

**Журналистика данных как фактор объективности в сетевых СМИ**

**Чернецкий Петр Петрович**

*Аспирант*

Южный федеральный университет, Факультет филологии и журналистики,  
Ростов-на-Дону, Россия  
*E-mail: web@krestianin.ru*

Сегодня идейные основы журналистики находятся в плачевном состоянии. Концепции, выраженные на бумаге, пристроить и адаптировать к реальному положению вещей практически не удалось - уж слишком сложны и многообразны те процессы, которые происходят в медиа.

Именно поэтому журналистике необходим новый универсальный метод функционирования. Особенно это касается сетевых СМИ, ведь в ближайшие несколько лет крупнейшие издатели будут смещать свой интерес с «принта» на «веб».

Для понимания того, что сегодня происходит с журналистикой, необходимо обратиться к исследованиям датских ученых Т. Петтитта и Л. Зауерберга. По их мнению, мы постепенно переходим в так называемую «постскобочную эпоху», которая ознаменует возврат в прошлое, в эпоху, которая была до изобретения первого печатного станка. «Скобочная» же эпоха началась после Гутенберга и перешла в завершающую стадию с изобретением интернета [2]. Суть той «скобочной» эпохи - печатное слово. Однако сегодня вновь набирает силу «устность», и медиакультуру начинают определять разговоры, слухи, эфемерное. Книга перестала выполнять роль носителя истины.

Именно поэтому СМИ следует по-новому определить свое место, так как печать перестала быть гарантией правды, как раньше. Острым становится вопрос авторитетности и достоверности информации. Раньше эту роль выполняла книга, автор, писатель и журналист были авторитетами, сейчас же автор в классическом смысле умирает, а на первое место выходит коллективный разум.

По нашему мнению, выходом из сложившейся ситуации для электронных СМИ и всех медиа в обозримом будущем может стать журналистика данных (Data-driven journalism).

Ответить на вопрос, что такое журналистика данных, однозначно нельзя. Начать следует с того, что мы живем в век «больших данных» (Big Data), в век, когда количество любого рода информации увеличивается в геометрической прогрессии. Соответственно, эту информацию становится все сложнее воспринимать. По этой причине постепенно появляются новые методы и инструменты, позволяющие обрабатывать и структурировать большие массивы информации для того, чтобы сделать ее понятной. Эти методы и инструменты позволяют анализировать и находить закономерности в самых больших массивах информации, а затем представлять результаты исследования в простом и наглядном виде.

Все вышеописанное можно применить и в отношении журналистики данных. Журналист берет на себя роль исследователя, который собирает, анализирует большие объемы всевозможных данных, после чего он представляет результат исследования своему читателю. Для того, чтобы показать результат исследования, СМИ довольно часто используют всевозможную инфографику - карты, таблицы и так далее.

Одну из самых ранних формулировок современной журналистике данных в 2006 году дал Эдриан Головатый, основатель проекта EveryBlock. В своем эссе «Фундаментальный путь, которым должны измениться газетные сайты» он заявил, что журналисты, помимо всего прочего, должны публиковать структурированные, машиночитаемые данные [1]. А уже в 2010 году в Амстердаме состоялась первая международная конференция

по журналистике данных. Первая волна интереса к этому явлению связана с деятельностью WikiLeaks, вернее, с тем, как Guardian и New York Times обрабатывали огромные объемы секретной информации, «слитой» в сеть.

Итак, суть журналистики данных в том, чтобы собрать и проанализировать большое количество разрозненных данных, которые сами по себе обычно ничего не показывают. Журналист ищет в этих данных закономерности, подводит итоги, которые презентует в простом и понятном для читателя формате. Преимущество журналистики данных в том, что вылавливает в избыточном информационном потоке все значимое и важное, игнорируя «мусор». Такой подход к журналистике объективен уже по своей сути, так как работает в соответствии с законами логики.

Выделим следующие основные преимущества журналистики данных: фильтрация потока данных (раньше информация была в дефиците, и журналисты все силы тратили на ее поиск; теперь все наоборот), новый подход к созданию материалов (журналистика данных суть не только новый подход, но и огромное количество техник сторителлинга), средство борьбы с асимметричностью информации (то есть с невозможностью проникнуть в суть информации и обработать ее из-за высокой скорости и огромных объемов), ответ на создаваемый при помощи информации пиар (политики любят апеллировать статистикой, говоря, например, о безработице; журналистика данных сможет перепроверить практически любую информацию), возможность по-новому интерпретировать официальную информацию, возможность работать с «лавиной информации», а также возможность увидеть привычные вещи под новым углом [1].

Тем не менее, стоит учитывать, что журналистика данных - это не панацея. Например, метод анализа данных нельзя использовать в отношении абсолютно всего. Так, можно анализировать человеческое поведение, но полученные результаты не всегда будут надежными, особенно если это касается сбора информации в социальных сетях.

Тем не менее, журналистика данных, по нашему мнению, в будущем может стать фактором объективности в интернет-журналистике. Сегодня печатное слово, долгое время служившее символом объективности, умирает. В этот переломный момент журналистика данных может стать новым авторитетом, так как качественно проведенный анализ данных будет объективным уже по своей сути.

### **Источники и литература**

- 1) Грей Д., Чемберс Л., Бонегру Л. Пособие по журналистике данных / Пер. с англ. А. Горлина, Р. Сайдашева, Е. Секисовой. М.: «РИА Новости», 2013.
- 2) Почепцов Г. Новое в теории журналистики: цивилизация Гутенберга как временное состояние // Media Sapiens: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novoe\\_v\\_teorii\\_zhurnalistiki\\_tsivilizatsi](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novoe_v_teorii_zhurnalistiki_tsivilizatsi)

### **Слова благодарности**

Спасибо M100 Sanssouci Colloquium в Потсдаме в 2014 году