



PLATFORM  
FOR ANALYTICS  
AND INTERCULTURAL  
COMMUNICATION  
(PAIC)

## СЕРІЯ ІНТЕРВ'Ю З УКРАЇНСЬКИМИ АНАЛІТИЧНИМИ ЦЕНТРАМИ

# TEXTY.org.ua

*TEXTY.org.ua розпочинав свою діяльність у 2009 році як журналістське видання без фінансування, але з часом розвинувся у потужний think tank, якому кошти пропонують самі донори. Роман Кульчинський, співзасновник та керівник організації, переконаний у важливості аналізу великих масивів даних, саме в журналістиці даних, і в представленні їх у зрозумілій для людей формі.*

Київ, 2018



## Про проект

Інтерв'ю опубліковано в рамках проекту «Платформа аналітики та міжкультурної комунікації», мета якого полягає у посиленні експертизи в сфері написання аналітичних матеріалів, створенні синергії між українськими та європейськими, зокрема німецькими, аналітичними центрами та покращенні розуміння міжкультурних розбіжностей. Проект реалізується Інститутом європейської політики (Берлін) у співпраці з Міжнародним фондом «Відродження», Фондом «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, Ініціативою з розвитку та дослідження аналітичних центрів «think twice UA» за сприяння Федерального міністерства закордонних справ Німеччини.

## Про серію інтерв'ю

Мета інтерв'ю з представниками аналітичних центрів полягає у тому, щоб дати читачеві уявлення про те, яким на сьогодні є ландшафт українських аналітичних центрів, з якими викликами вони стикаються та яку роль відіграють у проведенні реформ в Україні.

## Відповідальні за проведення інтерв'ю

**Інститут європейської політики** – неприбуткова німецька організація, яка працює в сфері європейської інтеграції, заснована 1959 року. Інститут належить до провідних аналітичних центрів у сфері аналізу зовнішньої політики Німеччини та політики Європейського Союзу. Завдання Інституту полягає у науковому опрацюванні тем європейської політики та інтеграції і виробленні практичних рекомендацій у цій сфері. До напрямів його діяльності належить також реалізація проектів, які спрямовані на посилення ролі громадянського суспільства в країнах Східного партнерства. [www.iep-berlin.de](http://www.iep-berlin.de)

**think twice UA** – Ініціатива з розвитку та дослідження аналітичних центрів. Ініціатива створена в 2016 році для проведення моніторингу, аналізу та популяризації think tanks. Місія – підвищення аналітичного рівня для якісного поступу та глибоких трансформацій України. [www.thinktwiceua.org](http://www.thinktwiceua.org)

*Думки, висловлені у цій публікації, передають погляди автора і не відображають офіційної позиції будь-якої з представлених організацій чи Федерального міністерства закордонних справ Німеччини.*

## Редакція

**Видавець:** think twice UA

**Спілкувалася:** Ольга Львова, think twice UA

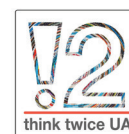
**Головний редактор:** Людмила Мельник,  
Інститут європейської політики

**Редактор:** Ірина Філіпчук,  
Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва

**Верстка:** Дмитро Мокрий-Вороновський

© think twice UA, 2018 рік

 Institut für  
Europäische Politik



За підтримки Федерального  
міністерства закордонних справ  
Німеччини:



