

УДК 82.0
ББК 76.0

В.П. Мингинос

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ЖУРНАЛИСТИКА В РОССИИ
(В ОЦЕНКАХ ПУБЛИЦИСТИКИ
И НАУКИ)**

Представлено разнообразие мнений, оценок ученых, журналистов, политиков о современном состоянии экономической журналистики, анализируются ее характерные черты, признаки, причины современного состояния.

Ключевые слова: *экономическая журналистика, средства массовой информации, экономическая тематика, экономический журналист.*

Мингинос Виктория Петровна – аспирант кафедры теории журналистики Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета.
Тел.: 8-908-503-09-49
E-mail: vistory@inbox.ru

В терминологии западной журналистики, как отмечает А. Курприянов, преподаватель Высшей школы журналистики, заместитель руководителя редакции новостей агентства «РИА Новости», нет понятия «текст» или «новость», вместо этого используют термин «история» – некий посыл, рассказ, который журналист стремится донести до аудитории. Одна из главных функций экономических «историй» – дать информацию для принятия решений [Курприянов, [http](#)].

Если учесть, что «экономическая журналистика – это поиск, анализ и изложение информации об экономике» [Добрецова, с. 15], то, по мнению В. Иваницкого, доцента МГУ, современная отечественная экономическая журналистика по сути не является журналистикой. Поскольку экономические материалы становятся полем действия для контекстной рекламы, а ее тематика формируется «пресс-службами предприятий и ведомств, нередко являющихся рекламодателями издания. В этих условиях основная масса представителей экономической прессы выступает в качестве рерайт-институтов пресс-релизной журналистики, где вместо четко выраженной позиции СМИ в области экономической политики наблюдается коммерциализация экономического контента», и это пагубно сказывается на объективности подобного рода публикаций [Иваницкий, [http](#)].

Данная точка зрения близка и председателю Союза журналистов России В.Л. Богданову, который считает, что такое положение

дел вызвано чрезмерной коммерциализацией средств массовой информации. Высказывание В.Л. Богданова относительно «крена в информативность и событийность... в ущерб аналитике», совершенно точно отражает действительность. Фактическое обеспечение эффективного информационного обмена бизнес предложениями, прогнозы, а также просто чистое познание – вот что является базовыми ожиданиями аудиторий деловых и экономических медиа. А так как «зрительско-читательские» предпочтения – ключевой фактор выживания, то в этом смысле предположения о необходимости «публикаций, анализирующих и исследующих структурные и отраслевые перемены в российской промышленности, болевые точки нашего экономического развития» [Петров, [http](#)], являются преждевременными.

К тому же, как отмечает главный редактор газеты «Экономика и жизнь» Ю. Якутин, «сегодня идет серьезная дискуссия по поводу новой экономической политики России. Открываешь любую газету, и сразу становится видно, кому она принадлежит и чьи экономические интересы отстаивает» [Петрова, [http](#)].

Это, разумеется, повлияло на уровень доверия аудитории к экономической журналистике. В августе 2009 г. Фонд общественного мнения провел исследование «СМИ как источник информации об экономической ситуации в России» [ФОМ: новостные..., эл. ресурс], (позже подобные опросы не проводились). Результаты, опроса свидетельствуют, что только 41 % респондентов доверяют средствам массовой информации, 48 % сомневаются в достоверности предоставляемых данных и 11 % опрошенных затрудняются ответить [ФОМ: СМИ...,[http](#)].

Падение доверия к СМИ, по мнению Б. Тимошенко, руководителя службы мониторинга Фонда защиты гласности, связано с тем, что СМИ взяли курс на пропаганду и развлечение, а не информирование населения о важных вопросах, влияющих на жизнь общества. И если средства массовой информации не меняют ориентиры, то Б. Тимошенко прогнозирует дальнейшее падение уровня доверия [Кленин, [http](#)]. Данное мнение разделяет и В. Федоров, генеральный директор ВЦИОМ, отмечая, что на сегодняшний день наибольшей популярностью пользуются художественные фильмы, сериалы, шоу, тогда как аналитические программы и дискуссии отошли на второй план, а новости быстро забываются. Полезную информацию (о зарплате, работе, перспективах, экономике) население в основном получает от знакомых, членов семьи [Кленин, [http](#)].

Однако, несмотря на скудость и качество информации, 28 % опрошенных ответили, что внимательно следят за ситуацией в российской экономике, 49 % – не уделяют данной тематике особого внимания, и 23 % затруднились ответить. Причем, в отчете Фонда общественного мнения, говорится, что только 35 % считают, что экономические журналисты объективно отражают реальное положение дел в хозяйственной сфере, 39 % респондентов думают, что средства массовой информации пред-

ставляют происходящее в более негативном свете, чем это есть на самом деле, и 5% полагают, что СМИ приукрашивают ситуацию.

