

В.А. Абилькенова

УДК 179.1

### Успех в журналистике: новый шанс от новых медиа

*Аннотация.* Кризис этической идентификации такой профессиональной ценности как успех в журналистике в последние годы часто связывают с появлением новых медиа. Первоначальные прогнозы о том, что цифровая эпоха вытеснит профессионалов и их ценности, сегодня сменились разговорами о новых возможностях, которые позволяют направить новшества на благо профессии. В новых медиа этическая природа профессии по-прежнему остается востребованной, являясь основой развития.

*Ключевые слова:* профессиональная этика журналиста, новые медиа, сетевая журналистика, профессиональный успех.

Говоря о развитии новых медиа (появлении гражданских журналистов, блогеров и сетевой журналистики), в первую очередь принято указывать на то, какие потери понесла традиционная журналистика с приходом новой цифровой эпохи. Например, она уступила в оперативности и актуальности – информационная повестка дня, формируемая блогерами и пользователями соцсетей, существенно отличается от повестки дня, которую журналистам формируют власти, хотя в последнее время официальная повестка дня складывается на основе той, что появляется в Сети. В числе других потерь самая существенная связана с потерей монопольного права профессии на производство и распространение информации.

Некоторые исследователи называют этот процесс потерей «сакральности» или «таинства»: «монополизированные технологии и инструменты стали общедоступными». Более того, поставлена под сомнение и «институциональная значимость профессии», ведь функции журналистов сегодня могут выполнять все, у кого в руках есть более - менее современный сотовый телефон. Поэтому «в новую эпоху профессия журналиста вошла, как сказал бы игрок в карты, «без козырей, но с апломбом» [3, 231-233].

В то же время авторы книги «Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016» [5] предлагают обратить внимание на другой аспект: вызовы, стоящие перед журналистикой, они связывают с новыми компетенциями, которые должны освоить журналисты в условиях функционирования в Сети. Именно не в противостоянии новым тенденциям, а в их понимании и использовании – не только спасение журналистской профессии, но и шансы для развития.

Так, например, по мнению Сергея Паранько, одного из авторов рассматриваемой книги и редакционного директора Mail.Ru Group, в ситуации, когда у общества и журналистов нет проблем с поиском информации, ее, наоборот, так много, что приходится говорить об информационном шуме, «основной задачей журналиста становится не поиск информации, а ее фильтрация, проверка и толкование» [8, 6].

Более того, на фоне общей погони журналистов, работающих в Сети, за показателями посещаемости, и в целом сокращения собственно журналистского контента (в приоритете – развлечение) спрос на профессиональную журналистику растет. «Люди должны иметь картину событий и объяснения, что за ними стоит, – от профессионалов, настроившихся установить истину. Как все было на самом деле – этим вопросом занимается журналистика, и поэтому она важный и влиятельный институт», – пишет Николай Кононов, главный редактор издания «Секрет фирмы» [7].

Несложно заметить, что большинство новых компетенций журналиста мало чем отличаются от традиционных, просто некоторые облечены в новую терминологию: фильтрация и толкование информации, проверка фактов, умелая подача материала [8, 11]. Относительно новым навыком можно назвать умение журналиста оценивать «медиапотребление созданного продукта», что связано с появлением информационных программ, позволяющих журналисту в прямом смысле следить за тем, как читается его материал, и возможностью при необходимости сиюминутно вносить правки в текст, чтобы он лучше читался. «Никогда еще в журналистике не было таких потрясающих возможностей узнать свою аудиторию, быстро и точно понять, насколько потребитель вовлечен в контакт с журна-

листским материалом, как ведет себя «внутри», как долго читал или смотрел, был ли внимателен, заметил ли автора, среагировал ли и захотел ли поделиться, как часто возвращается на сайт и как глубока его лояльность», – поясняет современные возможности Паранько [8, 40].

Никуда не исчезает и ответственность журналиста, правда, теперь эта ответственность не перед обществом, а «за качественное, высокоэффективное поведение аудитории». Журналист первый в этом списке, следом идут «продюсер, задача которого продвигать ресурс в целом и каждую отдельную публикацию в частности, разработчики сайта, его мобильной версии и мобильных приложений, дизайнеры».

