

На правах рукописи

ЛИСИЦИН МАКАР ЕВГЕНЬЕВИЧ

**ПОНЯТИЕ ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ В ОСВЕЩЕНИИ
РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва 2019

Работа выполнена на кафедре медиаречи Института массмедиа Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (ФГБОУ ВО «РГГУ»).

Научный руководитель: **Басовская Евгения Наумовна**
доктор филологических наук, доцент; зав. кафедрой медиаречи Института массмедиа Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский Государственный Гуманитарный Университет».

Официальные оппоненты: **Пильгун Мария Александровна**,
доктор филологических наук, профессор; ведущий научный сотрудник Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Институт языкознания Российской академии наук» (ФГБУН «ИРЯ РАН»).
Нигматуллина Камилла Ренатовна,
кандидат политических наук, доцент; зав. кафедрой цифровых медиакоммуникаций института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» в составе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО «СПбГУ»).

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»).

Защита состоится 23 мая 2019 г. в 12:00 на заседании диссертационного совета Д 212.198.12, созданного на базе РГГУ: 125993, г. Москва, Миусская площадь, д. 6, корпус 7.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РГГУ и на сайте организации по адресу: http://www2.rsu.ru/binary/object_28.1551881843.02622.pdf

Автореферат разослан 31 марта 2019 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета, д-р. ист. н., проф.



О.И. Киянская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена исследованию понятия *журналистика данных* и его интерпретации российскими и зарубежными СМИ. Журналистика данных (или «дата-журналистика», от английского «data» – «данные») как самостоятельное направление была выделена в 2010 г. на международной конференции в Амстердаме, организованной Европейским Центром Журналистики и называвшейся «Data-driven Journalism»¹.

Актуальность темы диссертации определяется тем, что журналистика данных – новое, быстро развивающееся направление, тесно связанное с технологическим прогрессом и имеющее особое значение для современного информационного общества. В России у журналистики данных (*далее в тексте – ЖД*) есть широкое поле для развития. Государственными структурами ведется большая работа по публикации исходных, не агрегированных данных, в пригодных для журналистов форматах. Можно с уверенностью сказать, что данных достаточно для того, чтобы создавать на их основе дата-журналистские проекты. На сегодня этих проектов в России значительно меньше, чем позволяют имеющиеся в открытом доступе данные. Положительными сигналами являются такие события, как возникновение в Интернете сообществ, посвященных дата-журналистике², которые ставят целью развитие темы в русскоязычной среде.

У журналистики данных нет чёткого определения. Чтобы его сформулировать, необходимо обобщить исследования российских журналистов и учёных. Так, М.Н. Шестрюкова предлагает рассматривать дата-журналистику как «новый формат, использующий для предоставления информации общественно доступные базы данных, статистические сводки, графики, списки, карты». Э. Пилхофер, в настоящее время преподающий инновационную журналистику в Университете Темпла³, характеризует журналистику данных как «зонтичный

¹ Некоммерческая организация Journalismfund.eu: официальный сайт. URL: <https://journalismfund.wordpress.com> (дата обращения: 10.08.2018).

² Журналистика данных. О дата-журналистике на русском языке. URL: <http://www.datadrivenjournalism.ru> (дата обращения: 13.11.2018).

³ James B. Stelle Chair In Journalism Innovation. Temple University : официальный сайт. URL: <https://events.temple.edu/james-b-steele-chair-in-journalism-innovation> (дата обращения: 25.10.2018).

термин, который... охватывает многое, включая в себя все новый и новый набор инструментов, техник и подходов к рассказыванию «историй», описанию событий, созданию сюжетов. Она может включать в себя все – от традиционных репортажей, которые готовятся при помощи компьютера (с использованием данных в качестве «источника») до самых современных и передовых способов визуализации данных и новостных приложений. Объединяющая цель – журналистская: предоставление информации и анализа, чтобы помогать информировать нас обо всех важных проблемах дня»⁴. Независимый американский журналист Д. Эндертон констатирует, что «журналистика данных наводит мосты между техническими статистиками и мастерами художественного слова. Она не только отделяет ненужное и определяет тенденции, но и позволяет отобрать то, что по сути своей составляет основу сложного современного мира»⁵.

Журналистика данных стремительно развивается. Во многих ведущих мировых СМИ, информационных агентствах представлены отделы и разделы сайта, посвященные проектам в этой области. Обучение журналистике данных включено в образовательные программы в ведущих университетах США и Европы. Существуют премии в области журналистики данных («Data Journalism Awards»).

Подобная тенденция отмечается и в России. М.А. Пильгун, ранее руководившая первой в России магистерской программой «Журналистика данных» в Высшей Школе Экономики, так высказывается о перспективах области: «Главное достоинство журналистики данных – это возможность добавления качественной информации в интересах общества. Новые инструменты перевернули сферу медиакоммуникаций, показали мир с неизвестных ранее сторон. Так, материал британской газеты «The Daily Telegraph» «MPs' Expenses» раскрывает тайны расходов парламентариев, работа дата-журналистского агентства «Journalism++» «The Migrants' Files» о 15-летней истории миграции в Европе показывает финансовую изнанку человеческой трагедии, материал «The Guardian» «NSA Files:

⁴ Симакова С.И. Дата-журналистика как медиатренд // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. №2 (2). С. 482.

⁵ The Data Journalism Handbook – перевод пособия по журналистике данных от РИА Новости. Бесплатная онлайн-версия // Теплица Социальных Технологий. – 17.12.2014. URL: <https://te-st.ru/2014/12/17/the-data-journalism-handbook-in-russian/> (дата обращения: 10.10.2017).

Decoded» открывает неожиданный ракурс истории Эдварда Сноудена о разглашении секретных документов, история «Behind the Bloodshed», созданная «USA Today», помогает взглянуть на ситуацию с массовыми убийствами в Америке под новым углом, а материал «The New York Times» «Kepler's Tally of Planets» открыл широкой публике мир планет, которые вращаются вокруг дальних звезд»⁶.

Несмотря на активное развитие дата-журналистики, это явление остается недостаточно изученным. С учетом того, что производство дата-журналистского материала осуществляется на основе анализа открытых данных, при анализе феномена необходимо принимать во внимание не только собственно журналистику, но и другие сферы, которые так или иначе связаны с обработкой данных: программирование, статистический анализ и дизайн. На сегодняшний день не существует подобных комплексных исследований на русскоязычном материале.

Новизна диссертации связана прежде всего с низкой степенью разработанности избранной темы. В работе впервые комплексно рассматривается отечественная и зарубежная научная литература о журналистике данных, а также осуществляются анализ и систематизация материалов СМИ, посвященных дата-журналистике, на русском и английском языках.

Объектом исследования выступает понятие *журналистика данных*, **предметом** – интерпретация понятия *журналистика данных* российскими и зарубежными СМИ. **Цель исследования** заключается в обобщении материалов СМИ США, Великобритании и России, посвященных журналистике данных, и выявлении основополагающих характеристик изучаемого феномена.

Достижение поставленной цели возможно при выполнении следующих **задач**:

- 1) определить статус журналистики данных как части современной журналистики;
- 2) изучить англо- и русскоязычную литературу вопроса;

⁶ «Журналистика данных» — магистратура для смелых / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: офис. сайт. – 2017. URL: <https://cmd.hse.ru/news/207511897.html> (дата обращения: 14.08.2018).

3) проанализировать публикации российских и зарубежных СМИ, посвященные журналистике данных;

4) обнаружить различия в представлении журналистики данных в российских и зарубежных СМИ;

5) выявить основные характеристики журналистики данных; предложить научную дефиницию понятия.

