

«ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПАТЕРНАЛІЗМ»: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ДАНИХ

Василь Полюга,

канд. соц. наук, доцент,

доцент кафедри нових медіа та медіадизайну

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

e-mail: v.poljuga@onu.edu.ua

У статті досліджується подальше зростання ролі великих даних у суспільстві, широке розповсюдження нових практик і методів отримання інформації, таких, як профілювання поведінки споживачів інформації, біометрія, автоматизація тощо, нові можливості створення репортажів новин.

Ґрунтуючись на якісному статистичному аналізі новинних сайтів, розглянуто те, як журналістика даних працює в рамках циклу новин професійних редакцій. Крім того, в публікації окреслюються інновації, які журналістика даних вносить у розповідь історій, збирання та розповсюдження новин.

Ключові слова: великі дані, візуалізація, журналістика даних, інтерактивність, патерналізм, персоналізація інформації.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими та практичними завданнями.

Сучасне суспільство стало свідком початку епохи даних. Кількість накопиченої інформації, що стрімко та невпинно зростає, викликає нагальну потребу в розумінні тонкощів технологій і практик соціального впливу, заснованого на отриманні, обробці та використанні даних у повсякденній діяльності. Водночас

170

у середовищі політиків, державних діячів, громадських активістів виникають опосередковані дискурси щодо великих даних як «ліків» від усіх соціальних негараздів, представляючи їх як остаточну панацею. У той час як повідомлення про дива, що творяться за допомогою великих даних, заповнюють порядок денний, у професійному журналістському середовищі постає гостре питання громадянської відповідальності за результати взаємодії з урядами та корпораціями у побудові нової реальності, яка все більше моделюється інформаційними даними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Соціальні реформи в суспільстві, зростання конкуренції між суб'єктами громадської діяльності, демократизація суспільних відносин із залученням у ці процеси новітніх засобів масових комунікацій актуалізує питання наукових досліджень різноманітних аспектів комунікаційних процесів у суспільстві. Наукове осмислення, вивчення кількісних і якісних характеристик інформації, що вводиться в соціальні інформаційні комунікації, стали результатами досліджень таких науковців, як А. Барановський, А. Берко, В. Висоцька, О. Додонов, П. Кісь, Д. Ланде, В. Суховерський, А. Федорчук, Л. Чирун та інші [1; 2; 3; 4].

Метадослідження—розглянути сучасні тенденції технологічного патерналізму у вітчизняній журналістиці даних, окреслити вплив великих даних на роботу алгоритмізованих систем видачі контенту, встановити співвідношення інтерактивного та лінійного складників формату інформаційного повідомлення, сформованого з використанням великих даних, рівня та особливостей прояву патерналізму у вітчизняній журналістиці. Матеріали та методи. Для отримання даних із вебсторінок та підготовки матеріалів до аналізу було використано пакет «rvest» програми R. Під час попередньої обробки вилучено розділові знаки, URL-адреси та цифри.

Під час обробки було проконтрольовано, чи містить пост URL-адреси, медіа (тобто фото чи відео) тощо. Надалі всі змінні були середньоцентровані з використанням пакету R «jtools». Додатково змінні були трансформовані за допомогою пакетів «retweet-count» і «share outcomes» із врахуванням ефекту спотворення даних. Для оцінки форм взаємодії застосовувалися одні й ті самі моделі до кожного з ресурсів, після чого було проведено кілька внутрішніх метааналізів випадкових ефектів з використанням пакета R «meta». Аналіз проводився за допомогою R версії 4.0.1.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Алгоритми обробки інформації на основі великих даних, які останнім часом широко запроваджуються для «оптимізації роботи» соціальних мереж і пошукових систем, досить часто самостійно визначають інформацію для показу та те, на яких сайтах знаходиться відповідь на пошукові запити. Шляхом створення та вивчення нейронних мереж аналізуються наші уподобання — лайки, репости, коментарі — і на цій основі формується індивідуальна стрічка новин для кожного облікового запису. Внаслідок цього зі стрічки поступово зникають ті точки зору, які користувачі не поділяють, і навпаки з'являються ті, які їм до вподоби. Новинний світ стає зручним і зрозумілим. Отже, завдяки роботі «міхура фільтрів» (англ. — *filter bubble*), пересічний користувач опиняється в так званому інформаційному міхурі. Перебування в ньому є комфортним, адже неприємні думки туди практично не проникають.