В.А. Абрамова, кандидат политических наук, опираясь на результаты экспертного опроса 80 слушателей Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, отмечает, что большинство респондентов (представителей органов муниципальной и государственной власти, журналистов, специалистов информационно-аналитических и пиар-служб) считают, что средства массовой информации играют важную роль в формировании экономического сознания общества и являются влиятельным субъектом информационной политики. Но при этом 75% опрошенных отмечают, что медиа распространяют информацию деструктивного, либо нейтрального характера, но содержащую элементы искажения, манипулирования и пропаганды. Тогда как манипулирование сознанием противоречит истинному предназначению прессы [Абрамова, с. 90 – 91].

Одной из причин медленного развития предпринимательства в России, по мнению Н. Липатникова, президента Вятской торгово-промышленной палаты, является сформированный в нашем обществе негативный образ предпринимательства. Поэтому власти, представители бизнеса, должны взаимодействовать со СМИ, поддерживать их интерес к экономическим темам. Поскольку роль грамотных журналистов, профессионалов своего дела, способных аналитически рассматривать проблемы в области экономических процессов в экономической жизни государства и общества чрезвычайно велика [Липатников, с. 56].

На сегодняшний день, по оценкам некоторых исследователей, СМИ в основном ограничиваются лишь освещением ключевых событий в сфере экономики, которые нельзя не заметить, а также сенсационных, скандальных историй, не давая целостного представления об экономике России и отдельных ее регионов, с точки зрения инвестиционной привлекательности, опираясь на положительные примеры.

Об этом задумались и представители Правительства Ростовской области, объявив в 2013 г. о старте ежегодного конкурса журналистских работ «5 «И»». Данный конкурс журналистских работ на премию Губернатора Ростовской области проводился среди физических лиц в целях привлечения внимания и формирования у населения интереса к деятельности органов государственной власти Ростовской области и органов местного самоуправления, общественных объединений по развитию пяти направлений: инновации, инвестиции, инфраструктура, институты, инициатива. Конкурс имеет призовой фонд, в 2013 г. победители получили по 100 000 рублей. Финансовая мотивация усилила интерес журналистов к написанию материалов по данным темам, в частности к освещению экономической жизни региона. Согласно протоколу заседания конкурсной комиссии по проведению ежегодного конкурса журналистских работ на премию Губернатора Ростовской области от 11 декабря 2013, в номинации «За лучший журналистский материал по теме «Инвестиции»» подано двадцать пять заявок. Из них в подноминации

«премия среди журналистов печатных и интернет-изданий» – пятнадцать заявок; в подноминации «премия среди журналистов телерадиокомпаний» – десять заявок. Это свидетельствует об интересе к данной тематике.

Привлечь внимание СМИ к экономическим вопросам можно, создавая «интересные информационные поводы, актуальные и востребованные реалиями сегодняшнего дня. Многолетний опыт нашего сотрудничества с журналистами свидетельствует о том, что формирование информационного поля – это обоюдный процесс, и от вклада каждой из сторон зависит общественное мнение», – считает Н. Липатников [Липатников, с. 57].

Этот вопрос, среди прочих, обсуждался на втором Республиканском семинаре по вопросам освещения экономической тематики и современным методам взаимодействия между пресс-службами субъектов экономики и СМИ, организованном Агентством по печати и СМИ Республики Башкортостан и Ассоциацией деловой и экономической журналистики Республики Башкортостан, который прошел 28 – 29 октября 2013 г. в Уфе. Подводя итоги семинара, вице-премьер регионального правительства Е. Маврин призвал журналистов и издателей к сценарному мышлению, отметив, что важно объяснить аудитории, почему было принято то или иное правительственное решение и к каким последствиям для экономики это приведет [Журналисту..., [http](#)].

Но журналист не должен идти на поводу у чиновников. Рассматривая экономическую журналистику периода экономического кризиса, В. Олешко, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Уральского государственного университета им. А.М. Горького, отмечает, что зачастую, поднимая общественно важные темы и обращаясь к представителям администрации муниципальных образований в качестве экспертов, журналисты идут на поводу у чиновников, и освещают то, что нужно им, а не социально важные вопросы, которые могли бы пролить свет на реальное обстоятельство дел. Это справедливо и для представителей бизнеса, руководства крупных предприятий.

