

## **ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ КАК СРЕДСТВО БОРЬБЫ С АСИММЕТРИЧНОСТЬЮ ИНФОРМАЦИИ**

Власова М.К.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

[vlasovaofficial1@gmail.com](mailto:vlasovaofficial1@gmail.com)

Журналистика данных уже достаточно укрепилась на Западе и известна нам по громким проектам The Guardian и Los Angeles Times. В России же на данный момент широкого распространения она не получила, но уже зарекомендовала себя как символ качества журналистики. Редакторы крупных изданий и эксперты пророчат дата-журнализму светлое будущее, а специалистам в этой области – увеличения спроса на рынке труда.

Бескрайние просторы Всемирной паутины открыли перед нами возможность ежедневно получать огромные массивы информации. Но вместе с достоверными и качественными данными со временем интернет наводнил контент и низкой пробы. Онлайн-издания в погоне за оперативностью и возможностью сообщить новости первыми стали терять свою качественность. Ведь времени на проверку, как факта новости, так и самого материала совсем немного: а вдруг опередят "соседи"?

С этого места и можно начать разговор об асимметричности информации. Данное понятие практически не употребляется в журналистике – чаще всего оно встречается в экономике и означает неравномерность распределения информации на рынке. В плане журналистики же, асимметричностью информации можно назвать отнюдь не недостаток или неравномерность сведений, а скорее их неполноту, а также невозможность проникнуть в них и внести коррективы из-за больших объемов и огромной скорости распространения.

Последствия распространения информации такого типа очевидны: это падение качества информационного продукта, а вследствие чего – уменьшение интереса к изданию, следовательно, отток аудитории. Почему же средством борьбы с данным явлением стал дата-журнализм: какова его сущность, его проблемы и его перспективы в России?

Сейчас мы живем в цифровом мире – мире, где можно описать практически всё с помощью цифр. Над этим и трудится журналистика данных: открывает новые возможности «добычи новостей» посредством обработки огромных массивов данных и превращению их в визуальный формат, понятный любому. В таком случае сам журналист совмещает две специальности – это аналитик, представляющий данные в наглядной форме, и переводчик с экономического/государственного/цифрового языка на язык, понятный всем.

Естественно, подготовка такого материала – очень трудоемкий и требующий большого количества времени процесс. В основном, наибольший временной промежуток занимает процесс поиска и обработки информации, приведения её в цифровой вид. Одной из

главных проблем журналистики данных в нашей стране – это отсутствие достаточного количества источников, в которых журналист может скачать интересующую его информацию в нужном формате за несколько кликов. Очень часто приходится делать запросы в органы, в компетенцию которых входит предоставление информации, и ждать ответа от нескольких дней до нескольких недель. Либо сталкиваться с тем, что предоставленную информацию приходится переводить в нужный цифровой формат, что также отнимает много времени. Сам процесс визуализации недолог – современные технологии позволяют автоматически создать инфографику. Нужно всего лишь загрузить файл с данными в специальную программу, и она сама запустит процесс. В крупных информационных агентствах существуют свои отделы инфографики, где штатные сотрудники трудятся над визуализацией вручную: прорисовывают каждый элемент и после собирают всё воедино. Например, сотрудники отдела инфографики в МИА «Россия сегодня» (бывш. – РИА Новости) посвящают своим крупным проектам, выполненным от начала до конца вручную, от недели и больше.

Журналист, работая с данными и превращая их в визуальный продукт, прекрасно понимает, что ему следует расставлять приоритеты: он переключает внимание с задачи стать первым, кто сообщит о чем-либо, на задачу стать тем, кто расскажет, что на самом деле может означать определенный ход развития событий.

Использование данных в журналистских материалах превращает абстрактное в то, что человек может понять и с чем может соотнести себя, своих близких и знакомых людей. Текст в подобном продукте отходит на второй план, становится вспомогательным инструментом. Эта особенность круто меняет, как структуру, так и форму подачи материала: с одной стороны, его сложно сделать эмоциональным, а с другой, наглядность обеспечивает наилучшее восприятие и понимание сути поднимаемого вопроса. Наглядность также позволяет охватить новый сегмент аудитории, который не любит вчитываться и вникать в огромные тексты, но отлично понимает их визуальную подачу.

Обилие мультимедийных технологий позволяет журналисту разнообразить методы предоставления информации читателю. Снабдив традиционный репортаж о результатах выборов интерактивной картой регионов, в которых проходило голосование, инфографикой, фотогалереей или видеоматериалом, онлайн-издания преподносят своим читателям совершенно новый и качественный уровень подачи материала. Таким образом издание борется с асимметричностью информации, и избавляет свою аудиторию от надобности самостоятельного анализа больших потоков информации.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Грей Д., Чемберс Л., Бонегру Л. Пособие по журналистике данных / пер. с англ А. Горлина, Р. Сайдашева, Е. Секисовой. М.: РИА Новости, 2013.