

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СООБЩЕНИЙ (на примере узбекистанских онлайн-изданий)



Барно САТТАРОВА

Преподаватель кафедры социальных наук
Узбекский государственный университет
мировых языков



Наталья СИЛКИНА

Студентка факультета международной журналистики
Узбекский государственный университет
мировых языков

Аннотация

Ушбу мақолада Ўзбекистоннинг интернет ОАВларида иқтисодий хабарлар, иқтисодий масалаларга бағишланган мақолалар жанрлари, шунингдек, сарлавҳа ва лидлари мисоллар ёрдамида ўрганилган.

Аннотация

В статье авторами рассматриваются специфика экономических сообщений в интернет-СМИ, жанровые разновидности текстов экономической тематики, а также приводятся примеры заголовков и лидов публикаций, соответствующих экономической тематике, которые взяты из узбекистанских онлайн-изданий.

Abstract

In this article, the authors consider the specifics of economic reports in online media, genre varieties of economic texts, and gives examples of headlines and leads of publications corresponding to economic topics, taken from Uzbekistan online publications.

Калит сўзлар: иқтисодий хабар, жанр, иқтисодий янгилик, жанр, формат, журналистика.

Ключевые слова: экономическое сообщение, жанр, экономическая новость, формат, журналистика.

Keywords: economic message, genre, economic news, format, journalism.

В настоящее время в Узбекистане большинство популярных и авторитетных онлайн-изданий имеют в своем содержании рубрики, колонки, посвященные экономической тематике. Основными потребителями экономической информации являются профессиональные участники различных рынков, представители деловых кругов, а также обычный массовый потребитель.

Сфера экономики существует за счёт отношений, связанных с производством, распределением, обменом и потреблением экономических благ. Информационным поводом для написания экономических сообщений может стать частный или общий случай, происходящий в данной сфере. Отличительной чертой экономической публицистики будет отсутствие образности, чрезмерной стилистической окрашенности текста, чувственности. Здесь журналистам необходимо оперировать скрупулёзностью фактов, тщательно проверенными числовыми сведениями и подходящей жанровой формой изложения информации.

Основная задача экономики в непрерывном создании общественных благ, а также в удовлетворении потребностей, имеющих постоянную тенденцию к увеличению и неограниченному разнообразию. Выполнение этой задачи необходимо для нормального функционирования общества и его субъектов.

В данном отношении значение текстов, содержащих информацию об экономических взаимодействиях, заключается в том, чтобы человек, прочитав текст, смог точно и ясно представить картину о текущих экономических изменениях, актуальных тенденциях развития хозяйственной деятельности социума и его институтов.

Для отображения различных явлений социального мира журналистика в процессе своего развития создавала разные жанровые формы творчества. Жанровое разграничение экономических сообщений обусловлено объектно-предметным многообразием действительности, а также целями и задачами, которые ставит перед собой журналист, создавая очередной информационный продукт. Продуманное использование тех или иных устойчивых форм журналистских произведений (жанров) позволяет журналисту максимально точно отразить общественные ситуации, процессы и экономические явления и преподнести их массовой аудитории в доступном формате.

По мнению Г.В. Лазутиной и С.С. Распоповой, «полифункциональность журналистики, отражающая поливариантность информационных потребностей общества, выступает как объективная

причина жанровой дифференциации журналистского творчества. Личность субъекта творчества, его инициативу, его склонности со счетов, конечно, не сбросишь. Но проявляются они определенно: через конкретные коммуникативные намерения журналиста в рамках осуществления той или иной объективно существующей функции и через выбор подходящих действий, подходящих средств, образовавших соответствующий вид журналистского творчества»(5, 25).

Экономические сообщения в СМИ подразделяются на тексты информационно-публицистического характера (заметка, хроника, репортаж, информационное интервью, новость и т.д.) и аналитико-публицистического (аналитическое интервью, обозрение, комментарий, рейтинг, прогноз и другие). Рассмотрим более подробно каждый из видов.

Ключевым жанром информационно-публицистических текстов считается новость.

Исследователи Эверетт Деннис и Джон Мэрилл дают такое определение: «Новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новости прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного. Новость оформляется с учетом консенсуса относительно того, что интересует аудиторию, а также внутренних и внешних ограничений, с которыми приходится сталкиваться соответствующей редакции»(2, 205).