С другой стороны, присутствие в материалах лишь косвенных комментариев первых лиц предприятий и города, невнятность позиции профсоюзов, тоже должны настораживать. В. Олешко акцентирует внимание, что в некоторых случаях власть имущие могут замалчивать факты, отказываться от комментариев, любыми способами выражать нежелание общаться с прессой – об этой позиции нужно сказать, иначе публикация может превратиться в «крик души» – прямую речь рядовых работников, пенсионеров и других. Иначе создается впечатление, что автор не утруждает себя поиском выхода из тупиковой ситуации совместно с чиновниками, администрацией, общественностью, а прячется за общими рассуждениями. Нельзя забывать, что чиновник может быть полезен, выступая в качестве эрудированного собеседника, объясняя причины того или иного явления или делая обоснованные прогнозы

[Олешко, с. 60]. Но порой этого недостаточно, полученная экономическая информация требует комментариев специалистов, услуги которых, по словам Ю. Якутина, не дешевы [Петрова, [http](#)].

Большинство исследователей и публицистов, размышляя об экономической журналистике, обозначают общие тенденции, свойственные данному виду СМИ.

Анализируя прессу, В. Олешко к негативным тенденциям относит опору на интернет [Олешко, с. 60] как источник информации, в частности использование статистических данных, цифр, без указания первоисточника, как бы подразумевая, что взято в интернете.

В качестве положительных примеров профессор Уральского государственного университета приводит опыт кунгурской «Искры», отмечая, что «читатели, отслеживая вместе с журналистами и экспертами тенденции ценовых прыжков на основные продукты и... водку, налоговые поступления в бюджет, среднюю зарплату по Кунгуру, число увольнений и сокращений, постепенно осваивали значение основных экономических терминов или наполняли конкретным содержанием понятия “инфляция” “процентные ставки”, “рекрутинг”, могли “спрогнозировать, какие сюрпризы может приготовить кризис” Анализ тенденций развития местного рынка земли позволил этим же авторам не просто провести своего рода инвентаризацию “главного российского достояния”, увы, используемого неэффективно, но и подвести аграриев к итоговому мнению руководителя управления Минсельхоза края Ивана Огородова: “У сельхозпредприятий в нынешних условиях появляются даже большие шансы для развития”» [Олешко, с. 62].

В этом ключе интересна практика батайской газеты «Вперед» (Ростовская область), которая с начала 2013 г. регулярно обращается к жанру производственного репортажа, публикуя под рубрикой «Рабочее время» материалы о жизни (проблемах и перспективах развития) городских предприятий.

Характеризуя состояние современной экономической прессы, ряд исследователей акцентирует внимание на уровне подготовки журналистов. Что должен знать журналист, необходимо ли ему экономическое образование, не проще ли научить писать экономиста, чем журналиста заставлять постигать финансовые реалии, может ли журналист без экономического образования написать качественную финансовую аналитику? Эти вопросы довольно часто поднимаются исследователями. Поэтому интересно сопоставить мнения журналиста-практика и ученого.

«Вопрос в том, что мы имеем в виду под образованием. Если имеется в виду некая корочка некоего вуза, которых по стране десятки тысяч, то, скорее, нет. Редко когда выпускник хорошего вуза экономического факультета, международной экономики, международных финансов способен работать как журналист. Он не мыслит как журналист, а работает в привычных схемах и моделях. Я делаю ставку на саморазвитие и самообучение», – отмечает А. Подлущий, главный редактор «РБК Украина» [Раненко, [http](#)].

Как отмечает И. Демина, заведующая кафедрой журналистики Байкальского государственного университета экономики и права, на современном этапе развития общества интерес к теоретическим вопросам экономики в целом невысок. Читателей волнует информация, которая может повлиять на их личные финансы, поможет сохранить сбережения. Ситуация на рынке печатных СМИ выглядит следующим образом: есть специализированные издания для массовой аудитории и специализированные тех или иных групп потребителей, поэтому экономический журналист должен получать такие знания, которые позволят ему разбираться в экономике и в доступной форме доносить информацию [Смирнова, [http](#)]. Таким образом, можно сделать вывод, что журналисту, пишущему на экономическую тематику, необходимо обладать специальными знаниями, но для этого необязательно получать экономическое образование. В ряде высших учебных заведений открываются программы обучения студентов «Экономическая (деловая) журналистика», а также курсы подготовки и переподготовки для журналистов, желающих писать на экономическую тематику, выходят учебные пособия, направленные на повышение экономической грамотности сотрудников редакций.

