

УДК 316.77

DOI: 10.31857/S268667300009434-7

«Журналистика данных» в медиасреде США: современное состояние

Д.В. Неренц

Институт массмедиа РГГУ.

Российская федерация, Москва 125047, Миусская пл., д. 6.

ORCID: 0000-0002-6370-0157

e-mail: ya.newlevel@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 10.02.2020.

Резюме: Роль «журналистики данных» (дата-журналистика) в США сегодня становится всё более важной. Этот тезис подтверждает ежегодно растущее количество учебных программ и тренингов по этому направлению в университетах, стабильно увеличивающееся количество резонансных масштабных проектов, возрастающая популярность журналистики данных у самих репортёров и читателей. Одна из причин её влияния – потребность аудитории в «помощнике», который смог бы интерпретировать большой объём информации, проанализировать его и представить в удобной для восприятия форме. Таким «помощником» в СМИ является дата-журналист, специалист, ориентированный на создание аналитического материала, основанного на отборе и систематизации «больших данных». Соответственно, к нему предъявляются повышенные требования, в которые входят навыки программирования, графического дизайна, умение работать в определённых компьютерных программах.

Статья посвящена исследованию современного состояния дата-журналистики, или «журналистики данных» как направления, анализу портрета современного дата-журналиста с подробным разбором необходимых навыков и умений для этой деятельности, обзору курсов по подготовке специалистов, характеристике медиаресурсов, публикующих на своих страницах дата-материалы, особенностям американских дата-проектов.

Ключевые слова: журналистика данных, СМИ, дата-журналист, дата-проект, редакция, визуализация, большие данные.

Для цитирования: Неренц Д.В. «Журналистика данных» в медиасреде США: современное состояние. *США & Канада: экономика, политика, культура*, 2020; 50(5):113-126. DOI: 10.31857/S268667300009434-7

Current State of Data Journalism in Media of USA

Darya V. Nerentz

Institute of Massmedia of Russian State University for the Humanities

G, Miusskay sq., 125049 Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-6370-0157 e-mail: ya.newlevel@yandex.ru

Received 10.02.2020.

Abstract: Nowadays the role of data journalism is becoming increasingly important in the USA. This thesis is confirmed by the growing number of educational programs and trainings at universities annually, the steadily increasing number of resonant data projects, and the growing popularity of data journalism among reporters and readers themselves. One of the reasons for

the increasing influence of data journalism is the audience's need for an "assistant" who could interpret a large amount of information, analyze it and present it in a convenient form for perception. Such "assistant" in the media is a data journalist who focused on the creation of analytical material based on the selection and systematization of Big Data. Accordingly, it is subject to increased requirements, which include programming skills, graphic design, the ability to work in certain computer programs.

The article is devoted to the study of the current state of data journalism, the analysis of the portrait of a modern data journalist with a detailed analysis of the necessary skills, a review of training courses for such specialists, the characteristics of media resources that publish data materials on their pages, and the characteristics of American data projects.

Keywords: data journalism, media, data journalist, data project, editorial staff, visualization, Big Data

For citation: Nerentz D.V. Current State of Data Journalism in Media of USA. *USA & Canada: economics, politics, culture*. 2020; 50(5):113-126. DOI: 10.31857/S268667300009434-7

ВВЕДЕНИЕ

«Журналистика данных» становится востребованным и привлекательным полем деятельности для современных журналистов [Нерентц Д.В. 2019]. Безусловно, сегодня журналист, умеющий отделить главное от второстепенного, суметь это главное проанализировать, доходчиво объяснить, облечь в визуально привлекательную форму и получить существенный отклик от своих читателей – это специалист, востребованный в любой редакции американских СМИ. И если еще 10 лет назад основными требованиями к профессиональному репортёру были написание текста для интернет-сайта, радио и телеканала, умение производить съёмку на различных устройствах и создавать монтаж, то теперь с увеличением потоков данных и новыми запросами аудитории, эти требования были расширены: важны умение работать с базами данных, писать простейшие коды для систематизации больших объёмов информации, работать с графическими редакторами для создания инфографики.

