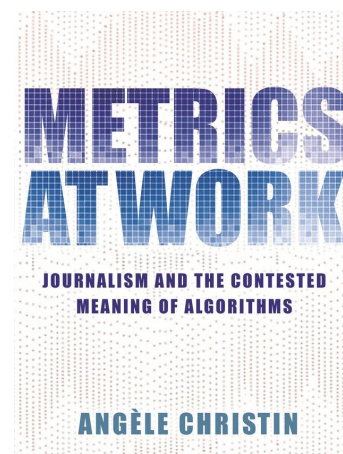


НОВЫЕ КНИГИ

Л. В. Богомазова

Цифровая лихорадка: в поисках баланса между профессиональной и рыночной логиками в веб-журналистике



Рецензия на книгу: Christin A. 2020. *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*. Princeton: Princeton University Press. 256 p.



БОГОМАЗОВА
Людмила

Вадимовна — стажёр-исследователь
Лаборатории экономико-социологических исследований
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».
Адрес: 101000,
Россия, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 20.

Email: lbogomazova@hse.ru

Книга американского социолога французского происхождения Энжел Кристин «Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms» («Метрики на работе: журналистика и спорное значение алгоритмов») посвящена особенностям функционирования веб-изданий в эпоху погони за трафиком. Цель книги — показать, каким образом внедрение алгоритмов в работу медиаорганизаций отражается на профессиональной идентичности журналистов и их рабочих практиках.

В работе используется многоступенчатая теоретическая рамка: автор обращается к концепции полей П. Бурдьё, социологии «градов» Л. Болтански и Л. Тевено, теории институционального изоморфизма П. Димаджо и У. Пауэлла и к другим релевантным подходам новой экономической социологии.

Рецензируемая монография базируется на сравнительном исследовании двух веб-изданий в США и во Франции 2011–2015 гг. Для достижения поставленной цели автор применяет смешанную методологию, в основе которой наблюдение и полуструктурированные интервью с сотрудниками медиаорганизаций.

Опираясь на богатый эмпирический материал, автор книги ставит под сомнение утверждение о том, что метрики способствуют стиранию различий между национальными СМИ стран мира. Хотя рассматриваемые веб-издания сталкиваются со схожими вызовами современной журналистики, они неодинаково на них реагируют. Это объясняется укоренённостью профессиональной деятельности журналистов в институциональном контексте, организационных структурах и профессиональных полях.

В рецензии затрагиваются ключевые сюжеты книги: краткая история становления веб-журналистики в изучаемых странах, отношение онлайн-изданий к метрикам и аудитории, роль независимых профессионалов в производстве новостей.

Ключевые слова: веб-журналистика; профессиональные роли; новые медиа; алгоритмы; метрики; сравнительное исследование; теория полей; этнография.

Введение

Конвергенция СМИ, подразумевающая три вида слияний — технологий, медиа и рынков [Вартанова 1999], способствует радикальной трансформации медиаиндустрии во всём мире. Интегрирующий аспект данного процесса выражается в различных формах взаимодействия традиционных и новых медиа: не имеющие цифрового аналога газеты, телеканалы и радиостанции становятся всё более редким явлением. Технологический прогресс, в свою очередь, вынуждает медиаорганизации подчиняться новым правилам игры, в числе которых повышение объёма новостей и скорости их публикации. Несмотря на то что попытки замещения качества количественными показателями в журналистике имеют долгую историю, лишь в эру всеохватывающей компьютеризации они обретают новую форму. Таким образом, индикатором успешности публикуемого материала в СМИ становятся метрики¹. С внедрением алгоритмов в производство новостей вновь поднимается вопрос о сближении национальных СМИ государств, принадлежащих к разным медиасистемам [Hallin, Mancini 2004]. Впрочем, гомогенизирующая сила веб-аналитики преувеличена, что находит эмпирическое подтверждение в исследовании американского социолога французского происхождения Энжел Кристин.

Энжел Кристин — доцент Департамента коммуникации и Департамента социологии Стэнфордского университета (США). Хотя в рецензируемой книге речь идёт о специфике работы веб-журналистов в условиях экономической и технологической конвергенции, научные интересы автора не ограничиваются новыми медиа. Например, недавняя статья Кристин, написанная в соавторстве, посвящена роли алгоритмов прогнозирования в системе уголовного правосудия США [Brayne, Christin 2021].

«Метрики на работе: журналистика и спорное значение алгоритмов» («Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms») — первая книга Э. Кристин. Её написание заняло восемь лет. В основу книги легло исследование, осуществлённое при подготовке докторской диссертации и проведённое в Департаменте социологии Принстонского университета (США) и Высшей школе социальных наук (Франция). В фокусе внимания автора книги — влияние веб-аналитики на специфику работы и профессиональную идентичность журналистов в США и во Франции. Результаты сравнительного исследования позволяют прийти к столь знакомому экономсоциологам выводу об укоренённости экономического действия в культуре, институтах и властных отношениях.