Теоретической основой исследования являются труды специалистов в области современной журналистики. Рассматриваемому феномену уделяют внимание О.Н. Аксёнова, И.В. Бегтин, В.С. Бережная, Р.В. Жолудь, Т.А. Ларот, М.А. Пильгун, В.В. Росликова, С.И. Симакова, П.П. Чернецкий, А.Э. Чернухина, М.Н. Шестрюкова, М.Г. Шилина. Авторству названных учёных принадлежат публикации на тему ЖД, в которых они рассматривают историю понятия и предлагают его рабочие определения. Ни одним из учёных, тем не менее, не установлен статус ЖД по отношению к журналистике в целом.

Среди зарубежных исследователей можно отметить Дж. Грэя, Л. Чемберс и Л. Бонегру, которые являются авторами «Пособия по журналистике данных» – первой книги, посвящённой феномену. Труды на эту тему также написали П. Брэдшоу, Дж. Мэйр, Н. Хенри Риш, Ф. Вэлленс-Джонс, Т. Фелле, Д. Рэдклифф, Р. Лэнси Кибл, М. Люцero, К. Хюртер. Стоит также отметить таких журналистов и авторов как С. Роджерс, Н. Сильвер, А. Головатый, Э. Клейн, Д. Леонард, которые внесли значительный вклад в развитие и популяризацию направления. Необходимо подчеркнуть, что в ходе работы над диссертацией не было обнаружено ни одного исследования, посвящённого тому, как феномен трактуется в СМИ.

Методы исследования включают в себя поиск и контент-анализ статей в российских, американских и британских газетах, журналах и интернет-сайтах.

Эмпирическую базу исследования составили 56 печатных и интернет-СМИ США, 29 печатных и интернет-СМИ Великобритании, 113 печатных и интернет-СМИ России. Указанные источники рассматриваются за период с 2010 (когда термин был официально сформулирован) по 2018 г. В выборку попали публикации, содержащие слова «журналистика данных», «дата-журналистика» (для

русскоязычных публикаций) и «data journalism» (для англоязычных). Также уделяется внимание анализу материалов, отмеченных жюри конкурса «Data Journalism Awards» как лучшие дата-журналистские проекты в период с 2014 по 2017 г.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении понятия *журналистика данных* и определении статуса ЖД как части современной журналистики.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов для дополнения и расширения методической базы при чтении учебных курсов, связанных с теорией журналистики. Кроме того, возможность очертить границы журналистики данных и сфокусировать внимание на её основных характеристиках призвана способствовать ускорению развития программного обеспечения для журналистики данных.

Положения, выносимые на защиту.

1. Журналистика данных может рассматриваться как особое направление массовой коммуникации, поскольку требует от автора публикации специфических умений в области обработки и визуализации данных.

2. Существуют ключевые различия между понятиями *журналистика данных*, *computer-assisted reporting*, *инфографика* и *журналистское расследование*.

а) В «computer-assisted reporting» (далее в тексте – CAR) обработка данных помогает облегчить восприятие журналистского материала при помощи использования компьютерных мощностей, при этом форма материала может быть разной. В ЖД обработка данных может осуществляться вручную, а данные являются конечным продуктом. Таким образом, контент CAR может быть одновременно дата-журналистским контентом, но последний не всегда можно отнести к контенту CAR.

б) Инфографика – это один из форматов дата-журналистского контента. Дата-журналистский материал может быть представлен в виде инфографики, но не любая инфографика является материалом ЖД.

в) Журналистское расследование (*далее в тексте – ЖР*) и журналистика данных не связаны напрямую, однако ЖР может использовать приёмы ЖД. При этом многие известные дата-журналистские проекты соответствуют жанру журналистского расследования.

3. Отражение понятия *журналистика данных* в средствах массовой информации представляет собой одну из форм профессиональной рефлексии и с этой точки зрения значимо для изучения тенденций развития современной журналистики.

4. Феномен журналистики данных чаще отражается и подробнее анализируется в американских СМИ, нежели в британских. Это обусловлено тем, что в США начиная с 1966 года правительственная информация и документы могут публиковаться в открытом доступе, что привело к ускоренному развитию ЖД и, как следствие, к тому, что большая часть крупных проектов в этой области создана на территории США («FiveThirtyEight», «Vox», «The Upshot», «Wonkblog», «ProPublica»).

5. Российские средства массовой информации освещают понятие *журналистика данных* преимущественно в связи с другими информационными поводами и не рассматривают феномен как основной объект ни в одной из публикаций. Относительно невысокое внимание российских СМИ к дата-журналистике определяется небольшим количеством российских дата-журналистских проектов, сравнительно малым объёмом открытых данных и нехваткой специалистов на рынке труда.

6. В российских и зарубежных средствах массовой информации находят отражение такие важнейшие характеристики журналистики данных, как:

- а) наличие открытых данных как основного источника контента;
- б) обработка данных с помощью программного обеспечения или языка программирования;
- в) визуализация полученных результатов;
- г) акцент на объективных данных, а не на мнении журналиста;

- д) часто: освещение значимых событий и выявление ранее неизвестных фактов и закономерностей;
- е) наличие ссылки на источник данных в дата-журналистском материале;
- ж) интерактивность: возможность читателя воздействовать на элементы дата-журналистского материала;
- з) часто: предоставляемая читателю возможность предлагать журналистам свои данные для публикации.

Анализ материалов СМИ, затрагивающих журналистику данных, может способствовать созданию отсутствующей сегодня дефиниции этого понятия.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы, списка сокращений и условных обозначений и приложения.

Во введении обосновывается актуальность и научная новизна исследования, определяется его объект и предмет, ставятся его цели и задачи, дается краткий обзор теоретической базы работы, обосновывается теоретическая и практическая значимость результатов исследования.

В первой главе – «Понятие журналистики данных» – освещается история возникновения изучаемого явления, рассматриваются научные труды по этой теме, сопоставляются мнения специалистов относительно смысла понятия и его основных характеристик..

Во второй главе – «Специфика освещения понятия *журналистика данных* в зарубежных СМИ» – анализируются публикации в СМИ США и Великобритании, касающиеся журналистики данных.

В третьей главе – «Специфика освещения понятия *журналистика данных* в российских СМИ» – систематизируются все обнаруженные публикации российских СМИ, касающиеся журналистики данных; материалы анализируются на предмет трактовки понятия.

В заключении подводятся итоги исследования.

Список источников и литературы включает использованную научную литературу и проанализированные источники.

В приложении приводится аннотированный список СМИ.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении содержится обоснование актуальности темы, определяются объект, предмет, цели и задачи исследования, указываются его методы и методологическая база, раскрываются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе – **«Понятие журналистики данных»** – рассмотрена история возникновения журналистики данных (далее – «ЖД»), обозначается взаимосвязь между ЖД, инфографикой и «computer-assisted reporting», рассмотрены зарубежные и российские исследования ЖД.

В параграфе 1.1 рассмотрена сущность феномена журналистики данных. Указывается, что ЖД представляет собой большой объём обработанных данных, как правило поданных в визуальной форме. Несмотря на новизну понятия, материалы, подходящие под формат ЖД, можно найти в СМИ XIX века. Крупнейшими из таких публикаций была статья в британской «The Guardian» 1821 г., автор которой, пользуясь методом сравнительного анализа, выявил количество учеников, получавших бесплатное образование, что стало первым случаем публикации *данных* в газете; а также материал 1849 г. в американской «New York Tribune», включающий диаграмму, отображавшую изменение смертности в Нью-Йорке в течение лета от эпидемии холеры. С. Роджерс, главный редактор дата-журналистского блога «Datablog» в «The Guardian», считает 1821-й г. датой зарождения ЖД. Это оправдано тем фактом, что, как можно заключить из анализа публикации, требование наличия аналитической работы как отправной точки для производства контента уже присутствовало в журналистике позапрошлого столетия. Но с развитием Интернета потенциал использования открытых данных стал крайне велик, что в итоге и привело к формированию дата-журналистики как самостоятельного течения. Поэтому российские и зарубежные исследователи ссылаются на различные даты, значимые для формирования ЖД, связывая его с

терминами *computer-assisted reporting* и *инфографика*. История этих понятий рассмотрена в исследовании далее.

