

Zhao, X. S. & Shen F. Y. (2015) Audience reaction to commercial advertising in China in the 1980 s. *International journal of advertising*, 14, 374–390.

#### **Информация об авторе**

**С. В. Венидиктов** – кандидат филологических наук, доцент кафедры экономики БИП – Университет права и социально-информационных технологий (Могилевский филиал, Республика Беларусь)

#### **Information about the author**

**Sergei V. Venidikov** – Ph.D in Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics BIP – University of Law and Social Information Technologies (Mogilev branch, Republic of Belarus)

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.  
The author declares no conflicts of interests

УДК 070

#### **ОПЫТ РАБОТЫ С ДАННЫМИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЯХ РОССИИ**

**Александра Степановна Морозова<sup>1</sup>, Светлана Александровна Ржанова<sup>2</sup>**

<sup>1, 2</sup> Мордовский государственный университет им. Н. П. Ограева, Саранск, Россия

<sup>1</sup> kartraitmorozova@gmail.com

<sup>2</sup> rzanova@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается медийный инструмент – журналистика данных, поскольку ему принадлежит пальма первенства в выполнении журналистской миссии. Для подтверждения данной научной гипотезы авторы обращаются к опыту работы интернет-издания «Городские рейтинги»

Саранска. Появление на сайте издания рубрики «Цифры», с одной стороны, подняло рейтинг самого издания, а с другой, доказало эффективность сторителлинга в журналистике. На примере конкретных медиатекстов авторы анализируют структуру материалов, исследовательскую часть статей. Проведенная сравнительная характеристика показателей социальной ситуации в четырех регионах – Республике Мордовия, Республике Татарстан, Московской и Сахалинской областях позволила выйти на такую научную дефиницию журналистики данных, как инфографическое сообщение. Авторы статьи в результате анализа приходят к выводу, что, несмотря на новизну подачи материалов, объемный формат остается малопривлекательным у читателей.

**Ключевые слова:** журналистика данных, инфографика, график, статья, анализ

## **EXPERIENCE WORKING WITH DATA IN REGIONAL PUBLICATIONS IN RUSSIA**

**Alexandra S. Morozova<sup>1</sup>, Svetlana A. Rzhanova<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Mordovia State University named after N. P. Ograev, Saransk, Russia

<sup>1</sup> kartraitmorozova@gmail.com

<sup>2</sup> rzanova@mail.ru

**Abstract.** The article examines the media tool – data journalism, since it holds the palm in fulfilling the journalistic mission. To confirm this scientific hypothesis, the authors turn to the experience of the online publication “City Ratings” of Saransk. The appearance of the “Numbers” section on the publication’s website, on the one hand, raised the rating of the publication itself, and on the other, proved the effectiveness of storytelling in journalism. Using the example of specific media texts, the authors analyze the structure of materials and the research part of the articles. The comparative characteristics of indicators of the social situation in four regions - the Republic of Mordovia, the Republic of Tatarstan, and the Moscow Regions - made it possible to arrive at such a scientific definition of data journalism as an infographic message. As

a result of the analysis, the authors of the article come to the conclusion that despite the novelty of the presentation of materials, the voluminous format remains unattractive among readers.

**Key words:** data journalism, infographics, graph, article, analysis

### **Введение**

Журналистика данных – сложный и, пожалуй, один из наиболее объемных методов работы над журналистским произведением, позволяющий выяснить неочевидные подробности той или иной проблемы. Ученые присваивают этому методу различные определения, однако, на наш взгляд, наиболее точную дефиницию предлагает один из ведущих мировых специалистов в журналистике данных М. Лоренц: «рабочий процесс, в котором данные являются базой для анализа, визуализации и, что наиболее важно, – сторителлинга» (Lorenz 2010).

Подтверждение такой формулировке мы находим и в «Справочнике по журналистике данных» Пола Брэдшоу. Ведущий магистерской программы по журналистике данных в Бирмингемском городском университете утверждает, что данные представляют собой источник или инструмент, необходимый для создания и рассказывания историй (Bradshaw 2015).

В контексте журналистики так называемая «история» может быть представлена посредством любого журналистского жанра – будь то репортаж, интервью или аналитическая статья. Данные, полученные из открытых источников, являющиеся неотъемлемой частью рассматриваемого направления, могут быть интегрированы, внедрены в журналистское произведение любого жанра. Таким образом, журналистика-данных становится инструментом, способствующим выполнению журналистской миссии (Ржанова 2023).