Новостные интернет-издания в обеих странах сталкиваются с аналогичными вызовами современной журналистики (необходимость повышения трафика и прибыли, ускорение производства контента и др.), однако их реакция на эти трудности неодинакова. По мнению автора рецензируемой книги, всё дело в воспроизводстве культурных различий в деятельности медиаорганизаций, историческом прошлом отрасли и особенностях институционального контекста. Как будет показано далее, эти компоненты во многом сдерживают стирание границ между национальными СМИ стран мира.

Книга состоит из шести глав, которые условно можно разделить на два тематических блока. В первом из них (главы 1, 2) описываются американская и французская модели СМИ и первые годы функционирования «TheNotebook» и «LaPlace». Второй тематический блок (главы 3–6) монографии посвящён эпохе погони за трафиком и путях приспособления к ней изучаемых веб-изданий. Кристин касается

¹ Под веб-метрикой в рецензируемой книге понимаются данные, применимые для анализа использования Интернета и его оптимизации (р. 32). К таковым относится количество просмотренных страниц и уникальных посетителей, среднее время пребывания на сайте. Э. Кристин выделяет также метрики вовлечённости пользователей в социальных сетях (лайки, репосты, комментарии и др.).

различных сюжетов мира веб-журналистики — сосуществования профессиональной и рыночной логик, интерпретации метрик, карьерных перспектив журналистов-фрилансеров.

Вызовы этнографии в цифровую эпоху

Исследование, лёгшее в основу рецензируемой книги, проводилось в 2011–2015 гг. Выбор журналистики обосновывается автором интересом к области, подвергшейся колоссальным организационным и экономическим изменениям в последние десятилетия. Медиаорганизации со снижающимися рекламными доходами, падением тиражей печатных изданий и интереса аудитории идеально подошли в качестве эмпирического объекта. Хотя изначально Кристин планировала остановиться на интервью с французскими журналистами, их шаблонные ответы повлекли за собой необходимость внесения корректировок в инструментарий; потребовалось обращение к этнографическим методам. Кроме того, после регулярных упоминаний информантами нью-йоркского веб-издания в выборку были включены американские представители изучаемой отрасли. Эмпирическим объектом исследования в итоге выступили парижское интернет-издание «LaPlace» и нью-йоркское «TheNotebook». В целях обеспечения анонимности информантов названия медиаорганизаций и имена их сотрудников при описании исследования были изменены.

В исследовании используется смешанная методология. Применение стандартных этнографических методов для изучения профессиональной группы веб-журналистов осложняется в силу специфики их работы преимущественно в онлайн-пространстве. Впрочем, автором книги успешно разрабатывается инструментарий, учитывающий особенности функционирования новых медиа.

Для обозначения тактики в изучении практик работы журналистов Кристин употребляет метафору «муха на экране», подразумевающую минимальную заметность для информанта, с одной стороны, и максимальную близость к его рабочему пространству, с другой. Одновременное соблюдение этих требований обеспечивается методом наблюдения за журналистами в условиях разделения с ними единого рабочего пространства. По истечении часа исследователь фиксирует наблюдаемые факты и перемещается к следующему информанту. Данная стратегия получила название «метод ротации» (*rotation method*) (р. 171). Наблюдение за сотрудниками веб-изданий не ограничивалось рабочим местом: автор сопровождала журналистов на обед и конференции, а в отдельных случаях присутствовала на совещаниях.

В дополнение к полуструктурированным интервью, предоставляющим информацию о различных аспектах работы в веб-издании (о карьерном пути и восприятии аудитории, об отношении с коллегами и др.), Кристин следила за активностью информантов в «Твиттере». Это позволило получить представление о ценностях журналистов, их успехе в профессии, а также зафиксировать границы и отношения между различными изданиями, в том числе благодаря метрикам (подписки, лайки, ретвиты и комментарии).

Наконец, автор книги обращается к анализу количественных данных для выявления возможных расхождений между словами информантов и реальным положением дел в веб-издании. С этой целью были собраны базы с сопоставимыми данными о количестве публикаций и их ключевых показателях (число знаков, авторство, тематика и др.) за 2009–2015 гг.

Таким образом, Э. Кристин провела около 500 часов полевой работы в восьми веб-изданиях анализируемых стран². Было собрано более 100 интервью (45 из них в США и 56 во Франции) с работниками медиаорганизаций — журналистами, редакторами, менеджерами, а также фрилансерами и блогерами.

² В рецензируемую книгу вошло сравнение только двух изданий. Остальные упоминались в монографии эпизодически в контексте сравнения «TheNotebook» и «LaPlace».

Две страны — два пути к веб-журналистике

Восприятие современными медиаорганизациями своей аудитории имеет глубокие исторические корни. Несмотря на то что внедрение веб-аналитики в журналистику — относительно недавний феномен, приблизительное понимание своих читателей существовало у изданий задолго до трансформации медиаиндустрии. В связи с этим рецензируемая книга начинается с повествования о становлении западной журналистики.

Расцвет коммерческой прессы в США пришёлся на 1830-е гг., когда стали распространяться центовые газеты, едва соответствующие высоким стандартам журналистики. Их отличительными особенностями стали сенсации, яркие заголовки и ориентация на массовую аудиторию. Центовые газеты сосуществовали с репортажами представителей движения «разгребателей грязи» (*muckrakers*), то есть группы авторов, специализирующихся на разоблачениях, но, в отличие от них, были далеки от политической повестки. Впоследствии различия между жёлтой прессой и разоблачительной журналистикой стираются, что ведёт к обострению конфликта между двумя парадигмами производства новостей — новостей как историй и новостей как фактов³.

