

## ИЛМИЙ АХБОРОТ

### ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В СМИ



**Барно САТТАРОВА**

преподаватель кафедры социальных наук  
Узбекский государственный университет

мировых языков

[barnosattarova1975@gmail.com](mailto:barnosattarova1975@gmail.com)



**Динара АЗИЗОВА**

студентка факультета международной журналистики  
Узбекский государственный университет

мировых языков

[dinara.s95@mail.ru](mailto:dinara.s95@mail.ru)

#### Аннотация

Мақолада иқтисодий журналистиканинг ўзига хос хусусиятлари ҳамда вазифалари ўрганилган, иқтисодиёт ва журналистика фанларининг ўхшаш ҳамда фарқли жihatларига эътибор қаратилган. Муаллифлар тадқиқот вазифаси сифатида иқтисодий журналистиканинг бугунги кундаги долзарблигини ҳамда унинг муаммоларини аниқлашга ҳаракат қилганлар.

#### Аннотация

В статье рассмотрены характерные черты и функции экономической журналистики. Особое внимание уделено сходству и различию между такими социальными дисциплинами, как экономика и журналистика. В качестве исследовательской задачи авторами была определена попытка оценить актуальность экономической журналистики на сегодняшний день и выявить её проблемные стороны.

#### Abstract

This article examines the characteristic features and functions of economic journalism. Particular attention is paid to the similarities and differences between such social disciplines as economics and journalism. As a research task, the authors defined an attempt to assess the relevance of economic journalism to date and identify its problematic aspects.

**Калит сўзлар:** иқтисодиёт, иқтисодиёт назарияси, иқтисодий журналистика.

**Ключевые слова:** экономика, экономическая теория, экономическая журналистика.

**Key words:** economics, economic theory, economic journalism.

Экономическая журналистика – это поиск, анализ и изложение экономической и финансовой информации таким образом и в такой форме, чтобы эта информация помогала каждому гражданину принять верное решение для защиты своих материальных интересов(6).

Исторической предпосылкой к появлению понятия «экономическая журналистика» может служить пример функционирования информационных листков банковского дома Фуггеров, которые фактически были предшественниками современных экономических изданий. Таким образом, развитие журналистики как самостоятельной отрасли было в значительной степени обусловлено экономическими факторами, к тому же и сам продукт массово-информационной деятельности является основной составляющей производственного процесса – субъектом экономических отношений.

Сходство между экономической наукой и журналистикой можно рассматривать с различных точек зрения. Во-первых, любое СМИ является субъектом экономики «как отдельная отрасль хозяйства, своеобразное культурное, духовное производство, “индустрия содержаний и сознания”, медиабизнес»(2, 13). Во-вторых, информационный продукт журналистики, несмотря на свой специфический характер, является товаром, который несёт отпечатки авторской эксклюзивности и «приносят прибыль своим авторам и продавцам, владельцам предприятий».

Существует и третья аналогия взаимосвязей, в которой журналистика является субъектом, а экономика – объектом. Это – экономическая пресса, то есть издания, специализирующиеся на освещении специфической информации на экономические темы. В отличие от двух предыдущих определений в данном случае экономика служит объектом изучения журналистики, а не наоборот.

В процессе современного развития общества возникает тесная связь между понятиями «товар» и «информация», которые являются важным элементом инфраструктуры нынешней рыночной экономики. Потребность в информации сегодня растет небывалыми темпами, становясь неотъемлемой частью успешного промышленного и экономического развития, поэтому существует потребность в быстром распространении сведений как внутри профессиональных областей, так и за их пределами, то есть в направлении потребителя(1, 5).

Экономическая журналистика как одно из направлений журналистики в целом имеет ряд функций. Первый аспект этой отрасли осуществляет анализ получаемой информации. Объективность и понимание вопроса помогает дать адекватную оценку происходящим экономическим процессам. Ценностью такого анализа является то, что, рассматривая определенную проблему, экономическая журналистика дает готовую, отфильтрованную информацию, лишённую сплетен и фикций. Весь конечный продукт основывается исключительно на реальных фактах.

