

ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ В РОССИЙСКИХ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ «НОВОЙ ГАЗЕТЫ»)

Авилочкина Д.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

rom.darya2013@yandex.ru

Информация окружает человека с самого рождения и, что примечательно, он начинает ее поглощать как губка также с младенческого возраста. С каждым днем потоки информации возрастают. Если задуматься, скорость их роста не просто пугает, а даже шокирует. Ежедневно современный человек пропускает через себя огромное количество нужной и ненужной ему информации, так как не всегда можно удачно от нее скрыться. Чтобы оставаться популярными у читателей и зрителей, современным российским СМИ уже недостаточно просто сообщать какую-то новость – источников слишком много. Именно поэтому в последние несколько лет многие СМИ начали свою работу с открытыми базами данных и огромным количеством числовой информации в них. Это явление получило название «журналистика данных» (data journalism или data driven journalism).

Главный принцип журналистики данных: материал строится не вокруг новостного повода, а вокруг статистики, цифр, сводок, отчетов и иной справочной информации. Работа таких журналистов заключается не просто в анализе данных. На основе этого анализа они ведут постоянные спецпроекты.

Журналистика данных позволила совершенно по-новому организовать коммуникацию между СМИ и читателем.

Современная аудитория вслед за информацией стремительно меняется. Меняются и ее запросы. Журналистика данных предлагает такой аудитории совершенно новую, «нескучную» подачу, используя при этом огромное количество инструментов визуализации данных иногда даже вовлекая читателя в самую глубь происходящих событий.

Истории, рассказанные таким образом, в России имеют ошеломительный успех у аудитории. Несмотря на такую популярность, журналистика данных в нашей стране является уделом немногих изданий, ведь журналист, работающий с данными, должен сочетать в себе и «технаря» и «гуманитария».

В настоящее время профессиональные журналисты всё чаще сталкиваются с «сырой» информацией, которая не подкреплена никакими доказательствами. Эта особенность в большей мере характерна для журналистов-расследователей. Именно поэтому настоящим профессионалам необходимым становится умение работать с такого рода информацией, искать и находить доказательства в открытых и закрытых источниках, ориентироваться в больших данных, анализировать и получать новые сюжеты для своих материалов. Благодаря такому подходу к информации журналист-расследователь может как углубиться в уже существующий сюжет, так и создать совершенно новый. Такой подход стал совершенно новым этапом в развитии современной расследовательской журналистики России.

Data-журналистика является совершенно новым жанром журналистики, который для предоставления информации обществу в своем арсенале использует открытые базы данных, то есть статистические сводки, графики, списки, карты и многое-многое другое. Эти данные могут касаться абсолютно любой сферы жизни: экономика, политика, культура, образование, спорт и многое другое. К уже имеющимся данным добавляются традиционные журналистские средства: печатный текст, профессиональная фотография и прочее. Таким образом, изначально существующий сложный для восприятия текст упрощается и становится понятным для аудитории.

Максимальная наглядность – главная цель data-журналистики. Одна таблица, интерактивный график, даже обычный, порой способны рассказать читателю намного больше, чем тысяча слов, поэтому текст в арсенале data-журналиста всегда является

лишь вспомогательным инструментом, а вовсе не основным, как в традиционной журналистике. Именно поэтому появление data-журналистики в мире произвело такой фурор, ведь она поменяла и продолжает менять не только основные представления о современной журналистике, но и саму суть журналистской профессии – способ и форму подачи информации.

Журналистика данных – это формат грамотного анализа данных, еще один способ критического исследования мира и один из главных современных инструментов, помогающий получить и представить общественности важную информацию, которая так и могла бы остаться незамеченной и затеряться в огромном потоке данных.

Для журналистов появление журналистики данных во многом усложнило работу. Стала актуальна проблема подготовки журналистов-профессионалов со знанием и умением пользоваться не только творческим порывом, но и специальным техническим оборудованием (программы GoogleDocs, GoogleCharts, Timetric, ManyEyes, Excel и т.д.).

При этом следует понимать цену ошибки в таких материалах, но владея инструментарием, журналист будет подготовлен к созданию и грамотной проверке материалов в разных форматах.

Западные СМИ уже давно активно используют журналистику данных в своих изданиях. В России же этот тренд появился сравнительно недавно и первыми кто обзавелся специализированным отделом, состоящим только из data-журналистов, стала «Новая газета». Отдел возник чуть больше двух лет назад, а инициатором его создания стал сам издатель – Дмитрий Муратов.

Data-отдел стал частью большого отдела расследований и состоял всего-навсего из трех человек: Ирина Долинина, Артем Щенников и Алеся Мароховская. Между корреспондентами никак не распределены роли. При этом корреспонденты не находятся постоянно в редакции, они спокойно могут работать дистанционно.

Сейчас отдел журналистики данных «Новой газеты» готовит и выпускает большое количество качественных, подкрепленных достоверными фактами из открытых источников расследований. Они не закликаются только на этой тематике, уделяют внимание и другим материалам, например, проблемам культуры («Кто такой Оскар», 23.02.2019).