Несмотря на то, что официальный термин «журналистика данных» появляется лишь в 2010 году и на Западе направление действительно начинает развиваться гораздо раньше, чем в России, в 1999 году в стране появляется официальный сайт Росстата (Федеральной службы государственной статистики) – эта веха становится первым шагом в работе журналистов с данными, потому что именно тогда появляются первые исследования,

основанные на данных этого сайта. Данные о различных сферах жизни человека Росстат публикует и в настоящее время.

Несмотря на то, что в России журналистика данных начинает развиваться гораздо позже, чем на Западе, российская дата развивается не только в крупных городах, но и в регионах.

На примере материала издания «Городские рейтинги» Саранска мы рассмотрим опыт работы с данными региональных журналистов.

### **Интернет-издание «Городские рейтинги» Саранска в контексте работы с данными**

Региональное мордовское издание «Городские рейтинги» Саранск было создано в 2015 году по инициативе выпускника историко-социологического института МГУ им. Н. П. Огарева, а в данный момент бизнесмена Келейникова Андрея Валерьевича, у которого возникла идея создать такое СМИ, которого в городе еще нет. Оно должно было нести в себе главный посыл – в нашем городе жить интересно. Впоследствии данная установка стала одной из основных задач издания (Бакеева 2019).

Первое издание обращается к данным, которые лягут в основу журналистского произведения, в 2019 году. Рейтинг от 13 мая 2019 года «10 богатейших депутатов Госсовета Республики Мордовия» основан на декларации о доходах за 2018 год, опубликованной на сайтах государственных органов. Данные были собраны в свободном доступе и структурированы в отдельную статью. Журналисты упомянули не только доход депутатов в денежном эквиваленте, но и наличие у них земель, квартир, прицепов и снегоболотоходов. Впоследствии издание регулярно обращается к такому формату, на сайте издания появляется новая рубрика «Цифры» (Морозова 2023).

В статье от 14 февраля 2024 года «Любовь в цифрах: браки и разводы в Мордовии» интернет-издание «Городские рейтинги» исследует два основных демографических показателя населения региона, начиная с 1960 года. Материал размещен в рубрике «Цифры», его структура в контексте упомянутого издания типична. Присутствуют заголовок, пояснительный лид, вступление «Как мы это сделали», подразумевающее объяснение методики создания

статьи, и исследовательская часть, включающая инфографику и текстовые комментарии автора. Открытые данные, представленные в статье, были взяты на портале Росстат.

Первый график, представленный в статье, демонстрирует количество браков и разводов в РМ с 1960 по 2023 годы. По горизонтальной оси отмечен средний показатель на 1000 населения, по вертикальной – годы. Красной линией обозначено количество разводов, синей – браков.

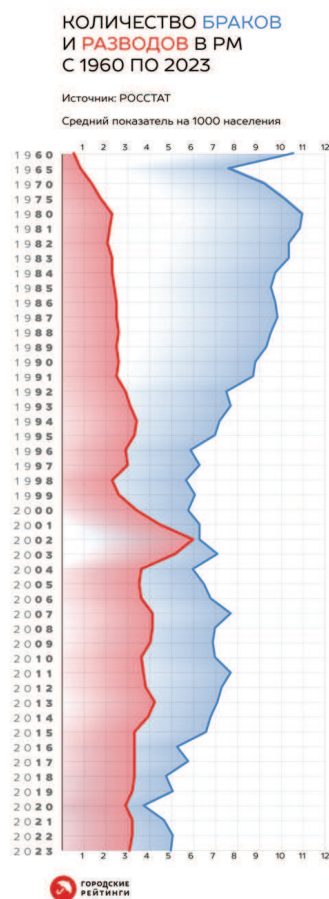


Рис 1. График «Количество браков и разводов в РМ»

На графике мы видим, что ломанные линии дополнены цветом – это позволяет яснее обозначить разницу между двумя демографическими показателями. На наш взгляд, данный график может существовать и самостоятельно, за пределами опубликованной статьи, поскольку на него в лаконичной форме нанесена вся необходимая информация – какие данные представлены, как их найти, откуда они были взяты.