Взросший авторитет журналистики и её профессионализация в первые десятилетия XX века порождают две противоборствующие тенденции — усиление положения второй парадигмы и повышение интереса рекламодателей к прессе. Если при отношении к новостям как к фактам первостепенное значение приобретало мнение профессионального сообщества, то рыночное давление вынуждало ориентироваться на тираж газет.

После Второй мировой войны принципы саморегулирования и свободы журналистики в американских газетах обеспечивались строгим разграничением деятельности редакционного и коммерческого отделов. Препятствием на пути их мирного сотрудничества служило неодинаковое восприятие аудитории. В отличие от работников коммерческого отдела, журналисты не проявляли особого интереса к предпочтениям читателей и при подготовке новостного материала ориентировались в первую очередь на собственный интерес и мнение коллег.

Однако переход к рыночной журналистике (*market-driven journalism*) в США всё же состоялся. Снижение спроса населения на газеты и падение рекламных доходов печатных СМИ в конце XX века послужили стимулом для более детальных маркетинговых исследований, продемонстрировавших интерес читателей к бульварной журналистике. Вместе с пониманием предпочтений аудитории потребовались реорганизация рассматриваемой отрасли в целом, переход в интернет-пространство и разработка новых метрик.

Развитие рынка прессы во Франции стало возможным после принятия Закона о свободе печати (1881 г.). Для конца XIX века были характерны разнообразие печатных изданий и рост числа публицистов. Впрочем, конечной целью этих последних чаще являлось продвижение в литературных и политических кругах, нежели достижение успеха в журналистике. Другими словами, печатные СМИ на протяжении долгого времени служили посредником в публичной коммуникации, и принципиальных различий между журналистами, политическими деятелями и писателями не существовало. Профессионализм журналистского сообщества, таким образом, был невысок. После Первой мировой войны легитимность французской прессы вовсе снижается ввиду вовлечённости сотрудников редакций в громкие коррупционные скандалы.

³ Первая парадигма (новости как истории) исходит из развлекательной функции СМИ. Издания в данном случае сосредоточены на освещении злободневных вопросов в упрощённой форме. Вторая парадигма (новости как факты) базируется на достоверности, беспристрастности и надёжности новостей и, в отличие от лёгкого контента, обращается к малочисленной образованной аудитории.

Во второй половине XX века происходит усиление государственного вмешательства в функционирование французских СМИ⁴. Цель такого вмешательства заключается в максимальном ограждении массмедиа от рыночного влияния. При этом ряду газет по-прежнему удаётся сохранить установку на общественные изменения. Постепенно растёт профессионализация журналистики, способствующая воплощению принципа саморегулирования. В отличие от США, данный принцип проявляется в работе представительных органов, а не в выстраивании границ между редакционным и коммерческим отделами. Хотя сотрудники французских изданий вслед за американскими коллегами сохраняли дистанцию с аудиторией, они по-прежнему были убеждены в гражданской миссии журналистики. Наконец, в 1980-е гг. государственная монополия на СМИ во Франции была ликвидирована, за чем последовал процесс коммерциализации медиа⁵.

«TheNotebook» и «LaPlace»: с чего всё начиналось?

Во второй главе рецензируемой книги читатель погружается в историю создания двух онлайн-изданий и знакомится с их ключевыми фигурами.

Джон — основатель «TheNotebook», американский журналист, телеведущий, автор колонки либеральной газеты. В 1990-е гг. он принимает предложение инвесторов в лице Techcorp и собирает команду профессионалов, готовых работать в неизведанном на тот момент цифровом пространстве. Их привлекают свобода и независимость веб-журналистики, а также возможность экспериментирования с форматами. В то же время дизайн веб-издания разрабатывается с ориентацией на престижные и влиятельные газеты, с которыми планируется конкурировать. Первая попытка налаживания контакта с читателями терпит крах: большое число негативных комментариев вынуждает редакцию ограничить взаимодействие с аудиторией. В результате открывается книжный клуб⁶, ставший визитной карточкой «TheNotebook».

Непредвиденной проблемой американского издания стал также слабый спрос аудитории на платную подписку, доступную по прошествии нескольких лет с запуска сайта. Финансовые трудности приводят к изменению состава работников в результате их добровольного ухода и к покупке издания в 2004 г. крупной медиакомпанией Newspapers Inc.

История «LaPlace» начинается позднее с желания четырёх предприимчивых журналистов повторить успех «TheNotebook» во Франции. Кристин делает вывод о том, что данному веб-изданию присущ подражательный изоморфизм — заимствование наиболее эффективных и устоявшихся организационных форм [DiMaggio, Powell 1991]. Однако, в отличие от нью-йоркского издания «TheNotebook», надежды на крупных инвесторов у основателей «LaPlace» не было: в запуск новостного сайта был вложен преимущественно их собственный капитал. Кроме того, в первые годы журналисты были вынуждены работать за идею, получая за свои труды символическую плату.