В подпараграфе 1.1.1 рассмотрены взаимосвязь ЖД и инфографики. Инфографика – это графический способ подачи информации, облегчающий восприятие данных большого объёма. Её цель – быстро и чётко преподнести сложную информацию. Инфографика опирается на предположение о том, что человек способен воспринимать визуальную информацию значительно легче и быстрее текстовой. Датой зарождения инфографики считается 1786 г., когда шотландский инженер и политический экономист Уильям Плейфэр, основатель графических методов и статистики, изобрёл два типа диаграмм: линейчатый график и гистограмму для представления экономических данных. Развитие использования графики для подачи информации также связано с работами английской медсестры Флоренс Найтингейл, создавшей так называемую «полярную диаграмму»; и французского инженера Шарля Минара, создавшего более 50 карт, визуально отображавших данные военного и исторического характера.

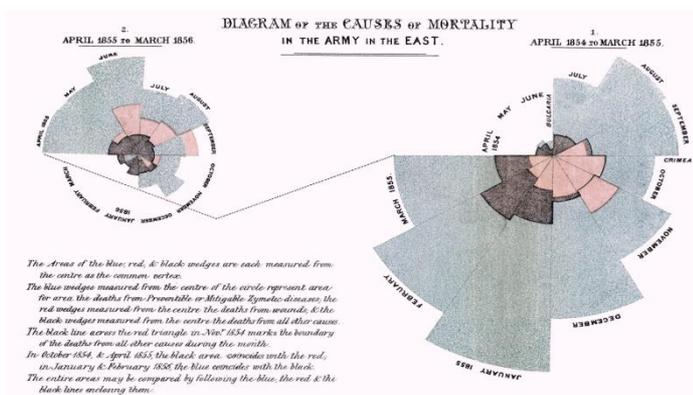


Рис. 1. «Диаграмма причин смертности в армии на востоке»

(Ф. Найтингейл, 1858 г.)

В XX в. приёмы инфографики начали использоваться применительно ко все большему числу аспектов общественной жизни. В 1933 г. англичанин Гарри Бек создал первую карту лондонского метро, показывающие линии без привязки к точному географическому положению станций, ставшую прообразом многих карт метро мира. Последним значимым событием стал выход книги «The Visual Display

of Quantitative Information» («Визуальное представление количественных данных») Эдварда Тафти, американского статистика и политолога, которого называют «отцом инфографики».

Изучив историю инфографики, удалось прийти к выводу о том, что она является одним из форматов дата-журналистского контента. Её можно назвать *языком журналистики данных*. Большинство работ дата-журналиста будут представлены в виде инфографики, но не любая инфографика является продуктом ЖД, так как области применения инфографики выходят далеко за рамки журналистики и не всегда инфографика основывается на обработанных данных.

В подпараграфе 1.1.2 рассмотрены взаимосвязь ЖД и «computer-assisted reporting». К дате зарождения CAR – или «журналистики, создаваемой при помощи компьютера» – относят 1952 г., когда в создании журналистского материала впервые отмечено использование компьютера: компьютер «UNIVAC 1» был арендован американской телерадиосетью «CBS» для расчёта прогнозов результатов президентских выборов⁷. Концепцию CAR развил американский профессор журналистики Филип Мейер, выпустивший в 1980 году книгу «Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods» («Точная журналистика»). Дж. Метод в журнале «Nienman» пишет: «CAR позволяет журналистам вытаскивать из данных правду и производить сравнительный анализ»⁸.

В попытке определить исходную точку развития журналистики данных на 1952 г. ссылаются Р.В. Жолудь, О.Н. Аксёнова, С.И. Симакова, Е.А. Чурбакова. Однако удалось установить, что ставить знак равенства между этими понятиями нельзя. Если в CAR целью является обработка данных, позволяющая облегчить восприятие контента, то в ЖД данные выступают *конечным продуктом*. Таким образом, контент CAR может быть одновременно дата-журналистским контентом,

⁷ MacNeil J. UNIVAC predicts election results, November 4, 1952 // EDN Network. – 2018. – August 08. URL: <https://www.edn.com/electronics-blogs/edn-moments/4423752/UNIVAC-predicts-election-results--November-4--1952> (дата обращения: 02.09.2018).

⁸ Method J. The Benefits of Computer-Assisted Reporting // Nieman. – 2008. – September 15. URL: <http://niemanreports.org/articles/the-benefits-of-computer-assisted-reporting/> (дата обращения: 20.05.2018).

но последний не всегда можно отнести к контенту CAR, поскольку дата-журналисты иногда обрабатывают данные и без помощи компьютера.

Параграф 1.2. – «Современные концепции журналистики данных» – состоит из двух подпараграфов: 1.2.1 – «Зарубежные исследования журналистики данных» и 1.2.2 – «Российские исследования журналистики данных».

Проанализированы исследования и публикации таких учёных и практиков как Б. Херави, С. Сплэндоре, А. Головатый, П. Брэдшоу, М. Лоренц, Э. Пилхофер, (статьи и публикации последних трёх включены в «Пособие по журналистике данных»), К. Миллер, С. Роджерс, Н. Хенри Риш, Дж. Грей, К.У. Андерсон, каждый из которых транслирует собственное понимание сущности феномена. К примеру, П. Брэдшоу писал, что ЖД может помочь журналисту рассказать сложную «историю» с помощью инфографики. Данные же могут быть как «источником» ЖД, так и инструментом, с помощью которого автор рассказывает «историю»⁹. Важным представляется определение Э. Пилхофера, называющего ЖД «зонтичным термином», который может включать в себя как методы CAR, так и «современные инструменты визуализации данных»¹⁰. Б. Херави понимает ЖД как «способ находить "истории", интересные аудитории, в данных, и рассказывать эти "истории" в наиболее адекватной манере для публичного пользования»¹¹. К. Миллер уверен, что ЖД – «модный термин», которым называют то, чем журналисты занимаются уже многие годы¹², подтверждая вывод, сделанный в параграфе 1.1 данного исследования.

Анализ трудов зарубежных ученых позволил сделать вывод о том, что ЖД строится не столько вокруг новостного повода, сколько вокруг точных измеримых *данных*: статистики, отчётов, сводок и других цифр. Задача дата-журналиста – снабдить читателя *объективной информацией*, позволяющей ему видеть полную картину и тенденции, на основе чего он *самостоятельно* может сделать вывод о

⁹ Gray J. Op. cit. pp. 9-10.

¹⁰ Там же. p. 13.

¹¹ Heravi B. 3WS of Data Journalism Education: What, Where and Who? – Taylor & Francis. – 2018. URL: https://researchrepository.ucd.ie/bitstream/10197/9421/1/BHeravi-3Ws_of_Data_Journalism_Education.pdf (дата обращения: 05.05.2017)..

¹² Miller C. «Getting Started with Data Journalism. Writing data stories in any size newsroom. – First Edition. – 2016. – p. 9.

характере события. Эту задачу журналистика данных решает не с помощью текста, а с помощью *инфографики*. Текст играет второстепенную роль и выполняет пояснительную функцию. Также с помощью текста дата-журналисты ссылаются на источники данных. Как правило, подготовке контента в виде инфографики предшествует обработка «сырых» данных на компьютере.

В подпараграфе 1.2.2. рассмотрены публикации таких российских учёных и практиков как И.В. Бегтин, М.А. Пильгун, О.Н. Аксёнова, Р.В. Жолудь, В.В. Росликова, С.А. Панюкова, С.И. Симакова, М.Н. Шестрюкова, П.П. Чернецкий, Е.А. Чурбакова, А.Э. Чернухин, А.Г. Шилина. Стоит отметить определение Р.В. Жолудя, характеризующего ЖД как «комплекс журналистской деятельности, включающий сбор и анализ больших массивов информации с целью выявления общественно значимых процессов и явлений, а также последующее представление результатов в удобном для восприятия массовой аудиторией виде»¹³. М.А. Пильгун указывает на такую важную характеристику ЖД как объективность, что делает её одним из главных инструментов борьбы с информационными мистификациями¹⁴. С.И. Симакова проводит границу между ЖД и визуальной журналистикой: «ЖД – это в первую очередь обобщение большого массива данных, которые могут служить инструментом для того, чтобы показать «историю», либо фундаментом для неё, либо и тем и другим одновременно»¹⁵.

