

Научная статья
УДК 316.77.007 (070.007)
EDN WXLQZD
DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).296-311



Жанр дата-истории в зарубежных медиа: теоретико-эмпирический анализ

Авдонина Н.С. 

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Архангельск, Российская Федерация, n.avdonina@narfu.ru

Аннотация. Статья представляет собой комплексное исследование жанра дата-истории в современной журналистике данных. Актуальность работы обусловлена глубокой цифровой трансформацией медиа, где данные становятся не просто вспомогательным инструментом, а ключевым источником и языком описания социальной реальности. Несмотря на рост количества дата-историй в ведущих мировых СМИ, их жанровые каноны, типология и практики создания в российской науке до сих пор системно не изучены, что создает разрыв между стремительным технологическим развитием и теоретическим осмыслением феномена. Цель исследования — выявить и системно классифицировать жанрообразующие характеристики дата-истории путем интеграции теоретико-методологического анализа и эмпирической верификации. Методологическую основу составили системный и структурно-функциональный подходы, позволившие рассмотреть дата-историю в контексте цифровой трансформации и выявить ее устойчивые признаки через единство предмета, метода и функции. Эмпирическая часть реализована методом контент-анализа материалов, опубликованных в специализированных разделах The Washington Post и The New York Times в 2018–2020 гг. Выбор изданий обусловлен лидерством в журналистике данных и наличием спецотделов. Временные рамки охватывают период пандемии COVID-19, что позволило зафиксировать реакцию жанра на масштабные социальные процессы. В результате исследования определены конституирующие признаки жанра, разработана типология дата-историй, выявлены специфические нарративные стратегии журналистики данных и этапы работы журналиста с данными. Новизна исследования заключается в синтезе теоретической модели жанра с данными масштабного практического аудита, что позволило впервые эмпирически зафиксировать существенный разрыв между технологическим потенциалом жанра и реальной редакционной практикой. Основной вывод исследования заключается в том, что дата-история в исследуемый период остается преимущественно производной традиционных аналитических жанров, обогащенных элементами визуализации, а не принципиально новой интерактивной нарративной формой, что открывает перспективы для дальнейшего изучения факторов, сдерживающих инновационный потенциал жанра.

Ключевые слова. Журналистика данных, дата-история, дата-сторителлинг, визуализация данных, жанровая типология.

Информация о статье. Дата поступления 17 февраля 2026 г.; дата поступления после доработки 31 марта 2026 г.; дата принятия к печати 31 марта 2026 г.; дата онлайн-размещения 9 июня 2026 г.

Для цитирования. Авдонина Н.С. Жанр дата-истории в зарубежных медиа: теоретико-эмпирический анализ / Н.С. Авдонина. — DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).296-311. — EDN WXLQZD // Вопросы теории и практики журналистики. — 2026. — Т. 15, № 2. — С. 296–311.

Original article

The Data History Genre in Foreign Media: A Theoretical and Empirical Analysis

N.S. Avdonina Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk,
Russian Federation, n.avdonina@narfu.ru

Abstract. The article presents a comprehensive study of the data story genre within contemporary data journalism, a field situated at the intersection of media studies, computer science, and statistics. The relevance of this work is driven by the deep digital transformation of media, where data is becoming not merely a supporting tool but a key source and language for describing social reality. Despite the growth in the number of data stories produced by leading global media, their genre canons, typology, and creation practices have not yet been systematically studied in Russian academia. This creates a gap between rapid technological development and the theoretical understanding of the phenomenon. The aim of the study is to identify and systematically classify the genre-forming characteristics of the data story by integrating theoretical-methodological analysis with empirical verification. The methodological framework is based on systemic and structural-functional approaches, which made it possible to examine the data story in the context of digital transformation and identify its stable features through the unity of subject, method, and function. The empirical part was implemented using the method of content analysis of materials published in the specialized sections of The Washington Post and The New York Times between 2018 and 2020. As a result of the research, the constitutive features of the genre were defined, a typology of data stories was developed, and specific narrative strategies of data storytelling, as well as the stages of a journalist's work with data, were identified. The novelty of the research lies in the synthesis of a theoretical model of the genre with data from an extensive practical audit. This has, for the first time, empirically documented a significant gap between the technological potential of the genre and actual editorial practice. The main conclusion of the study is that, in its current editorial implementation, the data story remains predominantly derivative of traditional analytical genres, enriched with visualization elements, rather than a fundamentally new interactive narrative form. This finding opens up prospects for further research into the factors constraining the innovative potential of the genre.

Keywords. Data journalism, data history, data storytelling, data visualization, genre typology.

Article info. Received February 2, 2026; revised March 31, 2026; accepted March 31, 2026; available online June 9, 2026.

For Citation. Avdonina N.S. The Data History Genre in Foreign Media: A Theoretical and Empirical Analysis. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2026, vol. 15, no. 2, pp. 296–311. (In Russian). EDN: WXLQZD. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(2).296-311.

Введение

Современное медиаполе находится в состоянии глубокой перестройки, вызванной цифровизацией и конвергенцией. Эти процессы актуализировали ряд

устойчивых трендов — мультимедиа-тизацию, визуализацию контента, интерактивность, а также датацентричность, которая легла в основу журналистики данных. Последняя представляет собой

не просто технологический тренд, а самостоятельное направление со своими методами сбора, анализа и интерпретации количественной информации. Как отмечает Дин Кэхэ, за последние восемь лет количество материалов, созданных с применением технологий журналистики данных, выросло на 62,7 % [1].

В рамках журналистики данных сформировалась особая жанровая форма — дата-история. Ее отличает доминирование данных как сюжетообразующего элемента, обязательная визуализация и интерактивность.

Актуальность данной статьи определяется необходимостью преодолеть противоречия:

- между практическим развитием журналистики данных и слабой теоретической составляющей этого направления в отечественном академическом дискурсе;

- между экспериментами в области журналистики данных;

- между технологическими возможностями визуализации и анализа данных и недостатком эмпирических исследований реальных редакционных практик.

Дальнейшее направление исследования связано с автоматизацией процессов сбора и анализа данных на основе нейросетей. Как отмечает В.Н. Рабченко, ключевое преимущество нейросетей — способность обрабатывать огромные массивы информации с высокой скоростью и точностью, недоступной традиционным методам [2]. Это открывает возможности для предсказательной аналитики и более глубокой интерпретации контента [3; 4]. Согласно В.Ф. Олешко, одной из ключевых задач, стоящих перед исследователями, является разработка алгоритмов, способных эффективно фильтровать и интерпретировать полученные данные. Современные нейросети, благодаря своей способности к самообучению, могут адаптироваться под специфические нужды анализа различных типов данных, таких как текстовые,

графические или видеоматериалы [3]. А.А. Юдина утверждает, что собираемые данные могут служить ценным источником для предсказательной аналитики [4]. Например, анализ пользовательских отзывов и комментариев позволяет компании оптимизировать свою стратегию продаж и улучшать качество продукции в соответствии с ожиданиями клиентов. Кроме того, использование нейросетей позволяет проводить более глубокую сегментацию рынка и предлагать индивидуализированные предложения, что делает маркетинговые кампании более эффективными.