В ответ на эти требования ведущие американские школы журналистики и университеты стали открывать обучающие программы и курсы, которые предлагают студентам или практикующим журналистам улучшить свои навыки в области анализа «больших данных» (*Big Data*), компьютерного программирования, графического дизайна и др.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

Более 25 университетов США уже несколько лет предлагают курсы по «журналистике данных». В целом, в вузах есть минимум одна-две программы по этому направлению. В некоторых университетах предлагается даже большее количество программ, например, в Калифорнийском университете в Беркли предлагают сразу три. В специальном курсе «Полицейское беззаконие и средства массовой информации» профессор Билл Драммонд делает акцент на том, что 15-

летние необработанные данные об убийствах, полученные исключительно из полицейского управления Окленда, могут превратиться в богато текстурированный и визуально насыщенный веб-сайт. Цель данного курса заключается в том, чтобы с помощью анализа «больших данных» доказать и задокументировать факт волнообразного эффекта от смертей в результате убийств и последствия этого в жизни семей жертв, а также преступников и их семей. Этот проект является первым шагом к системной работе, и каждый год его можно модернизировать, дополнять и улучшать.

Вторая программа «Введение в визуализацию данных» Питера Олдхоса направлена на обучение поиску данных и рассказу историй с помощью визуализации. Студенты изучают основные принципы анализа данных и визуального представления своих текстов, типы диаграмм и принципы их использования, а также способы сбора, обработки и систематизации данных. В качестве практических занятий предполагается создание интерактивных и статических графиков и карт с помощью бесплатного программного обеспечения, обучение начальным этапам кодирования. Акцент делается на получении навыков, которые можно применять в практической деятельности.

Третий курс под руководством также Питера Олдхоса называется «Введение в журналистику данных». В течение четырёх недель студенты изучают принципы анализа данных, сбора и очистки данных, приобретают базовые навыки работы с электронными таблицами, составления карт и создания других форм визуализации. Акцент в этом курсе сделан на поиске и рассказе историй, основанных на «больших данных».

В Стэнфордском университете предлагают четыре программы. Три из четырёх курсов читает Дэн Нгуен. Первый – «Отдел по связям с общественностью и данными» посвящён критическому осмыслению полученной информации. Автор курса указывает, что «для понимания деятельности нашего правительства, в том числе власти, которой оно наделяет некоторые институты, мы должны понимать данные, побочный продукт этой деятельности и, зачастую, его источник. Мы рассматриваем данные как средство понять принцип работы власти и, при необходимости, высказать критику относительно «решений, основанных на данных», в государственных делах. Наше внимание сосредоточено на статистических методах, а не на технологиях и математических решениях. В основе нашей работы лежит в конечном счёте то же самое ядро традиционной отчётности: инициатива, чтобы задавать вопросы, независимое исследование фактов и желание информировать общественность» [1].

Второй курс – «Вычислительные методы в публичной сфере» посвящён исследованию того, почему некоторые социальные проблемы можно описать с помощью вычислительных операций, а другие – нет. Данное исследование проводится в контексте работы медийной редакции и её широкого спектра информационных задач: поиска информации, исследования, сбора данных, очистки данных, статистического анализа, проверки фактов, создания информационного дизайна, публикации материала. В основе курса – занятия по программиро-

ванию, поскольку работа с данными предполагает умение написания простейших кодов.

Третий курс называется «Вычислительная журналистика». Основное внимание уделяется использованию данных и алгоритмов для снижения временных и финансовых затрат на поиск тем или создание повествования в увлекательном, индивидуальном стиле. Студентам предлагается выполнить проектные задания, основанные на действительно существующих актуальных проблемах, стоящих перед редакциями СМИ. Этот курс отличается рядом требований: в частности, необходим опыт работы в журналистике и предварительное согласие руководителя курса.

Четвёртый курс «Данные = Истории» читает Шерил Филипс. Данная дисциплина ориентирована на магистров, имеющих желание получить более углубленные знания в области «журналистики данных» в Стэнфордском университете. На занятиях магистранты смогут углубиться в принципы извлечения данных для своих историй, попрактиковаться в составлении отчётов, написании и визуализации своих материалов. Обучающиеся будут публиковать свои работы на новостном сайте «Пенинсула пресс», «Алгоритмы».

В Колумбийском университете предлагают спецкурсы: «Основы вычислительной журналистики», «Данные и базы данных», «Анализ социальных сетей», «Программа по информационно-вычислительной журналистике». Курсы читают практикующие дата-журналисты, профессора университета, медиаисследователи.

