В последнее время на мировом рынке СМИ стал встречаться интереснейший феномен, сулящий значительные перемены  как самому рынку медиа, так и тем, кто задействован в этой сфере. Людям, полагающим, что журналистика изжила себя и теперь каждый человек с мобильным телефоном -  журналист, придется серьезно пересмотреть свои взгляды: ведь в журналистике возникла новая отрасль, требующая чрезвычайно квалифицированного подхода. Речь идет о так называемой data-журналистике, специализации, название которой можно дословно перевести как «журналистика данных».

Data-журналистика – это новый жанр журналистики, использующий для предоставления информации общественно доступные базы данных (отсюда и название), то есть статистические сводки, графики, списки, карты и многое другое. Данные могут касаться абсолютно любой сферы жизни: экономика, политика, наука, образование и многое другое. Это может быть информация о росте инфляции или государственного долга за определенный промежуток времени, статистика совершаемых преступлений в том или ином регионе, процент поступивших в вузы или среднегодовое изменение русла реки. К данным добавляются традиционные для журналистского арсенала средства: печатный текст, фотографии и тому подобное. Таким образом, сложные для восприятия в своем обычном виде данные, цифры и факты становятся понятными и простыми для аудитории.

Собственно, именно максимальную наглядность data-журналистика и ставит своей целью. Ведь один график или сводка могут быть нагляднее, чем тысяча слов. Вследствие этого текст в руках data-журналиста всегда является только вспомогательным, а вовсе не основным, как было ранее, инструментом. Поэтому появление журналистики данных можно назвать революцией в мире СМИ, ведь она меняет не только основные представления о современной журналистике, но также и саму суть журналистской профессии - способ и форму подачи информации.

Но такие перемены требуют и нового, другого, подхода к работе в сфере медиа. Теперь журналистам придется, помимо литературы, осваивать сугубо технические дисциплины, в частности, компьютерные ресурсы: Excel, Google Docs, Google Charts, Timetric, IBM, ManyEyes, Wordle и многие другие. Ведь работа в сфере data-журналистики требует в первую очередь умения самостоятельно находить, анализировать и применять данные.

Чем же обусловлено появление этой отрасли, и всех сопутствующих ей сложностей и перспектив? Таковых причин немало, но основной является острая потребность аудитории в качественной и при этом простой для восприятия информации, базирующейся не на личностной оценке журналиста, а на конкретных цифрах и фактах. Еще нужнее инфографики и диаграммы в цифровой среде, куда все активнее перемещается журналистика.

В связи с этой потребностью data-журналистика имеет серьезные перспективы развития на мировом рынке, о чем говорит, например, Адам Вестбрук (Adam Westbrook), известный американский журналист и ученый: «Журналистика в опале. Ее традиционные стандарты рушатся. Развитие технологии эффективного использования доступных данных, их понимания и продуцирования материалов, публикаций, основанных на них – это огромная возможность вдохнуть в журналистику новую жизнь». И с этим нельзя не согласиться, ведь рынок СМИ серьезно пострадал во время кризиса, как в мировом масштабе, так и в России, в частности. Data-журналистика – это не только шанс повысить интерес к журналистике в целом, но и возможность для журналистов, столкнувшихся со сложностями в самореализации, найти себе достойное место.  «Data-журналистика – это будущее», считает Тим Бернерс-Ли, изобретатель Интернета.

Такие высказывания уже начали повсеместно подтверждаться на практике. Все большее количество СМИ с мировым именем приходит к data-журналистике. Крупнейшая британская газета Guardian уже 2 года ведет собственный блог по данным, Data Blog. Похожий проект есть и у Los-Angeles Times. Увеличивается и число профессионалов в этой отрасли. Некоторые из них уже обрели немалую известность в профессиональной среде, например: Лилианна Бунгеру и Джонатан Стрэй, авторы «Пособия по data-журналистике», первому в мире учебнику журналистики данных (книга еще не вышла, но ее релиз состоится в апреле этого года); Мариэнн Бушар, создательница Data Journalism Blog, крупнейшего интерактивного ресурса по data-журналистике, направленного на помощь в работе начинающим data-журналистам по всему миру; Стив Майерс, редактор вышеупомянутого Data Blog в британском Guardian, под чьим руководством были опубликованы уникальные по информативности data-статьи и репортажи.  В частности, одну из таких статей, о бюджете Евросоюза, можно с уверенностью назвать образцом журналистики. Материал дает ясное представление о ситуации с бюджетом на сегодняшней день, его доходах и расходах, а также причинах этой ситуации, что достигнуто, опять-таки, с помощью привлечения переработанных данных: диаграмм, графиков, а также и более привычных средств: видео и фотографий. Так что, в перспективности нового жанра сомневаться не приходится. Уже в этом году по data-журналистике будет вручена первая международная премия (кстати, обладающая неплохим призовым фондом), что также свидетельствует о стремительном росте популярности нового жанра. Зародившаяся на Западе data-волна быстро захлестнула англоязычные страны и Европу, поэтому логично предположить, что на очереди Россия.

Так что не исключено, что вскоре и российским журналистам придется осваивать навыки работы с данными. И хотя в силу новизны специализации обучиться ей профессионально пока негде, шанс попробовать себя в data-журналистике есть почти у каждого. Да, в России нет единой и открытой для пользования граждан базы данных (как, например, в США, Канаде или Великобритании), но отдельные ресурсы все же позволяют найти некоторые, пусть и не любые, данные. Кроме того, в отличие от того же Запада, российским сотрудникам СМИ предлагается широкая и достаточно развитая сеть нецифровых данных, в которых зачастую можно найти то, чего в Интернете и в помине нет. Речь идет об общественных библиотеках и открытых архивах, доступ к которым имеет любой (а уж тем более, обладающий корочкой «ПРЕССА») человек.

Остается сказать, что журналистика и журналисты стоят на пороге новой эпохи. Что она принесет и каковыми окажутся ее последствия – загадывать еще рано. Но одно можно сказать точно: data-журналистика несет и перемены, и возможности. Это, в первую очередь, шанс для любого журналиста, ищущего нового в своей профессии, проявить себя в интересном и необычном деле, которое, тем не менее, носит все основные черты журналистики: поиск, обработка и распространение информации.