Однако, как подчеркивают исследователи, внедрение этих технологий сопряжено с рядом вызовов: необходимостью мощных вычислительных ресурсов, постоянного обновления алгоритмов [5], а также разработки эффективных методов фильтрации данных для снижения информационного шума [3]. Таким образом, использование нейросетей в журналистике данных, с одной стороны, расширяет инструментарий дата-сторителлинга, а с другой — актуализирует вопросы качества анализа и интерпретации получаемых результатов.

Цель настоящего исследования — на основе синтеза теоретико-методологического анализа и эмпирического исследования дата-историй выявить и систематизировать их жанровые характеристики. Для достижения этой цели были поставлены следующие исследовательские задачи: 1) выявить ключевые тенденции цифровой журналистики, повлиявшие на становление журналистики данных; 2) определить понятийный аппарат и выявить специфические особенности журналистики данных; 3) установить жанровую природу и разработать типологию дата-историй; 4) выявить свойства и форматы дата-сторителлинга как технологии создания дата-историй; 5) охарактеризовать особенности реализации жанра дата-истории в практике ведущих зарубежных медиа.

Методы и методология исследования

Журналистика данных представляет собой междисциплинарное направление, находящееся на пересечении медиаисследований, компьютерных наук и статистики. Это предопределяет необходимость сочетать теоретические и эмпирические методы.

Методологическую основу исследования составил комплексный подход, включающий системный подход, структурно-функциональный метод и метод классификации. Системный подход позволил рассмотреть дата-историю в контексте цифровой трансформации медиа; структурно-функциональный подход позволил выявить жанрообразующие признаки через единство предмета, метода и функции; методы классификации позволили разработать типологию дата-историй.

Эмпирическая часть исследования реализована методом контент-анализа. Эмпирическую базу составили 60 дата-историй, опубликованных в электронных версиях *The Washington Post* и *The New York Times* в 2018–2020 гг. Выбор изданий обусловлен их лидирующими позициями в области журналистики данных и наличием специализированных редакционных подразделений. Временные границы охватывают период, включающий пандемию COVID-19, что позволило зафиксировать реакцию жанра на масштабные социальные процессы.

Единицей счета выступала отдельная дата-история; единицей анализа — фиксируемые признаки. Для систематизации материала разработан кодификатор, включающий следующие признаки, сгруппированные по четырем направлениям:

– тематические признаки позволяют определить предмет отображения (событие, процесс, личность, ситуация) и сферу общественной жизни (политика, экономика, экология, здоровье и т.д.). Это необходимо для проверки гипотезы о том, что дата-история преимущественно

ориентирована на процессы, развивающиеся во времени, а также для выявления тематических приоритетов ведущих изданий;

– структурные признаки фиксируют тип нарратива (линейный, нелинейный, гибридный) и композиционную модель (наличие завязки, кульминации, развязки; способ интеграции визуализаций в повествование). Эти параметры отражают метод организации материала, характерный для дата-сторителлинга, и позволяют оценить степень интерактивности и нарративной сложности;

– функциональные признаки позволяют выявить журналистские функции. Данный блок напрямую связан с функциональным аспектом жанра и дает возможность проверить, какие функции преобладают в редакционной практике;

– технические признаки охватывают тип визуализации (статичная/динамичная, интерактивная/неинтерактивная, вид диаграммы), интерактивность (наличие элементов, позволяющих пользователю управлять данными) и формат подачи (лонгрид, «текст + визуализация», тайм-линия, карты и др.). Этот блок отражает технологическую составляющую жанра и позволяет зафиксировать разрыв между доступными инструментами и их реальным применением.

Помимо контент-анализа, был применен метод визуального анализа, направленный на изучение эстетических и семиотических аспектов представления данных. Анализ включал оценку следующих параметров:

– тип визуализации (статичная/интерактивная, диаграмма/карта);

– цветовое решение (использование цвета для выделения ключевых трендов, соответствие цветовых палитр общепринятым стандартам);

– композиционная роль визуализации (является ли она центральным элементом страницы, иллюстрацией к тексту или

инструментом для самостоятельного исследования данных пользователем).

Такой подход позволил не только количественно зафиксировать частоту использования тех или иных решений, но и качественно интерпретировать их влияние на восприятие нарратива.

Теория вопроса и обзор литературы

Журналистика данных является одним из наиболее динамично развивающихся направлений цифровой медиасферы [6; 7]. Как отмечают А.С. Морозова и С.А. Ржанова, «развитие технологий и появление новых источников данных, таких как социальные сети, интернет-платформы и государственные базы данных, предоставили журналистам доступ к большому количеству информации, которую необходимо было проанализировать и превратить в интересные и информативные истории» [8, с. 1].

Термин получил широкое распространение после первой международной конференции *Data-driven journalism* (Амстердам, 2010) [9], однако практики работы с количественными данными в журналистике имеют более глубокие исторические корни. Первым образцом журналистики данных принято считать публикацию газеты *The Guardian* 1821 г., посвященную анализу стоимости обучения в британских университетах [9; 10]. В XX в. развитие направления было связано с традицией объективной журналистики 1960-х гг. и внедрением компьютерных технологий в редакционные процессы в 1990-е гг. Оформление журналистики данных как самостоятельного направления происходит в 2010-е гг., чему способствовали три ключевых фактора: распространение политики открытых данных, появление доступных инструментов для их анализа и визуализации, а также формирование специализированных команд, состоящих из журналистов, аналитиков, веб-дизайнеров в веду-

щих мировых медиа (*The New York Times*, *The Guardian*, *The Washington Post* и др.). В России первые отделы журналистики данных стали открываться в 2018 г. [9].

Как отмечает Е.А. Алексеева, «большие данные чаще используются в качестве информационного повода, а не возможности для детального и наглядного представления эксклюзивной социальной информации. Тематическое и жанровое разнообразие материалов с большими данными довольно ограничено — зачастую сводится к новостям, сопровождающимся визуализацией в виде статичной иллюстрации» [11, с. 61].

В современном научном дискурсе сохраняется терминологическая вариативность: журналистику данных определяют и как жанр [12], и как формат [13], и как вид деятельности [14–16], и как направление творческой деятельности [17; 18], и как метод [9]. Подобное разнообразие подходов свидетельствует, с одной стороны, об исследовательском интересе к теме, а с другой — о необходимости упорядочить разнообразие представлений о направлении. Анализ существующих дефиниций позволяет выделить три основных подхода к пониманию феномена.