Auswärtiges Amt



## Texty.org.ua

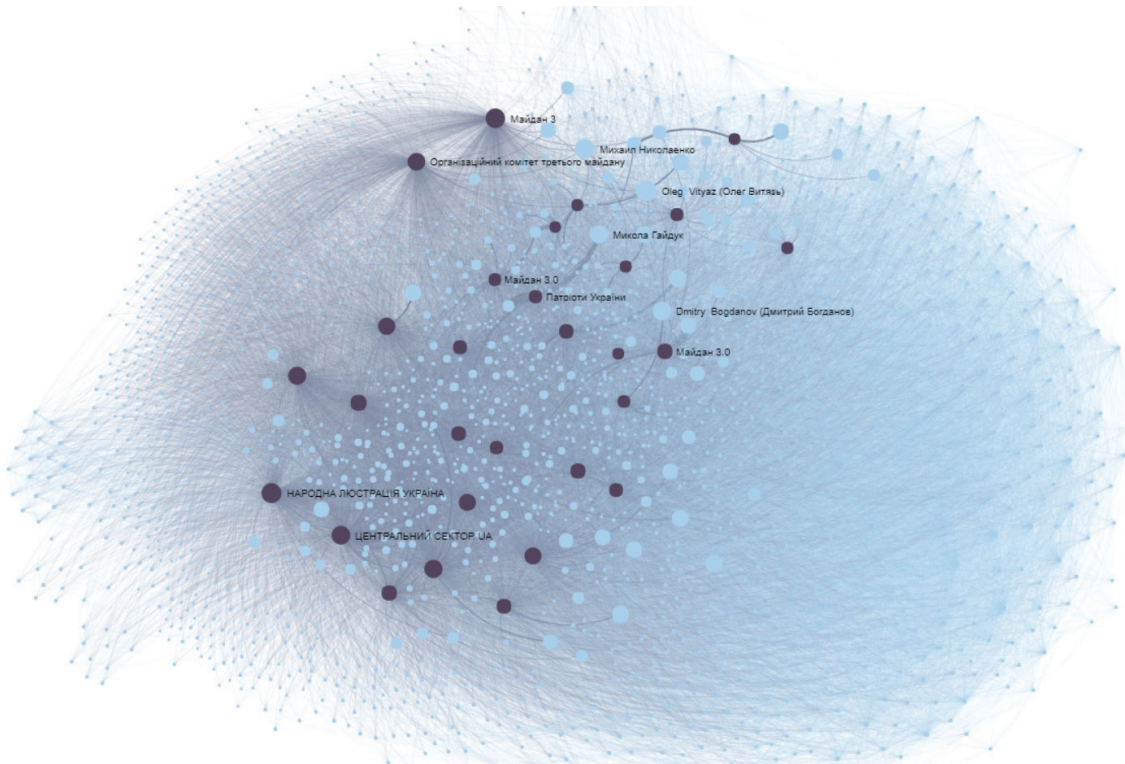


Фото: TEXTY.org.ua

**Роман Кульчинський** – керівник аналітичного центру TEXTY.org.ua. До того довгий час працював у медіа, був головним редактором видання «Український тиждень». Як фахівець, який в Україні активно розвиває журналістику даних, відзначає, що ситуація зі збором даних в Україні критична і рішення не ухвалюються на основі цих даних.

**TEXTY.org.ua** – гібридний аналітичний центр, який поєднує журналістику та аналітику. Організація максимально використовує у своїх публікаціях різноманітні дані з різних джерел. TEXTY.org.ua мають рекордну як для аналітичного центру кількість читачів, матеріали організації декілька разів відзначалися на міжнародних конкурсах. «Тролесфера» – один із найбільш відомих проєктів, коли аналітики Текстів виявили мережу тролів, які маскувалися під українських ультрапатріотів.

[www.texty.org.ua](http://www.texty.org.ua)



Графічне зображення проєкту «Тролесфера»



## Інтерв'ю

Ольга Львова,  
*think twice UA*

Роман Кульчинський,  
*TEXTY.org.ua*

*В нашій компетенції – аналізувати великі масиви даних і показувати результати аналізу людям у зрозумілій формі, в тому числі – графічній.*

*Конкурентів, на жаль, немає. Є невеличкі організації, які пробують журналістику даних, але так масштабно, як ми, то ні.*

## Ситуація зі збором даних в Україні критична

**Пане Романе, почну з головного питання, що таке TEXTY.org.ua – це аналітичний центр чи агенція журналістських даних?**

Журналістика даних (data journalism) – напрям у журналістиці, в основі якого лежить обробка великих масивів даних, їх аналіз та використання для створення журналістського матеріалу.