Особенностью «LaPlace» стали левая ориентация и принцип включённости аудитории в дискуссию (*participatory approach*): грубые комментарии интернет-пользователей не смогли убедить сотрудников издания отказаться от функционирования в качестве коммуникационной платформы.

⁴ Например, национализация французского радио и телевидения состоялась в 1949 г.

⁵ Как будет показано далее, коммерциализация печатных СМИ во Франции произошла в более ограниченных масштабах по сравнению с США.

⁶ Цель книжного клуба заключалась в налаживании неформального диалога с читателями. Его характерными чертами были спонтанность, остроумие, разговорный стиль.

Погоня за трафиком: сознательный выбор или неизбежность?

В третьей главе рецензируемой книги речь идёт об изменении бизнес-модели в «TheNotebook» и «LaPlace». Начало 2000-х гг. бросает двум рассматриваемым изданиям множество вызовов: обострение конкуренции в связи с постепенным заполнением рыночной ниши, финансовый кризис и необходимость привлечения аудитории с минимальными издержками. Если «TheNotebook» сталкивается с изменением поля [Bourdieu 2005], в результате чего исчезает понимание того, кто является его соперниками — газеты или новостные сайты, то «LaPlace» находится в ещё более затруднительном положении. Экономические трудности вынуждают продать в 2011 г. французское издание медиакомпания Le Groupe Mag.

Решение вышеуказанных проблем видится обоим изданиям в переориентации внимания на количественные показатели. При этом Кристин ближе их трактовка в терминах базарной экономики [Geertz 1978], хотя Ш. Зубофф рассматривает метрики как неотъемлемый атрибут эпохи надзорного капитализма [Zuboff 2019]. Так называемая погоня за кликами исходит из двух ключевых принципов: увеличение (1) скорости и (2) объёма публикуемого материала. Цель достигается путём обращения новостных сайтов к относительно схожим стратегиям, перенятым от наиболее успешных игроков медиарынка. К таковым механизмам повышения конкурентоспособности относятся поисковая оптимизация (*search engine optimization* — SEO), создание подсайтов и сотрудничество с блогерами⁷.

В рассматриваемый период обостряется уже знакомое в журналистской среде напряжение между парадигмами новостей как историй и новостей как фактов. Для их обозначения в эпоху цифровизации автор рецензируемой книги вводит понятие «два режима оценивания»⁸ — редакционный (*editorial*) и основанный на кликах (*click-based mode of evaluation*). Они различаются пониманием журналистики (формат определяется новостью и (или) аудиторией), маркером успеха (одобрение коллег и (или) создание вирусного контента), временными рамками (долгосрочная редакционная стратегия и (или) аналитика в реальном времени) (см. подробнее: р. 72).

Таким образом, несмотря на страновой контекст и специфику организационных культур, различия в стратегиях «TheNotebook» и «LaPlace» остаются незначительными. Впрочем, подобный вывод с трудом можно отнести к отношению изданий к своей аудитории.

Символическая нагруженность метрик

В четвёртой главе автору удаётся показать, что применение схожих практик не всегда свидетельствует о наделении их идентичными смыслами. Кристин утверждает: интерпретация метрик и соответственно аудитории⁹ веб-изданий обусловлена историческим и институциональным контекстами.

Нацеленность новых медиа на повышение трафика вновь способствует усилению интереса к читателям. Впрочем, отношение к ним в изучаемых изданиях существенно различается. В «TheNotebook» цифры пользуются полным доверием руководства. Редакционные и управленческие решения принимают-

⁷ В силу нехватки штатных сотрудников и в целях экономии веб-издания вынуждены использовать услуги независимых авторов — блогеров, фрилансеров.

⁸ Понятие заимствовано автором из экономической теории конвенций. Кристин даёт следующее определение режимам оценивания: «Когнитивные, дискурсивные и практические операции, с помощью которых люди классифицируют и иерархизируют идеи, объекты и практики» (р. 71).

⁹ Для обозначения аудитории в цифровую эпоху Кристин использует понятие «алгоритмическая публика», или «общественность» (*algorithmic publics*), подчёркивая опосредованность аудитории цифровыми платформами и её гражданский потенциал.

ся с учётом метрик, служащих показателем успешности публикуемого материала. Более того, низкий трафик может стать поводом для приостановки освещения новостей определённых рубрик (например, искусства). Понимание аудитории, согласно автору книги, сводится в «TheNotebook» к возможности её коммерциализации. Сами журналисты относятся к аналитическим инструментам (например, «Chartbeat») весьма сдержанно: метрики не являются предметом живых обсуждений на рабочем месте и воспринимаются, скорее, как техническая игра редакторов, реализуемая под давлением медиахолдинга. В данном случае наблюдается строгое разграничение профессиональных ролей руководителей и подчинённых.