Инструментальный подход трактует журналистику данных преимущественно как набор методов и технологий обработки больших массивов информации. А.Г. Качкаева и С.А. Шомова характеризуют ее как «набор инструментов», позволяющий «наглядно представить процессы и тенденции современного мира»; в этой логике журналистика данных — не отдельное направление, а необходимая компетенция мультимедийного журналиста [6]. А. Ховард определяет ее как «мощный инструмент», объединяющий информатику, статистику и социальные науки [7]. С.А. Скуридина и А.О. Беспалова определяют журналистику данных как «метод сбора, анализа и визуализации данных для создания новостных мате-

риалов. В основе журналистики данных лежит работа с большими объемами информации, полученной из различных источников. Основными аспектами изучения журналистики данных являются: работа с базами данных, визуализация данных, анализ данных, создание историй на основе данных» [9, с. 106].

Нарративный подход смещает акцент со средств на цель: журналистика данных понимается как поиск историй в цифрах и их интерпретация, так, полагает М. Бруссард (цит. по [7]). Б. Херави понимает ее как «способ нахождения историй в данных, которые представляют интерес для общественности» [19]. Ключевым здесь становится процесс трансформации количественной информации в осмысленный нарратив.

Критический подход фокусируется на социальной миссии журналистики данных. В рамках этого направления акцентируются ее роль в реализации общественного блага, обеспечении прозрачности принятия властью решений, выявлении проблем и др. [20; 21; 8]. Большие данные позволяют устанавливать причинно-следственные связи и способствуют прогнозированию событий [11]. Е.А. Алексеева отмечает и возможные этические и правовые проблемы использования больших данных. Этические проблемы связаны с неверной идентификацией личности, нарушением конфиденциальности и возможной манипуляцией информацией: «наглядное отображение информации может усиливать предвзятые мнения и заблуждения, если неправильно подобраны визуальные элементы или отсутствует глубокий анализ контекста» [11, с. 58]. Правовые проблемы в первую очередь связаны с нарушением законов о защите персональных данных, авторском праве и фальсификации информации [11]. Е.А. Алексеева приводит в пример нарушение законодательства: «онлайн-издание опубликовало большую инфографику, основанную на спут-

никовых снимках городских территорий, собранных с зарубежного ресурса. Снимки были опубликованы без согласования и выплаты роялти, что свидетельствует о нарушении авторских прав» [11, с. 59].

Представленные подходы не являются взаимоисключающими, но фиксируют разные грани изучаемого явления. В настоящем исследовании журналистика данных рассматривается как междисциплинарная профессиональная практическая деятельность, в которой применяются методы журналистики, социологии и информационных технологий. Основная задача журналистики данных — создание общественно значимых нарративов на основе количественных и качественных данных. Она не сводится к отдельному жанру, формату или технологии, а выступает областью практики и изучения, в рамках которой формируются специфические жанровые формы (в том числе дата-история) и производственные процессы.

Становление и развитие журналистики данных неразрывно связано с общими процессами цифровой трансформации медиа. Цифровизация и конвергенция способствовали формированию комплекса взаимосвязанных тенденций, среди которых для настоящего исследования наиболее значимы:

- мультимедиазация — интеграция текстовых, аудиовизуальных и графических форматов в единые медиапродукты;
- интерактивность — трансформация аудитории из пассивного потребителя в активного участника коммуникации;
- кроссплатформенность — обеспечение непрерывности медиапотребления на различных устройствах и каналах;
- персонализация — адаптация контента под индивидуальные запросы аудитории;
- датацентричность — возрастающая роль данных как источника и языка описания социальной реальности.

Необходимо отметить появление открытых платформ для анализа и визу-

ализации данных [13], которые снизили порог входа в профессию: если в начале 2000-х гг. дата-журналисту требовались продвинутые навыки программирования, то к 2010-м гг. значительная часть рутинных операций стала доступна через визуальные интерфейсы, а в настоящее время технические задачи могут выполнять нейросети. Дин Кэхэ и Е Цзы ссылаются на данные исследования, «проведенного Европейским центром журналистики: в 2022 г. более 72 % журналистов из 50 стран мира использовали в своей работе методы журналистики данных, что на 18 % больше аналогичного показателя 2018 года» [1, с. 8].

В цифровой медиасреде происходит трансформация жанровой системы. Ключевыми характеристиками современной жанровой динамики становятся гибридизация (соединение признаков разных жанров в одном произведении) и диффузность (размывание границ между жанрами и форматами) [6; 22].

В академическом дискурсе наблюдается полемика относительно интерпретации этих процессов. Одни исследователи склонны видеть в гибридных формах принципиально новые жанры (например, «журналистика повседневных снимков» [22]), другие рассматривают их как адаптацию традиционных жанров к цифровой среде (блог как модификация очерка, онлайн-интервью как вариант классического интервью) [12]. Часть авторов предлагает вовсе отказаться от понятия «жанр» в пользу таких понятий, как «инновационные способы представления контента» [23] или «новые способы формирования контента» [17].

Если рассматривать жанр как устойчивый тип текста, объединенный общностью предмета, метода и функции [24; 25], то дата-история полностью соответствует этим критериям. Однако ее гибридная природа позволяет говорить о формировании так называемых «жанров-гибридов» или «мультимедийных

жанров», которые требуют обновления теоретического инструментария [26]. В отличие от формата, который определяет лишь способ внешней репрезентации (лонгрид, подкаст, видео), жанровая природа дата-истории диктует внутреннюю логику повествования, основанную на данных.

Не вступая в полемику о судьбе жанровой теории в целом, отметим, что для настоящего исследования категория «жанр» сохраняет эвристическую ценность, но требует уточнения применительно к объекту анализа. Дата-история рассматривается нами именно как жанр, а не формат или технология, поскольку способ внешней репрезентации материала (формат) может варьироваться, тогда как жанровая природа, определяемая устойчивым единством предмета, метода и функции, остается без изменений.

Для определения жанровой природы дата-истории мы опираемся на классическую триаду «предмет — метод — функция», апробированную в теории журналистики [27; 28].

Как показал предварительный анализ, предметом дата-историй чаще всего становятся процессы (78 % в исследованной выборке), а не единичные события. Это придает повествованию масштабность и позволяет обнаруживать явления, неочевидные при описательном подходе.

Метод отображения в дата-историях сочетает: когнитивные методы — прежде всего количественный и качественный анализ данных (статистические методы, машинное обучение, контент-анализ, сетевой анализ); творческие методы — технологии сторителлинга и визуализацию. Дин Кэхэ и Е Цзы отмечают, что технология сторителлинга становится доминирующей в современной журналистике [1].