В статье график дополнен текстовыми пояснениями автора. Издание акцентирует внимание читателей на пиковых значениях и предоставляет аудитории более подробную информацию, расшифровывая средний показатель на 1000 населения, поясняет, что сильный «всплеск» разводов пришелся на 2002 год – «в Мордовии их было зарегистрировано 5 262». Кроме того, автор уточняет, что ситуация, сложившаяся в 2002 году в РМ закономерна, поскольку показатели относительно разводов в тот год увеличивались по всей стране. Тем не менее, возможных причин такого «скачка» издание не называет.

Рассматривая показатели разводимости, издание акцентирует внимание на пиковых значениях, анализируя показатели брачности подробно останавливается на тех годах, когда кривая графика «падает». В текстовом пояснении автор упоминает 2020 год, когда наблюдались самые низкие показатели брачности, указывая их причину, и обращает внимание читателей на более ранние годы, отмечая, в каком году показатели начинают снижаться – «меньше всего жители РМ регистрировали брак в 90-е, показатели стремительно падают с 1988 года».

Далее издание демонстрирует таблицу, в которой представлено число зарегистрированных браков за каждые 5 лет, начиная с 1980 года и заканчивая 2020, а также приводит средние показатели на 1000 человек населения, которые ранее были представлены в формате графика.

**Каждые 5 лет в Мордовии:**

Годы	Число зарегистрированных		На 1000 человек населения	
	браков	разводов	браков	разводов
1980	10 693	2 221	10.9	2.3
1985	9 134	2 355	9.5	2.4
1990	8 477	2 489	8.8	2.6
1995	6 670	3 131	7.0	3.3
2000	5 334	3 145	5.8	3.4
2005	5 675	3 050	6.5	3.5
2010	5 874	2 980	7.0	3.6
2015	5 367	2 687	6.6	3.3
2020	3 005	2 295	3.8	2.9

*Рис. 2. Таблица «Каждые 5 лет в Мордовии»*

При этом автор также приводит данные и по максимальному количеству зарегистрированных браков как в Мордовии, так и по всей стране, уточняя, что показатели в этом отношении совпадают, максимальное число браков и в первом, и во втором случае было зарегистрировано в 2007 году. В качестве возможной причины такого «взлета» показателей издание называет «бум трех семерок» – «...всем хотелось магическую, счастливую дату свадьбы. Большинство российских ЗАГСов 7 июля 2007 года закрылись позже обычного, в 8–10 вечера».

Далее издание демонстрирует график, посредством которого сравнивает показатели четырех регионов – Республики Мордовия, Республики Татарстан, Московской и Сахалинской областей. Выбор регионов автор обуславливает либо схожестью с Мордовией (Татарстан как национальная республика), либо отличием (Москва как столица и Сахалин как удаленный регион).

График демонстрирует количество браков и разводов в 4 регионах с 1960 по 2022 годы. По горизонтальной оси отмечен средний показатель на 1000 населения, по вертикальной – годы. Линия каждого региона обозначена присвоенным ему цветом, для обозначения браков и разводов используются разные цвета. На наш взгляд, данный график также может существовать самостоятельно, за пределами опубликованной статьи, поскольку на него в лаконичной форме нанесена вся необходимая информация.

### КОЛИЧЕСТВО БРАКОВ И РАЗВОДОВ В СРАВНЕНИИ С ДАННЫМИ ПО РЕГИОНАМИ РФ

Республика Мордовия  
Московская область  
Республика Татарстан  
Сахалинская область

Республика Мордовия  
Московская область  
Республика Татарстан  
Сахалинская область

Источник: Росстат

Средний показатель на 1000 населения

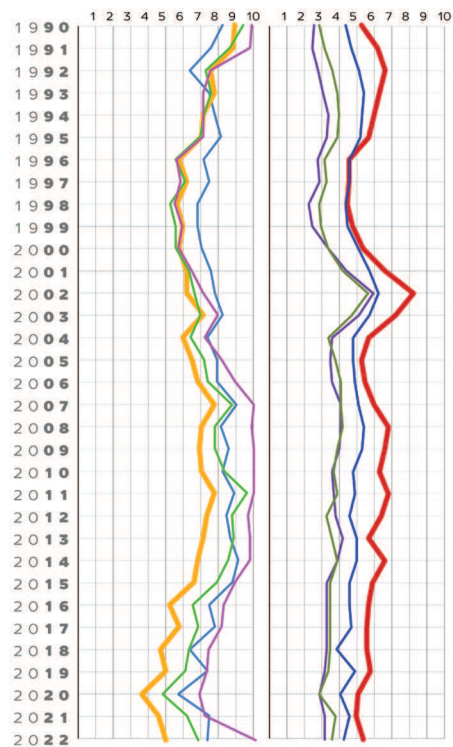


Рис. 3. График «Количество браков и разводов в сравнении по регионам РФ»

