

ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЕ РОССИЙСКИЕ СМИ

К.В. Дьякова

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
ks-diakova@yandex.ru

Журналистика данных является относительно новым направлением в современной медиасфере, стремительно набирающим обороты популярности в России. Данный вид профессиональной деятельности возник на фоне интенсивного развития информационных технологий. В данном случае, мы имеем в виду появление и повсеместное распространение так называемых bigdata или больших данных. На фоне возникновения множества разнообразных и огромных баз данных расследовательская журналистика получила второе дыхание – теперь в распоряжении современных журналистов оказались цифры, и умение их анализировать и интерпретировать оказалось решающим в развитии нового журналистского направления. Отметим, что большую роль в журналистике данных играет инфографика как элемент визуализации, позволяющий просто и наглядно отображать информацию в числовых значениях.

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими факторами:

1. Развитие IT-технологий привело к качественным изменениям во многих профессиональных сферах, включая медиасферу. На данный момент является актуальным и важным определить, насколько эти изменения повлияли на современную журналистику.
2. Визуализированная сторона деятельности дата-журналистов представляет научный интерес постольку, поскольку визуализация является неотъемлемой и имеющей большую популярность частью журналистского ремесла.
3. Большие данные – это та часть современных информационных технологий, за которыми во многом стоит будущее. Их развитие и приумножение делает возможным создание полезных для общества журналистских расследований, созданных вне «полевых» условий и имеющих в своем распоряжении точные факты и цифры.

Таким образом, изучение понятия журналистики данных и ее влияния на современные российские средства массовой информации представляется нам актуальной задачей в связи с перечисленными выше факторами.

Феномену журналистики данных дана достаточно четкая трактовка в работе Д.В. Неренц «Datajournalism: новые возможности для журналистов-расследователей»: «Новые технологии и возможности Интернета послужили толчком к стремительному видоизменению основных способов работы журналистов в целом и журналистов-расследователей в частности. Теперь, помимо активного вовлечения пользователей в работу над анализом документов и интервью, они все чаще обращаются к компьютерным базам данных, в которых содержится большинство документации и многочисленные отчеты компаний и правительственных секторов. Этот феномен получил название «журналистика данных» (datajournalism)»[8: 147-150].

Как видим, такое направление как журналистика данных представляет интерес в большей степени именно для расследовательской журналистики. В данной статье автором, помимо упоминаний об источниках, где можно найти множество баз данных, указывается, что на сегодняшний день данное направление журналистики приобретает все большую популярность. Сегодня журналисты чаще прибегают к новому виду источников информации, однако, как указывает автор статьи, для того, чтобы использовать информацию, почерпнутую из баз данных, нужно обладать определенными профессиональными навыками – в частности, это умение работать в специализированных компьютерных программах, таких как Excel, GoogleDocs, IBM ManyEyes, Wordle и в других. Далее автор описывает принципы работы с некоторыми из перечисленных программ, после чего приходит к общему выводу о том, что журналистика данных и дата-журналисты, без сомнения, на данный момент востребованы на медиарынке. Тем не менее, по мнению автора, «при работе с базами данных

нельзя забывать, что это не идеальный источник информации (неточности и ошибки встречаются везде), в базах данных нет всей информации, это начальный этап работы, требующий значительных доработок и проверки, и они не могут заменить профессиональных репортерских навыков» [8: 147-150].

Обратимся к работе М.Е. Лисицина «Понятие "журналистика данных" в современных научных публикациях», в которой автором рассматриваются различные определения журналистики данных, а также подходы к анализу данного направления, предложенные в научных публикациях современных российских исследователей. Интересно, что М.Е. Лисицин отмечает общую неопределенность понятия журналистики данных, трактуя данный тезис как вполне определенную проблему: «Академическое сообщество к настоящему моменту не сформулировало точного определения понятия «журналистика данных». Несмотря на то, что область развивается весьма стремительно, о выстроенной теории также пока не приходится говорить, по крайней мере, в России. По состоянию на начало 2018 г. дата-журналистика – это междисциплинарная область, в рамках которой производство журналистского контента осуществляется на основе анализа данных» [4: 144-154].

Далее автором проводится анализ смежных с журналистикой данных предметных областей, среди которых наличествуют инфографика, визуальная журналистика и CAR. Делая выводы, М.Е. Лисицин заключает о необходимости построения теоретической части по предмету журналистики данных, обосновывая такую потребность тем, что, так или иначе, любой набор инструментов и методологий нуждается в теоретическом обосновании. Учитывая общую перспективность данного направления журналистики, разработка теоретической составляющей представляется особенно важной задачей, ведь дата-журналистика тесно связана с рядом дисциплин и инструментов, играющих важную роль в технологическом развитии общества.