Ключевым отличием дата-истории от традиционных аналитических жанров является то, что данные выступают не просто иллюстрацией или источником фактов, а значимым элементом пове-

ствования. Без данных журналистский текст может не потерять смысл, но может стать менее аргументированным.

Функции дата-историй включают как традиционные для журналистики функции, так и специфические, обусловленные природой данных. К традиционным функциям относятся: информационная, аналитическая, оценочная и прогностическая. В целом журналистика данных может рассматриваться как основная защита от фейков [29].

Таким образом, дата-история может быть определена как гибридный жанр цифровой журналистики, характеризующийся:

1. Датацентричным подходом к отображению социальной реальности.

2. Интеграцией количественных и качественных методов анализа.

3. сочетанием признаков аналитических жанров, художественно-публицистических жанров и интерактивных форматов.

4. реализацией расширенного спектра функций.

Любая дата-история создается в результате многоэтапного процесса, в котором помимо обработки данных большое значение имеет их интерпретация с применением технологий сторителлинга. Соглашаясь с И.В. Фотиевой и К.А. Кирилиной, перечислим этапы работы журналиста с данными:

1. Поиск и отбор источников больших данных.

2. Сбор данных из отобранных источников.

3. «Работа с "грязными" данными» (цит. по [30]).

4. Создание журналистского продукта.

5. Обработка полученных данных и представление их в визуальной форме [30].

Структура повествования в дата-сторителлинге может варьироваться от линейной до нелинейной (интерактивной). Линейный нарратив выстраивается автором, проводит читателя по заранее определенному маршруту и использует тра-

диционные драматургические приемы (завязка — развитие действия — кульминация — развязка). Интерактивный (нелинейный) нарратив предоставляет пользователю возможность самостоятельно исследовать данные и переключаться между смысловыми блоками.

Результаты исследования

Контент-анализ дата-историй, опубликованных в *The Washington Post* и *The New York Times* в 2018–2020 гг., выявил три ключевые темы, которым были посвящены материалы: здоровье, экология и экономика.

Доминирующей темой стало здоровье — 30 % от общего массива. Внутри этой категории значительная часть материалов (около двух третей) посвящена пандемии COVID-19, что отражает способность журналистики данных оперативно реагировать на кризисные ситуации. Именно по этой причине тема здоровья вынесена в отдельную группу, вне общего блока социальных проблем. Вторую позицию занимает экология (18,3 %). Экономическая тематика представлена 15 % материалов и охватывает широкий спектр — от макроэкономических показателей до персональных финансов.

Политическая повестка и социальные проблемы за исключением темы здоровья получили по 10 % каждая; в фокусе — иммиграция, расовое неравенство, поляризация общества. Наименее востребованы темы бизнеса, развлечений и религии (менее 10 % в сумме).

Между изданиями зафиксированы различия: в *The Washington Post* больше внимания уделяется тематике здоровья (40 % против 30 % в *NYT*), тогда как в *The New York Times* выше доля материалов об экономике и политике. Вероятно, это связано как с редакционной политикой, так и с особенностями формирования выборки.

Анализ предмета отображения показал, что в подавляющем большинстве дата-историй (78 %) объектом выступают

процессы, которые разворачиваются во времени. События (8 %) и личности (8 %) занимают периферийное положение; ситуации как особый тип предмета встречаются крайне редко (5 %).

Полученные данные подтверждают теоретический тезис о том, что дата-история ориентирована не на оперативную фиксацию фактов, а на выявление долгосрочных тенденций и закономерностей. Характерные примеры — пандемия COVID-19, изменение климата, динамика иммиграционных потоков, сегрегационные процессы в США.

По результатам исследования нарративных структур выявлено, что большая часть материалов построена по типу линейной модели: 65 % материалов выстроены как последовательное авторское повествование с четкой композицией (завязка — развитие — кульминация — развязка). Линейный нарратив часто реализуется через технологию скроллинга, когда визуализации и дополнительные данные «разворачиваются» по мере прокрутки страницы.

Гибридная (линейно-нелинейная) структура, сочетающая авторский текст с интерактивными элементами, выявлена в 28 % дата-историй. Нелинейные нарративы, предоставляющие пользователю полную свободу навигации, составляют лишь 7 % и отсутствуют в выборке *The New York Times*. *The New York Times* несколько чаще использует линейные схемы (71 % против 60 % в *WP*). Преобладание линейных структур при низком уровне интерактивности свидетельствует о разрыве между технологическим потенциалом дата-журналистики и ее реальной редакционной реализацией.

Количественный анализ визуализаций (всего в 60 материалах зафиксировано 336 графических объектов) позволяет сделать следующие выводы.

По динамике: статичные визуализации значительно преобладают над динамичными (282 против 54), неин-

терактивные формы доминируют (307 против 68). Таким образом, несмотря на широкие технологические возможности, редакции предпочитают консервативные, хорошо воспринимаемые аудиторией форматы. Примечательно, что даже в рамках статичной визуализации редакции стремятся имплементировать элементы, упрощающие восприятие сложной информации. В 45 % материалов, использующих линейные графики и гистограммы, применялись приемы анимации при скроллинге. Это создает эффект «разворачивания» истории и удерживает внимание читателя. Однако по-настоящему интерактивные элементы, позволяющие пользователю изменять параметры выборки или загружать собственные данные, были зафиксированы лишь в 12 % случаев. Это подтверждает тезис о консервативности редакционных подходов: интерактивность часто имитируется через анимированную подачу, но не предоставляется читателю как инструмент полноценного исследования. Такой вывод коррелирует с наблюдениями М. Бруссард (цит. по [7], которая отмечала, что истинная ценность дата-журналистики раскрывается именно в возможности пользовательского взаимодействия с данными, однако на практике это остается скорее исключением, чем правилом).

Среди типов представления данных выделены: линейные графики (55 — преимущественно в *NYT*); карты (47 — чаще в *WP*, особенно плиточные) и гистограммы (49 — примерно поровну). Редкие типы (блок-схемы, сетевые графы, иерархические диаграммы) представлены единичными случаями. Моушн-дизайн используется в 67 % материалов *NYT* и только в 33 % материалов *WP*, что может указывать на различные редакционные стандарты.

Наиболее распространенной формой остается «текст + визуализация» (20 материалов в *WP*, 16 в *NYT*). На втором месте — лонгрид, который в статье рас-

смачивается как формат или способ представления информации (10 и 14 соответственно). Карты, тайм-линии, графики, и тем более иммерсивные форматы (виртуальная реальность — единственный случай) встречаются существенно реже. При этом около трети дата-историй представляют собой гибрид нескольких форматов (например, лонгрид с элементами мэппинга), что подтверждает тезис о диффузности современных жанровых границ.

