

УДК 070.1:81'42

ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ В КАЧЕСТВЕННЫХ РОССИЙСКИХ ЖУРНАЛАХ: ОПЫТ ИДЕНТИФИКАЦИИ

А. Г. Шилина

Московский государственный университет
кафедра экономики и менеджмента СМИ

В статье исследованы практики журналистики, основанной на новых форматах цифровых данных, в качественных российских журналах. Впервые зафиксированные характеристики так называемой журналистики данных в прессе России: полисубъектность, доминирование вербального контента, статическая визуализация, отсутствие интерактивности, взаимодействия с аудиторией и др., – определяют национальные особенности становления данного формата.

Ключевые слова: *медиакоммуникация, большие данные, открытые данные, журналистика данных, российская пресса.*

Распространение Интернета, цифровизация и конвергенция создают новые форматы коммуникации для масс-медиа, журналистов и аудитории просьюмеров. В качественной прессе медиаконтент, информация, факт как основа журналистики приобретают новые характеристики: возникают новые формы цифровой информации – большие и открытые данные. Большие данные (англ. *big data*) представляют собой серию инструментов и методов обработки машиночитаемых данных объемом от одного петабайта для получения воспринимаемых человеком результатов. Открытые данные (англ. *open data*) – данные, находящиеся в свободном доступе для машиночитаемого использования и дальнейшей публикации без ограничений авторского права, лицензий и других механизмов контроля. Использование данных форматов в медиа с конца 2000-х годов обусловило появление нового направления журналистики – дата-журналистики, или журналистики данных (англ. *data journalism*).

Понятие «журналистика данных» пока не имеет общепринятой дефиниции, несмотря на то что является востребованным форматом журнализма в качественных масс-медиа за рубежом. Термин был предложен в 2006 году американским журналистом Э. Головатым для обозначения структурированных, машиночитаемых данных, используемых в журналистике вместе с традиционным текстом [13].

Определим журналистику данных как особый формат журнализма, основанный на новых типах цифровых данных, больших и открытых, проекты которого характеризуются усложнением технологического цикла, полисубъектностью, паритетным соотношением вербального текста и визуальной информации, а также высокой эффективностью взаимодействия с аудиторией.

В России большие и открытые данные как источник информации для журналистов используются с 2010-х годов. Так, движение в сторону обеспечения доступа к открытым данным началось с создания в 2011 году системы «Открытого правительства», направленной на установление новой модели связи между государством и гражданами. В 2013 году был принят Федеральный закон № 112 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях

и о защите информации» и Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», согласно которому данные государственных структур должны публиковаться в формате открытых. Несмотря на наличие существенных ограничений, связанных с большими и открытыми данными (невысокая доступность, неструктурированный вид данных, необходимость их поиска и преобразования), Россия занимает высокие позиции в рейтингах открытости данных (Open Data Index, Open Data Barometer), существуют негосударственные проекты открытых данных (проекты OpenGovData, Hubofdata, сообщество GISLab и др.).

Концепция информационной открытости, запуск открытых порталов Правительства и появление огромных цифровых баз данных предоставляют российским журналистам новые возможности для создания материалов. Открытые данные дают возможность прямого доступа аудитории к массивам официальной открытой информации и работы с ней. Новые форматы данных расширяют возможности фактографической базы журналистики, варианты различной аналитической трактовки баз данных позволяют использовать одну и ту же информацию многократно.

Однако потребителей у больших и открытых данных среди российских медиа пока мало, они используются в первую очередь активистами и бизнесом. Немногочисленные журналисты, основывающие материалы на новых форматах данных в России, – это экономические аналитики, исследователи демографии, социологи [1].

