

Раздел II.
Мультимедийная журналистика
в цифровых средах медийных систем

УДК 070.23(1-32)(045)

Мадина Булатова

магистр социальных наук

Костанайский государственный университет им.А.Байтурсынова
г. Костанай, Республика Казахстан

© М.Б. Булатова

GEOWEB КАК ИНСТРУМЕНТ РАБОТЫ
ОНЛАЙН-ЖУРНАЛИСТА

Аннотация. В статье рассмотрены особенности технологии «geoweb», а также программное обеспечение, которое сочетает в себе технологию сопоставления с информацией в социальных сетях. Ведь именно они стали неотъемлемой частью процесса сбора цифровых новостей и отчетности в современном мире. Статья содержит обзор наиболее ярких примеров использования geoweb в сетевой журналистике.

Ключевые слова: инновационная журналистика, электронные СМИ, геовеб, картография, дата журналистика

Abstract. The article discusses the features of the "geoweb" technology, as well as software that combine mapping technology with social media information. After all, they have become integral to the digital news-gathering and reporting process in the modern world. The article contains an overview of the most striking examples of using geoweb in network journalism.

Keywords: innovative journalism, electronic mass media, geoweb, cartography, data journalism

В арсенале современного журналиста насчитывается огромное количество цифровых инструментов. Среди них сеть технологий Geospatial Web 2.0 или «Geoweb» [1], которая позволяет журналистам и их сотрудникам, а также читателям и зрителям, делиться в режиме онлайн информацией, используя инструменты картографирования. Эту технологию также называют «новыми» пространственными средствами массовой информации [2], «добровольной географической информацией» или VGI [3]. А такие крупные медиа-организации как New York Times и CNN.com, активно используют собственное программное обеспечение для составления карт.

Программное обеспечение, которое сочетает в себе технологию картографирования с информацией в социальных сетях, например Geofeedia и Banjo, стало неотъемлемой частью процесса сбора цифровых данных и отчетности. Они помогают увидеть местоположение сообщений. Так, во время школьной стрельбы в 2012 году вблизи американского города Кливленда, журналист, использующий Geofeedia, смог найти фотографии и заметки в социальных сетях из запертой школы [4].

Простые в использовании программы Google Maps и Fusion Tables позволяют журналистам сообщать о новостях «со сцены», когда фактически, они находятся в редакции. К примеру, во время теракта в 2016 году в казахстанском городе Актобе, СМИ использовали возможности карты Google, чтобы схематично показать траекторию движения террористов и захват объектов, так как находиться на месте событий было небезопасно.

Еще один пример – сеть новостей Reported.ly использовала StoryMapJS для создания мощной интерактивной графики, которая отслеживала гибель йеменских мирных жителей по всей стране, используя личные истории и яркие фотографии из социальных сетей [5]. Таким образом, происходило отображение географически релевантной информации в повествовательной манере.

Пользовательский контент в социальных сетях играет значительную роль в составлении отчетов о новостных событиях и проверке историй, а также информировании аудитории. По мнению исследователя картографии Вэна Линь, общественность должна рассматриваться как неотъемлемо объединенная в сеть, «как взаимосвязанные наборы социальных и технологических разработок, связанных с растущим вовлечением в сеть цифровых медиа» [6]. Благодаря геолокационной информации, встроенной в сообщения в социальных сетях в таких сетях, как Facebook, Twitter и Instagram, geoweb является часто невидимой, но жизненно важной сетью в жизни большинства людей.

Так, например, в 2015 году New York Times запустила онлайн-проект о том, как дом ребенка, влияет на его шансы на бегство [7]. Интерактив основан на данных исследования экономистов Гарварда Раджа Четти и Натаниэла Хендрена, в которых исследуется, как сообщество может влиять на будущий доход ребенка. Авторы обнаружили, что шансы ребенка на выход из бедности могут улучшиться в зависимости от того, где они возникают. Проект «Лучшие и худшие места для роста» предоставлял подробную информацию о странах по всему США. Но одна вещь отличалась от других картографических инфографик: свод истории и фокус карты изменялись на основе IP-адрес пользователя. То есть текст сюжета зависел от местоположения пользователя. Читатель получал мгновенный результат с анализом.