Ещё более противоречивое мнение об аналитике сложилось у «LaPlace». Хотя далеко не все редакторы веб-издания признают «магию цифр», аналитика в итоге оказывает ограниченное влияние на принятие решений. В отличие от издания «TheNotebook», менее популярные рубрики в «LaPlace» не попадают под сокращение, что свидетельствует о доминировании редакционного режима оценивания. Французские журналисты демонстрируют гораздо большую эмоциональную вовлечённость в отслеживание метрик по сравнению с американскими коллегами. «Chartbeat» активно используется и обсуждается на рабочем месте, сближая авторов из разных отделов. Строгого разделения труда между редакторами и журналистами не наблюдается: журналисты также заинтересованы в повышении трафика, несмотря на отсутствие дополнительных вознаграждений за это. Если «TheNotebook» сегментирует аудиторию, то «LaPlace» воспринимает её как единую яркую сущность, требующую понимания. Высокий трафик служит показателем того, что авторы добрались до читателей и процесс коммуникации между ними запущен.

В поисках компромисса между скоростью и качеством освещения новостей

В пятой главе Кристин обращается к вопросу сосуществования двух режимов оценивания в профессиональной деятельности журналистов. Он раскрывается через концепцию бюрократической и дисциплинарной власти¹⁰. Автор книги анализирует практики, офисное пространство и веб-сайт издания, способные проиллюстрировать специфику властной структуры изучаемых медиа.

Для «TheNotebook» характерна власть бюрократии, имеющая следующие проявления: во-первых, разграничение зон ответственности между редакторами и журналистами; во-вторых, сочетание «быстрых» (короткие статьи, не проходящие редактуру) и «медленных» (качественные публикации, поддерживающие репутацию издания: исследования, разоблачения и др.) новостей, которые соответствуют двум разным режимам оценивания. Хотя лёгкий для восприятия контент в первую очередь привлекает интернет-пользователей, именно «длинные» новости размещаются на сайте «TheNotebook» на более выгодных местах.

Существующие символические границы находят отражение в рабочей зоне и в статусе занятости журналистов. В офисе «TheNotebook» применяется смешанный тип размещения сотрудников: у редакторов и менеджеров свои кабинеты, в то время как журналисты располагаются в офисах открытого типа (*open space office*). Их рабочие места группируются в зависимости от должностных обязанностей, рубрик и формата новостей, за написание которых они ответственны. Кроме того, авторы «быстрых» новостей находятся в более уязвимом положении по сравнению с их опытными коллегами: как правило, они работают по стандартному рабочему графику и лишены различных льгот.

Конфликт между двумя режимами оценивания разрешается в «LaPlace» с применением дисциплинарной власти. Вместо дистанции между «быстрыми» и «медленными» новостями французское веб-издание предлагает более широкий перечень редакционных форматов. Упомянутые типы новостей

¹⁰ Смежные концепты: бюрократический [Gouldner 1954; Edwards 1979] и нормативный контроль [Etzioni 1961; Kunda 2006]; суверенная и дисциплинарная власть [Foucault 1995].

успешно сосуществуют с записями в блогах (авторы — активисты, эксперты, политики и др.) и со свидетельствами (*testimonies*) интернет-пользователей. Почти четверть всего контента сайта подготовлена непрофессионалами, что объясняется благосклонным отношением «LaPlace» к участию читателей в формировании информационной повестки.

Сглаженная иерархия является ещё одним отличием французского «LaPlace» от американского «TheNotebook». Основа рабочего процесса — гибкость, а не строгое разделение труда. Как журналисты, так и редакторы вовлечены в подготовку новостей. Об отсутствии символических границ свидетельствует и офис, организованный по принципу *open space*. Кристин отмечает, что в «LaPlace» царит атмосфера неформальности и творческого беспорядка, затрудняющая привычный ход полевой работы.

Независимые профессионалы в «TheNotebook» и «LaPlace»

В заключительной — шестой — главе автор затрагивает различные аспекты положения работников нестандартной формы занятости (в первую очередь фрилансеров) в изучаемых веб-изданиях: отношение коллег, систему вознаграждений, карьерные перспективы.

Кристин утверждает, что сложившийся тип власти в организации влияет на оплату труда: в то время как «TheNotebook» присуща стратифицированная система выплат, в «LaPlace» придерживаются уравнительного принципа.

Расценки на услуги журналиста-фрилансера в американском веб-издании претерпевали серьёзные изменения. В первые годы функционирования «TheNotebook» стоимость одной статьи составляла 1200 дол.: издание стремилось закрепиться на рынке и продемонстрировать преимущества перед печатными СМИ. Впоследствии в результате расширения штата сотрудников размер вознаграждения независимых профессионалов сократился до 200 дол. за публикацию. Однако точную цифру назвать весьма затруднительно, потому что оплата среди исполнителей варьируется в зависимости от двух групп факторов: (1) характеристики фрилансера (трудовой стаж, опыт и возраст); (2) характеристики публикуемого материала (качество, затраченное время, метрики). Вопрос осложняется сензитивностью темы для редакторов: размер вознаграждений не подлежит обсуждению, что приводит к разрыву в оплате труда между исполнителями из разных отделов веб-издания.

В «LaPlace» сложилась уравнительная система оплаты труда фрилансеров, которая удачно сочетается со сжатой шкалой ставок заработной платы для штатных работников. Фрилансеры получают 120 евро за статью вне зависимости от различных факторов; публикации блогеров и интернет-пользователей, размещённые на сайте веб-издания, оплате не подлежат.