В пояснительном тексте автор акцентирует внимание на схожести тенденций «развития» линий разных регионов, но уточняет отличительную особенность Сахалина – «регион занимает третье место по «коэффициенту брачности» (6,3 на 1000 человек)».

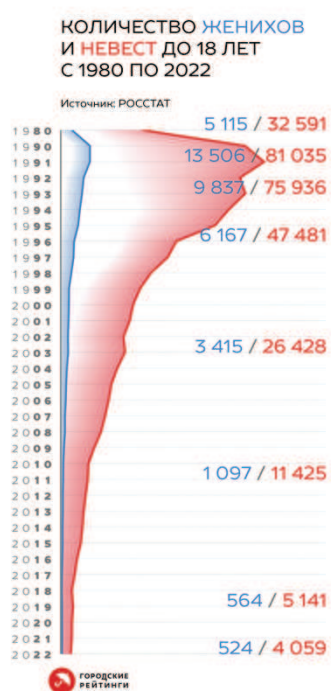


Рис. 4. График «Количество женихов и невест до 18 лет»

Последний график статьи демонстрирует количество женихов и невест, вступивших в брак до наступления совершеннолетия – по внешнему виду он схож с первым графиком материала о браках и разводах в республике. Данные, приведенные в последнем графике, относятся не к Мордовии в частности, но к России в целом, в пояснительном комментарии автор статьи уточняет, что аналогичных данных исключительно по РМ изданию найти не удалось. Основной целью данного графика является показать,

насколько весомо количественное различие между женщинами и мужчинами, вступившими в брак до наступления 18 лет. Здесь мы можем говорить о глобальном потенциале статьи.

По вертикальной оси нанесены годы, начиная с 1980 и заканчивая 2022 годом, по горизонтальной оси – количество женихов и невест, однако цифры внесены в тело самого графика.

В комментарии к графику автор приводит ст. 13 СК РФ, посредством которой объясняет, что регионы страны самостоятельно детализируют обстоятельства вступления в брак до наступления 16 лет: «Специфика семейного права заключается в том, что эта отрасль находится в совместном ведении субъектов РФ, это своего рода уступка национальным традициям».

В конце статьи издание приводит данные по среднему возрасту россиян, вступающих в брак. Графиком эта информация не сопровождается (Городские рейтинги Саранска 2024).

#### **Четыре фильтра категоризации инфографических сообщений**

В монографии «Медиаэстетический код инфографического контента в журналистике» ученый С. И. Симакова категоризирует «поле инфографических сообщений» по четырем фильтрам (Симакова 2022):

1. Монохромность – полихромность. Максимально допустимое количество цветов в монохромной инфографике, не считая цвета шрифта – три. В оформлении полихромной инфографики используется более трех цветов.

2. Статичность – интерактивность. Взаимодействие пользователя с инфографикой «работает» на привлечение аудитории, статические инфографические материалы формируют дополнительные смыслы.

3. Данные – изобразительность. Под «данными» здесь понимаются схемообразные «математические» сведения (графики, диаграммы, таблицы, схемы и т.п.), в свою очередь «изобразительность» подразумевает наличие в инфографике изображений, рисунков, фотографий, 3D моделей, гербов, флагов и т.п.

4. Схематизация – образность. К «схематизации» относятся все инфографические проекты, подразумевающие в своей

структуре схемы, инструкции, планы и прочее. К «образности» – приближенные к реальности изображения или реальные фотографии, на основе которых построена инфографика. Здесь заложена первоначальная цель автора – стремится ли он приблизить инфографику к «реальности», объекту, на основе которого была построена инфографика или предпочитает изобразить «реальность» в виде схемы, графика, диаграммы, которые позволят проанализировать тенденции и закономерности объекта.