В 2009 году, проект Los Angeles Times «Mapping L.A.» опубликовал версию пограничных линий для 87 городских районов Лос-Анджелеса [8]. Затем карта была перерисована и представлена для обсуждения. С помощью читателей, которые соглашались или не соглашались с исходными данными, было скорректировано более 100 границ. Проект «Mapping L.A.» стал ресурсом для отображения границ соседства, демографии, преступности и т.д. «Читатели не просто комментировали границы; сотни отправленных

информативных, юмористических, вызывающих мысли заметок о тех местах, где живут реальные пользователи и комментаторы», — поясняла команда проекта на сайте. The Times и ее разработчики предоставляли свободу рисовать границы людям так, как они их видели лучше всего. Не было никаких ограничений относительно того, соответствуют ли линии соседства географическим. Вся действительная обратная связь была включена.

В День памяти Павших в Канаде, 11 ноября 2010 года, был запущен проект, который сопоставлял адреса торонтонов, погибших во Второй мировой войне [9]. Данные были взяты от граждан, которые отвечали на газетные объявления, где их просили указывать имена погибших, возможно пропущенных в отчетах. Таким образом, на картах было зарегистрировано более 3300 человек, которые погибли в Германии в результате воздушных налетов, боевых действий в Нормандии и в результате несчастных случаев на производстве. Разработчиком Патриком Каином в карту были добавлены архивные фотографии и видеоролики, рассказывающие истории солдат. Читателям было рекомендовано направить свои гео-рассказы о погибших родственниках и знакомых. А письма и обрывки личной информации «оживили» проект. Это прекрасный пример сознательно этического подхода к повествованию, с точки зрения обмена ценными данными, поощрения участия и передачи убедительных и актуальных историй.

В 2013 году, после одного из самых разрушительных торнадо в истории, обозреватель CNN.com Джон Саттер отправился по следам разрушительной стихии, которая унесла жизни 24 человек, в том числе 7 детей, и причинили почти 2 миллиарда долларов убытков. «Смогу ли я добраться до сельской местности, где буря упала с неба, как карандаш, проталкивающий облака, как сказал мне один житель? Можно ли отслеживать бурю, мили за милю, минуту за минуту, пешком и подробно?» — спросил Саттер, прежде чем отправиться в путешествие [10]. Он писал короткие сообщения

в твиттере в течение всей поездки и использовал приложение для GPS-сопоставления, геолокации его фотографий и выявлении окрестностей, где он говорил с жителями, рассказывающими об уничтожении и разрушении. В дополнение к рассказу о людях, которые потеряли свои семьи, их дома и средства к существованию, путешествие Саттера служит своего рода упражнением по проверке в реальной жизни. Он заставил людей рассказать о своей версии событий, тем самым показав практичный подход к истине и точности (Рис. 1).

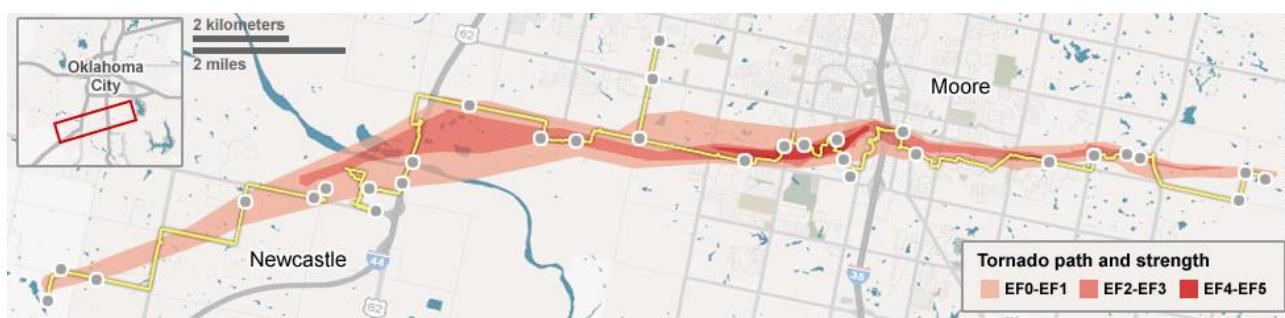


Рис. 1. Карта, составленная Джоном Саттером

Процесс картографирования событий при участии пользователей называют социальным меппингом. Как в случае с Джоном Саттером, «большие данные», нанесенные на карту, предлагают СМИ и их аудитории потрясающие новые возможности по работе и анализу информации.