Скорее можно говорить об увеличении ответственности сетевых журналистов: их профессионализм во многом зависит от умения самостоятельно принимать такие решения, которые в традиционных редакциях и по сей день являются прерогативой главного редактора: «определение ценностных, аудиторных целей журналистской работы, создание “стиля” коммуникации соответствующего бренда и этическая редакция – если не отменяются уже текущими сетевыми практиками, то явно переходят в список “обычных” компетенций журналиста. Если ты как автор не можешь без специальных указаний разобраться в том, для кого, как, почему и с какими ограничениями работает тот или иной медиабренд, – ты не можешь быть самостоятельным профессионалом» [3, 235].

Примером востребованности высокого качества журналистики может быть и тот факт, что в некоторых странах (США, Франция, Германия, Ирландия) традиционные СМИ вполне успешно продвигают в социальных сетях не развлекательный контент, а серьезные материалы и журналистские расследования, опровергая отчасти тезис о необходимости грамотно «упаковывать» такие тексты, «украшать» их фото, видео, инфографикой и прочими «игрушками», которые удерживают внимание читателя. «В силу своего гарантированно высокого качества» такие материалы получают больше внимания пользователей, чем любой другой. Поэтому «расследовательская журналистика переживает свой расцвет в цифровом формате – большие материалы достигают своих аудиторий с небывалой точностью,

издания же получают огромный репутационный и имиджевый эффект, который пытаются (с переменным успехом) конвертировать в деньги, подписки, тиражи (в случае традиционной прессы с хорошей расследовательской экспертизой)», – отмечает А. Амзин, российский независимый медиаконсультант и медиатренинг, преподаватель журфака МГУ [1, 47].

Традиционные правила и нормы профессии играют ключевую роль в развитии новых форматов сетевой журналистики: базовые стандарты (глубокая проработка темы, привлечение множества источников), актуальные для таких жанров, как аналитика, очерковая журналистика, расследовательские материалы, стали основой мультимедийных историй, называемых лонгридами. Хотя и они «украшаются» в достаточной степени, но все же качество контента остается приоритетным. Поэтому этот формат называют «возрождением авторской журналистики» или «продуктом, в котором сочетаются традиции старых печатных медиа и новых цифровых СМИ, журналистики и искусства» [2, 203].

Более того, некоторая автономность журналиста, которая появилась у него опять же благодаря технологиям, позволяет решить многие проблемы, прежде серьезно ограничивавшие деятельность журналиста, а то и препятствовавшие его профессионализму. Как отмечает Василий Гатов, российский медиа-аналитик, журналист и менеджер, приглашенный научный сотрудник Центра коммуникационного лидерства и политики Университета Южной Калифорнии, «в своей профессиональной жизни журналист, так же как и его работодатели, разрывается между авторской автономией и комфортной коллективной структурой. Вторая дает твердую зарплату и ощущение безопасности, возможность следовать шаблону, а не придумывать свое решение. Однако ценой этих комфортных обстоятельств чаще всего становится наличие политических или ценностных ограничений, спрос на самоцензуру и подавление стилевых персональных особенностей. Автономия дает свободу тематики, творчества, формы, жанра и даже канала распространения, но не гарантирует ни зарплаты, ни «зонтика» сильного коллектива» [3, 243].

Так у журналиста, который оказался в ситуации требований, с одной стороны, профессии, с другой – работодателя, появляется возможность уйти в Интернет и создать новую платформу для продолжения своей деятельности с ее ценностным основанием, хотя и с определенными потерями.

На этот же аспект обращают внимание и другие исследователи. Их основные аргументы строятся на признании Интернета как «платформы свободы», в которой «глобальная природа циркуляции информации» значительно осложняет введение цензуры правительствами и корпорациями. Гражданские журналисты – расширяют повестку дня, а новые технологии позволяют по-разному рассказывать истории. То есть в Интернете невозможно ограничить освещение события только официальной точкой зрения. Поэтому М. Кастельс, М. Паркс, Б. Хаак уверены, что «сетевая журналистка в цифровую эпоху – это возможность освободиться от жесткого корпоративного контроля. Это возможность для журналистов развивать свои способности в том, в чем они наиболее эффективны» [6, 294].