Важно отметить, что помимо университетских курсов для практикующих журналистов в США обучающие программы предлагают профильные журналистские организации. Одна из них – Национальный институт компьютерной отчётности, подразделение «Репортёры и редакторы, занимающиеся расследованиями», основанное в 1989 г. и поддержанное Миссурийской школой журналистики. Институт разделяет миссию «репортёров» по развитию журналистики, особенно в отношении «журналистики данных». На официальном сайте программы указано, что уже в течение 30 лет институт делает важные государственные наборы данных доступными для журналистов, выполняет индивидуальные заказы по анализу «больших данных» для крупных и небольших редакций СМИ, проводит ежегодные конференции, которые способствуют удержанию и расширению активного сообщества журналистов. Ещё один аспект деятельности – регулярные тренинги для журналистов по всей стране и за рубежом, которые включают в себя обучение по сбору, очистке и анализу данных, предоставлению необходимых ресурсов для эффективного и ответственного использования данных, обучение студентов Миссурийской школы журналистики обрабатывать данные и делать анализ [2].

Ежегодно институт проводит учебный лагерь по «журналистике данных» для студентов и журналистов-практиков [3]. В лагере участники неделю посещают лекционные занятия, мастер-классы и вторую половину дня выполняют практические задания под руководством кураторов. В 2020 г. проходит три таких лагеря: в январе, марте и августе. В программе есть также трёхдневный се-

минар по визуализации дата-проектов. На семинаре участники узнают, как находить скрытые сведения в базах данных и визуализировать их с помощью программы *Tableau*. Тренеры демонстрируют, как создавать интересные и необычные диаграммы и карты, а затем включать в них интерактивные элементы. Семинары нацелены на обучение практикам в области создания визуализации и создание интерактивных элементов, которые позволят персонализировать контент.

В качестве требований к участникам указано, что они должны иметь опыт работы с данными в электронных таблицах, базах данных и знать языки программирования. При этом опыта кодирования не требуется. Основная программа для создания визуализации – *Tableau*.

Помимо специализированных программ и семинаров сотрудники института и подразделение «Репортёры» указывают также на возможность онлайн-консультаций, ответов на вопросы по работе дата-журналиста и в принципе возможности общения вне учебных аудиторий.

Ещё один вариант обучения это хакатоны (англ. *hackathon*, от *hacker* – хакер и *marathon* — марафон), представляющие собой возможность в течение нескольких часов создать медийный проект или рабочий прототип программного обеспечения для решения какой-либо проблемы. Журналисты, дизайнеры, разработчики, объединяясь в одну команду, используют свои знания и практические навыки для создания уникального продукта. Взаимное общение и передача опыта участников позволила СМИ понять принципы работы и начать организовывать собственные базы данных для удобства журналистов и читателей. Хакатоны проводили журналисты из Нидерландов, Аргентины, Финляндии. Главной идеей мероприятия стал тезис о том, что разработчики, которые знают, где искать информацию, не могут придать ей социальной значимости. Журналисты, в свою очередь, зная о возможностях «журналистики данных», не могут представить их в привлекательной форме и не знают, как эти данные обнаружить.

Пик проведения подобных мероприятий в США пришёлся на 2015 год, когда сразу несколько крупнейших университетов и редакций СМИ стали объявлять набор на участие в хакатонах. Например, в ноябре 2015 г. на базе Колумбийского университета в Нью-Йорке прошёл хакатон «Данные + журналистика». Студенты, заинтересованные в работе с данными, объединялись в команды по четыре человека и демонстрировали свою лучшую визуализацию информации. В том же году Остинская школа журналистики на базе Техасского университета организовала восьмичасовой хакатон, где могли участвовать практикующие журналисты и студенты для обмена опытом и получения информации от дизайнеров и разработчиков по визуальным инструментам и оформлению своих данных.

В июле 2015 г. в Вашингтоне при участии газеты «Вашингтон пост» был организован масштабный хакатон, в котором приняли участие журналисты, редакторы, владельцы средств массовой информации, разработчики, исследователи данных и креативные технологи с целью создания новых продуктов и инструментов для использования данных в ньюсрумах.

Проведение хакатонов в США на базе университетов и журналистских центров уже стало традицией. Многие из них проходят ежегодно. Например, хакатон на базе Колумбийского университета проводится уже пять лет подряд. Многие не привязаны к «журналистике данных», однако весьма востребованы у дата-журналистов. К таким относятся хакатоны по программированию, по работе в графических редакторах, тематические хакатоны (о данных в сфере здравоохранения, образования, транспорта и т.д.)