Опираясь на четыре фильтра Симаковой, мы проанализировали статью издания «Городские рейтинги».

В материале представлено три графика:

1. Фильтр **«монохромность – полихромность»**. Один из графиков («Количество браков и разводов в сравнении с данными по регионам РМ) является полихромным – в нем использовано более трех цветов, остальные графики монохромны.

2. Фильтр **«статичность – интерактивность»**. Все представленные графики статичны, взаимодействие аудитории с ними исключено.

3. Фильтр **«данные – изобразительность»**. Данные, используемые в статье, лишены изобразительного элемента, представлены в виде графиков.

4. Фильтр **«схематизация – образность»**. Автор стремится к презентации объекта реальности посредством графика, демонстрируя тенденции и закономерности объекта.

В своей монографии С. И. Симакова анализирует современное состояние российской инфографики как семиосферы на примере трех изданий: «Аргументы и Факты», «РИА Новости» и ТАСС – беря во внимание как ежедневные публикации, так и спецпроекты. Согласно результатам анализа, исследователь делает вывод, что в российских медиа предпочтение отдается монохромным решениям, статичной инфографике, изобразительности и образности инфографики, приближенной к «натурализации». Ту же тенденцию мы видим и в региональном СМИ «Городские рейтинги».

### **Проблема внимания аудитории в регионе**

Несмотря на объемность, какую могут придать журналистским материалам инструменты дата, формат остается непопулярным

среди региональной аудитории. Мы проанализировали метрики сайта интернет-издания «Городские рейтинги» и выяснили, что формат не просто не пользуется особой популярностью, он едва читается в Мордовии. В первый день публикации проанализированная нами статья собрала 123 просмотра на сайте, за период с 14 февраля по 25 февраля 2024 года – 228 просмотров.

Между тем, 19 февраля 2024 года на сайте издания в разделе «Еда» была опубликована лайфхак-статья «Чуть свет – уж на ногах»: где позавтракать в Саранске за 400 рублей», повествующая о ресторанах города, в меню которых есть категория «завтраки». Данная статья была опубликована через четыре дня после выхода статьи «Любовь в цифрах: браки и разводы в Мордовии», анализируемой нами, при этом пользователи просмотрели ее 468 раз за период с 19 февраля по 25 февраля.

Подобную тенденцию мы можем наблюдать и на примере статьи двухлетней давности, 14 февраля 2022 года издание опубликовало материал «Секс — это лакмусовая бумажка общества»: как занимаются любовью в Саранске», основанный на данных, собранных посредством опроса, проведенного среди городского населения. В день публикации статья собрала 565 просмотров, за период с 14 февраля 2022 года по 25 февраля 2022 года – 1359 просмотров, за период с 14 февраля 2022 года по 25 февраля 2024 года – 1838 просмотров.

В 2022 году на сайте издания «Городские рейтинги» публиковались статьи, основанные на данных, но не относящиеся к дата-журналистским материалам – это статьи, посвященные доходам государственных служащих, не подразумевающие наличия инфографики. Статья от 16 февраля 2022 года «10 богатейших депутатов Госсобрания Республики Мордовия» за год собрала 2135 просмотров, аналогичный материал от 14 июня 2022 года «Не только политики: рейтинг госслужащих Мордовии с самым высоким доходом» за год просмотрели 1735 раз.

Между тем, одной из наиболее популярных статей на сайте на сегодняшний день является материал под заголовком «Рассуждения о комедии: 15 комедийных шоу на «Ютубе», которые стоит посмотреть», в основе которого лежит подборка от редакции.

Данная статья была опубликована 15 марта 2023 года, при этом за период с 14 февраля по 25 февраля 2024 года (неделя, когда была выпущена статья, анализируемая нами в данном исследовании) публикация собрала 1169 просмотров, к этому моменту она находилась на сайте уже год. За период с 15 марта 2023 года по 25 февраля 2024 года статья собрала 31315 просмотров.