На основе анализа российских исследований можно заключить, что характер ЖД дает основания связать её с *информационными жанрами* журналистики. Особенности её формата позволяют публиковать материалы ЖД как в печатных изданиях, так и в Интернете, однако во втором случае для ЖД открывается гораздо больше возможностей. Также установлено, что в российском научном сообществе отсутствует единое мнение относительно определения журналистики данных.

¹³ Жолудь Р.В. Журналистика данных: предпосылки возникновения, функции и возможности // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 4. С. 104–106.

¹⁴ Пильгун М.А. Журналистика данных – будущее медиа // ICTNEWS. 2016. №7. С. 47

¹⁵ Симакова С.И. Журналистика данных как фактор, влияющий на развитие визуализации журналистского контента // Журналистика в системе альтернативных источников информации: сборник материалов научной конференции кафедры журналистики 14 марта 2017 г. / отв. ред. О.Н. Савинова. Н. Новгород, 2017. С. 166–171.

В «Выводах по первой главе» подводятся итоги, к которым удалось прийти на данном этапе исследования. В ней приводятся выявленные характеристики ЖД: выстраивание новости вокруг данных; открытые данные как источник; обработка и визуализация данных. В «Выводах» также приводятся различия между ЖД, инфографикой и SAR; отмечается растущая популярность ЖД на Западе и тот факт, что среди российских СМИ пока нет того, которое могло бы заявить ЖД в качестве профильного жанра; а также подводятся итоги анализа зарубежных и российских исследований ЖД, приведённые выше.

В второй главе – «Специфика освещения понятия журналистика данных в зарубежных СМИ» – детально рассмотрены подходы к освещению и трактовке феномена ЖД в средствах массовой информации США и Великобритании.

В параграфе 2.1. рассмотрены дата-журналистские проекты «Color of Money» («Newsday»), «What Went Wrong» («Miami Herald»), «ChicagoCrime» (Адриан Головатый), «PolitiFact» (Мэттью Уэйт), а также приводится авторская хронология основных событий, произошедших в мире ЖД с 2008 г. по 2016 г. Далее анализируется ряд проектов в области ЖД в зарубежных СМИ с опорой на перечень победителей международного конкурса по ЖД «Data Journalism Awards».

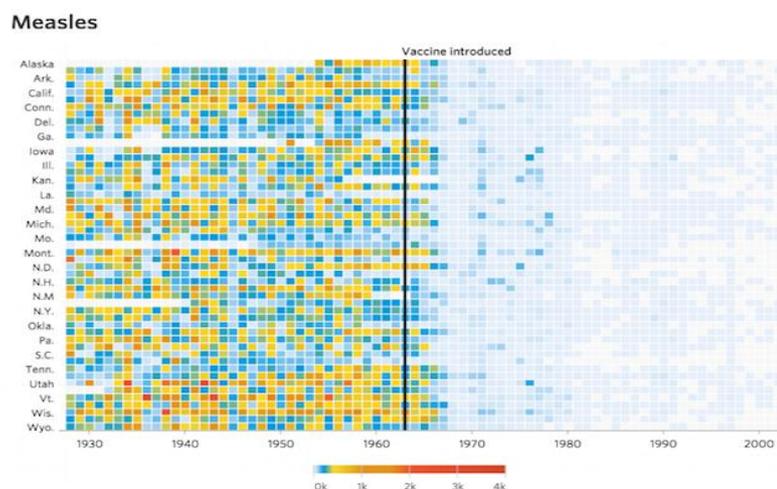


Рис. 2. Инфографика из материала «Battling Infectious Diseases in the 20th Century: The Impact of Vaccines» («The Wall Street Journal», 2015 г.)

Изучены 13 проектов, победившие в категориях «Лучшее расследование, основанное на данных», «Лучшая визуализация данных», «Лучшее приложение

или сайт в области журналистики данных», а также «Лучшая история» в период с 2014 по 2017 гг. Анализ проектов-победителей позволил рассмотреть связь ЖД с визуальными методами представления информации и журналистскими расследованиями. Согласно Е.И. Губенко, цель журналистского расследования заключается в получении новых, неизвестных или не принятых во внимание фактов¹⁶. Делается вывод о том, что ЖР – более широкое понятие, нежели журналистика данных, и первое может включать в себя второе при условии, если в процессе расследования журналист использует программное обеспечение для обработки данных, а также для их репрезентации в виде графики. При этом *не всякий* дата-журналистский проект является ЖР.

В параграфе 2.2 проанализирована специфика освещения ЖД в **американских СМИ**. В выборку попали 56 печатных и интернет-СМИ США, изученные за период с 2010 года по 2018 год. Были исследованы публикации, содержащие слова «data journalism» и «datajournalism».

В подпараграфе 2.2.1 изучены американские *печатные СМИ*. В выборку попали самые крупные и популярные газеты каждого из четырёх округов США: Западного округа, Среднего Запада, Северо-Востока и Юга. В выборку также вошли журналы «People», «The Entertainment Weekly», «Time», «Fortune», «Forbes», «Mother Jones» и «The New Republic».

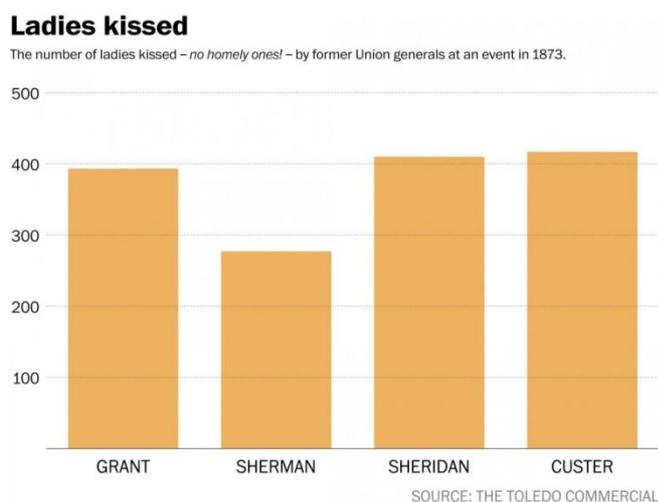


Рис. 12. Инфографика из статьи

¹⁶ Губенко Е.И. К определению жанровой принадлежности журналистских расследований // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2009. – №15. – С. 50.

«Удивительная журналистика данных... из 1873 года»

(«The Washington Post», 2015 г.)

Анализ показал, что публикации в американских печатных СМИ о ЖД весьма разнообразны. Репортёр «The Washington Post» Т. Тоулс в публикации от 4 апреля 2014 г. утверждает, что основная проблема ЖД заключается в определении того, какие данные важны, а какие – нет¹⁷. Д. Леонард в статье для «The New York Times» от 19 июня 2015 г. пишет, что ЖД может спасти от «ловушек рассуждения», но предупреждает, что «цифры также могут заводить в заблуждение, как и любой вид журналистики»¹⁸. Делая акцент на том, что «одна из задач современной газеты – закрепить у читателя убеждение в том, что он имеет право знать информацию подобного толка», репортёр К. Райан в подкасте для «The Kansas City Star» от июня 2017 г. рассказывает о своём дата-журналистском проекте, в рамках которого она опубликовала открытую информацию о зарплате пожарных Канзаса, запрошенную ей у муниципальных властей¹⁹. А корреспондент «Forbes» Г. Сейтл в статье от июня 2014 г. называет ЖД «подрывной инновацией», указывая на то, что хотя ЖД полезна там, где без помощи программного обеспечения репортёры не могут обойтись, традиционной журналистике она проигрывает, и выдвигает гипотезу о том, что в будущем ЖД будет поглощена более крупным явлением²⁰.