Автор рецензируемой книги полагает, что система вознаграждений отражает конфликт режимов оценивания, ставя руководство перед выбором между двумя критериями оплаты труда — профессионализмом журналистов (редакционный режим) и высокой вовлечённостью аудитории (режим, основанный на кликах). Во избежание противоречий редакторы обоих веб-изданий нередко прибегают к множественным порядкам обоснования размера оплаты труда или вовсе к тактике замалчивания. Например, в «LaPlace» начисляются выплаты блогерам, создающим привлекающий контент на сайте издания, что противоречит общепринятым правилам издания.

Таким образом, хотя сотрудничество с престижными изданиями не всегда гарантирует фрилансерам достойный уровень оплаты труда, для многих оно является важнейшим этапом построения карьеры журналиста. Цифровые платформы (в первую очередь «Твиттер») играют в этом процессе определяющую роль, позволяя авторам повысить свою узнаваемость в профессиональной среде, приобрести

полезные знакомства и наладить сотрудничество с новыми заказчиками. Кристин пишет, что использование социальных сетей даёт возможность преодолеть противопоставление между автономностью и гетеромностью [Bourdieu 1993] поля в силу того, что метрики одновременно выступают индикатором профессионального признания и рыночного успеха.

Последняя глава монографии завершается сравнением положения фрилансеров в изучаемых странах. Несмотря на существующие стереотипы о независимых профессионалах, в США журналисты-фрилансеры не испытывают безнадежность в отношении своего статуса, в то время как во Франции они чаще указывают на дискриминацию. Кроме того, если американские авторы активно участвуют в продвижении собственного бренда, для французов навязывание своих услуг морально неприемлемо. Таким образом, журналисты-фрилансеры в США и во Франции опираются на разные порядки обоснования ценности, на рыночный и гражданский мир соответственно.

Дискуссия

Книга Э. Кристин была с интересом встречена профессиональным сообществом, о чём свидетельствуют положительные рецензии зарубежных коллег (см., например: [Anderson 2020; Del Nido 2021; Stiglich 2021]). По мнению Криса Андерсона, профессора Школы медиа и коммуникаций Университета Лидса [Anderson 2020], «Метрики на работе...» можно считать второй по значимости этнографией цифровых новостей после работы Пабло Бочковски [Boczkowski 2004]. Рассуждая о научном вкладе рецензируемой монографии, Андерсон помещает её в более широкий исторический контекст. Он подчёркивает, что, в отличие от этнографических исследований в редакциях 1970-х гг., Кристин учитывает в анализе влияние технологий и материальных объектов на журналистскую деятельность. Лукас Стиглич обращает внимание на широту проблематики исследования, на новый подход к рассмотрению того, как технологии формируют организационную динамику, властные отношения, профессиональную идентичность и сами формируются ими [Stiglich 2021].

Более критического взгляда на рассматриваемый труд придерживается Дженни Хартли, доцент Департамента коммуникаций и искусств Университета Роскилле (Дания) [Hartley 2020]. Она отмечает, что между тщательно проработанной теоретической рамкой и насыщенным этнографическим описанием Кристин делает выбор в пользу последнего. Согласно рецензенту, понятие «алгоритмическая публика» и присущее анализируемым веб-изданиям видение аудитории раскрываются весьма поверхностно. В книге также мало говорится о воздействии выявленных различий в понимании метрик на производство новостей. Вопросы к теоретической глубине исследования имеются и у Мэтта Карлсона, доцента Школы журналистики и массовых коммуникаций Университета Миннесоты: «Теоретическая основа в книге гораздо менее развита, она имеет шаткую социологическую опору на работы Фуко, Бурдьё и Вебера и отсылки к новому институционализму с целью понимания полученных результатов» [Carlson 2021: 317].

Заключение

Журналистика стала одной из многочисленных сфер, подвергшихся колоссальной трансформации с переходом из традиционного формата в онлайн. Цифровые вызовы повлекли не только изменение бизнес-модели национальных СМИ, но и отразились на профессиональных ролях журналистов, их положении в обществе. Рецензируемая книга описывает путь двух новостных изданий, демонстрируя все трудности, конфликты и противоречия, с которыми им пришлось столкнуться в процессе освоения интернет-журналистики. Отправляясь в путешествие по обе стороны Атлантики, читатель знакомится со спецификой функционирования медиаорганизаций в США и во Франции¹¹.

¹¹ Как отмечает Кристин, судьбы изучаемых веб-изданий во время длительной полевой работы сложились по-разному: в то время как «TheNotebook» демонстрировало процветание, «LaPlace» вновь было перекуплено у Le Groupe Mag более крупным французским медиа.

Результаты многолетнего исследования Кристин наглядно показывают, что внедрение алгоритмов в журналистскую деятельность способствует скорее поляризации национальных медиа, нежели их конвергенции. Кристин выступает с критикой мифа о стандартизации, аргументируя его несостоятельность укоренённостью сложившейся в стране модели СМИ в институциональном, историческом и культурном контекстах.