В нашем случае экономическая новость – это оперативное, объективно-достоверное отражение динамичной картины процессов народного хозяйства. Применительно к узбекским информационным изданиям, освещающим экономическую сферу, жанровое многообразие новостей расширено в силу специфики самой тематики.

Уильямс Бристон, председатель правления CITY BANK, считает, что «сейчас информация о деньгах столь же или даже более важна, чем сами деньги». Подобного рода информация содержится в экономических новостях, которые традиционно подразделяются на финансовые, микро- и макроэкономические(1, 10).

Финансовые новости затрагивают изменения на биржевых рынках. Обычно это короткое, лаконичное новостное сообщение, рассчитанное на инвесторов и игроков бирж.

Пример финансовой новости онлайн-издания «Экономическое обозрение» от 14:47, 20.04.2016.

Заголовок: *Совокупные активы банка «Асака» по состоянию на 1 апреля 2016 года составили 8,1 трлн. сумов*

Текст сообщения:

Совокупные активы банка «Асака» по состоянию на 1 апреля 2016 года увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2691,5 млрд. сумов и составили 8,1 трлн. Сумов, – ЭО.

Новости макроэкономики представляют собой сообщение, в котором изложена информация о динамике изменений макроэкономических показателей как национальных, так и мировых. Такие сообщения в основном направлены на экономически грамотную часть общества.

В качестве примера приведем новостное сообщение UzDaily.uz от 17:43, 22.03.2017.

Заголовок: *OICA: Узбекистан в 2016 г. сократил выпуск автомобилей на 52,5%*

Текст сообщения:

Узбекистан в 2016 году сократил производство легковых автомобилей на 52,5% по сравнению с 2015 годом. Об этом свидетельствуют данные Международной организации производителей автомобилей (OICA). По данным OICA, производство легковых автомобилей в Узбекистане уменьшилось с 185,4 тыс. в 2015 году до 88,15 тыс. в 2016 году.

Сообщения микроэкономического характера (локальные) отражают изменения на внутренних национальных торговых рынках. Данные информационные материалы несут в себе развёрнутые сообщения, рассчитанные на субъекты экономической деятельности: потребителей и предпринимателей.

Пример новости Norma.uz от 10:06, 17.03.2017.

Заголовок: *Арендная плата за терминалы снижается на 50%*

Текст:

Центральный банк совместно с Ассоциацией банков Узбекистана внес ряд изменений и дополнений в тарифный план по обслуживанию клиентов в межбанковской розничной платежной системе посредством «сумовых» пластиковых карт.

По своей структуре экономическая новость отличается от любых других новостей зачастую обилием сокращений и цифровых индексов, которые являются символами сообщения.

Приведем в пример новостное сообщение

Заголовок: *В Узбекистане объем финансовых услуг вырос за 9 месяцев на 19,4%*

Текст:

Как сообщает информационная служба Госкомстата РУз, данная цифра на 19,4% больше показателей аналогичного периода прошлого года. Удельный вес финансовых услуг в общем объеме услуг составил 10,8%. На увеличение финансовых услуг наибольшее влияние оказали услуги финансовые, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению (91,3% от общего объема финансовых услуг), а также услуги по страхованию (6,4% от общего объема финансовых услуг).

(Онлайн-издание «Экономическое обозрение», от 03:43, 04.11.2016.)

В данном случае текст обилён числовыми данными и индексами, которые характеризуют экономическую ситуацию. Однако именно они передают смысл сообщения, вследствие чего считаются его ядром.

Сообщения, подготовленные на основе материалов, предоставленных редакции аналитическими центрами, банками, трейдерами инвестиционных компаний, называются аналитическими. В работе с экономической информацией, журналисты нередко прибегают к жанру интервью. Данный жанр является одним из наиболее востребованных в аналитической публицистике. С точки зрения разновидности интервью может быть информационным, проблемно-аналитическим и экспертным. Журналист здесь может выступать в качестве компетентного собеседника и вместе с приглашенным экспертом высказывает свою точку зрения о конкретно рассматриваемой экономической ситуации.

Рейтинг – еще одна часто встречающаяся жанровая форма.