В целом, если обобщить сведения об обучающих программах, то можно выделить основные умения, которые востребованы у дата-журналистов. Журналисты и студенты получают навыки поиска и обработки «больших данных», навыки работы с базами данных, систематизации и анализа полученных сведений, навыки написания простейших кодов на специальных языках программирования для упрощения работы с «большими данными». Отдельные курсы и тренинги посвящены визуализации дата-материалов, созданию привлекательных интерактивных графиков и диаграмм, картированию, созданию таблиц и других графических элементов.

ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ДАТА-ЖУРНАЛИСТА

Обучающие тренинги и семинары позволяют журналистам приобретать способности, необходимые при работе с «большими данными», что является первостепенной задачей для этого направления. Ведь дата-журналист сегодня – это специалист весьма широкого профиля, в идеале обладающий профессиональными компетенциями журналиста, программиста и графического редактора. Однако при необходимости он обращается за помощью к специалисту из ИТ-сектора или эксперту по проблеме, поскольку его квалификации может оказаться недостаточно.

Американские медиаспециалисты К. Финк и К. Андерсон провели важное исследование, посвящённое развитию «журналистики данных» в США. Результаты работы они представили в статье «Журналистика данных в Соединённых Штатах: помимо “обычных подозреваемых”» [4]. В основу исследования был положен метод глубинных интервью с журналистами из крупных, средних и небольших редакций американских СМИ (газет, интернет-порталов), всего, по словам авторов, было проведено 23 беседы.

В результате исследования были сделаны важные выводы относительно знаний, умений и компетенций современных дата-журналистов в Соединённых Штатах. Безусловно, в зависимости от географического положения, места расположения редакции и возможностей СМИ опрошенные журналисты сильно отличались по своим возможностям и образованию.

Многие указывают, что, хотя бы раз посещали тренинги в «Репортёрах и редакторах» Национального института компьютерной отчётности, которые помогли им в области обработки и систематизации данных, а также в области визуального оформления материалов. Причём обучающие программы посещали разные: кто-то занимался на базе Школы журналистики Миссури, кто-то посе-

щал семинары «Репортёров», некоторые проходили специальные учебные курсы института.

Важно отметить, что многие начинали работу в качестве политических или деловых журналистов, работающих в новостных или аналитических отделах. На каком-то этапе, столкнувшись с необходимостью анализа «больших данных» для конкретных историй, репортёры стали более углублённо заниматься этим направлением. Ещё один вариант «превращения» в дата-журналиста – аналитики, учёные, имеющие научные степени в области политологии, социологии, экономики, которые попали на работу в СМИ. В среде дата-журналистов сегодня также встречаются специалисты в области дизайна, программирования, информатики. Согласно исследованию такой должности, как дата-журналист, в американских СМИ по большей части нет. Подобные работники редакции указаны в официальных документах как «редактор по базам данных», «интерактивный редактор новостей», «редактор по дизайну инфографики» и «специалист по компьютерной отчётности». У других журналистов вовсе не было «специальных» должностей. Один был правительственным репортёром, другой – помощником редактора [4].

В большинстве случаев навыки дата-журналиста играют решающую роль в возможности создания дата-материала в принципе. Крупные редакции СМИ имеют в штате графических дизайнеров, ИТ-специалистов и программистов, способных в любой момент подключиться к работе и выполнить задачи, которые не сможет выполнить журналист. В средних и небольших редакциях, особенно городского или окружного масштаба, зачастую нет возможности держать подобных специалистов, поэтому, если журналист хочет создать дата-материал, ему необходимо самостоятельно выполнить всю работу с данными и сделать визуализацию. В силу различных причин иногда журналисты вынуждены отказаться от инфографики, тем более интерактивной, и опубликовать материал исключительно в текстовом варианте с несколькими фото и/или видео. Однако, как правило, подобный вариант недостаточно востребован у аудитории, что не позволяет привлечь к нему должного внимания, даже если в центре повествования актуальная социальная проблема.