Стоит отметить, что автор книги не отрицает присущего изучаемым веб-изданиям подражательного изоморфизма. Хотя «TheNotebook» и «LaPlace» и обращаются к наиболее успешным и эффективным стратегиям, между ними сохраняется множество различий, начиная со способов разрешения конфликта между двумя режимами оценивания и заканчивая системой вознаграждений работников. Это объясняется Кристин воспроизводством властных структур и институтов в деятельности медиаорганизаций.

В целом замысел книги глубоко социологичен. Прорываясь сквозь технологический детерминизм, автор рассматривает метрики в качестве символических объектов, а не как обезличенные и нейтральные показатели, служащие исключительно утилитарным целям. С помощью многочисленных аналитических инструментов («Chartbeat», «Parse.ly», «SocialFlow» и др.) цифровые метрики отражают или апроприируют (*appropriate*) [Knorr-Cetina, Bruegger 2002] аудиторию в режиме реального времени.

В заключение представляется целесообразным отметить некоторые слабые стороны рецензируемой книги и охарактеризовать отличительные свойства её целевой аудитории. Не возникает сомнения в том, что автором проделана колоссальная исследовательская работа, особенно если учесть более сотни самостоятельно взятых интервью на английском и французском языках. Впрочем, в книге отчётливо прослеживается доминирование интервью и наблюдений при описании полученных результатов и возникает впечатление избыточности эмпирического материала. Кроме того, не совсем очевидно решение автора вынести всю исследовательскую кухню в приложение. Гораздо проще для восприятия было бы знакомство с методологией в отдельной главе монографии. Мы также вынуждены согласиться с замечаниями зарубежных рецензентов о том, что теоретическая основа исследования кажется несколько размытой. Хотя Кристин ссылается на релевантную литературу в области экономической социологии и социологии массовой коммуникации, целостная теоретическая схема для анализа едва ли выстраивается.

Рецензируемая книга будет полезна исследователям, научными интересами которых являются социология рынков, социология массовых коммуникаций и социология труда. С высокой вероятностью эта категория читателей уже знакома с упоминаемыми в книге подходами, и их не затруднит оценка научного вклада рецензируемой книги. В то же время монография не перегружена сложными концептами, что делает её доступной для неподготовленной аудитории. Напротив, многочисленные отрывки из интервью, графики и заметки по результатам наблюдения облегчают читателю восприятие полученных результатов, погружая его в мир веб-журналистики.

Литература

Варганова Е. Л. 1999. К чему ведёт конвергенция СМИ? *Информационное общество*. 5: 11–14.

Anderson C. 2020. Technology, Culture, and Social Control in the Newsroom Revisited. By Angèle Christin, *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*. Princeton, Princeton University Press, 2020. *European Journal of Sociology*. 61 (3): 450–454.

Boczkowski P. J. 2004. *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.

Bourdieu P. 1993. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.

- Bourdieu P. 2005. The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: Benson R., Neveu E. (eds) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press; 29–46.
- Brayne S., Christin A. 2021. Technologies of Crime Prediction: The Reception of Algorithms in Policing and Criminal Courts. *Social Problems*. 68 (3): 608–624. URL: <https://academic.oup.com/socpro/article-abstract/68/3/608/5782114>
- Carlson M. 2021. Book Review: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms by Angèle Christin. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 98 (1): 315–317.
- Del Nido J. M. 2021. Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms: by Angèle Christin. Princeton: Princeton University Press, 2020. *Journal of Cultural Economy*. 14 (1): 123–125.
- DiMaggio P. J., Powell W. W. 1991. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. In: Powell W. W., DiMaggio P. J. (eds). *The New Institutionalism in Organizational Studies*. Chicago; London: The University of Chicago Press; 63–82.
- Edwards R. 1979. *Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in the Twentieth Century*. New York: Basic Book.
- Etzioni A. 1961. *A Comparative Analysis of Complex Organizations on Power, Involvement, and Their Correlates*. New York: Free Press of Glencoe.
- Foucault M. 1995. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Geertz C. 1978. The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review*. 68 (2): 28–32.
- Gouldner A. W. 1954. *Patterns of Industrial Bureaucracy*. Glencoe: Free Press.
- Hallin D. C., Mancini P. 2004. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley J. M. 2020. Angela Christin: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms, Princeton, 2020. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*. 36 (69): 139–142.
- Knorr-Cetina K., Bruegger U. 2002. Inhabiting Technology: The Global Lifeform of Financial Markets. *Current Sociology*. 50 (3): 389–405.
- Kunda G. 2006. *Engineering Culture: Control and Commitment in a High-Tech Corporation*. Rev. ed. Philadelphia: Temple University Press.
- Stiglich L. 2021. Book Review: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms by Angèle Christin. *LSE Review of Books*. 20 September. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/lsereviewofbooks/2021/09/20/book-review-metrics-at-work-journalism-and-the-contested-meaning-of-algorithms-by-angele-christin/>
- Zuboff S. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism. The First for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs.

NEW BOOKS

Liudmila Bogomazova

“Digital Rush”: In Search of Balance between Professional and Market Logics in Web Journalism

Book Review: Christin A. (2020) *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*, Princeton: Princeton University Press. 256 p.