Арон Пилхофер, редактор отдела интерактивной журналистики The New York Times, на форуме «Медиа будущего» показал интерактивную карту ДТП с участием велосипедистов в Сан-Франциско, созданную в рамках сотрудничества NYT с проектом «The Bay Citizen» («Гражданин Залива») [11]. Первоначально эта карта наполнялась сотрудниками проекта на основании данных, получаемых от десятков различных полицейских управлений. Позже данные стали получать от Калифорнийской дорожно-транспортной полиции, которая обладает базой данных происшествий по всему

штату. Наконец, отдельные пользователи получили возможность добавлять происшествия на карту.

С помощью этой информации велосипедисты могли отследить, какие места в городе (перекрестки, мосты, дороги с плохой видимостью) являются наиболее опасными для них и какой тип ДТП (наезд на пешехода или столкновение с машиной) наиболее вероятен в данном конкретном месте (Рис.2).

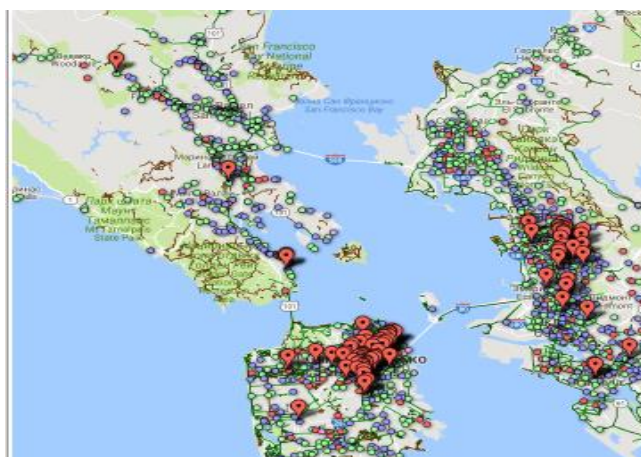


Рис. 2. Интерактивная карта ДТП с участием велосипедистов.

Весь этот проект был реализован с помощью открытых технических решений. Таким образом, эксперт иллюстрировал свой тезис об отсутствии оправданий у современного СМИ, пренебрегающего визуализацией больших данных. Но в рамках темы этой статьи данным примером можно проиллюстрировать необходимость привлечения аудитории к сбору данных и целесообразность разработки инструментов на базе уже существующих открытых решений, со знакомым пользователю интерфейсом (в нашем случае – Google Maps) [12].

Еще один пример использования меппинга, помимо социальных проектов, – благотворительность, которая становится обязательной частью информационной повестки дня в любом уважающем себя СМИ. К примеру, колумбийский проект «Спасение детей» [13] возник для того, чтобы вернуть детей с улиц в школы,

чтобы противодействовать эксплуатации детского труда и содействовать распространению образования.

Проект представляет собой интерактивную карту, на которую с помощью специального приложения пользователи могут наносить информацию о работающих на улице детях (фото, описание, геолокация). Интерфейс привычен для любого пользователя Foursquare (приложение для «виртуальных» отметок в тех или иных местах – прим. ред.). Только вместо зданий пользователи наносят на карту работающих детей. Сотрудники проекта производят опознание детей и предпринимают меры к тому, чтобы вернуть их с улицы в школу. У проекта уже есть 67 успешных, результативных примеров взаимодействия с пользователями.

В Нидерландах похожую механику использовали для агрегации информационных поводов. Речь идет о проекте Twitcident [14]. 1300000 активных пользователей Twitter в Голландии производят в среднем 5000000 сообщений в день. Приложение позволяет вычленять и картографировать информацию о происшествиях, которая может быть важной для правоохранительных органов, социальных работников, журналистов. Своего рода «народное информагентство». Рассказывают, что среди подписчиков сервиса уже есть охранные предприятия, обеспечивающие безопасность культмассовых мероприятий.