Стоит сказать, что публикаций о журналистике данных значительно меньше, чем дата-журналистского материала как такового. Также публикаций, косвенно упоминающих о ЖД гораздо больше, чем публикаций, заявляющих ЖД как основную тему. Большинство СМИ пишут о ЖД в контексте крупного проекта или события. Многие публикации касаются дата-журналистского сайта «FiveThirtyEight» и данных им прогнозов – в особенности, неверных прогнозов

¹⁷ Toles T. Friday Rant: Data-Driven to Distraction edition // The Washington Post. – 2014. – April 4. URL: https://www.washingtonpost.com/news/opinions/wp/2014/04/04/friday-rant-data-driven-to-distraction-edition/?utm_term=.827ad9e1101d (дата обращения: 15.10.2018).

¹⁸ Leonhardt D. Death to 'Data Journalism' // The New York Times. – 2015. – June 19. URL: <https://www.nytimes.com/2015/06/20/upshot/death-to-data-journalism.html> (дата обращения: 25.10.2018).

¹⁹ Helling D. Deep Background on data journalism // The Kansas City Star. – 2017. – June 28. URL: <https://www.kansascity.com/news/politics-government/article158667139.html> (дата обращения: 18.10.2018).

²⁰ Satell G. This Is Why Data Journalism Is Failing // Forbes. – 2014. – June 1. URL: <https://www.forbes.com/sites/gregsatell/2014/06/01/this-is-why-data-journalism-is-failing/#2fc62c26313c> (дата обращения: 03.10.2018).

относительно президентских выборов 2016 года. Некоторые журналисты поднимают вопросы о значимости для ЖД качества визуализации, необходимости открывать больше данных и о том, какие из них стоят того, чтобы быть опубликованными.

В подпараграфе 2.2.2 изучена специфика освещения понятия в американских *интернет-СМИ*. В выборку вошли «CNN», «Business Insider», «Breitbart News», «Vox» и «FiveThirtyEight». В публикации от марта 2014 г. создатель дата-журналистского сайта «FiveThirtyEight» Н. Сильвер пишет о четырёх этапах создания дата-журналистского материала: сбор данных, организация данных, объяснение данных и обобщение данных. Репортёр также указывает на важность проверки данных при подготовке материала. Журналист не считает, что «всё можно привести к цифрам» и, несмотря на то, что члены его команды обладают компетенциями в статистическом анализе, визуализации и программировании, сайт был запущен в соответствии с потребностями рынка, и одна из его целей – предотвратить некорректное использование данных²¹. Н. Сильвер уверен, что дата-журналистский *подход* может привнести ценность в процесс создания контента любого характера и тематики: спорт, наука, образ жизни, финансы. Среди публикаций можно найти эмоциональные сообщения негативного характера: например, колумнист М. Яннополус в статье для «Business Insider» от мая 2014 г. отметил, что материал формата ЖД не интересен и скучен для аудитории и направлен на других журналистов, либо на «зануд»²².

По итогам анализа стало ясно, что больше всего публикаций, посвящённых непосредственно ЖД как самостоятельной теме, создано американскими СМИ в 2014 году (7 статей). Обычно же американские СМИ пишут о ЖД в контексте громкого дата-журналистского проекта, самыми обсуждаемыми из которых являются «IndiaSpend», «Panama Papers» или «FiveThirtyEight». Реже издания затрагивают темы данных, описывают мероприятие, тематика которого связана с

²¹ Silver N. What the Fox Knows // FiveThirtyEight. – 2014. – March 17. URL: <https://fivethirtyeight.com/features/what-the-fox-knows/> (дата обращения: 15.10.2018).

²² Yiannopoulos M. Why Normal People Don't Trust Data Journalism // Business Insider. – 2014. – May 16. URL: <https://www.businessinsider.com/why-normal-people-dont-trust-data-journalism-2014-5?IR=T> (дата обращения: 02.11.2018).

ЖД, или пишут о человеке, имеющем к ЖД отношение в плане профессиональной деятельности. Среди американских СМИ, разместивших больше всего публикаций, посвящённых журналистике данных как основной теме, можно выделить деловой журнал «Forbes» и газету «The Washington Post».

Число публикаций в соответствии с предметами обсуждения (инфоповодами) с 2010 по 2018 год во всех рассмотренных американских СМИ приведены в таблице 1. Цифры, соответствующие количеству публикаций, освещающих материал проектов «FiveThirtyEight», «Panama Papers», «IndiaSpend» и прочих дата-журналистских проектов, выделены в таблице 1 курсивом в соответствующих строках. Число всех публикаций, посвящённых материалу формата ЖД, представлено в виде суммы этих чисел в строке «Материал в области ЖД». Общее количество публикаций по каждой из категорий приведено в соответствующей ячейке в столбце «Итого».

Таблица 1

Число публикаций, освещающих понятие *журналистика данных*, в соответствии с предметами обсуждения в американских СМИ

Предмет обсуждения	Годы									Итого
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
ЖД как основная тема статьи	-	1	1	-	7	5	3	1	-	18
Данные и их доступность	-	-	-	-	2	1	-	1	-	4
Мероприятие, связанное с ЖД	-	1	-	-	1	-	-	1	-	3
Представитель ЖД	-	-	-	-	-	2	1	-	1	4
Прогнозы «FiveThirtyEight»	-	-	-	-	-	-	5	-	-	5
Материал в области ЖД	-	-	-	-	3	-	11	4	7	25

«FiveThirtyEight»	-	-	-	-	2	-	5	1	5	
«Panama Papers»	-	-	-	-	-	-	5	2	-	
«IndiaSpend»	-	-	-	-	-	-	-	1	-	
Прочее	-	-	-	-	1	-	1	-	2	
Другое	-	-	1	-	2	-	2	1	4	10
Итого	-	2	2	-	15	8	22	8	12	69

В таблице 2 приведены СМИ, в публикациях которых ЖД заявлена как основная тема.

Таблица 2

Американские СМИ, в которых журналистика данных является основной темой статьи

№	Наименование СМИ	Количество публикаций
1	«Forbes»	5
2	«The Washington Post»	4
3	«Business Insider»	2
4	«Vox»	2
5	«Mother Jones»	1
6	«The New Republic»	1
7	«CNN»	1
8	«FiveThirtyEight»	1
9	«The New York Times»	1

В параграфе 2.3. анализируется специфика освещения ЖД британскими СМИ. В выборку вошли 18 газет, 6 журналов и 5 новостных сайтов.

В подпараграфе 2.3.1 рассмотрены печатные СМИ Великобритании. Большое число публикаций приходится на газету «The Guardian». Стоит отметить

несколько статей С. Роджерса, в которых он указывает на важные характеристики феномена и делится идеями и «трендами» относительно ЖД: методы ЖД не новы²³; с распространением инструментов обработки и визуализации данных становится всё легче создавать дата-журналистский материал людям без профильного образования и компетенций (Роджерс даже называет ЖД «новым панкком»²⁴, приводя эту метафору для иллюстрации идеи о простоте создания материала и доступности инструментов); журналистика должна становиться открытой – то есть, позволять читателю участвовать в процессе создания или редактирования контента²⁵; дата-журналистам необходимо прежде всего думать об аудитории и ставить «историю» на первое место²⁶.

