

Будущее журналистики – журналистика данных

Топалова Джулия Владимировна

Студент (бакалавр)

Финансовый университет, Факультет социологии и политологии, Москва, Россия

E-mail: topalova_d@mail.ru

Современному информационному обществу характерен ежеминутный, растущий с неимоверной быстротой поток данных, сведений, фактов. С одной стороны, это рывок в сфере СМИ и результат научно-технического прогресса, с другой стороны, как следствие - неусваиваемость полученной обществом информации. Человеку XXI века просто недостаточно времени, чтобы "обмозговать" полученные материалы. Что уж говорить в случае, если тексты наполнены цифрами и малоизвестными названиями.

В сложившихся условиях современная журналистика предлагает свой, качественно новый продукт - журналистику данных (data journalism). Главным ее отличием представляется построение материала не вокруг новостного повода или явления, а вокруг отчетов, сводок, цифр и - пожалуй, главное - статистики. Журналистика данных объединяет в себе традиционный "нюх" на новостные поводы, умение выведывать и способность подавать материал максимально популярно и наглядно. Основным ее инструментом является инфографика - графическое отображение данных.

Основной источник информации для журналистики данных - базы данных различных государственных информационных систем. Особенности направления ставят перед журналистом современности новые требования: помимо классической функции «новостника», он должен быть аналитиком, социологом и программистом в одном лице. Согласно некоторым мнениям, в будущем оценка труда журналиста будет зависеть не от количества поставленных «сырых» сообщений, а от качества осмысления и интерпретации данных.

Наибольшее развитие новое направление получило в Европе и США. Так, еще в 1821 году издание The Guardian опубликовало инфографичный материал со списками школ Манчестера и указанием числа школьников, посещавших ее, и затрат на школу. По некоторым оценкам, это дало возможность наглядно показать реальное количество учеников, получающих бесплатное образование, и, к слову, это число было гораздо выше, чем официальные данные. Американский журналист Эдриан Головатый основал проект EverBlock, представивший собой информационную службу, которая пользователям контролировать события на своем районе или квартале, - пример автоматизации данных от местных властей, полиции и других источников. Программное обеспечение позволяет журналистике данных проводить корреляцию между тысячами различных документов. Таким образом, The Telegraph является автором проекта «Расходы парламентариев», а также The Texas Tribune создал базу данных о зарплатах госслужащих.

Особое развитие журналистика данных получила благодаря ее активному использованию как нового метода такими издательствами как The New York Times, The Texas Tribune, The Guardian, Die Zeit. Их работа не ограничивается анализом данных - они проводят социальные проекты по различным тематикам. К примеру, проект The New York Times посвящен погибшим в Афганистане и представляет собой визуальное представление данных по датам и воинским подразделениям.

Историю с утечкой данных и их публикацией на WikiLeaks можно по праву назвать нашумевшей, но на деле рассекреченная информация была воспринята обществом поверхностно. В данных условиях необходимо суметь донести материал до людей, представить им наглядную картинку. Этим и занялось Associated Press, предоставившее полнотексто-

вую визуализацию данных о войне в Ираке.

На сегодняшний день в российском медиа-пространстве журналистика данных получила незначительную популярность. Одним из основных ее популяризаторов в России является "Русский Репортер", акцентирующий внимание на графиках и таблицах в своих выпусках. Проблема столь неактивного использования инфографики обусловлена двумя причинами: во-первых, недостаточной открытостью данных (в первую очередь, государственных), во-вторых, нехваткой квалифицированных кадров. Если первая причина носит системный характер, то вторую начали решать в НИУ ВШЭ, где открылось новое образовательное направление "Журналистика данных".

Таким образом, журналистика данных создает принципиально новые условия для коммуникации между журналистом и читателем, которого необходимо ежесекундно держать "в информационном тоне", привлекая его новыми способами предоставления, на первый взгляд, скучной информации. Благодаря инфографичному предоставлению данных и визуализации журналистика данных не только по-новому преподносит информацию, но и косвенно делает читателя участником событий.

Источники и литература

- 1) Jonathan Gray, Liliana Bounegru. The Data Journalism Handbook. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ria.ru/files/book/_site/index.html. Дата обращения: 27.02.2016