Но, несмотря на огромный потенциал, сетевая журналистика не избежала ряда этических трудностей. Характерная особенность заключается в смене приоритетности норм этического стандарта профессии: например, ценность достоверности информации, которая в традиционной журналистике доминирует, уступает место актуальности, скорости, своевременности, напоминая принцип «горячее сырым не бывает», на который в традиционной журналистике ссылались только в исключительных случаях. Правда, В. Гатов называет эти нормы антиценностями, приводя в пример еще одну трансформацию: ценность «профессионального очевидца» событий заменяется на «сиюминутность, эмоции, оценки», что объясняется необходимостью «быстро нарастить внимание аудитории, которая требует поточной, сиюминутной информации»; «модерация травм» сменяется их выпячиванием [3, 251-259].

Итак, новые медиа в своих разнообразных ипостасях, будь то блоггерство, сетевая журналистика или другие формы, не ставят крест на журналистской профессии, недавние прогнозы о смерти профессии, к счастью, не оправдываются. Естественно, цифровая эпоха с ее многочисленными платформами, тех-

нологиями и прочими возможностями неизбежно влияет на профессию. Но чаще всего это все-таки касается технических или технологических навыков и умений.

В новых медиа качество журналистики, этическая природа профессии по-прежнему остаются востребованными, именно они являются основой ее развития. Новые технические возможности для профессии ценны не сами по себе, они актуальны прежде всего своей возможностью обеспечить выживаемость профессии, создать условия для функционирования качественной журналистики. Они освобождают профессионалов от рутины, что позволяет «сфокусироваться на объяснении, контекстуализации», «извлечении смыслов». (Именно эта функция журналистики «будет помещена в центр системы профессионального образования и систем управления новостными потоками», «извлечение смыслов» обеспечит достаточную организационную и институциональную платформу для сохранения роли журналистики в обществе»). Таким образом новые технические возможности предоставляют шанс на независимость, что «обеспечивает выживание профессии как элемента общественного блага» [6, 291-293].

Определенные условия (прежде всего – автономность, освобождающая от необходимости следовать политике владельца, будь то бизнес или власть) появляются и у журналиста, нацеленного на достижение профессионального успеха, связанного с качеством деятельности, с ориентиром на профессиональную миссию. Правда, и здесь у профессионала появляются большие искушения добиться успеха, манкируя этические ценности и профессиональные стандарты. Как уже было сказано, во многих Интернет-редакциях скорость подачи информации важнее ее достоверности.

В таких ситуациях «формула успеха» (успех - профессионализму) вновь претерпевает изменения: между успехом и профессионализмом не поставишь знак равенства, хотя речь идет об игнорировании не мировоззренческих принципов, а всего лишь правил ремесла (проверить и перепроверить информацию, убедиться в ее достоверности). Но особенность профессиональной этики журналиста именно в том и заключается, что базовое, «ремесленное» в ней не может ступить без

«профессионально – этического» ни шагу [5, 201]. Игнорирование одного из двух оснований неизбежно вовлекает профессию в ценностный кризис.

И если, например, в ситуации дуализма профессиональной и корпоративной этик ценность успеха теряет свою этическую идентификацию, оставляя профессионалу выбор: дистанцироваться от успеха «любой ценой» либо – уйти из профессии. То у сетевого журналиста (особенно, если он работает автономно) возможности выбора стратегии успеха в пользу следования этическим нормам профессии гораздо реальнее. По крайней мере, в этом своих читателей пытаются убедить авторы книги «Как новые медиа изменили журналистику».

#### Список литературы

1. *Амзин А.* Новые и экспериментальные форматы // Как новые медиа изменили журналистику: 2012-2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.

2. *Галустян А., Кульчицкая Д.* Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Там же.

3. *Гатов В.* Будущее журналистики // Там же.

4. *Казаков Ю.В.* На пути к профессионально правильному. Российский медиаэтнос как территория поиска ( 4.1. Заметки на полях одного семинарского цикла. 4.2. Из «папок проекта». Сборник документов и материалов). М.: Центр прикладной этики. 2001.

5. «Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016» / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.

6. *Кастельс М., Паркс М., Брегтье ван дер Хаак.* Будущее журналистики: сетевая журналистика // Там же.

7. «Мы превращаем читателя в инфонаркомана»: спикеры Media Makers 2015 о состоянии индустрии. <http://theoryandpractice.ru/posts/12018-media-makers> (дата обращения 30.11.2016).

8. *Паранько С.* Инструментарий и навыки журналиста // Как новые медиа изменили журналистику: 2012-2016.