

уместности в диалоге способствует предотвращению многих коммуникативных неудач, связанных с отказом от общения по причине неудачно выбранной темы разговора, с подменой основной темы и развитием посторонней темы, с нежеланием учесть социально-психологическую дистанцию между коммуникантами и условную табуированность некоторых тем в культуре адресата.

Библиографические ссылки

1. Fetzer A. Recontextualizing context: grammaticality meets appropriateness. Amsterdam : Benjamins, 2004. 267 p.
2. Макаров М. Л. Отражение межличностных отношений во взаимодействии коммуникативных стратегий в диалогическом дискурсе // Прагматика и логика дискурса : сб. науч. тр. Ижевск, 1991. С. 66–73.

«ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ» – ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩЕЕСЯ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИА

Е. Ф. Конев

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
egorkonev1970@gmail.com*

Проблемой «журналистики данных» является то, что научный статус данного явления до сих пор не определён. Между тем, в 10-х гг. XXI в. это направление стало одним из наиболее популярных и эффективных в практике авторитетных принт-медиа развитых стран. Хотя data-проекты создавались уже в конце XX в., термин «журналистика данных» оформился лишь в 2010 г., а популяризировал его конкурс «The Data Journalism Awards». Цель исследования – определить основные аспекты «журналистики данных» в контексте развития мирового информационного и коммуникационного пространства. Научная новизна заключается в выявлении ключевого различия между «журналистикой данных» и такими явлениями, как журналистское расследование и инфографика.

Ключевые слова: «журналистика данных»; data-проекты; визуализация информации; обработка массива данных; конкурс «The Data Journalism Awards»; журналистское расследование; инфографика.

DATA JOURNALISM IS A DYNAMICALLY DEVELOPING AREA OF MODERN FOREIGN MEDIA

E. F. Konev

Belarusian State University

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: E. F. Konev (egorkonev1970@gmail.com)

The problem of the «data journalism» is that the scientific status of this phenomenon has not yet been determined. Meanwhile, in the 10's. XXI century. This direction has become one of the most popular and effective in the practice of leading print media in developed countries. Although data projects were already being created at the end of the twentieth century, the term «data journalism» took shape only in 2010, and popularized its «The Data Journalism Awards» competition. The purpose of the study is to identify the main aspects of «data journalism» in the context of the development of the global information and communication space. The scientific novelty lies in identifying the key differences between «data journalism» and such phenomena as investigative journalism and infographics.

Keywords: data journalism; data-projects; information visualization; data message treatment; «The Data Journalism Awards» competition; journalistic investigation; infographics.

Бурное развитие информационных технологий в начале XXI в. привело к наращиванию в Сети больших объемов статистических и иных данных. Одновременно с большой скоростью возрастало количество информационных потоков и их источников, причем многие из них отнюдь не внушали доверия. Возросшее количество «фейков», а также частая публикация недостоверных и непроверенных фактов существенно поколебали доверие массовой аудитории к сообщениям традиционных информационных и аналитических жанров. Поскольку в информировании зачастую налицо очевидное «передергивание» фактов, а в комментировании нередко присутствует явная тенденциозность, все большим доверием у читателей стали пользоваться материалы, основанные на осмыслении статистики и больших массивов данных. «Это явление получило название “журналистика данных” (*data journalism* или *data driven journalism*)» [1]. Приверженность «журналистике данных» базировалась на убежденности многих читателей в том, что по своей сущности цифры, сводки и отчеты не дадут оснований для излишней тенденциозности в интерпретации. Если в XX в. аудитория зачастую страдала от недо-

статка информации, то уже в начале XXI в. – от ее переизбытка. Умение выявить и проанализировать самое сущностное на фоне «информационного шума» является одним из самых востребованных качеств в нашей профессии. «Журналистика данных» успешно осуществляла эту миссию в прошедшем десятилетии.