Тексти – це гібридна організація: частково ми працюємо як медіа, частково як аналітичний центр. Ми починали як ЗМІ, але донори запропонували нам бути аналітичним центром, оскільки ми багато аналізуємо, робимо аналітику, працюємо з даними. *В нашій компетенції – аналізувати великі масиви даних і показувати результати аналізу людям у зрозумілій формі, в тому числі – графічній.* Іноді пишемо «полісі-бріфи» (policy brief) і також допомагаємо збирати та відкривати дані органам влади.

**В кого виникла ідея створити організацію саме з таким фокусом і чому? Яка ніша була незаповнена і чи є у вас в Україні конкуренти?**

Разом із 5 колегами ми пішли з журналу «Український тиждень», пробували створити своє інтернет-видання, шукали інвестора. Оскільки в нашого спонсора закінчилися гроші, ми вирішили закрити ZaUA.org і написали читачам: «Дякуємо за те, що читали. Нас не буде». Читачі, які не знали, скільки коштує утримувати медіа, відповіли, що «ми скинемося, не закривайтесь». Ми прислухалися і почали збирати пожертви. Згодом перейменувалися на «TEXTY.org.ua» в 2010 році. Один із бізнесменів відгукнувся на наше прохання і виділив «грант» на 1000 доларів щомісяця протягом року. Він передавав кошти, але особисто з нами ніколи більше не спілкувався. Працювали фактично без зарплати, проїдаючи те, що ми заробили раніше. І почали думати, як шукати кошти на розвиток.

Мій колега, Анатолій Бондаренко, який за освітою фізик, завжди цікавився «відкритим програмним забезпеченням» (open-source software). Саме на основі open-source світові медіа почали робити проекти із журналістики даних, ми вирішили спробувати це і в нашій країні. Нами почали цікавитися багато організацій. Ми зрозуміли, що журналістика даних – це те, чого не вистачає в Україні. Нинішній світ має багато цифр, і коли починаєш їх аналізувати, ці цифри часто показують зовсім інше, ніж те, що люди думають. Наше завдання – якомога більше демонструвати правдиву реальність. Ми не претендуємо створити якусь школу, ми хочемо, щоб більше людей працювало в нас. *Конкурентів, на жаль, немає. Є невеличкі організації, які пробують журналістику даних, але так масштабно, як ми, то ні.*



*Нині, можна сказати, триває четвертий етап, ми нещодавно переїхали у більший офіс, у нас більше людей, більше проектів, більше чіпкості. Але це ще не кульмінація, ми хочемо розвиватись далі.*

*Найбільш гучні проекти – це, мабуть, «Тролесфера», коли ми розмотали мережу тролів, фактично фейсбушних тролів, які маскувались під українських ультрапатріотів.*

### **Розкажіть про історію організації, можливо, про основні етапи, і що вдалося здобути на кожному з них?**

Перший етап – це коли ми працювали рік без грошей із колегою і збирались раз на тиждень у кафе «Комора». Другий – ми почали отримувати невеликі гранти, котрі дозволяли жити нам, платити гонорари фрілансерам і найняти одну людину на півставки. І третій етап – це коли нас підтримав Міжнародний фонд «Відродження» за програмою SIDA. Тоді ми нарешті винайняли офіс і розширили колектив, збільшили його до семи людей.