Однако если создание инфографики или умение сделать интерактивную карту не является первостепенным условием, то навыки работы с базами данных, «большими данными» необходимы. В качестве положительных сторон сразу хотелось бы отметить немалое количество открытых данных, которые могут стать основой многих тысяч журналистских историй, если будут верно истолкованы и проанализированы. В настоящее время есть большое количество государственных баз данных, начиная от статистики преступности каждого штата, города и даже некоторых районов крупных городов и заканчивая базой о доходах госдеятелей. В целом, сейчас данные можно найти практически обо всех сферах жизнедеятельности. Однако работа с базами данных имеет ряд нюансов, которые могут значительно усложнить работу, а в некоторых случаях даже заставить прекратить поиск данных. В качестве таких проблем можно выделить незнание основ программирования для правильной расшифровки архивных

файлов, расширение которых не всегда соответствует традиционным *.pdf* или *.xls*, большое количество отсутствующих файлов в базах данных, невозможность сохранить базы данных на жёстком диске, необработанные данные, которые необходимо приводить в единую систему вручную, ошибки в данных, о которых журналисты не всегда знают. В связи с этим, опыт работы в таких программах, как «Эксель», «Гугл докс», «Аксесс», а также знание основ программирования (умение писать простейшие коды) являются крайне важными для успешной деятельности в области дата-журналистики.

Безусловно, помимо внутренних факторов, таких как знания и навыки дата-журналиста, есть и внешние факторы, затрудняющие подобную деятельность. Они включают в себя нехватку времени, отсутствие технологических инструментов, нехватку рабочей силы и юридических ресурсов.

Согласно исследованию К. Финка и К. Андерсона, дата-журналисты отдают предпочтение темам, которые можно осветить с помощью общедоступных, достоверных, проверенных данных, практически не требующих очистки и форматирования. Самые популярные наборы данных относятся к показателям переписи населения, образованию (результаты тестов, оценки учителей и школьные бюджеты), данным о безработице и финансировании избирательных кампаний, а также данным по здравоохранению, таким как рейтинги больниц, базы данных о зарплатах правительства. Важно отметить, что дата-журналисты средних и небольших редакций упоминали также наборы данных, связанные с показателями преступности [4].

Практика показывает, что государственные данные являются самыми приемлемыми для журналистов, поскольку в большинстве случаев не требуют очистки, которая нередко отнимает больше времени, чем сам анализ. Частные данные попадают под законодательство о публичных записях, согласно которому для их использования необходимо разрешение владельца, иногда за них требуют плату (порой довольно высокую). Частные наборы данных зачастую не выглядят достоверными, требуют дополнительных проверок. С этой точки зрения правительственным ресурсам дата-журналисты доверяют значительно больше.

Недостаток инструментария – еще один внешний фактор, затрудняющий работу. В крупных редакциях есть специальные разработчики, которые используют «Питон», «Руби он рейлс», «ДжаваСкрипт», *HTML* для адаптации программного обеспечения к индивидуальным проектам. В небольших редакциях журналисты используют стандартный набор программ для работы (*MySQL*, «Аксесс», «Эксель», «Гугл докс», «Гугл мэпс»), который не всегда позволяет осуществить задуманный план по визуализации текстовой информации и не всегда может оперативно очистить данные. Многие программы, предоставляющие возможность сделать оригинальный проект, существуют только в платной версии, и не каждая редакция может себе это позволить.

Затрудняет создание дата-проектов и такой фактор, как недостаток рабочей силы. Экономическая ситуация не позволяет СМИ активно развиваться и выделять средства на создание масштабных оригинальных проектов. Такая ситуация

относится к средним и небольшим редакциям СМИ. В них же наблюдается нехватка квалифицированных журналистов, которые при первой возможности уходят в более крупные СМИ. Таким образом, создание действительно качественных дата-материалов – прерогатива крупных СМИ, за исключением нескольких редакций, ориентированных исключительно на дата-журналистику.

Важен также и такой фактор, как недостаток юридических ресурсов. Крупные редакции имеют адвокатов и юристов, которые информируют журналистов об их правах и могут помочь оформить документы, если организации отказываются предоставить данные, которые по закону должны быть публичными. В средних и небольших редакциях такой возможности нет, поэтому журналисты вынуждены самостоятельно изучать законы и добиваться обнародования необходимых данных. При этом они, как правило, действуют самостоятельно, зная, что в случае неправомерных действий отвечать перед судом будут без поддержки со стороны редакции. Многие государственные учреждения не отказываются от сотрудничества с журналистами и предоставляют данные для создания проекта. Тем не менее, гораздо чаще встречаются примеры прямо противоположного отношения, когда чиновники затрудняют работу журналиста, присылая записи в бумажном варианте, в нечитаемом формате или вовсе поврежденные файлы, а также гораздо больше данных, чем необходимо, чтобы скрыть за обилием цифр важную информацию.