Уже к середине 10-х гг. XXI в. в американских, а затем и западноевропейских принт-медиа выработался главный принцип «журналистики данных». Его сущность заключается в том, что содержание материала обусловлено не новостным поводом или комментированием явления, а публикацией новой статистики, сводок, отчетов и иной справочной информации. Одним из наиболее ярких примеров *data*-проекта стал опубликованный в январе 2010 г. на страницах «Нью-Йорк Таймс» («The New York Times») интерактивный материал, который был создан на основе анализа статистики бросков популярных баскетбольных команд США. Он представлял самые результативные положения игроков на поле в виде тепловой карты. Другой любопытный пример «журналистики данных», когда цифры сами по себе «рассказывали» историю, датировался октябрём 2012 г. Сотрудники редакции «Нью-Йорк Таймс» в процессе освещения разрушительного урагана «Сэнди» смоделировали на сайте издания карту, на которой точками были отмечены этапы движения стихии из Южной Атлантики. При подведении курсора к каждой точке появлялись данные, которые скупое, но в то же время красноречиво описывали процесс превращения тропического шторма в неистовую бурю, которая нанесла колоссальный ущерб восточному побережью США. В итоге получился интерактивный инструмент, который удачно «встраивался» в качестве справочного материала во все статьи и телесюжеты, посвященные «Сэнди».

Сам термин «журналистика данных» был публично озвучен в 2010 г., хотя проекты подобного рода публиковались еще с конца 90-х гг. XX в. В значительной степени это явление популяризировал конкурс Глобальной сети редакторов (Global Editors Network) «The Data Journalism Awards», который с 2014 г. награждает авторов выдающихся работ в области «журналистики данных» из 50 стран. Хотя за победу в каждой из 12 номинаций выплачивается не такой уж значительный приз (чуть больше 1800 долл.), в отмеченные этой авторитетной наградой проекты впоследствии инвестируются крупные капиталовложения, потому что эти инновации во многом определяют облик журналистики будущего.

О «журналистике данных» как о сформировавшемся информационном методе можно говорить применимо пока только к США и госу-

дарствам Европейского Союза. Это напрямую связано с развитием в данных регионах интернет-связи и информационных технологий, что позволяет размещать в Сети большие объемы статистических и иных данных. Кроме того, именно в вышеуказанных странах в открытом доступе размещены обширные базы данных различных государственных информационных систем, которые непрерывно дополняются и обновляются. Для так называемых data-журналистов эти базы, включающие в себя, например, сведения о государственных контрактах и бюджетах, статистику расходов, индикаторы деловой активности и др., являются первоочередным источником информации. Вместе с тем на пороге нового десятилетия data-журналисты требуют от государственных органов представление данных уже не просто в открытом доступе, но и в удобном для обработки виде. Так, по словам директора некоммерческого партнерства «Информационная культура» и одного из основоположников «журналистики данных» в России Ивана Бегтина, «когда бюджет доступен только на бумажке – это одна история, а когда в Excel-файле, и его можно загрузить, проанализировать, построить самостоятельный график – совсем другая... Это имеет ценность как для национальной экономики знаний, так и для общественного контроля».

Важным атрибутом «журналистики данных» являются, как правило, многослойная карта и таймлайн – интерактивная хронология событий. Авторский текст при этом минимален, что дает основание некоторым медиологам утверждать, будто «журналистика данных – это журналистика без журналистики в традиционном понимании этого слова» [2, с. 90].

Наиболее активны в применении «журналистики данных» подразделения редакций таких авторитетных американских газет, как «Нью-Йорк Таймс», «Чикаго Трибун» («Chicago Tribune»), «Лос-Анджелес Таймс» («Los Angeles Times»), «Ю-Эс-Эй Тудэй» («USA Today») и др. Их сотрудники не только анализируют данные из открытых источников, но и ведут постоянные спецпроекты на их основе. К их числу относится, например, проект «Нью-Йорк Таймс», посвященный погибшим в Афганистане американским солдатам. Сотрудники издания проанализировали опубликованную Министерством обороны США статистику и визуально распределили информацию о потерях по годам, месяцам, воинским подразделениям и т. д. Данный анализ выявил, что в основном в число безвозвратных потерь вошли не граждане США, а эмигранты, которые проходили военную службу с целью получения американского гражданства. Другим любопытным примером является проект «Ю-Эс-

Эй Тудэй» по визуализации данных последней переписи в США. Специальный сервис виртуальной карты Америки позволяет выбрать любой район определенного города, чтобы получить информацию по этническому составу, рождаемости и смертности в разные годы. Думается, подобный проект было бы очень полезно реализовать и у нас в рамках предстоящей переписи населения Беларуси.