*Нині, можна сказати, триває четвертий етап, ми нещодавно переїхали у більший офіс, у нас більше людей, більше проектів, більше чіпкості. Але це ще не кульмінація, ми хочемо розвиватись далі.*

### **Чи можете виокремити кейс історії успіху та приклад того, що не вдалося?**

Спочатку про успіх: наша головна мета, яку ми реалізували – створити команду, яка працювала б над журналістикою даних. І ми її створили. Додаткове завдання – навчати людей, і тут я поясню на прикладі. Ми проводимо багато семінарів, і на одному семінарі знайшли журналістку Ярину Михайлишин (зараз Ярина Серкез), яка зацікавилась інфографікою і запропонувала нам робити графіку безкоштовно в обмін на навчання. Ми її стимулювали вчитися пограмувати, і вона приїздила зі Львова до Києва на наші заняття. Згодом її взяли в штат, на ставку. Потім вона подалася на програму Fullbright, здобувала знання в Америці, а працювала в нас. Пізніше її запросили в одну з груп курсу на стажування в New York Times, а за рік вона пішла на стажування в The Wall Street Journal і сьогодні там працює. Це можна вважати історією успіху. Але це не наша мета – кувати кадри для світових медіа. Наша мета – робити багато класних проектів, які людям пояснювали б щось нове.

*Найбільш гучні проекти – це, мабуть, «Тролесфера», коли ми розмотали мережу тролів, фактично фейсбушних тролів, які маскувались під українських ультрапатріотів. Це був дуже гучний проект, але не впевнений, що він на щось вплинув. Водночас люди звернули увагу, що не все, що пишуть у Фейсбуку, є правдою, і не всі живі люди ведуть екаунти, а є фейкові.*

Неуспіх: ми хотіли здійснити проект стосовно Твіттеру, подивитися, що пишуть російські тролі та боти у цій соціальній мережі, а відтак визначити порядок денний, який вони створюють. Але поки що у нас це не вийшло. Проблема полягає в тому, що тролі та боти генерують багато різного шуму, тобто беззмістовних фраз, різних лінків, іноді розважальних, і ми не змогли відокремити політичні меседжі від цього шуму. Ось це проект, який не вдався.



## Розкажіть докладніше про проект «Тролесфера» і його методологію.

Українформ опублікував статтю на основі зламаної пошти відомого інтернет-персонажа Степана Мазури. Із розкритих даних стало зрозуміло, що Степан Мазура, насамперед, живе у Москві, хоча в Фейсбучі веде себе як український ультрапатріот і закликає народ і бійців добробатів виходити на революцію та третій Майдан. А перед цим ще воював у ДНР. Він адміністрував патріотичний паблік у Фейсбучі та декілька груп. Ми проаналізували ці групи, ретельно вивчили, хто ще їх адмініструє, простежили їхні взаємозв'язки. Для цього ми використовували програмування на Python. Написали скрипт, тобто програму, яка скачувала із соцмережі необхідну інформацію.

Цю мережу можна було би розширювати безмежно.

Як тепер показало розслідування Конгресу США, в Америці було створено близько 200 таких груп, під кожен цільову аудиторію. Наприклад, для темношкірих була створена група, де закликали боротися з поліцією, бо поліція «вбиває наших дітей». Для білих радикалів вони створили групу, яка закликала на мексиканському кордоні розстрілювати нелегальних мігрантів, котрі намагаються перейти через кордон. *Нинішні американські розслідування діяльності російських пропагандистів у Фейсбучі підтверджують наші висновки, опубліковані у «Тролесфері».*

*Нинішні американські розслідування діяльності російських пропагандистів у Фейсбучі підтверджують наші висновки, опубліковані у «Тролесфері».*

## Чи є затребуваними з боку органів влади ваші інструменти з боротьби з пропагандою? Чи виходив ваш центр до них із такою пропозицією?

Так, у нас нещодавно була розмова з представником СБУ. Він прочитав про наш проект, який був опублікований ще два роки тому, і сказав, що їм було б дуже цікаво поспілкуватися з нами і порадитись.