Дата-истории реализуют широкий спектр задач. Наиболее востребованной оказалась функция установления причинно-следственных отношений (83 % материалов). Это коррелирует с доминированием процессов в качестве предмета отображения и подтверждает аналитический потенциал жанра.

Второй по частоте является оценочная функция (42 %): журналист не просто констатирует факты, но интерпретирует их с точки зрения социальных норм и ценностей. Значимы также функция расследовательской журналистики (23 %) и предоставление персонализированных данных (20 %). Прогностическая функция реализуется менее чем в 10 % материалов.

Анализ современной медиапрактики позволил выделить три базовых типа дата-историй, различающихся по роли данных в нарративной структуре и целеполаганию.

Тип 1. Истории, основанные на данных. Данный тип наиболее близок к традиционной аналитической журналистике.

Тип 2. Истории, объясняющие данные. Весь материал строится вокруг обнаруженного массива данных; изъятие данных делает повествование невозможным. Задача журналиста — не просто представить цифры, а перевести их на язык, понятный массовой аудитории, выявить закономерности и смыслы.

Тип 3. Расследовательские дата-истории. Данные выступают инструментом выявления связей, нарушений,

злоупотреблений или неочевидных социальных проблем. Этот тип сближает дата-историю с жанром журналистского расследования, придавая ей высокий общественный статус.

Предложенная типология не является исчерпывающей и жестко иерархичной; на практике возможны гибридные формы, сочетающие признаки разных типов. Далее представим примеры встречающихся типов дата-историй.

Пример 1 — истории, основанные на данных. Характерным примером первого типа может служить материал *The New York Times* о влиянии пандемии на рынок труда¹. Здесь данные (графики динамики безработицы) выполняли функцию наглядного подтверждения тезисов, изложенных в тексте, но не являлись единственным источником сюжета. Основу нарратива составляли экспертные оценки и истории конкретных людей.

Пример 2 — истории, объясняющие данные. В качестве иллюстрации второго типа показателен проект *The Washington Post 2°C: Beyond the Limit*². Материал полностью строился вокруг глобальных климатических данных. Журналисты не просто констатировали факт глобального потепления, а, используя интерактивные карты, позволили читателю увидеть, как повышение температуры на 2 градуса изменит конкретный регион его проживания. Изъятие данных сделало бы этот материал невозможным.

¹How the Economy Is Actually Doing, in 9 Charts // The New York Times. 2020. Dec. 17. URL: https://www.nytimes.com/interactive/2020/12/17/business/economy/economic-indicator-charts-measures.html?campaign_id=57&emc=edit_ne_20201217&instance_id=25165&nl=evening-briefing®i_id=78408661&segment_id=47258&te=1&user_id=e739686ce4e6ccaacb2ab44cadae7bb2 (дата обращения: 26.01.2026).

²Extreme climate change has arrived in America // The Washington Post. 2019. Aug. 13. URL: <https://www.washingtonpost.com/graphics/2019/national/climate-environment/climate-change-america/> (дата обращения: 26.01.2026).

Пример 3 — расследовательские дата-истории. Третий тип реализован в расследовании *The Washington Post* о смертях в результате применения огнестрельного оружия³. На основе огромного массива данных полицейских отчетов и сводок новостей издание создало базу данных, которая позволила выявить закономерности и опровергнуть официальные заявления о снижении уровня насилия.

На основе рефлексии собственного практического опыта выделим иные этапы работы над данными.

1. Получение и очистка данных — поиск, выгрузка, проверка достоверности, устранение ошибок и дубликатов, приведение к структурированному виду.

2. Разведывательный анализ — поиск статистических закономерностей, корреляций, аномалий, формирование гипотез.

3. Выявление идеи — определение того, какая история «рассказывается» данными.

4. Разработка нарративной структуры — построение сюжета, отбор фактов, определение точек напряжения и развязки.

5. Создание визуализаций — выбор типов диаграмм, карт, схем, разработка дизайна и интерактивных элементов.

6. Сборка медиаэлементов — компоновка текста, визуализаций, мультимедиа в единое целое.

Выводы исследования

Проведенное исследование позволило достичь поставленной цели — выявить и систематизировать жанровые характеристики дата-истории в современной журналистике данных на основе интеграции теоретического анализа и эмпирической верификации.

³ The Washington Post. The Terrible Numbers: One year of gun deaths in America // The Washington Post. 2018. URL: <https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/national/gun-deaths-america/> (дата обращения: 20.01.2026).

Полученные данные вступают в определенный диалог с выводами других авторов. С одной стороны, наше исследование подтверждает тезис А.Г. Качкаевой о журналистике данных как о «наборе инструментов» и необходимой компетенции, поскольку визуализация действительно стала рутинным элементом многих материалов. С другой стороны, наше эмпирическое наблюдение за доминированием линейных структур ставит под сомнение оптимистичные прогнозы о тотальной интерактивности и нелинейности, которые часто встречаются в теоретических работах (например, у Дин Кэхэ). Зафиксированный разрыв между потенциалом и практикой позволяет предположить, что аудитория (и, возможно, сами редакции) еще не готова к полному отказу от классических нарративных моделей. Это согласуется с критическим подходом Е.А. Алексеевой, указывающей на ограниченность использования больших данных в реальной редакционной практике. Таким образом, дата-история сегодня находится на этапе «рутинизации инновации», когда новые технологии адаптируются под привычные форматы потребления контента.

В работе уточнен понятийный аппарат журналистики данных: феномен определен как междисциплинарное направление, интегрирующее методы традиционной журналистики, компьютерных наук и статистики для создания общественно значимых нарративов. Предложенная модель жанрообразующих признаков дата-истории (единство предмета, метода и функции) позволила квалифицировать ее как гибридный жанр цифровой журналистики, не сводимый к отдельному формату или технологии.

Разработана типология дата-историй, включающая три базовых типа. Выявлены свойства дата-сторителлинга как технологической основы жанра.

Контент-анализ 60 дата-историй *The Washington Post* и *The New York Times* по-

казал: тематическую концентрацию вокруг проблем здоровья, экологии и экономики; доминирование процессов как предмета отображения (78 %); преобладание линейных нарративных структур (65 %) при минимальном использовании нелинейных и интерактивных решений; консервативный характер визуализации: статичные и неинтерактивные формы (84 % и 82 % соответственно), стандартные типы диаграмм (линейные графики, карты, гистограммы); среди функций приоритет отдается аналитике (установление причинно-следственных связей — 83 %, оценочная функция — 42 %).

Одно из обнаруженных противоречий — при наличии инструментов интерактивности и нелинейного сторителлинга ведущие мировые медиа преимущественно используют линейные форматы и статичную визуализацию.