Первые десять российских проектов, основанных на новых форматах данных в сфере медиа, были разработаны в 2013 году в рамках программы «Большая Россия – большие данные» в ходе московского этапа хакатона, организованного *Глобальной сетью редакторов (Global Editors Network)* и группой «РИА Новости». Реализованные проекты содержали интерактивную визуализацию с обязательным участием пользователей, минимальный объем текстового контента. Проекты раскрывали социально значимые темы (например, интерактивная программа «Биографии России», рассматривающая социальные характеристики населения страны, или проект «Порядочное государство. Детские сады», представляющий гражданам интерактивную тепловую карту детских садов в Татарстане). Проекты стали примерами первых опытов работы с большими и открытыми данными российских журналистов (над проектами работали авторы из таких изданий как «Российская газета», «Московские новости», «РБК», «Эскайр» и др.). Все проекты реализовывались в Интернете и остались только в формате бета-версий. Тем не менее созданные проекты послужили импульсом для развития журналистики, основанной на цифровых данных, в России.

Наибольший интерес представляет использование больших и открытых данных в России в публикациях качественных аналитических журналов. Эмпирический материал, связанный с появлением журналистики, основанной на новейших форматах данных, в российской прессе формирует научную проблему в сфере медиа, которая связана с профессиональным поиском, обработкой, представлением данных аудитории. Научная проблема обуславливает следующие научные вопросы: каковы характеристики, которые создают новые форматы цифровой информации для журналистики? Создают ли новые способы поиска, обработки, анализа, представления и визуализации информации новый формат журнализма, в частности, в России?

Проведенное исследование нацелено на поиск вариантов решения научной проблемы – требуется определить характеристики и особенности журналистики данных в российской качественной прессе на примере журнальной периодики.

Существующие практики журналистики данных пока не систематизированы, существующие исследования находятся на стыке различных научных направлений. Это работы зарубежных авторов Е. Аппельгрена, Дж. Грея, С. Коэн, М. Лоренца, В. Майер-Шонбергера, К. Ниппарда, С. Роджерса, и др.; российских исследователей: Е. Л. Варгановой, М. И. Макеенко и др., а также практиков И. Бегтина, И. Радченко, Л. Черняк. Формат журналистики, основанной на использовании цифровых данных, в должной степени не концептуализирован, что требует научной рефлексии.

Практики использования больших и открытых данных в журнальной периодике немногочисленны, однако предоставляют достаточный материал для анализа характеристик и особенностей российской журналистики данных.

Для идентификации журналистики данных в российской качественной журнальной периодике был проведен мониторинг изданий за один год (2014). Для исследования были отобраны публикации пяти российских журналов: «Власть», «Деньги», «Секрет Фирмы», «Эксперт», «Форбс». Результатом мониторинга стала выборка статей, основанных на интерпретации авторами новых форматов данных. Из этих публикаций подробно было проанализировано 50 статей (по 10 статей в каждом издании). Публикации были отобраны методом целевой выборки.

Публикации анализировались по семи качественным и количественным параметрам. Количественные параметры: число специалистов, работавших над статьей; объем текстового и объем визуального контента (в процентном отношении). К качественным параметрам относились: тематика публикации; тип визуализации; наличие интерактивных компонентов; а также эффективность, измеряемая количеством комментариев к публикации и числом репостов статьи в социальных сетях.

Анализ выявил схожие характеристики публикаций, основанных на новых форматах данных.

Основой для большинства материалов стали однотипные источники информации. Так, во многих публикациях использованы и интерпретированы данные ЦБ РФ, Росстата, исследовательских центров, а также цифровые данные государственных порталов и др. Например, статья «Эксперта» на тему демографии «Крест на “русский крест”» [9] является примером анализа и визуализации данных Росстата и ООН. Для визуализации этих данных использованы статические типы: фото, таблица, линейный график, гистограмма, а также тепловая карта России, фиксирующая регионы-лидеры и аутсайдеры в сфере демографии.