## Ви часто є фіналістами міжнародних конкурсів із журналістики даних. Що для Вас означає перемога?

Є Data Journalism Award, ми туди регулярно подаємося, і в 2012 та у 2016 роках вийшли в short list, але не отримали премію. У 2012-му навіть випередили BBC з нашим проектом щодо закупівель. Проект полягав у тому, що ми брали базу даних із Вісника державних закупівель, де неможливо було здійснювати пошук, і зробили базу, де можна шукати. А *торік на Data Journalism Award у номінації «Студенти та молоді data-журналісти року», де були представлені 69 проектів із 20 країн світу, виграла наша Ярина Серкез (Михайлишин), про яку я вже розповідав.*

*Торік на Data Journalism Award у номінації «Студенти та молоді data-журналісти року», де були представлені 69 проектів із 20 країн світу, виграла наша Ярина Серкез (Михайлишин).*

## Чи фіксуєте для себе рекордні відвідування сайту, матеріалів? Які тексти були найбільш прочитаними?

Матеріал про освіту, про те, що діти в середній та старшій школах витрачають по 10 годин щодня на уроки, тобто 50 годин на тиждень. Автор



*Ми здійснили такий інтерактивний напіврозважальний-напівпросвітницький проект про Карпати під назвою «Пролітаючи над Драгобратом». Матеріал про те, як влаштований один із хребтів Карпат.*

*Зробили інтерактивну гру «Гроші, метри, два авта», у якій користувач бачив статки чиновника.*

*Ситуація зі збором даних в Україні критична. Рейтинги догори підіймаються, але рішення на основі цих даних не ухвалюються.*

порахувала, скільки часу треба дитині, щоб виконати домашнє завдання, а потім попросила зробити це дорослих. Вийшов хороший матеріал. Там була відвідуваність десь 180 тис. Ми спровокували дискусію, бо цей матеріал прочитала і міністр освіти, і працівники міністерства. Цю, до речі, цікаву тему не підняв жоден із аналітичних центрів, які займаються освітою. Звісно, багато було переглядів тих матеріалів, що стосувалися «Тролесфери».

А ще ми здійснили такий інтерактивний напіврозважальний-напівпросвітницький проект про Карпати під назвою «Пролітаючи над Драгобратом». Матеріал про те, як влаштований один із хребтів Карпат: яка там рослинність, де розташовано бази відпочинку, де там люди хочуть будувати нові бази, де ліс рубують, де які види дерев можна знайти. У перший же тиждень 70 тисяч відвідувань було, що досить багато навіть для нашого сайту.

Крім того, коли ще тільки почалася тема з деклараціями, коли вони ще були не в електронному, а друкованому варіанті й коли журналіст Денис Бігус їх оцифрував і викладав дані в окрему базу, ми тоді на основі цих даних зробили інтерактивну гру «Гроші, метри, два авта», у якій користувач бачив статки чиновника і мав вгадати зарплату посадовця. З нею і ввійшли у short list Data Journalism Award у 2016 році.

### **Україна нині посідає перші місця у різноманітних рейтингах відкритості даних. Про що це свідчить? Про відкритість держави?**

Питання складне. З одного боку, відкривається багато потрібних даних. Різні реєстри відкриті, судові рішення відкриті, бенефіціарії відкриті. Це те, що корисно, і можуть всі переглянути. Декларації відкриті, хоча тут є питання, наскільки потрібні такі деталізовані декларації такої великої кількості держслужбовців.

Однак є багато чого, що вважається відкритими даними, але насправді це – шлак, з якого жодного висновку зробити не можна: довідники, телефони. Тобто відкриті дані є, а насправді їх немає. Десь у більшості урядових структур панує така ситуація. Це погані, дуже неякісно складені дані. Ситуація зі збором даних в Україні критична. Рейтинги догори підіймаються, але рішення на основі цих даних не ухвалюються. Ці дані ніхто ніколи не аналізував, ніхто ніколи не бачив і не використовував.

Наприклад, ми досліджували кількість виданих алкогольних ліцензій у Києві. Податкова виклала на сайті інформацію, що їх приблизно 1400. Ми почали перевіряти: наклали точки ліцензій на карті на мережі супермаркетів і побачили, що 2/3 супермаркетів працюють без ліцензії. Пішли перевірити в супермаркети, а в них ліцензії є.