Ця особливість розповсюдження / сприйняття інформації безпосередньо пов'язана зі специфікою роботи сучасних алгоритмізованих систем видачі контенту й створює поверхове враження, що журналістські стратегії вже зовсім не впливають на процеси відбору та ретрансляції інформації, адже, незалежно від того, про що пишуть журналісти, мережа через ту чи іншу нашу

активність, наші лайки та історію пошуку починає під наслідковуватися. Якщо ми подивимося крізь призму трьох випадковим чином обраних інтернет-ресурсів, зокрема, сайту аналітичного центру «Агенція журналістики даних» (<https://datajournalism.agency/>), чат-боту «Opendatabot» (<https://opendatabot.ua/>) та онлайн-видання «Тексти» (<https://texty.org.ua/>), то виявимо, що за інформаційним наповненням вони докорінно відрізняються один від одного. У них нете, що не повторюється опис однієї й тієї ж події з різних точок зору, — вони майже не описують подібні події. Саме завдяки цьому спостереженню ми ще можемо стверджувати те, що невіддільною частиною сучасної інтернет-журналістики є добір і фільтрація інформації. Але саме завдяки цьому поєднанню двох тенденцій («міхур фільтрів» + «добір та фільтрація інформації професійними журналістами») картина світу досить сильно спотворюється. У моменти радикалізації громадської думки, пов'язаної з масштабними подіями, інформаційний простір виявляється не універсальним і набуває безлічі різних образів у такий спосіб, що навіть затишний світ соціальних мереж стає неоднорідним. Протилежні точки зору зіштовхуються, а суспільство ділиться на різні табори. Розробники, які стоять за алгоритмами відбору інформації, можливо, створили їх із добрими намірами, але критерії акту вибору та фільтрації є досить сумнівними. Коли людина перебуває на вебсайті з функціями персоналізації, який зберігає файли *cookie* на комп'ютері, щоб пов'язати користувачів із їхньою історією, система може приймати рішення на основі інтересів цієї людини. Іноді система самостійно, без згоди користувача, визначає, яка саме інформація буде відображатися в його особистій новинній стрічці. У результаті важлива інформація може бути виключена, пропущеною може бути частина контенту, навіть якщо обраний контент буде надзвичайно релевантним. Указаний ефект підсилюється завдяки самостійно присвоєному праву журналістами приймати фільтрувальні рішення

від імені аудиторії споживачів інформації. Хоча варто відзначити, що сьогодні, як і раніше, це є виправданою практикою та необхідною умовою в їхній професійній діяльності. У цьому контексті журналісти, яких залучають до висвітлення подій, виступають як архітектори громадського вибору, підтримуючи людей у напрямках, які вони, можливо, спеціально не обирають заздалегідь, але, тим самим, сприяють вибору найкращого рішення згодом.

Поєднання результату машинного та журналістського відбору особливо цікаво проявляються крізь призму журналістики даних, оскільки зазначений вид журналістської діяльності можна розглядати як результат журналістської і технологічної практик. Нові ракурси у публікаціях журналістики даних зазвичай оживають за допомогою інтерактивних візуалізацій [5; 6; 8]. Журналісти від самого початку в співпраці з IT-фахівцями створювали проекти на основі вивчення великих даних, які мали високий рівень інтерактивності. Це давало змогу читацькій аудиторії активно залучатися до формування власної історії в даних. І хоча одні історії були більш інтерактивними у порівнянні з іншими, спільним є те, що відносини та закономірності в них пояснювалися за допомогою великих даних.

На думку С. Робінсона, особливості розвитку патерналізму в мережі «Інтернет» пов'язані з ідеологією вільного доступу до комп'ютерних технологій, децентралізацією інформації в технологічному дизайні та з необхідністю надати людям інформацію, щоб вони були вільними у виборі кращого рішення. У журналістиці даних ці два різні підходи поєднуються та співіснують завдяки можливостям інтерактивної візуалізації [8].

Для виявлення особливостей прояву та рівня технологічного патерналізму у вітчизняній журналістиці даних нами було проведено аналіз особливостей презентації візуальних елементів, які використовувалися в журналістських матеріалах, представлених

на інтернет-сторінках проєктів громадської організації «Агенція журналістики даних» (<https://datajournalism.agency/>), аналітичних матеріалів чат-боту «Opendatabot» (<https://opendatabot.ua/analytics/>) та інтерактивних проєктів онлайн-видання «Тексти» (<https://texty.org.ua/projects/>) впродовж останніх двох років (2020-2021). Було виявлено, що в основному використовувалися три підходи до створення проєктів, у яких переважали елементи патерналістського характеру, які умовно можна назвати: «Функція самостійного відтворення», «Відео, що демонструє інтерактивність» та «Персоналізація».

Функція самостійного відтворення. Елементи проєкту часто запускаються самостійно, без активного вибору користувачем, наприклад, відеокліп починає відтворюватися, коли користувач прокручує його. В основному такі проєкти складаються з лінійного потоку з інтерактивними елементами. Вибір обмежений, і історія рухається вперед у процесі прокручування. У цілому проєкти насичені звуковими кліпами, зображеннями, динамічними картами й діаграмами, але, разом з тим, варто відзначити відсутність зв'язку для навігації за контентом.