### **Выводы**

Несмотря на возможности, которые журналистика данных открывает перед профессиональными журналистами, в регионах направление остается невостребованным среди аудитории. На примере конкретных медиатекстов авторы проанализировали структуру материалов, исследовательскую часть статей. Проведенная сравнительная характеристика показателей социальной ситуации в четырех регионах – Республике Мордовия, Республике Татарстан, Московской и Сахалинской областях позволила выйти на такую научную дефиницию журналистики данных, как инфографическое сообщение. При создании инфографики региональные авторы придерживаются тех же паттернов, что и журналисты ведущих изданий страны, а именно монохромных решений, статичной инфографики, изобразительности и образности инфографики, приближенной к «натурализации».

### **Список источников**

Бакеева Д. А., Ржанова С. А. Новые медиа в системе онлайн-коммуникации: изобразительно-выразительные средства (на примере портала «Городские рейтинги. Саранск») // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 3. С. 657–677. DOI: 10.25513/2413-6182.2019.6(3).657-677.

Морозова А. С. Интернет-журналистика как новый социальный феномен в регионах России (на примере мордовского регионального интернет-издания) // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. 2023. Т. 14. № 5 (62). С. 95–99.

Ржанова С. А., Морозова А. С. Опыт исследований российского бизнеса в рейтингах финансово-экономического журнала Forbes // Глобальный научный потенциал. 2023. № 2 (143). С. 154–157.

Симакова С. И. Медиаэстетический код инфографического контента в журналистике : монография. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2022. 160 с. DOI: 10.47475/9785727118214.

Bradshaw P. Data journalism // Ethics for digital journalists. Emerging best practices. N. Y. : Routledge Taylor and Francis group; L., 2015. P. 202–221.

Lorenz M. «Status and Outlook for data-driven journalism» // European Journalism Center: Data-driven journalism: What is there to learn?». A paper on the data driven journalism roundtable held in Amsterdam on 24 August 2010, P. 8–17, available at: [http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj\\_paper\\_final.pdf](http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj_paper_final.pdf), (accessed 26.02.2024).

### References

Bakeeva, D. A. & Rzhanova, S. A. (2019). Novye media v sisteme onlaynovoy kommunikatsii: izobrazitel'no-vyrazitel'nye sredstva (na primere portala «Gorodskie reytingi. Saransk») [New media in the online communication system: visual and expressive means (on the example of the portal “City Ratings. Saransk”)]. *Kommunikativnye issledovaniya*, Vol. 6, 3, 657–677. DOI: 10.25513/2413-6182.2019.6(3).657-677. (In Russ).

Morozova, A. S. (2023). Internet-zhurnalistika kak novyy sotsial'nyy fenomen v regionakh Rossii (na primere mordovskogo regional'nogo internet-izdaniya) [Internet journalism as a new social phenomenon in the regions of Russia (on the example of the Mordovian regional Internet publication)]. *Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta upravleniya RANKhiGS*, T. 14, 5 (62), 95–99. (In Russ).

Rzhanova, S. A. & Morozova, A. S. (2023). Opyt issledovaniy rossiyskogo biznesa v reytingakh finansovo-ekonomicheskogo zhurnala Forbes [Experience in researching Russian business in the ratings of the financial and economic magazine Forbes]. *Global'nyy nauchnyy potentsial*, 2 (143), 154–157. (In Russ).

Simakova, S. I. (2022). *Mediaesteticheskiy kod infograficheskogo kontenta v zhurnalistike : monografiya* [Media aesthetic code of infographic content in journalism: monograph]. Chelyabinsk: Publishing house Chelyab. state Univ. 160 p. DOI: 10.47475/9785727118214. (In Russ).

Bradshaw, P. (2015). Data journalism. *Ethics for digital journalists. Emerging best practices*. N.Y.: Routledge Taylor and Francis group; L., 202–221.

Lorenz, M. (2010). “Status and Outlook for data-driven journalism”, in: European Journalism Center: Data-driven journalism: What is there to learn?”. *A paper on the data driven journalism roundtable held in Amsterdam on 24 August 2010*, 8–17, available at: [http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj\\_paper\\_final.pdf](http://mediapusher.eu/datadrivenjournalism/pdf/ddj_paper_final.pdf) (accessed 26.02.2024).

#### **Информация об авторах**

**А. С. Морозова** – аспирант второго года обучения

**С. А. Ржанова** – доктор культурологии, профессор

#### **Information about the authors**

**Alexandra S. Morozova** – second year graduate student

**Svetlana A. Rzhanova** – Doctor of Cultural Studies, Professor

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.