Або дані щодо ДТП. Поліція не збирає конкретно дані, де відбулась аварія, який тип аварії: чи збили пішохода, скільки автомобілів у результаті пошкоджено. Зафіксовано, що це ДТП, і жодного висновку для планування доріг зробити неможливо.



*Нам розповідають, що в Україні критична ситуація з вакцинами, але на основі чого такий висновок – ніхто не знає. Нам надіслали були державні дані з декількох областей, але там вони викладені у «ворді», все намішано, перекручено, ніхто нічого розібрати не може. Це не дані, а просто шлак. От такі українські відкриті дані.*

*Щоб налагодити нормальну систему збирання та обробки даних у державних структурах України, має бути окреме фінансування на це. Дуже важливо мати розроблений єдиний стандарт, чітко виписаний, що таке відкриті дані і як їх потрібно збирати, і внутрішню інструкцію, щоб всі державні органи збирали дані за єдиним взірцем.*

У Міністерстві юстиції хороші дані, адже вони відкривали всі реєстри. А, наприклад, у Міністерстві охорони здоров'я взагалі нічого немає. Ми півроку випрошували дані, скільки Україна закупила вакцин, скільки з них витратили, який їх залишок, скільком дітям ще залишилось зробити щеплення і яку саме вакцину. Таких даних немає. *Нам розповідають, що в Україні критична ситуація з вакцинами, але на основі чого такий висновок – ніхто не знає. Нам надіслали були державні дані з декількох областей, але там вони викладені у «ворді», все намішано, перекручено, ніхто нічого розібрати не може. Це не дані, а просто шлак. От такі українські відкриті дані.*

### **Як можна виправити цю ситуації з невмінням збирати та класифікувати дані? Провадити навчання в органах влади із застосування відповідних програм, щоб вони правильно занесли дані в Excel?**

Ми пробували, організували семінар, коли ще посаду міністра інфраструктури у 2014–2016 рр. обіймав Андрій Пивоварський. Міністерство збило працівників своїх держкомпаній, годину розповідали, як правильно збирати дані. Перше запитання чиновників було таке: розкажіть нам, а які є юридичні підстави цього не робити.

*Щоб налагодити нормальну систему збирання та обробки даних у державних структурах України, має бути окреме фінансування на це. Дуже важливо мати розроблений єдиний стандарт, чітко виписаний, що таке відкриті дані і як їх потрібно збирати, і внутрішню інструкцію, щоб всі державні органи збирали дані за єдиним взірцем.* Наприклад, школа завжди називалася СШ, тобто середня школа. А в нас вона може називатися по-різному: середня школа, ЗСШ, просто школа – хто як хоче, так і пише. Або інший приклад – після одинці має завжди стояти крапка, а не пробіл, не кома. Всі такі моменти, і не тільки, треба стандартизувати.

І чиновник має розуміти, навіщо він це робить, як це покращить його роботу, принесе кращий результат.

### **Якою була співпраця з Міністерством інфраструктури в рамках спільного проекту з аналізу даних Укрзалізниці?**

Міністерство на чолі з міністром Пивоварським (2014–2016 рр.) розпочало реформу і вирішило показати свою відкритість, популяризувати себе і свою діяльність. Вони запропонували декілька наборів даних, які можуть оприлюднити. І ми сконцентрувались на найцікавішому: навколо пасажирів Української залізниці (УЗ). Втім, щоб отримати ці дані, почалася справжнісінька епопея, яка тривала два місяці. Укрзалізниця нічого не хотіла надавати. До наших зусиль підключився Пивоварський зі своєю командою і врешті «вирвали» ці дані у них. Коли ми почали працювати, то виявили, що ці показники теж проблемні – пояснень не було, тільки колонки та цифри. Ми змушені були шукати експерта, який колись працював у цій сфері й пояснив би, що ці цифри означають.