Відео, що демонструє інтерактивність. Візуалізація графіків у вигляді відео; інтерактивних карт у відеороликах; демонстрація іншого користувача, який переглядає вебсайт, взаємодіє з інтерактивним графіком або натискає посилання. Ця попередньо записана перспектива дає користувачеві ілюзію інтерактивності та контролю, створює ефект включення, але насправді потік є повністю лінійним і попередньо упакованим.

Персоналізація. Несподівана зміна зовнішнього вигляду або функціональності веб-сайту в процесі взаємодії користувача з контентом, персоналізація є також показником технологічного патерналізму, оскільки передбачається, що ця зміна відповідає інтересам людини, але реально трансформації відбуваються

за задалегідь запрограмованими алгоритмами без активної згоди користувача.

Висновки та перспективи дослідження.

Отже, шляхом статистичного аналізу контенту вказаних інтернет-ресурсів встановлено чітке спрямування в інформаційній політиці медіакомпаній щодо надання переваг лінійним форматам інформаційного повідомлення. Цей напрям інформування споживача є більш ефективним, порівняно з по-справжньому інтерактивними та менш патерналістськими проектами журналістики даних. Отже, патерналізм, ймовірно, є кращим із комерційної точки зору. Професійний патерналізм є важливим джерелом для збереження журналістської автономії, тоді як у публічних дебатах і на технологічних платформах «міхур фільтрів» і делегування прийняття рішення машинами вважаються негативним патерналізмом.

В епоху, коли журналістика зливається зі штучним інтелектом, а журналісти та інженери створюють алгоритми пліч-о-пліч один з одним, щоб захистити свій імунітет, журналісти повинні бути впевнені, що аудиторія поінформована про методологію, обґрунтованість вибору дизайну в інтерактивних програмах, чітко мотивована. Проблеми, на нашу думку, виникають тільки в тому випадку, якщо аудитор (журналіст або програма / розробник) не звертають увагу на різницю між фільтрацією і вибором у різних цифрових текстах.

Література:

1. Берко А. Система контент-моніторингу новинних інтернет-ресурсів / А. Ю. Берко, Я. П. Кісь, В. І. СухOVERський. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 699 : Інформаційні системи та мережі. С. 13–21.

2. Висоцька В. Контент-моніторинг текстової інформації Web-ресурсів / В. А. Висоцька, Л. Б. Чирун, Л. В. Чирун. *Міжнародна наукова конференція «Інтелектуальні системи прийняття рішень та проблеми обчислювального інтелекту (ISDMCI'2015)*. Україна, Залізний Порт. 25-28 травня 2015. С. 38–40.
3. Григорьев А. InfoStream / А. Н. Григорьев, Д. В. Ландэ, С. А. Бороденков и др. Мониторинг новостей из Интернета: технология, система, сервис : науч.-метод. пособие. Київ : ООО «Старт-98», 2007. 40 с.
4. Додонов А. Г. Виявлення категорій і їх взаємозв'язків у рамках технології контент-моніторингу / А. Г. Додонов, Д. В. Ланде. *Вісник державної служби України*. 2006. № 4. С. 45–52.
5. Vaack St. Datafication and Empowerment: How the Open Data Movement Re-Articulates Notions of Democracy, Participation, and Journalism. *Big Data & Society* 2 (2): 1–11. URL: <https://doi.org/10.1177/2053951715594634> (дата звернення: 16.01.2022).
6. Kovach B., Rosenstiel T. The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York : Three Rivers Press. URL: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/elements-journalism/> (дата звернення: 16.01.2022).
7. Link E. Credibility and Enjoyment through Data? Effects of Statistical Information and Data Visualizations on Message Credibility and Reading Experience. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1889398> (дата звернення: 16.01.2022).
8. Robinson S. Someone's Gotta Be in Control Here. The Institutionalization of Online News and the Creation of a Shared Journalistic Authority. *Journalism Practice* 1 (3) : 305–321. URL: <https://doi.org/10.1080/17512780701504856> (дата звернення: 16.01.2022).

УДК 316.454.52:311.2

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2021.27.251417>

**«Технологический патернализм»:
современные тенденции отечественной журналистики данных**

Василий Полюга,

канд. соц. наук, доцент,

доцент кафедры новых медиа и медиадизайна

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

e-mail: v.poljuga@onu.edu.ua

В статье исследуется роль больших данных в обществе, широкое распространение новых практик и методов получения информации, таких, как профилирование поведения потребителей информации, биометрия, автоматизация, новые возможности создания новостных репортажей. Обсуждаются современные практики журналистики данных.