Теоретическая значимость заключается в приращении знания о трансформации жанровой системы цифровой журналистики, уточнении понятийного аппарата журналистики данных и операционализации категории «дата-история» для дальнейших исследований.

Настоящее исследование имеет ряд ограничений, которые открывают перспективы для дальнейшей работы. В первую очередь, выборка ограничена двумя американскими изданиями и хронологическими рамками 2018–2020 гг. В последние годы использование нейросетей стало неотъемлемой частью анализа больших данных, значительно упрощая процесс их сбора и обработки. Нейронные сети способны обрабатывать огромные массивы информации, извлекая из них ценные инсайты и позволяя компаниям принимать более обоснованные решения. Доступ к неструктурированным данным из множества источников, таких как текстовые, визуальные и поведенческие данные, открывает новые горизонты для бизнеса [31].

Анализ текстовых данных с использованием нейросетей позволяет органи-

зациям не только обрабатывать данные быстрее, но и глубже понимать потребности и интересы своей целевой аудитории. Например, нейросети могут анализировать упоминания бренда в социальных сетях, определять тональность комментариев и выявлять ключевые темы обсуждений. Это позволяет компаниям мгновенно реагировать на запросы клиентов и адаптировать свою маркетинговую стратегию в реальном времени.

Визуальные данные, такие как изображения и видео, также находятся в центре внимания. С помощью технологий компьютерного зрения нейросети способны распознавать объекты и сцены на изображениях, анализировать выражения лиц и даже интерпретировать контекст видео. Это открывает новые возможности для интерактивной рекламы и персонализации контента.

Нейросети используются для анализа поведенческих данных, что особенно актуально в эпоху цифровых технологий. Алгоритмы могут отслеживать поведение пользователей на веб-сайтах и в приложениях, определяя паттерны и прогнозируя будущие действия. Это позволяет компаниям создавать более точные предложения и персонализировать взаимодействие с клиентами [32].

Таким образом, интеграция нейросетей в процесс анализа данных предоставляет компаниям мощные инструменты для понимания своей аудитории и формирования стратегий, ориентированных на реальные потребности и предпочтения потребителей. В условиях растущей конкуренции и стремительно меняющегося рынка возможности, предоставляемые нейросетями, становятся не просто преимуществом, а необходимостью для успешного ведения бизнеса.

Во-вторых, основным выводом исследования был сделан на анализе самих текстов, а не на их восприятии аудиторией. Перспективным представляется

проведение рецептивных исследований (опросов, фокус-групп), которые позволили бы оценить, насколько эффективно различные типы дата-сторителлинга доносят информацию до читателя, и какова реальная востребованность интерактивных функций.

Таким образом, проведенное исследование не только решает поставленные научные задачи, но и открывает перспективы для дальнейшего изучения дата-истории как одного из наиболее динамичных и общественно значимых жанров цифровой журналистики.

Список использованной литературы

1. Дин К. Журналистика данных и производство новостей: изменения в технологиях, инструментах и повествованиях / К. Дин, Е. Цзы. — DOI 10.58224/2541-8459-2024-5-7-13. — EDN VMLDDP // Современный ученый. — 2024. — № 5. — С. 7–13.
2. Рабченко В.Н. Нейронная сеть в маркетинге, как инструмент продвижения товаров и услуг / В.Н. Рабченко, А.В. Рабченко. — EDN YYGMPM // Современные научные исследования в области экономики, управления и права : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Волгоград, 06 апр. 2021 г. / гл. ред. Г.Н. Дудукалова. — Волгоград, 2021. — С. 154–159.
3. Олешко В.Ф. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585. — EDN IVPLGZ // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 3. — С. 564–585.
4. Юдина А.А. Влияние интерактивного контента вуза на повышение имиджа у различных целевых аудиторий университета / А.А. Юдина, О.В. Юрова. — EDN TKRLTA // Академическая публицистика. — 2023. — № 4-2. — С. 155–163.
5. Гризлюк Л.В. Технологии и инструменты медиапроектирования в образовательном учреждении / Л.В. Гризлюк. — EDN QWKGRJ // Инновационный потенциал развития науки в современном мире : сб. науч. тр. — Уфа, 2024. — С. 177–185.
6. Мультимедийная журналистика : учебник / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, Е.Г. Лапина-Кратаюк [и др.]; под общ.ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. — Москва : Высшая школа экономики, 2017. — 413 с. — EDN XYMVJJ.
7. Howard A.B. The Art and Science of Data-Driven Journalism / A.B. Howard. — Tow Center for Digital Journalism: Columbia Journalism School. — 2014. — 144 p. — DOI 10.7916/D8Q81W6D.
8. Морозова А.С. Дата-журналистика как инструмент расследовательской журналистики / А.С. Морозова, С.А. Ржанова. — DOI 10.60797/IRJ.2025.157.62. — EDN LFSCPR // Международный научно-исследовательский журнал. — 2025. — № 7(157). — С. 21–21.
9. Скуридина С.А. Журналистика данных: аспекты изучения / С.А. Скуридина, А.О. Беспалова. — DOI 10.36622/2587-9510.2024.53.2.016. — EDN GJWXJD // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. — 2024. — № 2(53). — С. 106–110.
10. Лисицин М.Е. Понятие «журналистика данных» в современных научных публикациях / М.Е. Лисицин. — DOI 10.25513/2413-6182.2018.3.144-154. — EDN VGKPTK // Коммуникативные исследования. — 2018. — № 3 (17). — С. 144–154.
11. Алексеева Е.А. Правовые и этические проблемы визуалистики больших данных в новостной социальной журналистике / Е.А. Алексеева. — DOI 10.21209/1996-7853-2025-20-3-53-65. — EDN KRYIDE // Гуманитарный вектор. — 2025. — Т. 20, № 3. — С. 53–65.
12. Višňovský J. Online Journalism: Current Trends and Challenges / J. Višňovský, J. Radošinská // The Evolution of Media Communication / ed. by B.P. Acuña. — London : IntechOpen. — DOI 10.5772/68086. — URL: <https://www.intechopen.com/books/the-evolution-of-media-communication/online-journalism-current-trends-and-challenges>.
13. Исследование разнообразия источников данных в журналистике данных / Ш. Юань, К.Р. Нигматуллина, П.Ю. Гурушкин, С.А. Вартанов. — DOI 10.25136/2409-8698.2025.6.74512. — EDN ZXKDOP // Litera. — 2025. — № 6. — С. 99–115.
14. Неренц Д.В. Визуализация дата-материалов в современных СМИ как способ привлечения аудитории. — DOI 10.28995/2686-7249-2019-9-77-85. — EDN ECWWOF / Д.В. Неренц // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2019. — № 9. — С. 77–85.