Это особенно важно, поскольку экономическая журналистика является посредником между источниками информации и широкими массами, а ее основная задача – донести до аудитории информацию, сделав содержание любого уровня сложности ясным и понятным для рядовых граждан. Журналисты должны, правильно оценив значимость того или иного экономического явления, рассказать о нем в привлекательной для читателей форме, поскольку тексты, написанные профессиональными экономистами, зачастую бывают достаточно сложны для восприятия среднестатистическими читателями [Мингинос, с. 187].

Анализ мнений исследователей и журналистов о современном состоянии экономической журналистики позволил сделать следующие выводы. Освещение экономических вопросов носит по большей части информативный и событийный характер и не направлено на систематическое осмысление экономических явлений в России и мире. О чем свидетельствует отсутствие публикаций, анализирующих и исследующих наиболее актуальные проблемы экономического развития нашей страны, отраслевые и структурные изменения в отечественной промышленности. Это связано с тем, что в основу публикаций кладутся пресс-релизы и сообщения, полученные из информационных агентств, а сами материалы становятся полем действия контекстной рекламы. Большинство исследователей сходится во мнении, что причиной такого положения дел является чрезмерная коммерциализация СМИ.

Названные особенности стали причиной падения уровня доверия большинства граждан Российской Федерации к экономической информации, распространяемой отечественными СМИ. Они считают, что журналисты предоставляют неполную информацию о значимых собы-

тиях, и экономическое положение в стране намного лучше, чем об том сообщается в прессе.

Таким образом, роль журналиста заключается в обеспечении эффективного взаимодействия между участниками экономических процессов: государством, бизнесом и населением.

А наличие как положительных, так и негативных характерных черт у нынешней экономической прессы является лишь отражением аудиторных запросов. Возможно, с течением времени они будут меняться. И задача ученого – отслеживать и изучать эти изменения.

Литература

Абрамова В. А. Информационно-коммуникативный фактор формирования экономического сознания: дис.... канд. пол. наук: 10.01.10. М., 2009.

Добрецова Н.Н. (ред.). Освещение экономических тем в средствах массовой информации (экономическая журналистика): учеб. пособие для вузов. Бишкек, 2009.

Журналисту пора стать экспертом, а не только транслятором новостей // НЭГ. 2013. Октябрь. URL: <http://neg-ufa.ru/stat/2/3382> (дата обращения: 03.02.2014)

Иваницкий В. Основные направления в проблематике российской прессы: экономика URL: <http://evartist.narod.ru/text19/062.htm> (дата обращения: 02.06.2013).

Кленин А. Не доверяют // РБК daily. 2009. 14 января. URL: <http://rbcdaily.ru/media/562949979004522> (дата обращения: 03.02.2014).

Курьянов А. Структура экономического текста URL: <http://newreporter.org/2012/05/29/struktura-ekonomicheskogo-teksta-lekcii-aleksandra-kurriyanova> (дата обращения: 03.02.2014).

Липатников Н. Роль СМИ в развитии экономики страны // Журналист. 2012. Апрель.

Мингинос В.П. Современное состояние экономического контента в российской прессе // Научная мысль Кавказа. 2013. № 4.

Олешко В. Кризис на кончике пера // Журналист. 2009. Август.

Петрова Л. Мы – за объективное освещение экономики и этой традиции не изменяем // Журналист. – 2013. Ноябрь. URL: <http://journalist-virt.ru/archive/2013/11/document2165.phtml> (дата обращения: 03.02.2014).

Петров Н. Российская экономическая журналистика: пока больше проблем, чем достижений // Торгово-промышленные ведомости. URL: http://www.tpp-inform.ru/tpv_online/506.html (дата обращения: 03.02.2014).

Раненко И. Антон Подлущкий, главный редактор «РБК Украина»: «Работа журналиста не начинается и не заканчивается. Она, как и работа мозга, продолжается 24 часа в сутки». URL: <http://www.sostav.ua/columns/2012/07/18/156/50567/> (дата обращения: 03.02.2014).

Смирнова А. Журналист как человек-оркестр или Будущее региональных СМИ // Восточный формат. 2012. № 34. 23–29 октября. С.3 URL: <http://kommersant-irk.com/zhurnalist-kak-chelovek-orkestr/> (дата обращения: 03.02.2014).

ФОМ: Новостные и информационные программы. [Электронный ресурс] URL: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_print/d110616 (дата обращения: 03.02.2014).

ФОМ: СМИ: общее доверие и оценка. [Электронный ресурс] URL: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_rei/d091211 (дата обращения: 03.02.2014).

References

Abramova V. A. Informatsionno-kommunikativnyi faktor formirovaniya ekonomicheskogo soznaniya: dis... kand. pol. nauk: 10.01.10. M., 2009.

