

курсы с денежными призами, мастер-классы и т. д.). Важно предлагать аудитории оригинальные визуальные образы.

Библиографические ссылки

1. *Угаров А.* Шамиль Садыков: Пять точек роста АО «Татмедиа» и новые вызовы в 2021 году // Sntat.ru. 2021. 12 янв. [Электронный ресурс]. URL: <https://sntat.ru/news/politics/12-01-2021/shamil-sadykov-pyat-tochek-rosta-ao-tatmedia-i-novye-vyzovy-v-2021-godu-5798024> (дата обращения: 06.09.2021).
2. *Фархутдинов Л.* «Нет времени на медленные танцы»: «Татмедиа» даст бой тик-токерам и фейк-ньюс // БИЗНЕС Online. 2021. 3 февр. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/497980> (дата обращения: 06.09.2021).

ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

В. В. Бондарчик

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Bondarchik@bsu.by*

Анализируется развитие журналистики данных в период пандемии коронавируса. Автор приходит к выводу, что ситуация с COVID-19, с одной стороны, актуализировала дата-журналистику и визуальные способы представления информации. С другой – выявила ряд проблем, связанных с открытостью данных и способностью аудитории воспринимать сложные визуализации.

Ключевые слова: дата-журналистика; журналистика данных; визуализация; коронавирус.

DATA JOURNALISM DURING THE COVID-19 PANDEMIC

V. V. Bondarchik

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. V. Bondarchik (Bondarchik@bsu.by)*

The development of data driven journalism during the coronavirus pandemic is analyzed. The author concludes that the situation with COVID-19, on the one

hand, has updated data journalism and visual ways of presenting information. On the other hand, it identified a number of problems related to data availability and the audience's ability to perceive complex visualizations.

Key words: data journalism; data-driven journalism; visualization; coronavirus.

В 2020 г. фокус мировых медиа был направлен на тему коронавируса. В *The Economist* проанализировали все новостные заметки за этот год и пришли к выводу, что именно сообщения о пандемии COVID-19 доминировали в новостях, ни одна другая тема не упоминалась в медиа так часто со времен Второй мировой войны [1]. Журналисты столкнулись с массивным пластом данных о заражениях, смертях, вникали в алгоритмы распространения вируса, нюансы медицинской статистики и все больше обращались к средствам журналистики данных, чтобы разобраться в теме и удовлетворить запросы целевой аудитории.

Издание *USA Today*, на страницах которого в 1982 г. впервые появилась инфографика, назвало 2020-й годом, требующим больше всего визуального объяснения [2]. Как отмечает журналист данных и редактор *Deutsche Welle* Джанна-Карина Груэн, пандемия подчеркнула роль дата-журналистики, поскольку она позволяет в эмоциональной ситуации предоставить читателям информацию, основанную на фактах, дать контекст, следовать принципу «показывай, а не говори» [3]. В марте 2020 г. журналист данных из *The Washington Post* Гарри Стивенс для материала «Почему такие вспышки, как коронавирус, распространяются по нарастающей, и как ослабить их рост» создал простую симуляцию, которая демонстрировала, как социальное дистанцирование может помочь замедлить распространение коронавируса (www.washingtonpost.com, 18.03.2020). Этот материал был переведен на 13 языков и стал одним из самых просматриваемых в истории издания.

Благодаря ситуации с пандемией коронавируса журналистика, основанная на данных, безусловно, получила новый толчок своего развития. Однако в то же время нестабильная ситуация «оголила» и ряд проблем, с которыми столкнулись дата-журналисты.

Во-первых, это отсутствие данных или их некорректность. Креативный директор *South China Morning Post* Даррен Лонг отмечал, что с начала вспышки COVID-19 в Ухане его команда сталкивалась с пробелами в данных. Например, было неизвестно, включало ли правительство в статистику смертельных случаев от COVID-19 жертв с сопутствующими

щими заболеваниями. Журналистам приходилось самостоятельно собирать данные из социальных сетей [4].