Для публикаций, основанных на новых форматах цифровых данных, в качественной журнальной периодике характерна полисубъектность: над большинством публикаций работают три специалиста (журналист, графический дизайнер и фотограф). Например, в статье «Белый мишка-миллионер» [2] издания «Деньги», помимо текстового материала, присутствует работа графического дизайнера и фотографа: упорядоченная линейчатая диаграмма и фото; в статье «Секрета Фирмы» о новых технологиях «Точка включения» [3] вместе с журналистским текстовым материалом присутствует фото и линейные графики, визуальный контент по объему приблизительно равен текстовому. Особенность журнала «Форбс» в том, что публикации в нем не сопровождаются фотографиями, обычно над проектом работают два специалиста: журналист и графический дизайнер. Также характерно, что к работе над проектами, основанными на новых форматах цифровых данных, привлекаются другие журналисты – во «Власти» (две статьи), в «Эксперте» (одна публикация). Например, во «Власти» над статьей о количественных показателях президентства Владимира Путина «891 дело за 301 день» [8] приняли участие пять специалистов

(три журналиста, графический дизайнер, фотограф). Помимо текстового материала, в статье присутствует фото, таблицы, лепестковые диаграммы и линейные графики, иллюстрирующие количество телефонных разговоров в год с лидерами государств (в процентном отношении), а также результаты опросов граждан страны. В исследовании в качестве источников использовались открытые официальные данные, размещенные на сайте www.kremlin.ru, а также опросы ведущих социологических служб («Левада-центра» и ВЦИОМа).

Характеристики контента исследованных журнальных публикаций таковы: основная тематика соответствует общему направлению и тематике изданий. Основную часть публикаций составляют статьи на экономические темы: 9 публикаций из 10 в «Форбс»; 7 публикаций в «Секрете Фирмы» и «Эксперте»; 6 – в журнале «Деньги». В журнале «Власть» пять исследованных статей, основанных на новых форматах данных, посвящено экономике, три публикации – на политические темы. Тематика публикаций не отличается от основной для журнала, например, притом что большинство (7 из 10) публикаций «Секрета Фирмы» – это публикации об экономике, они имеют характерную для издания специфику: бюджетирование (две статьи), стартапы, новые технологии, рынок труда, объёмы продаж и др.

Многие публикации журналистики данных в «Форбс» – это материалы информационного отдела издания, во многих из них преобладает визуальная составляющая. Например, проект «Методы влияния» [11], основанный на расчетах «Форбс» по данным *Heritage Foundation* о сумме зарубежных подрядов и прямых инвестиций китайских компаний с 2005 по первое полугодие 2014 года. Данные визуализированы лепестковой диаграммой, иллюстрирующей доли инвестиций Китая по странам, а также линейными графиками, показывающими динамику инвестиций по каждой из стран с течением времени. Другие проекты информационного отдела: «Замена вкладам» [4], основанный на анализе данных ЦБ и визуализирующий в виде гистограмм структуру пассивов банковской системы России, сумму вкладов физических лиц, а также кредиты Банка России; «Летят самолеты, и танки горят: как устроен экспорт российского оружия» [5], основанный на данных Рособоронэкспорта, в качестве визуализации используется инфографика (иллюстрации российского вооружения); «Пенсии на квадриллион рублей: почему будет расти дыра в российской казне» [6] – материал, основанный на официальных прогнозах Росстата и Минэкономразвития, визуализированный круговыми площадными диаграммами.

В российской качественной журнальной периодике явление, способное называться российским вариантом журналистики данных, размещается в тематических разделах, экономических и деловых, в отличие от зарубежных вариантов практик журналистики данных – специализированных разделов и блогов, посвященных именно этому формату.

В большинстве рассмотренных публикаций процентное соотношение объемов текстового и визуального контента приблизительно равно (в 6 статьях «Власти», в 4 статьях «Секрета Фирмы» и в 4 статьях «Форбс»). Объем текстовой составляющей превышает объем визуализации данных в 7 статьях «Эксперта» и в 5 статьях «Секрета Фирмы». Визуальная составляющая доминирует в изученных материалах «Денег» (4 статьи из 10). Таково же число публикаций в «Форбс» (4 из 10). В основном массиве исследуемых публикаций преобладание объема визуализации над текстовым компонентом зафиксировано лишь в 10–20% статей. Например, материал «Власти» «Какое внимание мировые СМИ и Интернет уделяют России» [10, с. 26], в котором текстовый компонент составил менее 10%, по строению напоминает зарубежные нормативные публикации журналистики данных. Карта и столбиковые

диаграммы иллюстрируют данные о долях публикаций о России в мировых СМИ, о популярности запросов о России в поисковой системе Google. Источником данных для авторов послужили электронная библиотека Factiva и сервис Google Trends.