Dobretsova N.N. (red.). Osveshchenie ekonomicheskikh tem v sredstvakh massovoi informatsii (ekonomicheskaya zhurnalistika): ucheb. posobie dlya vuzov. Bishkek, 2009.

ФОМ: Новостные и информационные программы. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_print/d110616 (дата обращения: 03.02.2014).

ФОМ: СМИ: общее доверие и оценка. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_rei/d091211 (дата обращения: 03.02.2014).

Ivanitskii V. Osnovnye napravleniya v problematike rossiiskoi pressy: ekonomika URL: <http://evartist.narod.ru/text19/062.htm> (дата обращения: 02.06.2013).

Klenin A. Ne doveryayut [Elektronnyi resurs] // RBK daily. 2009. 14 yanvarya. URL: <http://rbcdaily.ru/media/562949979004522> (дата обращения: 03.02.2014).

Kupriyanov A. Struktura ekonomicheskogo teksta URL: <http://newreporter.org/2012/05/29/struktura-ekonomicheskogo-teksta-lekcii-aleksandra-kupriyanova/> (дата обращения: 03.02.2014).

Lipatnikov N. Rol' SMI v razvitii ekonomiki strany // Zhurnalist. 2012. April'.

Minginos V.P. Sovremennoe sostoyanie ekonomicheskogo kontenta v rossiiskoi presse // Nauchnaya mysl' Kavkaza. 2013. № 4

Oleshko V. Krizis na konchike pera // Zhurnalist. 2009. Avgust.

Petrov N. Rossiiskaya ekonomicheskaya zhurnalistika: poka bol'she problem, chem dostizhenii // Torgovo-promyshlennye vedomosti. URL: http://www.tpp-inform.ru/tpv_online/506.html (дата обращения: 03.02.2014).

Petrova L. My – za ob"ektivnoe osveshchenie ekonomiki i etoi traditsii ne izmenyaem // Zhurnalist. 2013. Noyabr'. URL: <http://journalist-virt.ru/archive/2013/11/document2165.phtml> (дата обращения: 03.02.2014).

Ranenko I. Anton Podlutskii, glavnyi redaktor «RBK Ukraina»: «Rabota zhurnalista ne nachinaetsya i ne zakanchivaetsya. Ona, kak i rabota mozga, prodolzhaetsya 24 chasa v sutki». URL: <http://www.sostav.ua/columns/2012/07/18/156/50567/> (дата обращения: 03.02.2014).

Smirnova A. Zhurnalist kak chelovek-orkestr ili Budushchee regional'nykh SMI // Vostochnyi format. 2012. № 34. 23–29 oktyabrya. S.3. URL: <http://kommersant-irk.com/zhurnalist-kak-chelovek-orkestr/> (дата обращения: 03.02.2014).

Zhurnalistu pora stat' ekspertom, a ne tol'ko translyatorom novostei // NEG. 2013. Oktyabr'. URL: <http://neg-ufa.ru/stat/2/3382> (дата обращения: 03.02.2014).

**Minginos V. P. (Rostov-on-Don, Russian Federation)
ECONOMIC JOURNALISM IN RUSSIA (IN PUBLICIST AND SCIENTIFIC VIEWPOINT)**

Key words: economic journalism, media, economic science, economic journalist.

The author characterizes the notion of economic journalism. The paper presents a variety of opinions, attitudes, evaluations of scientists, journalists and politicians about the current state of economic journalism, analyzes its characteristics, features, aspects of content, positive and negative aspects of sociological studies with expert commentary are given.

Among the negative aspects of economic journalism researchers identify commercialization of economic content, lock in the detriment of informative analytics, lack of a clear position of the media in the area of economic policy, the reliance on press releases enterprises and departments, the use of statistics, numbers, without specifying the source. All this has a detrimental effect on the objectivity of such publications and the level of trust of the audience to economic media.

To date, according to some researchers, the media mostly confined to light the key developments in the economy, which cannot be surveyed, as well as sensational, scandalous stories, giving an integral view of the Russian economy and its individual regions, in terms of investment attractiveness.

Describing the economic media, researchers emphasize the level of training of journalists, trying to answer the questions: What should know a journalist, whether it is necessary an economic education, may be it is easier to teach an economist to write, than a journalist to comprehend financial realities, can a journalist write without economic education a qualitative financial analytics?

Minginos Victoria Petrovna – executive secretary MP BIA “Forward” (Bataisk, Russia), post-graduate student of journalism theory, Institute of Philology, Journalism and Crosscultural Communication, Southern Federal University. Tel.: 8-908-503-09-49. E-mail: vistory@inbox.ru