В качестве фактора, который можно обозначить как необходимость, выступает командный принцип работы. Всё чаще встречаются примеры подобной практики. Один из самых резонансных – международное расследование «Панамские архивы» (Международного консорциума журналистов-расследователей – ICIJ), где были описаны операции в офшорных холдингах 140 политиков и должностных лиц, в том числе 12 действующих и бывших президентов, монархов и премьер-министров. Это дело, безусловно, можно считать образцом современной дата-журналистики, учитывая количество участвовавших журналистов (370 журналистов из 67 стран) и объём проанализированной информации (2,6 терабайта).

Этот пример демонстрирует все открывшиеся перед журналистами возможности в век цифровых технологий и открытых данных. Однако при этом подтверждает тезис о том, что ни один журналист не в силах обработать весь массив «больших данных» самостоятельно, что приводит его к необходимости искать коллег и создавать команду, совместно работающую над дата-проектом. Выигравший в 2014 г. премию «Дата джорнализм эвордс» в номинации «Дата-расследование» проект издания «Вашингтон пост» «Дома для аренды» делало более пяти человек [5]. Проект «Годы Блумберга: изменения Нью-Йорка», тоже выигравший эту премию в 2014 г. в номинации «Лучшая визуализация года», создавали восемь специалистов редакции «Нью-Йорк таймс» [6]. Если говорить о менее крупных редакциях, то над дата-проектами в некоммерческом центре «ПроПаблика», например, как правило, работает два – четыре человека.

Можно заключить, что в крупных редакциях присутствует разделение труда (графические дизайнеры, программисты, журналисты, фотографы и др.). В не-

больших СМИ журналисты делают проекты в паре или в одиночку, приобретая навыки работы с данными по мере необходимости или по собственной инициативе. Очевидно, что «журналистикой данных» сегодня в США всё же занимаются в основном представители крупных СМИ, у которых есть большие возможности в техническом и профессиональном плане.

ОСОБЕННОСТИ ДАТА-ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

С 2012 г. «Глобальной сетью редакторов» была организована Международная премия «Дата джорнализм эвордс», в которой присутствует ряд номинаций, начиная от «Лучшей визуализации года» и заканчивая «Лучшим молодым дата-журналистом». Эта премия – показатель активного развития направления дата-журналистики, о чём свидетельствует ежегодный рост количества заявок, которые присылают журналисты со всего мира.

Если проанализировать шорт-лист этой премии с момента существования до 2019 г., то можно увидеть, насколько активно участвуют в ней СМИ США. За время существования премии в шорт-лист попали более 200 проектов из американских СМИ, что занимает больше трети общего числа номинантов. Важно отметить, что если в 2012–2013 гг. отмеченные наградой проекты принадлежали, как правило, крупным редакциям «Чикаго трибьюн», «Нью-Йорк таймс», «Вашингтон пост», то с 2014 г. можно наблюдать проекты, созданные небольшими редакциями, ориентированными на проведение расследований и дата-журналистику *FiveThirtyEight.com*, «ПроПаблика», «Мама Джонс», «Проект Маршалла».

Анализируя тематические особенности американских дата-проектов, попавших в шорт-лист престижной награды, можно отметить, что преобладают экономическая и социальная тематики. Экономическая включает в себя материалы, посвящённые уровню зарплат населения, торговым операциям, банковским сделкам, деятельности миллиардеров, проблемам глобальной торговли, однако большинство материалов были посвящены анализу бюджета государственных учреждений. К социальной тематике относится довольно большой пласт, отражающий проблемы американцев сегодня: уровень образования и рейтинги школ, проблемы рождаемости и смертности (в том числе мигрантов), условия жизни (как непосредственно домов и квартир, так и местности в целом), права сексуальных меньшинств, проблемы здравоохранения (некачественные лекарства, неквалифицированная помощь, отказ в оказании медицинской помощи и др.)

Следующей по популярности темой можно выделить криминальные и преступные действия. Так, много материалов посвящены коррупции, незаконной деятельности государственных служащих (особенно в номинации «Лучшее дата-расследование»), уровню преступности в конкретных штатах и стране в целом, проблемам огнестрельного оружия в США, терроризму, незаконной деятельности благотворительных организаций и др.

Следующая тема относится к политической сфере. Журналисты делали акцент на недостатках в законодательстве (особенно касающихся защиты детей), а также в политике властей, связанной с мигрантами, в том числе нелегальными, анализировали работы партий и президента, наибольшее внимание на политический сектор было обращено во время выборов (от президентских до губернаторских).

