а также распространяют в них свою информацию. Присутствие журналистов в социальных сетях создает общение и способствует выстраиванию виртуального сообщества вокруг газеты. Журналист отвечает на послания, размещает свои статьи и читает комментарии пользователей.

Социальные сети позволили установить прямой и мгновенный контакт между читателями 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. Использование Фейсбук претерпело изменения: редакция теперь больше не использует социальную сеть, чтобы анонсировать публикации, которые читатель сможет найти завтра на сайте газеты и в печатной версии. Фейсбук трансформируется в непрерывную передачу журналистской продукции, что соответствует духу социальных сетей, а журналисты закрепили в них постоянное присутствие.

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. Новые социальные медиа - это медиа, содержание которых целиком или частично создано, распространяется и изменяется аудиторией.

Традиционные медиа осознают, что они смогут завоевать публику, если она подключится к созданию информации. Аудитория может через социальные сети помочь журналисту вести расследования. Чтобы обогащать свою рубрику, журналист вынужден, например, следить за множеством аккаунтов в Твиттере.

Практика показала необходимость и эффективность гибридной модели (журналист + аудитория) в сборе информации: объединение усилий профессионалов и любителей. А использование смартфонов делает подобную модель взаимодействия мобильной.

Диалог редакции с читателями долгое время сводился к комментированию писем подписчиков или сообщений медиаторов, теперь этот диалог неизбежен. Стоит идти дальше и стремиться к активному взаимодействию. Интерактивность в наши дни – обязательный шаг к созданию сообществ по интересам, чтобы вызывать реакцию на события и чувствовать ритм общественного мнения.

Появляются международные организации, как например Международный консорциум журналистов-расследователей (Consortium international des journalistes d'investigation - Icij), объединивший более 200 журналистов из 5 стран, которые работают совместно над длительными расследованиями, связываясь через сеть.

Расширяется сотрудничество между традиционными медиа, взаимодействие «старых» и «новых» медиа.

Когда «Викиликс» решает опубликовать сотни тысяч американских военных документов, содержание которых напрямую связано с конфликтами в Афганистане и Ираке, она начинает сотрудничать с крупными изданиями, внушающими доверие публике («Гардиан», «Монд», «Нью Йорк Таймс», «Шпигель»). Они потратили время на верификацию информации, проверили

данные, дополнили их, поместили в контекст, проанализировали и только потом распространили.

Любопытно и то, что многие местные французские газеты сотрудничают с местными блогерами, чтобы описывать ситуацию в конкретном регионе или городе. Например, богатый опыт уже накопила газета «Воа дю Нор» (Voix du Nord), выходящая в Лилле, и др. С другой стороны, журналисты создают блоги на сайтах своих газет. Например, на сайте «Монд» Алексис Делькамбр и Александр Пикар ведут блог «В стране медиа».

Алис Антом, преподаватель Высшей школы журналистики в Париже, выдвигает концепцию «сверхредакции», сформировавшейся во французской сети: «Целый корпус журналистов и экспертов независимо от изданий, в каких они работают, трудятся над одной темой и вырабатывают концепцию одного сюжета, как если бы они работали в одной редакции. С внешней стороны это практически не заметно. Создание информации в реальном времени общими усилиями стало таковым, не будучи запланированным» [13].

Журналисты всегда отбирали информацию, их функция – это выбор и отсеивание ненужного. «Монд», «Экспресс» и другие издания в течение десятилетий пользовались доверием своих читателей, это касалось, в частности, отбора определенной информации: что поместить на первой полосе, что – на второй или третьей. Вызов эпохи – это обретение утерянного доверия, которое позволит журналистам вести публику по лабиринту информации, теперь уже в Интернете.

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. Публика меняет свои привычки и привыкает к другому формату подачи информации.

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. Это возможно, если привлекать хорошо обученных, компетентных и осведомленных журналистов. Журналисты с традиционным образованием и подходом ошибаются, если полагают, что их способностей собирать и организовывать факты будет достаточно[9]. Они должны обладать главным конкурентным преимуществом журналистов - это умение быстро помещать новость или ситуацию в контекст, объяснить и показать информацию в перспективе. Это редакционное обогащение открывает перспективу для журналиста-профессионала в эпоху внедрения новых технологий.

### **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”
2. Голуб В.А. Развитие информационных технологий и профессиональные требования, предъявляемые журналисту // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - М., 2010. №1. – С. 18
3. Интернет-СМИ: Теория и практика. Учеб. Пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М.: Аспект-Пресс, 2010
4. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005
5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. - Екатеринбург: У-Фактория, 2011
6. Кихтан В.В. Информационные технологии в журналистике. - Ростов н/Д.: Феникс, 2009

7. Федотова Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для «связей с общественностью». - М.: изд-во «Вест-Консалтинг», 2010. - С.210-211

8. Eric Sherer. A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un «journalisme augmenté». Paris, PUF, 2012. P. 14.

9. Herd, H. The March of Journalism. London, 1952. P. 13.

10. Ruellan Denis, Thierry Daniel. Informatisation et identités journalistiques en presse locale. Ed. L'Harmattan, 1998

11. La Croix, URL: <http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Plus-de-deontologie-pour-retablir-la-confiance-dans-les-medias-2013-11-06-1056687>

12. Le Figaro <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2013/12/01/01007-20131201ARTFIG00169-twitter-n-est-clairement-pas-dans-une-logique-de-concurrer-les-medias.php>

13. Polis <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2009/06/19/polis-in-paris-how-news-changes-as-news-institutions-change>

## 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. V.A. Golubev, *Razvitie informacionnyh tehnologij i professional'nye trebovanija, predjavljaemye zhurnalistu* [Development of information technology and professional requirements journalist] // Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism. - M., 2010. №1. - p. 18

3. *Internet-SMI: Teorija i praktika. Ucheb. Posobie dlja studentov vuzov* [Internet media: Theory and Practice. Textbook. Manual for students] / Ed. M.M. Lukin - M.: Aspect Press, 2010

4. Kalmyikov A.A., Kokhanova L.A. *Internet-zhurnalistika* [Internet journalism] - M.: UNITY-DANA, 2005
5. M. Castells *Galaktika Internet: Razmyshlenija ob Internete, biznese i obshhestve* [Galaxy Internet: Reflections on the Internet, business and society] - Yekaterinburg: U-factorial, 2011
6. Kihtan V.V. *Informacionnye tehnologii v zhurnalistike* [Information technology in journalism] - Rostov N / A.: Phoenix 2009
7. Fedotova L.N. *Obshhestvennoe mnenie kak placdarm dlja «svjazej s obshhestvennost'ju»* [Public opinion as a springboard for "public relations"] - M.: publishing house "West Consulting" 2010 - p.210-211
8. Eric Sherer. A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un "journalisme augmenté". Paris, PUF, 2012. R. 14.
9. Herd, H. The March of Journalism. London, 1952. P. 13.
10. Ruellan Denis, Thierry Daniel. Informatisation et identités journalistiques en presse locale. Ed. L'Harmattan, 1998
11. La Croix, URL: <http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Plus-de-deontologie-pour-retablir-la-confiance-dans-les-medias-2013-11-06-1056687> (date accessed 4/10/2014)
12. Le Figaro <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2013/12/01/01007-20131201ARTFIG00169-twitter-n-est-clairement-pas-dans-une-logique-de-concurrer-les-medias.php> (date accessed 4/10/2014)
13. 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*