15. Неренц Д.В. Разновидности дата-материалов в российских СМИ / Д.В. Неренц. — EDN FORBFA // Трансформация медиасреды в XXI веке : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 24 апр. 2019 г. / ред. Д.В. Неренц. — 2019. — С. 385–395.
16. Неренц Д.В. Data journalism: новые возможности для журналистов-расследователей / Д.В. Неренц. — EDN YGGJPF // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2018. — № 3. — С. 147–150.
17. Выровцева Е.В. Теория жанров журналистики в условиях трансформации медиасистемы / Е.В. Выровцева. — EDN YVISPB // Век информации (сетевое издание). — 2018. — Т. 3, № 4 (5). — URL: <https://age-info.com/2019/01/the-theory-of-genres-of-journalism-in-the-conditions-of-transformation-of-a-media-system/>.
18. Хидирова Ш. Вопросы создания контента в журналистике данных: проблемы и предложения / Ш. Хидирова. — DOI 10.58649/1694-8033-2024-3(119)-333-338. — EDN RTDYHW // Вестник Кыргызского Национального Университета имени Жусупа Баласагына. — 2024. — № 3(119). — С. 333–338.
19. Heravi B.R. 3WS Data Journalism Education / B.R. Heravi. — DOI 10.1080/17512786.2018.1561327 // Journalism Practice. — 2018. — № 13 (3). — P. 349–366.
20. Гикис С.Н. Инфографика как тренд в зарубежной журналистике данных (на примере британских и американских медиа) / С.Н. Гикис. — EDN ZCTFVZ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2019. — № 1. — С. 94–97.
21. Красавина А.В. Сторителлинг и иммерсия: современные тенденции журналистики / А.В. Красавина, И.А. Артемов. — EDN EGJEDM // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 1. — С. 102–109.
22. Неучебное пособие / М. Корнев, К. Нигматуллина, А. Жуковская, В. Пуля. — Москва : Издательские решения, 2017. — 110 с.
23. Salaverría R. Digital Journalism: 25 Years of Research. Review Article / R. Salaverría. — DOI 10.3145/epi.2019.ene.01 // El profesional de la información. — 2019. — Vol. 28, № 1. — URL: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>.
24. Тертычный А.А. Современная расследовательская журналистика: жанровая структура / А.А. Тертычный. — EDN YSDSZV // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2017. — № 2. — С. 126–131.
25. Кройчик Л.Е. В повестке дня — кризис жанров? / Л.Е. Кройчик. — EDN XCAХHT // Жанры СМИ: история, теория, практика : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф., Самара 14–15 марта 2013 г. — Самара, 2013. — С. 20–22.
26. Смирнова О.В. Современные трансформации журналистики в фокусе научного анализа (традиции и новации в исследованиях кафедры цифровой журналистики) / О.В. Смирнова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.4.2022.1625. — EDN CRVOYD // Меди@льманах. — 2022. — № 4 (111). — С. 16–25.
27. Баранова Е.А. «Стори» как новый жанр на радио / Е.А. Баранова. — EDN UYBLWV // Мир русского слова. — 2015. — № 3. — С. 38–43.
28. Баранова Е.А. Дата-журналистика (Data-journalism) как новая журналистская специализация / Е.А. Баранова. — EDN VTKLLM // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 09 нояб. 2018 г. — Москва. — 2018. — С. 205–208.
29. Шилина А.Г. Журналистика данных в качественных российских журналах: опыт идентификации / А.Г. Шилина. — EDN WLSSZP // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. — 2016. — № 3. — С. 222–228.
30. Фотиева И.В. Дата-журналистика: тенденции и проблемы / И.В. Фотиева, К.А. Кирилин. — DOI 10.24412/1991-5497-2025-2111-508-510. — EDN STARSB // Мир науки, культуры, образования. — 2025. — № 2(111). — С. 508–510.
31. Грушевская Е.В. Сторителлинг как средство коммуникации с целевой аудиторией / Е.В. Грушевская. — EDN NCDEWM // Инновационный потенциал развития науки в современном мире: технологии, инновации, достижения : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Уфа, 22 нояб. 2024 г. — Уфа, 2024. — С. 94–110.
32. Щемелева И.И. Влияние цифровых медиа на социальный активизм / И.И. Щемелева. — EDN XLWADV // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития в эпоху глобальных социально-экономических трансформаций : сб. науч. тр. — Санкт-Петербург, 2023. — С. 248–252.

References

1. Din K., Tszy E. Data Journalism and News Production: Changes in Technologies, Tools, and Narratives. *Sovremennyyi uchenyi = Modern Scientist*, 2024, no. 5, pp. 7–13. (In Russian). EDN: VMLDDP. DOI: 10.58224/2541-8459-2024-5-7-13.
2. Rabchenyuk V.N., Rabchenyuk A.V. Neural Network in Marketing as a Tool for Promoting Goods and Services. In Dudukalova G.N. (ed.). *Modern Scientific Research in Economics, Management and Law. Materials of International Scientific Conference, Volgograd, April 06, 2021*. Volgograd, 2021, pp. 154–159. (In Russian). EDN: YYGMPM.
3. Oleshko V.F., Oleshko E.V. End-To-End Digital Technologies: The Range of Possibilities of Modern Mass Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 564–585. (In Russian). EDN: IVPLGZ. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585.
4. Yudina A.A., Yurova O.V. The Impact of the University's Interactive Content on Improving the Image of Various Target Audiences of the University. *Akademicheskaya publitsistika = Academic Journalism*, 2023, no. 4-2, pp. 155–163. (In Russian). EDN: TKRLTA.
5. Grizlyuk L.V. Media Design Technologies and Tools in an Educational Institution. In *The Innovative Potential of Science Development in the Modern World. Collected Papers*. Ufa, 2024, pp. 177–185. (In Russian). EDN: QWKGRJ.
6. Kachkaeva A.G., Shomova S.A., Lapina-Kratasyuk E.G. [et al.]; Kachkaeva A.G., Shomova S.A. (eds.). *Multimedia Journalism*. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2017. 413 p. EDN: XYMVJJ.
7. Howard A.B. *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. 2014. 144 p. DOI 10.7916/D8Q81W6D.
8. Morozova A.S., Rzhanova S.A. Data Journalism as a Tool of Investigative Journalism. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal = International Research Journal*, 2025, no. 7, pp. 21–21. (In Russian). EDN: LFSCPR. DOI: 10.60797/IRJ.2025.157.62.
9. Skuridina S.A., Bupalova A.O. Data Journalism: Aspects of Study. *Aktual'nye voprosy sovremennoi filologii i zhurnalistiki = Topical Issues of Modern Philology and Journalism*, 2024, no. 2, pp. 106–110. (In Russian). EDN: GJWXJD. DOI: 10.36622/2587-9510.2024.53.2.016.
10. Lisitsin M.E. The Definition of the “Data Journalism” in Modern Research Articles. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2018, no. 3, pp. 144–154. (In Russian). EDN: VGKPTK. DOI: 10.25513/2413-6182.2018.3.144-154.
11. Alekseeva E.A. Legal and Ethical Issues of Big Data Visualization in Social News Journalism. *Gumanitarnyyi vektor = Humanitarian Vector*, 2025, vol. 20, no. 3, pp. 53–65. (In Russian). EDN: KRYIDE. DOI: 10.21209/1996-7853-2025-20-3-53-65.
12. Višňovský J., Radošinská J. Online Journalism: Current Trends and Challenges. In Acuña B.P. (ed.). *The Evolution of Media Communication*. London, IntechOpen. DOI: 10.5772/68086. Available at: <https://www.intechopen.com/books/the-evolution-of-media-communication/online-journalism-current-trends-and-challenges>.
13. Yuan Sh., Nigmatullina K.R., Gurushkin P.Yu., Vartanov S.A. Exploring the Diversity of Data Sources in Data Journalism. *Litera*, 2025, no. 6, pp. 99–115. (In Russian). EDN: ZXKDOP. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.6.74512.
14. Nerents D.V. Visualization of Data Materials as a Way to Attract the Audience in Modern Media. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = RGGU Bulletin. Series: Literary theory. Linguistics. cultural studies*, 2019, no. 9, pp. 77–85. (In Russian). EDN: ECWWOF. DOI: 10.28995/2686-7249-2019-9-77-85.
15. Nerents D.V. Types of Data Materials in the Russian Media. In Nerents D.V. (ed.). *Transformation of the Media Environment in the 21st Century. Materials of International Scientific Conference, Moscow, April 24, 2019*. Moscow, 2019, pp. 385–395. (In Russian). EDN: FORBFA.
16. Nerents D.V. Data Journalism: New Opportunities for Journalists-Investigators. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism. Vestnik*, 2018, no. 3, pp. 147–150. (In Russian). EDN: YGGJPF.
17. Vyrovitseva E.V. The Theory of Genres of Journalism in the Conditions of Transformation of a Media System. *Information Age*, 2018, vol. 3, no. 4. Available at: <https://age-info.com/2019/01/the-theory-of-genres-of-journalism-in-the-conditions-of-transformation-of-a-media-system/>. (In Russian). EDN: YVISPB.