В подпараграфе 2.3.2 рассмотрены *интернет-СМИ* Великобритании. Стоит отметить глубокое освещение феномена в подкасте «BBC News», один из выпусков которого представляет собой запись беседы нескольких представителей СМИ и исследователей, включая П. Брэдшоу²⁷. Брэдшоу отметил, что хотя термин «дата-журналистика» появился не так давно, само направление не ново, а существует столько же, сколько сама журналистика. То, что действительно появилось недавно – это новый подход к тому, как журналисты обращаются к аудитории. Х. Бенгтссон считает, что обязательное знание программирования для создания дата-журналистского материала – это миф, который многих отпугивает. Дж. Уолтон отмечает, что у «интересного дата-журналистского материала» нет определённого неизменного рецепта, и особенность ЖД – в способности каждый раз удивлять читателя.

По итогам анализа британских газет, журналов и интернет-изданий на предмет освещения термина были найдены 43 публикации, в которых упоминается ЖД. Публикации, посвящённые непосредственно ЖД как феномену, распределены

²³ Rogers S. Data journalism at the Guardian: what is it and how do we do it? // The Guardian. – 2011. – July 28. URL: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jul/28/data-journalism> (дата обращения: 01.09.2018).

²⁴ Rogers S. Anyone can do it. Data journalism is the new punk // The Guardian. – 2012. – May 24. URL: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2012/may/24/data-journalism-punk> (дата обращения: 01.09.2018).

²⁵ Rogers S. Open data journalism // The Guardian. – 2012. – September 20. URL: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2012/sep/20/open-data-journalism> (дата обращения: 01.09.2018).

²⁶ Там же.

²⁷ The BBC Academy Podcast. Data Journalism: More important than ever? // BBC News. – 2017. – July 20. URL: <https://www.bbc.co.uk/sounds/play/p0596j44> (дата обращения: 15.10.2018).

в британских СМИ довольно равномерно. Всего найдено 10 таких статей, среди которых на 2011, 2012 и 2014 года приходится по 2 статьи. За 2014 и 2018 г. не было найдено ни одной публикации, в которой ЖД выступала бы в качестве основной темы. Британские СМИ, как и СМИ США, в основном пишут о ЖД в контексте громкого дата-журналистского проекта, самыми обсуждаемыми из которых являются «IndiaSpend» и «Panama Papers» (как в американских СМИ), а также проект «Detail Project» и инициативы «BBC» в области дата-журналистики. Тема данных была затронута лишь в одной статье, а две публикации посвящены визуализации данных. Семь статей, в которых упоминается ЖД, посвящены разным темам, среди которых прогнозы «FiveThirtyEight», анонсы запуска новых колонок, новости и прочее. Среди британских СМИ, разместивших больше всего публикаций, посвящённых журналистике данных как основной теме, лидирует газета «The Guardian».

Число публикаций в соответствии с предметами обсуждения (инфоповодами) с 2010 по 2018 год во всех рассмотренных британских СМИ приведено в таблице 3.

Таблица 3

Поводы освещения понятия журналистика данных в британских СМИ

Предмет обсуждения	Годы									Итого
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
ЖД как основная тема статьи	1	2	2	1	-	2	1	1	-	10
Материал в области ЖД	-	-	1	-	1	3	8	6	1	20
«IndiaSpend»	-	-	-	-	-	-	1	2	-	
«Panama Papers»	-	-	-	-	-	-	4	-	-	
«Detail Project»	-	-	-	-	-	-	2	2	-	
«BBC»	-	-	-	-	-	2	1	1	1	
Прочее	-	-	1	-	1	1	-	1	-	

Визуализация данных	-	1	-	1	-	-	-	-	-	2
Данные и их доступность	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Представитель ЖД	-	-	-	-	-	-	2	1	-	3
Другое	-	-	1	1	2	1	2	-	-	7
Итого	2	3	4	3	3	6	13	8	1	43

Британские СМИ, сделавшие больше всего публикаций (выпусков), посвящённых журналистике данных как основной теме, приведены в таблице 4.

Таблица 4

Британские СМИ, в которых журналистика данных является основной темой статьи

№	Наименование СМИ	Количество публикаций
1	«The Guardian»	7
2	«The Irish Times»	1
3	«The Conversation»	1
4	«The Economist»	1
5	«BBC»	1

В «Выводах по второй главе» подводятся итоги проанализированного материала зарубежных СМИ. Столкнувшись с большим разнообразием мнений относительно понятия *журналистика данных* удалось заключить, что большинство журналистов признаёт важность и ценность использования технологий для производства контента и расширения компетенций, но мнения о границах этого расширения расходятся. Было встречено семь слов и словосочетаний (в том числе иронических), предложенных в качестве синонима: «цифровая журналистика», «эмпирическая журналистика», «журналистика, сконцентрированная на данных», «объяснительная журналистика», «журналистика ботаников», «фотожурналистика» и «журналистика открытых данных». Больше всего о ЖД

пишут газеты, в которых есть департаменты, создающие дата-журналистский материал: «The Guardian», «The Washington Post», а также журнал «Forbes». В остальных СМИ о ЖД упоминают в большей степени в связи с каким-либо важным событием, таким, например, как освещение дела «Панамские бумаги», выборы в США и неверные прогнозы «FiveThirtyEight», или дата-журналистский проект «IndiaSpend».

Активнее понятие освещается и критикуется в американских СМИ, нежели в британских. Журналисты делают акцент на разных характеристиках ЖД, что ясно отражает неустойчивое положение ЖД как научного понятия. Американские СМИ сходятся на том, что журналисты должны активнее брать на себя роль интерпретаторов данных; некоторые характеризуют ЖД как «способ борьбы с фейковыми новостями» и способ «повышения вовлечённости аудитории». Американские репортёры отмечают, что данные необходимо тщательно проверять на предмет достоверности, а также говорят о высокой значимости качественной визуализации, от которой подчас зависит то, насколько точно замысел журналиста был понят аудиторией. Отмечалось, что у ЖД нет чёткой целевой аудитории. Г. Сейтл из «Forbes» называет ЖД подрывной инновацией, пророча ей гибель в ближайшем будущем. Большинство британских СМИ сходятся на том, что дата-журналист не должен быть программистом, а должен лишь знать основы работы с данными; некоторые также отмечают, что ЖД ещё в поисках своей аудитории. Единого мнения насчёт того, какие данные стоят публикации и по какому критерию это определить, нет ни в научной литературе, ни в публикациях СМИ.

В третьей главе – **«Специфика освещения понятия журналистика данных в российских СМИ»** – рассматриваются некоторые отечественные дата-журналистские проекты, анализируются публикации в российских СМИ, так или иначе связанные с ЖД. Всего в выборку вошли 113 печатных и интернет-СМИ. При этом среди опубликованного ими материала обнаружилось лишь 28 публикаций, в которых упоминается понятие *журналистика данных* («дата-журналистика»). Источники анализировались в период с начала 2010 г. по конец 2018 г.

В параграфе 3.1. рассмотрены российские проекты в области ЖД, осмысляется статус журналистики данных в России как направления. Сделан вывод о том, что относительно небольшое число дата-журналистских проектов в России связано со сравнительно малым объёмом открытых данных и недостатком квалифицированных специалистов. Подробно рассматриваются самые громкие дата-журналистские проекты российских журналистов: «Карта ДТП в Новосибирске» (проект создан российской командой программистов и выиграл премию «Data Journalism Awards» в 2011 г.), «Кто владеет Тверской» (газета «Ведомости»), «Клановость: польза и преодоление» (журнал «Русский репортёр»), а также работы дата-журналиста А. Дорожного для газеты «Деловой Петербург». Анализ публикаций позволил сделать два вывода:

- 1) дата-журналистская «история» может быть посвящена *любой теме* (публикации А. Дорожного затрагивают темы бизнеса, выборов, погоды, такси, метро, образования, музыки и условий жизни);
- 2) источником «истории» могут быть *любые данные*, к которым журналист имеет доступ (авторы проанализированных материалов опирались на данные, найденные в совершенно разнообразных источниках, например: сайт ГИБДД Новосибирска, Росреестр, биографические сведения, база данных по многоквартирным домам, Росстат, «Википедия», сайт «Avito» и др.).