«Журналистика данных» обширно представлена в Глобальной Сети на таких популярных ресурсах, как «Guardian Datablog» (<http://www.guardian.co.uk/news/datablog>), «Open Data blog ZeitOnline» (<http://blog.zeit.de/open-data>), а также мультимедийных проектах «Файнэншл Таймс» (<http://www.ft.com/intl/interactive>), «Нью-Йорк Таймс» (<http://www.nytimes.com/pages/multimedia>) и др. Во многом именно «журналистика данных» позволила вышеуказанным авторитетным принт-медиа расширить свою молодежную аудиторию. Этот феномен объяснялся тем, что молодых пользователей, избалованных видеोगрами и приученных к клиповому мышлению, трудно было чем-то удивить или заинтересовать, однако «журналистика данных» предложила им новые инструменты визуализации «скучных» данных, которые не только наглядно представляли информацию, но и вовлекали в интерактивное действие. Таким образом, data-журналистика оказалась принципиально новым механизмом организации связи редакции с аудиторией.

Вполне вероятно, что в недалеком будущем data-журналистов будут именовать «специалистами по работе с данными». Однако пока научный статус этого явления не определен, и над проектами, связанными с обработкой больших массивов информации, работают, как правило, несколько человек из разных отделов. В состав этой команды обычно входят специальный корреспондент, который отвечает за текст; журналист из отдела интерактивной графики, который отвечает за визуальное наполнение; дизайнер, который работает со стандартами «HTML5», «CSS» и «Java Script», и разработчик, который необходим для сложных программных решений. Подобные команды располагаются по соседству с «нюс-румом» службы новостей, чтобы их члены были в курсе последних новостей и могли предложить новые способы повествования о том или ином событии.

Российский медиолог М. Лисицин резонно отмечал, что «журналистику данных» роднят с журналистикой расследований и инфографикой «стилистические характеристики феномена и технические особенности производства контента, предполагающие наличие двух условий: база

данных как источника информации и визуализация данных как способ рассказать «историю» [3, с. 109]. Однако ключевым отличием «журналистики данных» от журналистики расследований и инфографики является то, что в первой делается основной упор на содержательной составляющей, а во второй – на иллюстративной. Между тем «data journalism» удачно сочетает оба эти качества в равной степени, что делает это направление не только востребованным в читательской среде, но и чрезвычайно перспективным в редакционной практике.

Библиографические ссылки

1. Пуля, В. Журналистика данных: как заставить цифры говорить [Электронный ресурс] / В. Пуля. URL: <http://new-media.livejournal.com/106808.html> (дата обращения: 20.09.2019).
2. Бочаров М. П. PR-технологии и журналистика данных (новые формы работы со статистическими источниками информации) // Труд и социальные отношения. 2014. № 4. С. 81–95.
3. Лисицин М. Е. Феномен журналистики данных в зарубежных СМИ (на материале призёров конкурса «Data Journalism Awards») // Litera. 2019. № 1. С. 102–115.

ВКЛАД ДЖОРДЖА ОРУЭЛЛА В МЕЖДУНАРОДНУЮ ЖУРНАЛИСТИКУ

А. П. Короченский

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет «БелГУ»,
ул. Победы, 85, 308015, Белгород, Россия,
prensa@yandex.ru*

Творческое наследие и биография выдающегося британского писателя и публициста Джорджа Оруэлла привлекают в наши дни всё более пристальное внимание общественности и литературоведов во многих странах мира. Выходят литературоведческие исследования творчества этого автора, издаются и переиздаются его произведения. Однако до сих пор не получило системного изучения журналистское наследие Оруэлла, которое представлено в трёх объемных томах, изданных в Великобритании. В статье впервые характеризуется вклад Дж. Оруэлла в международную журналистику на различных этапах его творческого пути.

Ключевые слова: Джордж Оруэлл; международная журналистика; этапы творческого пути.