На последнем месте можно объединить развлекательные, спортивные, просветительские дата-проекты. Они практически не были представлены, однако можно отметить проект «Рифмы позади Гамильтона» издания «Уолл-стрит джорнал» [7]. Цель авторов – проанализировать текст и структуру композиций в известном бродвейском мюзикле «Гамильтон». В данном материале проанализированы четверостишия из нескольких песен, результат представлен в виде текста с инфографикой. Этот проект можно отнести к категории развлекательно-просветительской, поскольку помимо самого анализа мюзикла, читатель может вспомнить или узнать виды рифм и алгоритмы, по которым создаётся музыкальное произведение. Ещё один проект тоже можно отнести к категории развлекательно-просветительских. «Годы Блумберга: изменения Нью-Йорка» [6] (проект издания «Нью-Йорк таймс») – это визуальная демонстрация архитектурных изменений Нью-Йорка за 12 лет, во время которых мэром города был Майкл Блумберг. В основе – масштабная 3D-карта города. Или ещё проект «Нью-Йорк таймс» – «В первом ряду на Неделе моды» [8]. Авторы собрали все фотографии с мероприятия и создали фотогалерею коллекции каждого модельера, представленного на «Неделе моды». Сразу под фотоизображениями моделей представлена цветовая палитра, которая соответствовала каждой коллекции. Дата-проект относится исключительно к развлекательному, не преследует иных целей, кроме стремления заинтересовать женскую аудиторию, увлечённую модной индустрией.

Что касается инструментария, которые использовали авторы успешных дата-проектов, можно отметить большое единообразие программ по очистке данных и создания визуализаций. Так, для написания кодов дата-журналисты используют R, «Питон», D3, «Гугл мэпс/Ерф Ай-пи-ай», для визуализаций – «Табло», «Карто», «Инфогра.ам», для систематизации данных – SQL, «Гугл спидшитс», «ОпенРефайн», для создания дата-приложений журналисты чаще всего обращаются к «ЯваСкрипт», HTML, CSS.

Важно отметить также возрастающую роль небольших редакций, которые специализируются на «журналистике данных». Среди них уже ранее упомянутые «Проект Маршалла», «Мама Джонс», «ПроПаблика», *FiveThirtyEight.com*. Интересно, что первые три из указанных интернет-изданий специализируются на журналистских расследованиях, однако нередко выпускают дата-проекты другого характера. Интересна история «ПроПаблики», создание которой было объявлено в октябре 2007 г. Сам офис открылся в январе 2008 г., а первые расследования были опубликованы в июне 2008 г. «ПроПаблика» является независимой, некоммерческой нью-йоркской редакцией, которая производит журналистские расследования в интересах общества. «Наша работа сосредоточена исключи-

тельно на действительно важных историях с “моральной силой”. Мы делаем журналистику, проливающую свет на эксплуатацию слабого сильными и на неудачи власть имущих в оправдании доверия, оказанного им» [9]. При этом уже около шести лет назад исключительно расследовательская деятельность стала расширяться, и теперь в издании работает значительное количество журналистов, занимающихся проектами «журналистики данных». Более того, на сайте «ПроПаблики» есть собственные базы данных, которые были сделаны сотрудниками в рамках собственных исследований. Часть из них можно получить бесплатно, отправив заявку. Некоторые данные доступны только после оплаты, но они уже очищены и систематизированы.

Ещё один ресурс – сайт *FiveThirtyEight.com* [10] – с момента своего появления ориентирован на создание дата-историй. На сайте есть пять основных категорий: «Политика», «Спорт», «Наука и здравоохранение», «Экономика», «Культура». Создатель сайта – Нейт Сильвер, журналист «Эй-би-си» – создал ресурс в 2008 г. для сбора данных о выборах. Однако современную версию, которую можно наблюдать сейчас, сайт получил только в 2014 г. С тех пор ресурс неоднократно получал престижные премии, в том числе и «Дата джорнализм эвордс».

Современное состояние дата-журналистики в американской медиасреде демонстрирует, насколько активно развивается сегодня это направление. Безусловно, есть большое количество и внешних, и внутренних препятствий, стоящих перед журналистом. Несмотря на это, ежегодно значительное количество СМИ США выпускают резонансные масштабные дата-проекты, позволяющие аудитории сориентироваться в мире «больших данных», отделить главное от второстепенного, разобраться в сложной проблеме.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В США дата-журналистика является сегодня востребованным и важным направлением, цель которого – помочь аудитории понять значение «больших данных» относительно определённой проблемы или явления, увидеть реальное положение дел в какой-то области, узнать о недостатках государственной системы или коммерческих предприятий.