Основываясь на качественном статистическом анализе новостных сайтов, исследование рассматривает, как журналистика данных работает в рамках цикла новостей профессиональных редакций. Кроме того, в публикации рассматриваются инновации, которые журналистика данных вносит в рассказ историй, сбор и распространение новостей.

Ключевые слова: большие данные, визуализация, журналистика данных, интерактивность, патернализм, персонализация информации.

УДК 316.454.52:311.2

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2021.27.251417>

«Technological paternalism»: current trends in domestic data journalism

Wasil Poljuga,

PhD (Sociology), Docent,

Associate Professor of the New Media and Media Design Chair,

Odessa I. I. Mechnikov National University

e-mail: v.poljuga@onu.edu.ua

The article considers the further growth of the role of big data in society, the widespread use of new practices and methods of obtaining information, such as profiling consumer information, biometric data, automation, new opportunities for news reporting. Modern journalistic practices of news information presentation journalism are discussed. Because big data-based algorithms, which have recently been widely implemented to «optimize the performance» of social networks and search engines, often determine what information will be displayed and which sites respond to search queries. By creating and training neural networks, our preferences are analyzed — likes, reposts, comments — and on this basis, an individual news feed is formed for each account.

As a result, the views that users do not share are gradually disappearing from the feed, and those that they like are emerging. The news world is becoming comfortable and understandable. The combination of machine and journalistic selection results is particularly interesting through the prism of data journalism, as this type of journalistic activity can be seen as the result of journalistic and technological practices. Based on a qualitative statistical analysis of news sites, the study examines how data journalism works in the news cycle of professional newsrooms. In addition, the publication explores the innovations that data journalism brings to storytelling, news gathering, and dissemination.

Through statistical analysis of the content of these Internet resources, a clear direction in the information policy of media companies to give preference to linear formats of information messages. This direction of consumer information is more effective compared to truly interactive and less paternalistic data journalism projects. Thus, paternalism is probably the best from a commercial point of view. Professional paternalism is an important source for maintaining journalistic autonomy, while in public debates and on technology platforms «bubble filters» and delegating decision-making to machines are considered negative paternalism.

In an age when journalism merges with artificial intelligence and journalists and engineers create algorithms side by side to protect their immunity, journalists need to make sure that the audience is informed about the methodology, the validity of the choice of design in interactive programs, clearly motivated. In our opinion, problems arise only if the auditor (journalist or program /

developer) does not pay attention to the difference between filtering and selection in different digital texts.

Keywords: big data, data journalism, interactivity, paternalism, personalization of information visualization.

References:

1. Berko, A. Yu., & Kis, Ya. P., & Sukhovskiy, V. I. (2011). Systema kontent-montorynhu novynykh internet-resursiv [The system of the content-monitoring of the news Internet resources]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*. Vol. 699. pp. 13–21 [In Ukrainian].
2. Vysotska, V. A., & Chyrun, L. B., & Chyrun, L. V. (2015). Kontent-montorynh tekstovoi informatsii Web-resursiv [The content-monitoring of the text information of the Web-resources]. «Intelektualni systemy priiniattia rishen ta problem obchysliuvalnogo intelektu (ISDMCI'2015)»: Mizhnarodna naukova konferentsiia (25–28 travnia 2015, Ukraina, Zaliznyi Port). pp. 38–40 [In Ukrainian].
3. Grigorev, A. N., Lande, D. V., & Borodnikov S. A. (2007) InfoStream. Monitoring novosti iz Interneta: tehnologia, Sistema, servis [InfoStream. Monitoring of news from the Internet: technology, system, service] : nauchno-metodicheskoe posobie. Kyiv [In Russian].
4. Dodonov, A. G. (2006) Vyavleniia kategorii i ih vzaiemozviazkiv u ramkah tehnologii kontent-montoryngu [Identify categories and their relationships within content monitoring technology]. *Visnyk derjavnoi slujby Ukrainy*. Vol. 4. pp. 45–52 [In Ukrainian].
5. Baack St. Datafication and Empowerment: How the Open Data Movement Re-Articulates Notions of Democracy, Participation, and Journalism. *Big Data & Society* 2 (2): 1-11. URL: <https://doi.org/10.1177/2053951715594634> (accessed: 16.01.2022) [In English].
6. Kovach B., Rosenstiel T. The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York. URL: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/elements-journalism/> (accessed: 16.01.2022) [In English].
7. Link E. Credibility and Enjoyment through Data? Effects of Statistical

- Information and Data Visualizations on Message Credibility and Reading Experience. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1889398> (accessed: 16.01.2022) [In English].
8. Robinson, S. Someone's Gotta Be in Control Here. The Institutionalization of Online News and the Creation of a Shared Journalistic Authority. *Journalism Practice* 1 (3): pp. 305–321. URL: <https://doi.org/10.1080/17512780701504856> (accessed: 16.01.2022) [In English].