Таким образом, журналистика, основанная на новых форматах данных, в качественных российских журналах в целом основывается на текстовой, традиционной составляющей, на анализе и представлении читателю данных и разъяснении выводов, а не на их визуализации; преобладает классическая журналистская подача материала.

В проанализированных статьях преобладает статический тип визуализации. Авторы публикаций используют стандартные типы визуализации данных (фото, линейные графики, карты, круговые диаграммы и др.). Например, в публикациях «Денег», основанных на новых форматах цифровых данных, преобладает объем визуальной составляющей. Однако в журнале присутствует только статический тип визуализации. Фотографии содержат 8 публикаций из 10 изученных, в качестве визуализации данных издание использует карты (5 публикаций), круговые диаграммы (4 публикации), упорядоченные линейчатые диаграммы (3 публикации), линейные графики (2 публикации) и кольцевые диаграммы (2 публикации). При этом карты могут выполнять функции самостоятельной визуализации, как, например, карта регионов мира, востребованных на круизном рынке, в статье «Свистать всех в круиз» [12], или присутствовать в статье вместе с другими типами визуализации данных. Так, например, карта в статье «Жилищно-коммунальный мир» [7], иллюстрирующая страны с самой большой долей возобновляемых и альтернативных источников энергии, на которой доли визуализированы кольцевыми диаграммами, дополнена упорядоченными линейчатыми диаграммами, иллюстрирующими объемы производства крупнейших производителей энергии, доли населения, имеющего задолженность по оплате ЖКУ, и др. Источниками данных, проинтерпретированных в статье, стали Росстат, Министерство строительства и ЖКХ России, а также доклады исследовательских компаний.

В публикациях, размещенных на сайтах исследуемых журналов, отсутствуют интерактивные возможности (например, интерактивные диаграммы), а также аудио и видео. Авторы проектов пока не ассоциируют свои статьи с проектами журналистики данных. Возможности данного направления журнализма ещё не до конца оценены российским журналистским сообществом. Интерактивные проекты по анализу и визуализации данных реализуются в России отдельно от крупных СМИ (например, в рамках специализированных хакатонов).

Эффективность взаимодействия публикаций с аудиторией также достаточно мала. Низка активность читателей – посетителей сайтов изданий: комментарии оставляются редко, и их число невелико (до пятидесяти). Дискуссии в комментариях не развиваются. Нет обратной связи и взаимодействия с аудиторией в Интернете. Возможности комментирования на сайтах большинства изученных изданий нет, но есть возможность поделиться публикацией в социальных сетях: от 0 до 400 репостов (на сайте журнала «Форбс» нет возможности комментирования и рассылки публикации в социальных сетях).

Проведенное исследование журналистики, основанной на новейших форматах цифровых данных, в качественной журнальной периодике, попытка её идентификации и выявления особенностей позволяют сделать ряд выводов.

Так, появление новых форматов цифровой информации, в частности, цифровой машиночитаемой информации больших и открытых данных, обуславливает

новые способы её поиска, обработки, анализа, представления. Использование больших и открытых данных формирует ряд новых характеристик журналистской деятельности российских изданий, расширяется число авторов за счет привлечения специалистов по визуализации данных. Формируется необходимость релевантных способов подачи такой информации, в основном за счет визуализации; большие и открытые данные обуславливают особый тип контента, представление информации в котором демонстрирует паритетное соотношение вербального текста и визуальной составляющей.

Идентификация журналистики данных в качественной российской журнальной периодике позволяет зафиксировать специфику данного формата. Компаративный анализ материалов на основе использования цифровых данных в российских журналах выявил их следующие характеристики: полисубъектность, преобладание текстового контента в публикации, статическая визуализация данных, отсутствие интерактивности, низкая эффективность взаимодействия с аудиторией. В российской практике пока редко используются в качестве сюжетных основ такие форматы цифровых данных, как большие и открытые, несмотря на то что большие и открытые данные в России как источник информации для журналистов являются доступными на законодательном уровне. Развитие данного формата журнализма также затрудняет отсутствие системы порталов с базами больших и открытых данных.