Дата-журналист – это специалист, от которого требуется умение работать с большим объёмом информации, иметь навыки программирования, графического дизайна, аналитической работы с полученными сведениями. Как правило, дата-материал может быть опубликован в формате инфографики или лонгрида, в зависимости от тематики и целевой установки автора. Примечательно, что тематическое поле «журналистики данных» с каждым годом расширяется: на современном этапе мы можем наблюдать не только политические, экономические или социальные проекты, но и проекты развлекательные, просветительские, на спортивную или историческую тематику и др.

Сложности, с которыми сталкиваются журналисты сегодня, довольно разнообразны и напрямую зависят от возможностей редакции. В крупных редакциях существуют дата-отделы, а если нет, то можно привлечь программистов, дизай-

неров и других специалистов, что упрощает работу журналиста с «большими данными» и переводит сразу на этап анализа данных. В средних и небольших редакциях журналисты вынуждены получать навыки программирования и создания графики самостоятельно, так же, как и юридические знания для возможности иметь необходимые сведения от различных компаний и учреждений.

Однако несмотря на трудности и препятствия, это направление привлекает всё больше журналистов, о чём свидетельствует и огромное количество спецкурсов и обучающих программ, которые в США предлагают все ведущие университеты и специальные журналистские организации. Следовательно, данное направление будет в ближайшее время активно развиваться.

ИСТОЧНИКИ

1. CAR and Data Syllabi // Investigative Journalism International Consortium. Available at: <https://ijec.org/car-and-data-syllabi/> (accessed: 16.01.2020)
2. About NICAR // Official Site of Investigative Reporters & Editors. Available at: <https://www.ire.org/nicar/about> (accessed: 02.02.2020)
3. Data Journalism Bootcamp // Official Site of Investigative Reporters & Editors. Available at: <https://www.ire.org/events-and-training/boot-camps/car> (accessed: 02.02.2020).
4. Fink, K and Anderson, C.W. (2015) Data Journalism in the United States. *Journalism Studies*, 16 (4). pp. 467-481. Available at: <http://eprints.whiterose.ac.uk/127476/14/DataJournalismDraft2-1-2-2-1.pdf> (accessed 30.01.2020). DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.939852>
5. Sallah M., Cenziper D., Rich S. Homes for the Taking. *The Washington Post*. Available at: https://www.washingtonpost.com/sf/investigative/collection/homes-for-the-taking/?utm_term=.2f0d6af308f0 (accessed 01.02.2020).
6. Fessenden F., Giratikanon T., Keller J., Tse A. and others. Reshaping New York. *The New York Times*. Available at: <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/08/18/reshaping-new-york/index.html> (accessed 28.01.2020).
7. Eastwood J., Hinton E. How does “Hamilton”, the nonstop, hip-hop Broadway sensation tap rap’s mas terrhymes to blur musical lines? Available at: <http://graphics.wsj.com/hamilton/> (accessed 13.01.2020).
8. Bostock M., Carter S., Hinton E., Horyn C., Wilson E. Front Row to Fashion Week. *The New York Times*. Available at: <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/09/13/fashion-week-editors-picks/index.html> (accessed 01.02.2020).
9. About us // Official Site of ProPublica. Available at: <http://www.propublica.org/about/> (accessed 21.01.2020).
10. Official Site of FiveThirtyEight. Available at: <https://fivethirtyeight.com> (accessed 03.02.2020).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Неренц Д.В. «Журналистика данных» в США. *США & Канада: экономика, политика, культура*. 2019. № 4. С. 75–91. DOI: 10.31857/S032120680004360-0

REFERENCES

Darya Nerentz. Data journalism as a New Trend of Journalism in the USA. *USA & Canada: economics, politics, culture*. 2019. No. 4. P. 75–91. DOI: 10.31857/S032120680004360-0

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ/ INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

НЕРЕНЦ Дарья Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики факультета журналистики Института массмедиа РГГУ.

Российская Федерация, Москва, 125047, Миусская пл., д. 6

NERENTZ Darya V., Cand. Sci. (Philology). Assistant Professor. Institute of Massmedia of Russian State University for the Humanities.

6 Miusskay sq., Moscow, 125047 Russian Federation.