В параграфе 3.2. изучена специфика освещения понятия ЖД в российских *печатных СМИ*. Поочерёдно рассмотрены самые популярные ежедневные, еженедельные печатные газеты; газеты, выходящие раз в неделю и раз в месяц; а также журналы, выходящие один или два раза в неделю и один или два раза в месяц. Упоминания о ЖД были найдены в ежедневных печатных газетах «Metro Москва», «Московский комсомолец», «Российская газета», «Коммерсантъ», «РБК», «Ведомости», «Деловой Петербург»; в еженедельной газете «Аргументы и факты» и в журнале «Лиза».

Анализ показал, что в большинстве публикаций понятие *журналистика данных* приводится в связке с мероприятием: Московским фестивалем прессы,

Днём российской печати, олимпиадой, хакатоном «MosFinData» и несколькими профильными хакатонами по ЖД, прошедшими в России; форумами «Медиа будущего» и «Территория смыслов». Как правило, понятие *журналистика данных* используется в отношении семинара, проходящего в рамках мероприятия, и в отношении рода профессиональной деятельности участника или гостя мероприятия. Газеты «РБК» и «Аргументы и факты» в публикациях от июня 2013 г. упоминают одно и то же мероприятие: форум «Медиа будущего», который посетили редактор отдела ЖД «ВВС» Б. Харрел и консультант по ЖД немецкой телекомпании «Deutsche Welle» М. Лоренц. Газета «Московский комсомолец» и журнал «Лиза» также пишут про одно мероприятие в своих публикациях от августа 2018 г.: 16-й Московский фестиваль прессы. Ни одна из найденных публикаций не помогает установить мнение её автора относительно термина, кроме статьи в «Московском комсомольце» от января 2018, в которой автор негативно отзывается о цифровой журналистике и увеличении объёмов информации, что, по его мнению, превращает журналистику в набор инфо-поводов²⁸. Раскрывая понятие «цифровая журналистика», автор упоминает про ЖД, блогеров и данные, не приводя, тем не менее, конкретных определений. Упоминаний о ЖД в публикациях российских печатных СМИ сравнительно немного, а материалов, в которых феномен выступал бы центральной темой или был вынесен в заголовок, нет вовсе.

В параграфе 3.3 проанализирована специфика освещения понятия ЖД в российских *интернет-СМИ*. В выборку попали 50 самых популярных интернет-СМИ России по версии «MediaMetrics» на октябрь 2018 г. Публикации, касавшиеся журналистики данных, были найдены на сайте Центра стратегических разработок (являющегося частью информационного агентства «РИА»), «Lenta.ru», «Znak.com», «Новая Газета», «Башинфорум», «Газета.Ру» и «Медуза».

Анализ источников показал, за всё время существования понятия *журналистика данных* в рассмотренных российских интернет-СМИ не встретилось публикации, освещающей это направление и заявляющее его в

²⁸ Редакция «МК Черноземье». День российской печали? // Московский комсомолец. – 16 января 2018. URL: <https://chr.mk.ru/articles/2018/01/16/den-rossiyskoj-pechali.html> (дата обращения: 20.09.2018).

качестве основной темы статьи. Непосредственно ЖД посвящена публикация на сайте ЦСМИ, принадлежащего «РИА Новости», но платформу нельзя отнести к СМИ²⁹. Также относительно подробно термин описывается Интернет-изданием «Lenta.ru» в публикации от сентября 2013 г., однако она посвящена главным образом А.А. Навальному, которого издание называет первым дата-журналистом в России³⁰.

Больше всего публикаций создано в 2018 г., причём шесть из них упоминают о термине в связи с освещением стороннего мероприятия: «Фестиваль прессы», День печати, связанные с медиа форумы. На этих мероприятиях либо присутствовал представитель СМИ или медиа-индустрии, связанный с ЖД и упомянутый СМИ, либо организованы семинары и выступления, посвящённые ЖД. В период с 2010 по 2012 г. ни в одном из 113 СМИ не встретилось упоминания термина. Два СМИ написали три статьи о первом хакатоне по ЖД в 2016 году, а «Новая газета» самостоятельно организовала ещё один хакатон в 2018. Публикации в них дают понять, что материал ЖД создаётся на основе анализа открытых данных, причём он может быть представлен как в виде инфографики, так в виде текста и даже фильма.

Проанализированные публикации в соответствии с предметами обсуждения (инфоповодами) с 2010 по 2018 год во всех рассмотренных российских СМИ приведены в таблице 5.

Таблица 5

Поводы освещения понятия *журналистика данных* в российских СМИ

Предмет обсуждени я	Годы									Итог
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
ЖД как основная	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1

²⁹ Ларот Т.А. Журналистика данных: как заставить цифры говорить // ЦСМИ. – 13 марта 2013. URL: <https://research.ria.ru/content/20130313/918544264.html> (дата обращения: 12.12.2017).

³⁰ Сурганова Е. Весь ушел на фронт. Где начинается война и кончается журналистика // Lenta.ru. – 14 сентября 2013. URL: <https://lenta.ru/columns/2013/09/14/justwar/> (дата обращения: 15.09.2018).

тема статьи										
Мероприятие	-	-	-	2	1	-	1	1	6	11
Мероприятие по ЖД	-	-	-	-	-	-	3	-	1	4
Российское СМИ/компания (его представитель)	-	-	-	1	-	-	-	1	2	4
Зарубежное СМИ/компания (его представитель)	-	-	-	2	-	1	1	1	-	5
Проект в области ЖД	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Другое	-	-	-	-	-	-	1	1	1	3
Итого	-	-	-	6	1	1	6	5	10	29

В «Выводах по третьей главе» подводятся итоги проведённого исследования российских печатных и интернет-СМИ. Несмотря на сравнительно низкую популярность ЖД в России, отечественные проекты в этой области существуют (среди них есть даже проект, отмеченный призом конкурса «Data Journalism Awards» – «Карта ДТП в Новосибирске»). В России нет СМИ, которые могли бы заявить дата-журналистику в качестве своего профильного контента. Среди всех проанализированных 113 СМИ была найдена лишь одна публикация, заявляющая ЖД как заглавную тему (сайт ЦСМИ, принадлежащий «РИА»). В приведённых авторами определениях делается акцент на разных характеристиках ЖД. Также не наблюдается согласованности относительно формата контента журналистики данных. Российские СМИ сходятся на том, что он создаётся

благодаря анализу открытых данных, который производится на компьютере. Однако результат, по их мнению, может быть представлен как в виде интерактивной инфографики, так и в виде текста – как, например, можно заключить из публикаций в «Новой Газете».

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования и намечаются перспективы дальнейшей разработки его положений. В результате проведенного исследования и выполнения поставленных задач была достигнута цель исследования – обобщены материалы СМИ США, Великобритании и России, посвященные журналистике данных, и выявлены основополагающие характеристики этого феномена.

Основные выводы исследования:

1. Несмотря на то что понятие *журналистика данных* появилось в 2010 году, материал подобного формата можно найти уже в прессе XIX века. Это означает, что методы, которые используются в создании дата-журналистского материала, не новы. Новыми можно назвать способы представления контента, а именно – применение компьютерных технологий для визуализации данных. На формирование понятия, повлекшее за собой появление термина, повлияло увеличение объема открытых данных, которое продолжается в настоящее время, прежде всего в странах Западной Европы и в США.

2. Общепринятой дефиниции понятия *журналистика данных* сегодня не существует. Среди характеристик, присущих феномену, можно выделить следующие:

1) Для извлечения данных из найденных журналистом источников, а также для их сортировки и обработки используется программное обеспечение и иногда – язык программирования. Самой распространённой программой для обработки данных является «Microsoft Excel».