BOGOMAZOVA, Liudmila — Abstract

Research Assistant,
Laboratory for Studies in
Economic Sociology, The
National Research University
Higher School of Economics.
Address: 20 Myasnitskaya str.,
101000, Moscow, Russian
Federation.

Email: lbogomazova@hse.ru

A book written by French-born American sociologist Angèle Christin, *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*, is devoted to the specificities of the functioning of publications during the traffic-chase era. The book's main goal is to show how the implementation of algorithms affects the professional identity and working practices of journalists.

The scholar uses a multi-stage theoretical framework as she turns to Bourdieu's concept of field, the sociology of “Worlds” by Boltanski and Thévenot, the theory of institutional isomorphism proposed by DiMaggio and Powell, and other relevant approaches examined in *The New Economic Sociology*.

The book is based on a comparative study of two web publications in the United States and France during the period 2011–2015. The author uses a mixed methodology whose core is comprised of observation and semi-structured interviews with the staff of media organizations.

Referring to the broad empirical material, Christin wonders whether metrics are really able to eradicate distinctions between national mass media in different countries. Although the two web publications face similar challenges in terms of modern journalism, they tackle them in different ways. This is due to the embeddedness of the professional activity of journalists in the institutional context, organizational structures, and professional fields.

The review raises the key issues of the book: a brief history of the formation of web journalism in the United States and France, the media organizations' perception of metrics and audience, and the role of independent professionals in news production.

Keywords: web journalism; professional roles; new media; algorithms; metrics; comparative study; Bourdieu field theory; ethnography.

References

Anderson C. (2020) Technology, Culture, and Social Control in the Newsroom Revisited. By Angèle Christin, *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*. Princeton, Princeton University Press, 2020. *European Journal of Sociology*, vol. 61, no 3, pp. 450–454.

Boczkowski P. J. (2004) *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, Cambridge, MA: MIT Press.

- Bourdieu P. (1993) *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, New York: Columbia University Press.
- Bourdieu P. (2005) The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. *Bourdieu and the Journalistic Field* (eds. R. Benson, E. Neveu), Cambridge: Polity Press, pp. 29–46.
- Brayne S., Christin A. (2021) Technologies of Crime Prediction: The Reception of Algorithms in Policing and Criminal Courts. *Social Problems*, vol. 68, no 3, pp. 608–624. Available at: <https://academic.oup.com/socpro/article-abstract/68/3/608/5782114> (accessed 10 October 2021).
- Carlson M. (2021) Book Review: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms by Angèle Christin. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 98, no 1, pp. 315–317.
- Del Nido J. M. (2021) Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms: by Angèle Christin. Princeton: Princeton University Press, 2020. *Journal of Cultural Economy*, vol. 14, no 1, pp. 123–125.
- DiMaggio P. J., Powell W. W. (1991) The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *The New Institutionalism in Organizational Studies* (eds. W. W. Powell, P. J. DiMaggio), Chicago; London: The University of Chicago Press, pp. 63–82.
- Edwards R. (1979) *Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in the Twentieth Century*, New York: Basic Book.
- Etzioni A. (1961) *A Comparative Analysis of Complex Organizations on Power, Involvement, and Their Correlates*, New York: Free Press of Glencoe.
- Foucault M. (1995) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, New York: Vintage Books.
- Geertz C. (1978) The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review*, vol. 68, no 2, pp. 28–32.
- Gouldner A. W. (1954) *Patterns of Industrial Bureaucracy*, Glencoe: Free Press.
- Hallin D. C., Mancini P. (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley J. M. (2020) Angela Christin: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms, Princeton, 2020. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, vol. 36, no 69, pp. 139–142.
- Knorr-Cetina K., Bruegger U. (2002) Inhabiting Technology: The Global Lifeform of Financial Markets. *Current Sociology*, vol. 50, no 3, pp. 389–405.
- Kunda G. (2006) *Engineering Culture: Control and Commitment in a High-Tech Corporation*, Rev. ed., Philadelphia: Temple University Press.
- Stiglich L. (2021) Book Review: Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms by Angèle Christin. *LSE Review of Books*, 20 September. Available at: <https://blogs.lse.ac.uk/lseviewof->

[books/2021/09/20/book-review-metrics-at-work-journalism-and-the-contested-meaning-of-algorithms-by-angele-christin/](#) (accessed 10 October 2021)

Vartanova E. L. (1999) K chemu vedet konvergentsiya SMI? [Where does Media Convergence Lead?] *Information Society = Informatsionnoe obshchestvo*, no 5, pp. 11–14 (in Russian).

Zuboff S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism. The First for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York: Public Affairs.

Received: October 15, 2021

Citation: Bogomazova L. (2021) Tsifrovaya likhoradka: v poiskakh balansa mezhdru professional'noy i rynochnoy logikami v veb-zhurnalistike ["Digital Rush": In Search of Balance between Professional and Market Logics in Web Journalism. Book Review: Christin A. (2020) *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*, Princeton: Princeton University Press. 256 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 22, no 5, pp.138–151. doi: [10.17323/1726-3247-2021-5-138-151](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-5-138-151) (in Russian).