18. Khidirova Sh. Challenges of Content Creation in Data Journalism: Problems and Suggestions. *Vestnik Kyrgyzskogo Natsional'nogo Universiteta imeni Zhusupa Balasagyna = Bulletin of the Kyrgyz National University Named After Zhusup Balasagyn*, 2024, no. 3, pp. 333–338. (In Russian). EDN: RTDYHW. DOI: 10.58649/1694-8033-2024-3(119)-333-338.

19. Heravi B.R. 3WS Data Journalism Education. *Journalism Practice*, 2018, no. 13 (3), pp. 349–366. DOI: 10.1080/17512786.2018.1561327.

20. Gikis S.N. Infographics as a Trend in Foreign Data Journalism (For Example, British and American Media). *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2019, no. 1, pp. 94–97. (In Russian). EDN: ZCTFVZ.

21. Krasavina A.V., Artemov I.A. Storytelling and Immersion: Current Trends in Journalism. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: The Problem Field of Media Education*, 2019, no. 1, pp. 102–109. (In Russian). EDN: EGJEDM.

22. Kornev M., Nigmatullina K., Zhukovskaya A., Pulya V. *Non-Study Guide*. Moscow, Izdatel'skie resheniya Publ., 2017. 110 p.

23. Salaverría R. Digital Journalism: 25 Years of Research. Review Article. *El profesional de la información*, 2019, vol. 28, no. 1. DOI: 10.3145/epi.2019.ene.01. Available at: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>.

24. Tertychnyy A.A. Modern Investigative Uralistica: Genre Structure. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2017, no. 2, pp. 126–131. (In Russian). EDN: YSDSZV.

25. Kroichik L.E. Is the genre crisis on the agenda? In *Media Genres: History, Theory, Practice. Materials of the 7th International Scientific Conference, Samara, March 14–15, 2013*. Samara, 2013, pp. 20–22. (In Russian). EDN: XCAHHT.

26. Smirnova O.V. Modern Transformations of Journalism in the Focus of Scientific Analysis (Traditions and Innovations in the Research of the Department of Digital Journalism). *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 4, pp. 16–25. (In Russian). EDN: CRVOYD. — DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2022.1625.

27. Baranova E.A. “Story” as a New Radio Genre. *Mir russkogo slova = The World of Russian Word*, 2015, no. 3, pp. 38–43. (In Russian). EDN: UYBLWV.

28. Baranova E.A. Data-Journalism as a New Journalistic Specialization. In *Mass Media in a Multipolar World: Problems and Prospects. Materials of the 9th International Scientific Conference, Moscow, November 09, 2018*. Moscow, 2018, pp. 205–208. (In Russian). EDN: VTKLLM.


29. Shilina A.G. Data Journalism in the Russian High-Quality Magazines: The Identification Experiment. *Vestnik Tverskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya: Filologiya = Herald of TVGU. Series: Philosophy*, 2016, no. 3, pp. 222–228. (In Russian). EDN: WLSSZP.

30. Fotieva I.V., Kirilin K.A. Data Journalism: Trends and Problems. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = The World of Science, Culture and Education*, 2025, no. 2, pp. 508–510. (In Russian). EDN: STARSB. DOI: 10.24412/1991-5497-2025-2111-508-510.


31. Grushevskaya E.V. Storytelling as a Tool to Hook an Audience. In *Innovative Potential of Science Development in the Modern World: Technologies, Innovations, Achievements. Materials of the 16th International Scientific Conference, Ufa, November 22, 2024*. Ufa, 2024, pp. 94–110. (In Russian). EDN: NCDEW.

32. Shchemeleva I.I. The Impact of Digital Media on Social Activism. In *Science, Education, Society: Trends and Development Prospects in the Era of Global Socio-Economic Transformations. Collected Papers*. Saint Petersburg, 2003, pp. 248–252. (In Russian). EDN: XLWADV.

Информация об авторе

Авдонина Наталья Сергеевна — кандидат политических наук, доцент, кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, 163002, Российская Федерация, г. Архангельск, наб. Северной Двины, 17,  <https://orcid.org/0000-0001-9871-3452>, SPIN-код: 6676-0156.

Author Information

Natalia S. Avdonina — PhD in Political Science, Associate Professor, Department of Journalism, Advertisement and PR, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, 17 Severnaya Dvina Emb., Arkhangelsk, 163002, Russian Federation,  <https://orcid.org/0000-0001-9871-3452>, SPIN-Code: 6676-0156.