Стоит отметить, что направление журналистики данных в США развито куда сильнее, нежели в России. Как поясняет М.Е. Лисицин в статье «Проекты в области журналистики данных в российских СМИ (на материале газеты "Деловой Петербург")», это объясняется двумя факторами:

1. небольшой объем открытых российских данных, опубликованных в удобочитаемом формате;
2. малое количество профессиональных журналистов, имеющих навыки работы с данными.

В свою очередь, наличие данных факторов можно объяснить сравнительной молодостью такого направления, как журналистика данных, термин которого появился лишь в 2010 году на первой международной конференции «Data-driven journalism», прошедшей в Амстердаме. Однако, если рассматривать вышеназванную научную работу, можно убедиться в том, что российские дата-журналистские проекты имеют место быть в среде русскоязычных СМИ. Среди них М.Е. Лисицин отдельно отмечает и описывает такие отличившиеся проекты, как: «Карта ДТП в Новосибирске» от 2011 года, «Кто владеет Тверской» 2012 года от газеты «Ведомости», «Клановость: польза и преодоление» 2011 года от общественно-политического журнала «Русский репортер». Отдельно автором разбираются дата-журналистские проекты Андрея Дорожного, опубликованные газетой «Деловой Петербург». В заключение М.Е. Лисицин резюмирует следующее, заявляя о большой перспективности нового журналистского направления в России: «Популярность журналистики данных будет расти постольку, поскольку будут раскрываться больше публичных данных. Фейковые новости, которыми изобилует Интернет и, в частности, социальные сети, которые можно считать одним из главных врагов качественной журналистики в XXI веке, также стимулируют деятельность дата-журналистов и повышают их востребованность в обществе» [5: 128-136].

В свою очередь, в статье под названием «"Журналистика данных" в США» Д.В. Неренц анализирует, по большей части, историю становления журналистики данных, а также особенности данного направления, функционирующего в американских СМИ. Автор

отдельно отмечает и такую необходимую составляющую дата-журналистики, как инфографика: «Графические элементы решают сразу две задачи: привлекают аудиторию за счёт красивой и яркой картинки и помогают этой привлечённой аудитории понять сложную информацию большого объёма. Так появилось отдельное направление – визуальная журналистика, которая является неотъемлемым элементом журналистики данных. К визуальной журналистике относятся фотоизображения, рисунки, карикатуры, видеоматериалы, а также графические вставки: таблицы, диаграммы, графики, интерактивные карты» [7: 75-91].

Проанализируем несколько дата-журналистских российских материалов для того, чтобы сделать конкретные выводы о влиянии журналистики данных на отечественные средства массовой информации. Одна из таких работ под названием «В России сменилась тройка регионов — лидеров по смертности от ВИЧ» [3] была опубликована на сайте РБК в 2019 году. Согласно данной статье, среди российских регионов по смертности от ВИЧ в 2018 году лидируют Кемеровская, Иркутская и Свердловская области. Помимо приведенной статистики по смертности от ВИЧ, авторами статьи также приводилась краткая статистика по смертности от других инфекций по России. Для лучшего понимания статистических данных в материале РБК наличествуют визуализированные данные в виде инфографики, что значительно облегчает процесс восприятия статистических показателей читателем. За серию работ для РБК, включая приведенную нами статью, автор работы, Дада Линделл, получила премию Data Journalism Awards в номинации «Молодой дата-журналист года». Проведенное ею расследование оказалось «прорывным», ведь на момент публикации статьи Росстатом и Минздравом эти данные опубликованы не были. Из последнего факта можно сделать вывод о новизне и высокой степени актуальности и социальной ориентированности представленной исследовательской работы.

В редакции «Новой газеты» есть собственный дата-отдел, занимающийся расследованиями на общественно важные темы. Среди представленных в газете материалов мы выделили статью под названием «Закрыто навсегда» [1: 12-13], затрагивающую тему повальной волны банкротства предприятий и физических лиц в России в связи с пандемией коронавируса. Благодаря использованию больших данных журналисты «Новой газеты» смогли сделать экономический прогноз на будущий год, предсказав вал исков о банкротстве с января 2021 года. В статье приведены цифры из статистики за прошедшие годы: так, авторами представлены визуализированные данные по наиболее пострадавшим во время пандемии отраслям бизнеса, растущее с каждым годом количество россиян-банкротов, география регионов России с показателями количества случаев банкротства. Совместно с текстовой информацией инфографика позволяет лучше представить взятую на рассмотрение ситуацию. Данная статья не просто резюмирует имеющиеся данные – она делает прогнозы на будущее, что повышает ее ценность в глазах целевой аудитории.