В Казахстане пока нет проектов аналогичной механики, нет редакции, которая взяла бы на себя ответственность за проверку достоверности пользовательской информации и осуществление действий на основе проверенной информации. Например, созданный при поддержке Ассамблеи народа Казахстана проект «Карта добрых дел» [15] не является журналистским и пока не привлек внимания аудитории. Сайт полностью лишен инструментов распространения информации в популярных социальных медиа. Ни одного социального плагина Facebook, «ВКонтакте» или Twitter на сайте нет. Более того, сама карта не интерактивна.

Как мы видим, GeoWeb является плодородной почвой для инноваций в области журналистики. Во многих отношениях, включая создание, распространение и сотрудничество в области контента, это ведет к более тесной связи между журналистами и их аудиторией. Понятно, что, хотя все еще есть проблемы для преодоления, в том числе препятствия для доступа и проверки, а также проблемы конфиденциальности, это все еще ценные возможности для новостных организаций. По мере того, как все больше и больше потребительских технологий плавно связывают геолокационные данные с формой и функцией, растет и богатство информации, доступной для обмена мнениями с аудиториями.

Литература:

1. Haklay, M., Singleton, A., & Parker, C. (2008). Web mapping 2.0: the Neogeography of the Geoweb. *Geography Compass*, 2(6), 2011. – p. 2039.
2. Cinnamon, J., & Schuurman, N. (2010). Injury surveillance in low-resource settings using Geospatial and Social Web technologies. *International Journal of Health Geographics*, 9, с. 25.
3. Goodchild, M. (2007). Citizens as sensors: the world of volunteered geography. *GeoJournal*, 69, 211-221.
4. Myers, S. (2012). Geofeedia helps journalists locate real-time photos, tweets where news breaks. *Poynter Online*. – URL: <http://www.poynter.org/news/mediawire/173764/geofeedia-helps-journalists-locate-real-time-photos-tweets-where-news-breaks/> (дата обращения 24 мая 2015 г.).
5. StoryMapJS: Civilian deaths evidence of war crimes in Yemen. – URL: <https://s3.amazonaws.com/uploads.knightlab.com/storymapjs/86a5b5c6facef8e74eb685573b846f6b> (дата обращения 24 мая 2015 г.).
6. Lin W. (2013). Volunteered geographic information and networked publics? Politics of everyday mapping and spatial narratives. *GeoJournal*, 78(6), pp. 949–965.

7. The Upshot uses geolocation to push readers deeper into data. – URL:<http://www.niemanlab.org/2015/05/the-upshot-uses-geolocation-to-push-readers-deeper-into-data/> (дата обращения 23 июня 2015 г.).

8. Neighborhoods. – URL:<http://maps.latimes.com/neighborhoods/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

9. McGrath, J.M. (2010). Lest we forget: interactive map shows where Toronto's fallen soldiers once lived. Toronto Life Online. – URL: <http://torontolife.com/real-estate/lest-we-forget-interactive-map-shows-where-torontos-fallen-soldiers-once-lived/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

10. Sutter, J. (2013). Walking the path of a tornado. CNN.com. – URL:<http://www.cnn.com/interactive/2013/05/us/sutter-walk-oklahoma/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

11. The Bay Citizen's Bike Accident Tracker. – URL:<http://secret-taiga-2483.herokuapp.com/data/bike-accidents/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

12. Социальный меппинг в СМИ: сдаем карты. – URL: <http://newreporter.org/2013/09/10/socialnyj-mepping-v-smi-sdaem-karty/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

13. Kid rescue. – URL:<http://bit.ly/1bhyC5n> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

14. Twitcident. – URL:<http://twitcident.com/> (дата обращения 02 декабря 2017 г.).

15. Карта добрых дел. – URL: <https://kmvko.kz/karta-dobrykh-del/> (дата обращения 02 декабр 2017 г.).