В переводе с английского «rating» переводится как «оценка». А.А. Тертычный к «основному жанрообразующему фактору, определяющему своеобразие публикаций периодической печати, относимых к жанру рейтинга», относит целевую установку(б).

По его мнению, «цель публикации подобного рода заключается в том, чтобы осуществить определенную «ранжировку» сходных явлений по какому-то конкретному признаку. Эта цель достигается прежде всего за счет применения традитивных методов – аналогии и сравнения». Популярность рейтингов заключена в интересе читательской аудитории к приоритетам сегодняшнего дня.

Вкладчикам будет интересно знать, какие банки наиболее стабильные и надежные, бизнесменам – рейтинг консалтинговых компаний, а рейтинг деятельности аудиторских организаций будет интересен финансовому и

бухгалтерскому сообществу. Приведу примеры названий публикаций, сообщения в которых представлены в виде рейтинга: «Рейтинг деятельности аудиторских организаций по итогам 2016 года» (Norma.uz), «Рейтинг стран с самой быстрорастущей экономикой» (Norma.uz), «Узбекистан занял 115 место в рейтинге налоговой нагрузки» (Uzbekistan Today), «В каких странах самый большой внешний долг?» (Review.uz) и т.д.

Еще одним жанром, который используется при освещении экономической проблематики, является очерк(1, 10). Традиционно жанр очерка связан с культурной и социальной темами в журналистике. Однако в последнее время он становится популярным жанровым инструментом в руках экономических журналистов. В экономическом очерке в центре внимания находится человек, работающий в сфере народного хозяйства, торговли, бизнеса. Объект внимания – его судьба, мнение, характер, интерес к которым высок со стороны массового читателя.

Образ предпринимателя, финансиста, экономиста представлен сегодня многими отечественными и зарубежными СМИ. Их цель – дать обществу понимание о значимости социально-экономической активности человека, которая дает положительные результаты как самому индивиду, так и обществу в целом, в котором он существует.

Подобные публикации позволяют читателям «подойти ближе» к авторитетным личностям, повышают среди рабочего населения уровень мотивации к ведению активной социально-экономической деятельности.

Ниже представлен фрагмент очерка информационного агентства «UzbekistanToday» от 15:45, 16.12.17.

Заголовок: *Мурад Назаров: «Мы строим то, что нам нравится»*

Текст:

Они не просто возводят новые высококомфортабельные дома, но и благоустраивают все в округе, чтобы было комфортно всем. Так и в случае с новым жилым комплексом Green City на 6-м квартале Чиланзара, выросшем на территории, где еще совсем недавно располагались старые неприглядные гаражи. Наша встреча, пожалуй, с самым неординарным застройщиком столицы, основателем компании Murad Buildings Мурадом Назаровым состоялась на презентации проекта по благоустройству территории близ нового жилого комплекса – ярким примером социально ориентированного бизнеса.

Вывод

Можно констатировать, что экономические сообщения являются важнейшим элементом информационной инфраструктуры хозяйственной деятельности.

Экономика сегодня – это многообразие взаимодействий объектов и субъектов народного хозяйства. На современном этапе развития экономика перекликается практически со всеми дисциплинами и науками, том числе и с журналистикой. Сфера народного хозяйства создает для журналистов информационные поводы, на которых в последующем строятся продукты журналистского творчества. В зависимости от цели подачи материала журналисты вправе выбирать ту или иную форму жанровой дифференциации.

С развитием социальных отношений, появлением новых групп товаров, новых способов осуществления экономических операций, изменением экономических условий возможны изменения в жанровой дифференциации, а именно появление новых форм.

Таким образом, сфера народного хозяйства может выступать как фактор жанровой дифференциации в современной журналистике.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеенко Д.И. Жанровые особенности сообщений экономических информационных агентств //Филология. Искусствоведение. 2014. –№ 87. – С. 9–11.
2. Деннис Э., Мерим Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997. – 383 с.
3. Корконосенко, С. Г. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Знание, 2000. – 272 с.
4. Королев М.И. Информационные системы в банковском деле: учебное пособие / М.И. Королев, Д.М. Королев. – Белгород: БелГУ, 2004. – 293 с.
5. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
6. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 312 с.