Явление, получившее развитие в практике российской журнальной периодики, можно дефинировать как особый формат журнализма, основанный на цифровых данных, который характеризуется полисубъектностью, традиционной формой подачи информации, преобладанием вербального текста в публикации, а также наличием визуальной составляющей, выполняющей иллюстративную функцию.

Список литературы

1. Бегтин И. Готовы ли мы к журналистике данных? [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2013. 29 апреля. URL: http://polit.ru/article/2013/04/29/data_journalism/. (Дата обращения: 21.06.2016.)
2. Белый мишка-миллионер [Электронный ресурс] // Коммерсантъ Деньги. 2014. № 5. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2388754>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
3. Бочарский К. Точка включения [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2014. № 3. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2420678>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
4. Васильев И. Замена вкладам [Электронный ресурс] // Forbes. 2014. № 121. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2014-04/252042-zamena-vkladam>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
5. Васильев И. Летят самолеты, и танки горят [Электронный ресурс] // Forbes. 2014. № 120. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2014-03/251100-letyat-samolety-i-tanki-goryat>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
6. Васильев И. Пенсии на квадриллион рублей [Электронный ресурс] // Forbes. 2014. № 118. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2014-01/248661-pensii-na-kvadrillion-rublei>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
7. Зайцев В., Жегалина В. Жилищно-коммунальный мир [Электронный ресурс] // Коммерсантъ Деньги. 2014. № 47. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2608020>. (Дата обращения: 21.06.2016.)
8. Репман В., Козичев Е., Шкуренко О. 891 дело за 301 день [Электронный ресурс] // Коммерсантъ Власть. 2014. № 18. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2458053>. (Дата обращения: 21.06.2016.)

9. Рубанов И. Крест на «русский крест» [Электронный ресурс] // Эксперт. 2014. № 3 (882). URL: <http://expert.ru/expert/2014/03/krest-na-russkij-krest/>. (Дата обращения: 13.06.2016.)
10. Какое внимание мировые СМИ и интернет уделяют России // Коммерсантъ Власть. 2014. № 50. С. 26–28.
11. Методы влияния [Электронный ресурс] // Forbes. 2014. № 127. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2014-10/268277-metody-vliyaniya>. (Дата обращения: 13.05.2016.)
12. Свистать всех в кризис // Коммерсантъ Деньги. 2014. № 6. С. 61.
13. Holovaty A.A fundamental way newspaper sites need to change, 2006 [Электронный ресурс]. URL: http://www.holovaty.com%2Fwriting%2Ffundamental-hange%2F&ei=VFNJUYTkJaqj4gSWwoD4BQ&usg=AFQjCNG1Yd-SCf8ay5mQaRjL3SzGh1qEjfg&sig2=JXc5S8u2mzM_zbWIHM1Ycg&b-vm=bv.44011176,d.bGE&cad=rjt. (Дата обращения: 12.05.2016.)

DATA JOURNALISM IN THE RUSSIAN HIGH-QUALITY MAGAZINES: THE IDENTIFICATION EXPERIMENT

A. G. Shilina

Moscow State University
the Department of Economics and Media Management

The article investigates the practice of journalism, based on new digital data formats, in the Russian high-quality magazines. Established for the first time, the characteristics of the so-called data journalism in the Russian press – polysubjectiveness, dominance of the verbal content, static visualization, lack of interactivity and interaction with the audience, etc. – determine the national peculiarities of this format.

Keywords: *mediacommunication, big data, open data, data journalism, Russian press.*

Об авторе:

ШИЛИНА Александра Геннадьевна – аспирант кафедры экономики и менеджмента СМИ факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1), e-mail: alexandrashilina@mail.ru.

About the author:

SHILINA Aleksandra Gennadevna – Postgraduate Student at the Department of Economics and Media Management, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University (119991, Moscow, GSP-1, Leninskie Gory, 1), e-mail: alexandrashilina@mail.ru.