Во-вторых, проявилась необходимость привлекать экспертов в журналистские тексты, а также образовывать аудиторию по части восприятия некоторых способов визуализации данных. Так, Джон Берн-Мердок из Financial Times 11 марта 2020 г. опубликовал визуализацию, в которой сравнивались траектории уровней заражения между странами. График доказывал: то, что миром уже воспринималось как пандемия, является все еще эпидемией, то есть рост заболеваемости, например, в Англии и США только начинается [5]. Страница сайта Financial Times с этой работой была достаточно просматриваемая, однако не менее популярным стал твиттер автора, где он в постах объяснял данные, которые визуализировал. Это подтверждает, что просто визуального отображения информации для аудитории, особенно в сложных темах, недостаточно, поскольку читатель не всегда может верно интерпретировать данные без контекста. Ситуация усугублялась тем, что Джон Берн-Мердок использовал в графике логарифмическую шкалу, которая является достаточно сложной для восприятия.

В-третьих, актуализировался вопрос, как показать «человека в данных». Как уже было отмечено выше, медиа выпускали графики и диаграммы на коронавирусную тематику в очень большом количестве. В какой-то момент стало очевидно, что стандартные визуализации роста заболеваемости и смертности не способны отразить трагизм ситуации. Одно из решений проблемы было найдено в изменении способа визуализации данных: от абстрактных точек к пиктограммам и иллюстрациям. Например, в материале «В России от коронавируса погибли не меньше 186 медиков» издание «Медиазона» показало пиктограммами человечков каждого погибшего, что определенно вызвало у читателей эмпатию (zona.media, 19.05.2020). Аналогичным приемом пользовались и в The New York Times, когда, собрав данные из некрологов по всей стране, визуализировали пиктограммами сто тысяч смертей в материале «Неисчислимая потеря» (www.nytimes.com, 27.05.2020).

Таким образом в условиях пандемии COVID-19 журналисты все чаще обращались к данным, чтобы разобраться в сложном явлении и объяснить его своей аудитории. Анализ данных позволил разъяснить, как вирус распространяется и как мы можем это предотвратить, а визуализации наглядно демонстрировали масштаб проблемы. Однако сложная ситуация актуализировала сразу несколько проблемных аспектов, с которыми сталкиваются в своей работе дата-журналисты: более остро в

мире встал вопрос открытости и качества данных; подтвердилась невозможность просто демонстрировать данные без контекста и объяснения; специалисты обратили внимание на аспект «человека в данных».

Библиографические ссылки

1. Only the world wars have rivalled covid-19 for news coverage [Electronic resource]. The Economist, 2020. URL: <https://www.economist.com/graphic-detail/2020/12/19/only-the-world-wars-have-rivalled-covid-19-for-news-coverage> (date of access: 10.09.2021).
2. 2020: A year that needed a lot of visual explanation [Electronic resource]. USA TODAY, 2020. URL: <https://www.usatoday.com/in-depth/news/2020/12/15/2020-look-year-usa-todays-graphics/6475734002/> (date of access: 10.09.2021).
3. Wright L. Data journalism in times of coronavirus [Electronic resource]. Deutsche Welle, 2020. URL: <https://www.dw.com/en/data-journalism-in-times-of-coronavirus/a-54116323> (date of access: 10.09.2021).
4. Redelmeier R. Data journalists describe challenges of reporting on the true toll of COVID-19. CPJ, 2020. URL: <https://cpj.org/2020/07/data-journalists-describe-challenges-of-reporting-on-the-true-toll-of-covid-19/> (date of access: 10.09.2021).
5. Forrest J. How John Burn-Murdoch's influential dataviz helped the world understand coronavirus [Electronic resource]. Medium, 2020. URL: <https://medium.com/nightingale/how-john-burn-murdochs-influential-dataviz-helped-the-world-understand-coronavirus-6cb4a09795ae> (date of access: 10.09.2021).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Е. И. Витиорец

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
vitiorec90@mail.ru*

В данном материале рассматриваются тенденции развития научно-популярной журналистики на современном этапе. Описываются новые формы подачи информации, призванные повысить интерес к данному сегменту средств массовой информации. Научно-популярные медиа рассматриваются с точки зрения эффективного использования мультимедийных технологий. Описываются особенности взаимодействия научно-популярных изда-