Не самая новая, но и не менее важная функция экономической журналистики – образовательная. Со страниц газет и телевизионного экрана должен идти поток образовательной экономической информации. Более того,

освещая то или иное событие в экономике, подавая факт, журналисты должны объяснять их значение и предлагать варианты развития событий.

Роль журналистов заключается в обработке и раскрытии информации для обеспечения эффективного взаимодействия активных участников экономических процессов: государства, бизнеса и населения(5). Помимо этого, перед журналистами, освещающими экономические темы, стоит ряд задач:

- выполнять миссию общественного контроля над действиями правительства в экономической сфере;

- следить за тенденциями, возникающими на секторах рынка, и сигнализировать, и обществу, и предпринимателям, и власти, когда эти тенденции начинают приобретать негативный характер;

- контролировать качество регулятивного воздействия государства на экономику. Журналисты должны отслеживать результаты воздействия на рынок того или иного решения правительства;

- среди спектра задач экономической журналистики едва ли не самое важное место занимает формирование общественного мнения и социальной критики, а также мобилизационная, одним из аспектов которой является способность «в общественных целях проводить кампании, касающиеся вопросов политики, войны, экономического развития, занятости, иногда религии».

Для успешного решения этих задач журналисты должны обладать необходимым уровнем знаний об экономике, о ее закономерностях, инструментах и механизмах.

Другой вопрос, насколько актуальна экономическая журналистика, а именно экономическая информация в целом. Как известно из теории экономики, «спрос определяет всё», этот же принцип можно применить и к экономической журналистике, т.е. если есть спрос на экономическую информацию, то журналистика её предоставит. Формирование в сознании читателей нового экономического мышления возможно при условии регулярного периодического освещения экономических вопросов, классификации, осмысления, анализа и прогноза экономических процессов.

Не каждое СМИ имеет возможность писать аналитические экономические статьи и тут немаловажную роль играет сама редакция и ее сотрудники. Большинство негосударственных СМИ имеет в своем штате не более пяти человек, которым необходимо осветить все сферы общества. Не существует четкого распределения направлений между авторами. Подобная проблема связана с низким финансированием, которое не позволяет учредителям изданий содержать большой штат сотрудников. Вследствие этого трудно требовать качественного контента от журналистов какой-либо редакции.

Рядовой журналист не в состоянии написать хорошую экономическую статью без теоретического опыта, не говоря уже о практике в этой сфере. Экономисту проще разобраться в проблеме и подготовить качественный материал, но тут же возникает вопрос, насколько грамотна и стилистически

корректна будет статья. В большинстве экономических изданий авторами являются экономисты или люди с экономическим образованием. Проблема решена, но журналисты остаются в тени, поскольку их образование основано только на общих знаниях.

По большому счету, в настоящее время аудиторию интересует информационно-развлекательная информация. Это многое объясняет. Журналисту не обязательно трудиться над качеством развлекательной статьи, а читателю – иметь особое мышление, чтобы понять. Не менее важным является и то, что основная масса населения пассивна к изменениям в стране, поскольку она не может повлиять на процессы, происходящие в обществе, вследствие чего нет интереса в потреблении информации, в данном случае – экономической.

Все перечисленные факторы не говорят о том, что экономическая журналистика переживает спад популярности. Ведь аналитическая, экономическая информация интересовала, интересует и будет интересовать представителей бизнеса, работающих не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

#### ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Освещение экономических тем в средствах массовой информации (экономическая журналистика): учеб. пособие для вузов / под ред. Н.Н Добрецовоной. – Б.: 2009. – 132 с.
2. Потребин, А.В. Экономика и менеджмент СМИ. Учебно-методический комплекс / А.В. Потребин. – Минск.: БГУ, 2005. – 155 с.
3. Шевчук Д. А. Экономическая журналистика. – М.: ГроссМедиа, 2008. – 309 с.
4. Демина И.Н. Сущность экономической журналистики // <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ekonomicheskoy-zhurnalistiki>
5. Добрецова Н.Н. Экономическая журналистика // <http://www.dobretsova.com/economic-journalism.php>
6. <http://www.finliteracy.kg>