*Є дуже багато даних в Україні, які збираються, але майже ніколи не аналізуються.*

*На мою думку, медіа не повинні займатись адвокацією і бути учасником політичного процесу.*

*Ключовий мінус – держоргани не готові платити гроші за аналітику, а аналітичні центри не готові працювати як комерційні фірми і брати участь у тендерах на відповідні замовлення.*

Та коли проект добігав кінця, нам знов зателефонували з Міністерства, але тепер вже з проханням переслати їм ті самі дані, які колись нам надала Укрзалізниця, бо отримати їх від неї ще раз напямучу їм не вдається. До речі, в процесі цієї роботи ми виявили, що у цієї структури є *дуже багато даних в Україні, які збираються, але майже ніколи не аналізуються*. І ми зрозуміли, що бази даних продажу квитків вони також не аналізують, щоб оптимізувати продажі.

### **Як Ви вважаєте, що далі має бути з матеріалами, особливо якщо вони суспільно важливі або викривають злочини?**

Кінцева мета журналістики – опублікувати матеріал. Газету люди купують, читають і сплачують гроші. І редакція на це живе. Кінцева мета журналіста – задовольнити інтерес читача. Що далі з цим матеріалом робити – це не питання журналіста. Але, *на мою думку, медіа не повинні займатись адвокацією і бути учасником політичного процесу*. Медіа можуть висловлювати свої ідеї, можуть суб'єктивно, але аргументовано писати. Я думаю, це правильно. Проте це не повинен бути такий постійний адвокаційний процес, як от цим займається громадська організація.

### **Як Ви загалом оцінюєте експертне середовище, ринок аналітичних центрів? Які можуть бути прогнози за 10 чи 15 років?**

Після Майдану, звичайно, багато прийшло нових людей до влади. Частина з них хоче проводити зміни, їм потрібна зовнішня експертиза. Відповідно, зріс попит на послуги аналітичних центрів. Частина аналітиків пішла у владу, попрацювала, повернулася. Є дуже хороша програма Фонду «Відродження», яка підтримує аналітичні центри. Мені здається, що всі ці фактори слугують тому, що аналітичні центри стають сильніші. *Ключовий мінус – держоргани не готові платити гроші за аналітику, а аналітичні центри не готові працювати як комерційні фірми і брати участь у тендерах на відповідні замовлення.*

### **Які організації є прикладом для вас і чому?**

Прикладами для нас є Washington Post та The New York Times. Фактично будь-яка велика західна редакція, вона пробує робити журналістику даних. І робить, тому що в них є можливість. В Economist, лише там, де є графік дня. Але в них немає таких великих проектів з журналістики даних. Втім, найближче нам видання це американська ProPublica, котра багато уваги приділяє проектам із журналістики даних, та не є комерційною, а існує завдяки ендавменту.



### **Чи є у вас партнери, партнерські організації в ЄС, співпраця з якими була б вам корисною?**

Ми зараз працюємо з декількома організаціями, але щоб сказати «партнери», то немає такого. Ведемо розмови з британцями, які цікавляться інструментами боротьби з російською пропагандою.

### **Як Ви думаєте, на що потрібно зважати донорам і які проекти в сфері відкриття даних потрібно фінансувати і чому?**

Мені здається, донори мають давати більше коштів на різні дослідження України. Тому що українці не знають України, вона дуже мало досліджена, і немає глибоких досліджень багатьох процесів. Ні прикладу, як люди виживають, як працює економіка, ні структури суспільства, ні моделі поведінки українців ніхто не вивчав, ні культурних особливостей і як у регіонах люди живуть.

Другий момент: підтримувати організації, в яких є широкі мережі. Бо зараз підтримка сконцентрувалася на окремих адвокаційних групах, і вони стали частиною політики, відірвані від суспільства й не представляють нікого.

*Донори мають давати більше коштів на різні дослідження України. Тому що українці не знають України, вона дуже мало досліджена, і немає глибоких досліджень багатьох процесів.*