Сегодня невозможно представить работу журналиста-расследователя без открытых данных. Историй, которые возникли благодаря ним, огромное количество, поэтому data-журналистика стала так популярна среди изданий в последнее время. И здесь «Новая газета» – в числе первых по многообразию способов визуализации информации. Например, в материале «ВИП-кочевники» (17.09.2018) расследователи изучали конфликт интересов и выявляли команды чиновников, которые целиком переходят из одной госструктуры в другую. Журналисты написали код, который проанализировал данные проекта «Декларатор» о 59 тыс. чиновниках. Алгоритм строился по следующему принципу: если 2 человека работали в одном и том же месте, в одно и то же время 2 раза и более, то алгоритм объединял их в команду. Далее журналисты изучали активность найденных «аномалий» в госзаказе: кому и на что отдаются многомиллиардные подряды. Визуализировали всю эту информацию с помощью простой и понятной инфографики в виде схем.

Совсем другой подход к визуализации в спецпроекте «Госзаказ и тайные холдинги». Алеся Мароховская и Ирина Долинина на его подготовку, в целом, потратили около полутора лет. Журналисты на основе данных ЕГРЮЛ и данных о госзакупках проанализировали госконтракты крупнейших государственных компаний, госкорпораций и их дочерних структур с 2011 по 2017 гг. с помощью специально написанного программного кода. Затем результаты найденных отношений визуализировали в виде графа, чтобы наглядно видеть, кто с кем связан и, возможно, образует картели. В проекте подробно описаны скрытые холдинги компаний РЖД, Газпром и Росатом.

Журналистика данных – это формат грамотного анализа данных, еще один способ критического исследования мира и один из главных современных инструментов, помогающий получить и представить общественности важную информацию, которая так и могла бы остаться незамеченной и затеряться в огромном потоке данных.

Журналистика данных пока что слабо развита в России, по большей мере это связано с затратами, которые нужно потратить на создание специализированных отделов, но «штатные» журналисты также начинают понемногу осваивать новое направление и удачно использовать его в своей работе.

В настоящее время журналистика данных в России активно используется в расследованиях «Новой газеты», где был создан первый в нашей стране специализированный data-отдел. Сотрудники данного отдела не только находят, анализируют и создают специальные программы для поиска данных, но и делают ее наглядной и понятной пользователям. В своих материалах журналисты отдела данных используют такие способы визуализации, как инфографика, интерактивные карты и просто карты, схемы, специальные графы, фото, видео, диаграммы и многое другое. При этом они не «защелкиваются» на какой-то определенной тематике.

Обобщая всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что на одно из лидирующих мест в направлении работы журналистов по всему миру в последние годы выходит использование больших объемов данных. В свою очередь, умение грамотно использовать, работать с такими данными, анализировать, понимать, упрощать и представлять в доступном для аудитории формате становится всё более важной частью журналистской работы.

В конце хотелось бы сказать о том, что журналистика данных по своей сути не является «лекарством» и определенным выходом в борьбе с возможностью злоупотребления по части представления аудитории выводов в искаженном виде. Но появление на страницах изданий и Интернет-ресурсов таких материалов – это огромный шаг в сторону прозрачности контента и повышения ответственности за то, что ты говоришь, пишешь и создаешь, для всего журналистского общества.

Список литературы

1. Аксёнова О. Н. Журналистика данных: проблемы и перспективы // Научный вестник Воронежского гос. архитектурно-строительного ун-та. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2015. № 3 (7). С.41–44.
2. Арбатская Е. О. Открытые данные как ресурс региональной журналистики // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2015. № 5 (360). С. 52–58.
3. Артёмов А. В. Цифровые Технологии в журналистике // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы: сб. науч. тр. / под ред. Л. И. Малявкиной. Орёл, 2018. С. 10–15.
4. Бочаров М. П. PR-технологии и журналистика данных (новые формы работы со статистическими источниками информации) // Труд и социальные отношения. 2014. № 4. С. 81–95.
5. Галустян А. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. Екатеринбург, 2016. С. 179–205.
6. Новая газета. URL: <https://novayagazeta.ru/>
7. Рачинский С. Журналистика баз данных: модный тренд или будущее профессии? // Профессиональный интернет-журнал о медиарынке и мира Planeta SMI.RU. URL: <http://www.planetasmi.ru/blogi/comments/6285.html>.
8. Симакова С. И. Дата-журналистика как медиатренд // Вестник Нижегородского ун-та им Н. И. Лобачевского. 2014. № 2. С. 481–484.
9. Симакова С. И. Журналистика данных как фактор, влияющий на развитие визуализации журналистского контента // Журналистика в системе альтернативных источников информации: сб. материалов науч. конф. Н. Новгород, 2017. С. 166–171.

10. *Чернухин А. Э.* Генезис и современное развитие журналистики данных и журналистики баз данных // Журналистика XXI века: исторический опыт и современное развитие: межвуз. сб. науч. тр. Владикавказ, 2017. С. 202–205.
11. *Чурбакова Е. А.* Журналистика баз данных как медиатренд // Медиа-исследования. 2017. № 4–2. С. 217–221.
12. *Шерстюкова М. Н.* Data-журналистика как новое направление в средствах массовой коммуникации // Коммуникация. 2015. № 1. С. 77–82.