Еще один социально ориентированный материал под названием «В России от коронавируса погибли не меньше 186 медиков — смертность среди них в 16 раз выше, чем в других странах. Исследование "Медиазоны"» был опубликован на сайте издания «Медиазона». В ходе расследования авторами были проанализированы «Список памяти» (созданный российскими врачами мемориальный проект с именами коллег, погибших от коронавируса), официальная статистика и данные из соцсетей. В материале наличествует и наглядная инфографика, с помощью которой читатель может быть эмоционально вовлеченным в тему материала, поскольку данные сухой статистики в текстовом формате имеют куда менее ощутимое эмоциональное влияние, нежели визуальный образ. Авторы статьи отдельно отмечают, что на момент публикации материала «ни Минздрав, ни Роспотребнадзор не публиковали данные о заражении и смертности медработников по России» [6].

Таким образом, обобщая всё вышесказанное, можно сделать вывод, что журналистика данных, являясь сравнительно молодым направлением в деятельности современных СМИ, еще доподлинно не исследована, не имеет собственной методологической базы и даже

конкретного научного определения. Тем не менее, для современного журналиста-расследователя умение анализировать данные является не просто желательным, но обязательным навыком. Объясняется эта необходимость особенностями стремительно меняющегося мира, вместе с которым меняется и медиасфера. Журналистика данных отличается от «обычной» расследовательской журналистики большей точностью фактов, ведь источниками информации для дата-материалов выступают не только люди, но и базы данных. И хотя порой в них также могут встречаться определенные погрешности (которые, впрочем, поддаются решению с помощью определенных навыков программирования), журналистика, основанная на данных, в современном мире представляется более точной. Технологическое развитие, популярность датификации (представления в журналистских материалах информации посредством цифр и числовых показателей) и визуализации, роботизация и внедрение искусственного интеллекта – всё это способствует популяризации журналистики данных, как многообещающего и второго по популярности (после технологий виртуальной реальности, применяемых в журналистике) журналистского направления.

Список использованных источников

1. Асанова А. Закрыто навсегда [Текст] / Новая газета // Расследования. Общество. – 23.12.2020. – №142. – С. 12-13.
2. Валеева А. Что происходит с дата-журналистикой в России и соседних странах [Текст] / Журналист // Медиа. – 23.03.2021. – №3.
3. Линделл Д., Звездина П., Тарасенко Е. В России сменилась тройка регионов — лидеров по смертности от ВИЧ. [Электронный ресурс] // РБК. – Общество. - URL: <https://www.rbc.ru/society/11/03/2019/5c6c0ae49a79477703d915b7> (дата обращения: 20.04.2021).
4. Лисицин М.Е. Понятие «журналистика данных» в современных научных публикациях // Коммуникативные исследования. Омск, 2018. Вып. 3 (17). С. 144-154.
5. Лисицин М.Е. Проекты в области журналистики данных в российских СМИ (на материале газеты «Деловой Петербург») // Знак: проблемное поле медиаобразования. Челябинск, 2018. Вып. 4 (30). С. 128-136.
6. Литаврин М., Френкель Д., Шулаев Н., Козкина А. В России от коронавируса погибли не меньше 186 медиков — смертность среди них в 16 раз выше, чем в других странах. Исследование «Медиазоны» [Электронный ресурс] // Медиазона. – Коронавирус. Инфографика. Тексты. – URL: <https://zona.media/article/2020/05/19/martyrology> (дата обращения: 20.04.2021).
7. Неренц Д.В. «Журналистика данных» в США // США и Канада: экономика, политика, культура. Москва, 2019. Т. 49. Вып. 4. С. 75-91.
8. Неренц Д.В. Datajournalism: новые возможности для журналистов-расследователей // Вестник Воронежского Государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. Воронеж, 2018. Вып. 3. С. 147-150.
9. Филиппова А. Что такое дата-журналистика и чем она может помочь любой редакции [Текст] / Журналист // Кейсы. – 10.10.2019. – №10.