2) Обработанные данные трансформируют в итоговый журналистский материал путём создания основанных на них визуализаций: интерактивной и статичной инфографики, трёхмерных диаграмм, графиков и таблиц. Журналисты

создают их при помощи специализированных программ, самой распространённой из которых является «Tableau Public».

3) Акцент в дата-журналистском материале делается на данных и фактах, а не на мнении автора материала. ЖД стремится к максимальной объективности и достоверности и часто заявляет о себе как о способе борьбы с фейковыми новостями.

4) Дата-журналистский материал часто носит характер журналистского расследования и освещает социально значимые и острые проблемы, а также раскрывает ранее неизвестные факты и закономерности.

5) В ряде случаев дата-журналистская публикация характеризуется интерактивностью: читателю предоставляется возможность управлять материалом, если он размещён в Интернете. «Кликаемая» на те или иные показатели инфографики, реципиент начинает видеть другие связанные с ними данные.

6) В последние годы дата-журналисты дают аудитории возможность участвовать в создании материала, позволяя ей присылать им свои данные на почту или в социальные сети, а также участвовать в редактировании материала (в «The Guardian» это называют «открытой журналистикой»).

7) Как правило, дата-журналистский материал представлен в виде инфографики и текста, который помогает аудитории понять её, а иногда и служит дополнительным инструментом так называемой «истории». Тем не менее, единого мнения насчёт формата контента нет. Например, С. Роджерс считает, что итоговым материалом может быть и визуализация, и поясняющий текст, а главным критерием должно быть наличие прозрачных данных как основного источника.

Процесс создания дата-журналистского материала состоит из нескольких этапов:

- 1) Поиск данных.
- 2) Сбор (извлечение) данных.
- 3) Организация данных (смена формата, сортировка, извлечение нужных данных и удаление ненужных).
- 4) «Объяснение» (визуализация) данных.

5) Объединение данных (построение общих закономерностей на основе сделанных выводов).

Исходя из сказанного предлагается рабочее определение феномена.

Журналистика данных – это обобщённое понятие, указывающее на способ создания журналистского материала, при котором журналист находит, агрегирует и представляет аудитории открытые данные с целью выявить ранее неизвестные факты, закономерности и тенденции, которые он иллюстрирует с помощью приёмов визуализации и текстовых пояснений, сопровождая их (обычно) ссылками на первичный источник данных.

3. Среди американских СМИ о журналистике данных больше всего пишут «Forbes» и «Business Insider», среди британских – «The Guardian». Больше всего публикаций о ЖД как о центральной теме в американских СМИ приходится на 2014 и 2015 г., в британских же они распределены равномерно с 2010 по 2018 г. За 2018 год ни в американских, ни в британских СМИ не найдено ни одной публикации, которая бы освещала ЖД как основную тему. Большая часть СМИ упоминают о ЖД по случаю какого-либо значимого события («Панамские бумаги», выборы в США и неверные прогнозы «FiveThirtyEight», дата-журналистский проект «IndiaSpend»).

В числе позитивных характеристик ЖД авторами отмечаются сила фактов, которая может позволить бороться с домыслами; возможность повышать вовлечённость аудитории; способность заинтересовать молодую аудиторию важными темами, к которым она обычно не проявляет интереса.

В ряду негативных характеристик ЖД отмечается то, что в некоторых случаях данные невозможно проверить и они, таким образом, могут стать потенциальной дезинформацией; в других случаях они, даже являясь достоверными, могут исказить картину мира в сознании читателя, поскольку не коррелируют с демографическим или политическим контекстом (как, например, отмечает Г. Сейтл в статье для «Forbes», ссылаясь на аналитика «Vox», неверно

интерпретировавшего полученные им данные о кризисе в Украине в силу своего незнания специфики региона³¹).

Некоторые американские СМИ отмечают, что у дата-журналистского контента нет чёткой целевой аудитории. Большая часть СМИ сходится на том, что журналисты должны активнее брать на себя роль интерпретаторов данных. Публикаций о журналистике данных как таковой в зарубежных СМИ меньше, чем публикаций в виде дата-журналистского материала.

4. Российские средства массовой информации обычно освещают понятие *журналистика данных* в случае, если публикация посвящена тематическому мероприятию – форуму, фестивалю прессы, Дню печати, на котором присутствуют профессионалы, работающие в рассматриваемом формате. В СМИ освещаются также профильные хакатоны (соревнования программистов) по журналистике данных. О дата-журналистике чаще всего говорится обобщенно, без подробностей. Читателю сообщается, что дата-журналистский материал производится благодаря анализу открытых данных с помощью компьютера и может быть представлен как в формате интерактивной и статичной инфографики, так и в формате текста и видео.

5. Несмотря на то что ЖД близка к информационным жанрам и отвечает предъявляемым к ним требованиям, называть её жанром представляется неуместным. Основываясь на результатах исследования, мы склонны считать, что в настоящий момент журналистика данных выделяется работниками СМИ и учётными в особое направление только по двум причинам – в связи с ростом объёма открытых данных и появлением новых программ для их визуализации.

Как справедливо отмечают некоторые журналисты, примеры того, что сейчас называют журналистикой данных, можно найти задолго до появления самого термина. В этом вопросе мнение автора исследования совпадает с оным Г. Сейтла из «Forbes»; представляется, что хотя в будущем объем открытых данных будет увеличиваться а инструменты визуализации – развиваться, это, в итоге, не только

³¹ Satell G. This Is Why Data Journalism Is Failing // Forbes. – 2014. – June 1. URL: <https://www.forbes.com/sites/gregsatell/2014/06/01/this-is-why-data-journalism-is-failing/#2fc62c26313c> (дата обращения: 03.10.2018).

не укрепит ЖД как отдельное направление, а, напротив, будет способствовать её исчезновению как отдельного направления.

Цитируя Х. Бенгтссон, можно сказать, что ЖД – это просто журналистика, использующая в арсенале приёмов передовые (на данный момент) технологии. С течением времени и по мере развития технологий медиакомпетенции журналистов будут также расширяться, и приёмы и методы, ныне известные только дата-журналистам, станут доступны и обычным журналистам. Поэтому феномен ЖД определяется инструментарием, а не методологией. Приёмы ЖД в будущем сможет использовать любой журналист, для того чтобы в наглядной форме информировать читателя о фактах. Стоит, однако, отметить, что на вооружение эти инструменты возьмут журналисты, которые работают в информационных и аналитических жанрах. Приёмы неактуальны (хотя и применимы) для художественно-публицистических жанров.

Перспективы дальнейшего исследования феномена *журналистика данных* и его освещения в средствах массовой информации связаны с расширением круга источников, в частности – привлечением радио- и телевизионных материалов, а также изучением публикаций на других языках.

АПРОБАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основные положения диссертации представлены в трех научных статьях, опубликованных в журналах, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК.

Список работ в рецензируемых научных изданиях, опубликованных по теме диссертации:

1. *Лисицин М.Е.* Понятие “Журналистика данных” в современных научных публикациях [Текст] / М.Е. Лисицин // Коммуникативные исследования. – 2018. – № 3 (17). – С. 144-154.

2. *Лисицин М.Е.* Проекты в области журналистики данных в российских

СМИ (на материале газеты «Деловой Петербург») [Текст] / М.Е. Лисицин // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 4 (30). – С. 128-136.

3. *Лисицин М.Е.* Феномен журналистики данных в зарубежных СМИ (на материале призёров конкурса «Data Journalism Awards» [Электронный ресурс] / М.Е. Лисицин // Litera. – 2019. – № 1. – С. 102-115. URL: http://e-notabene.ru/fil/article_29056.html

Прочие публикации:

4. *Лисицин М.Е.* Рецензия на книгу: Распопова С., Богдан Е. Фейковые новости: Информационная мистификация: учебное пособие. Москва: АспектПресс, 2018. 112 с. [Текст] / М.Е. Лисицин // Вестник РГГУ. Серия: «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2018. – №11 (44). – С. 151-153.