

Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Ленинградское издательство, 2009. С.288.

Фролова Т. И. Гуманитарная повестка СМИ и стратегии ее реализации // Вестник Московского университета. 2013. Серия 10. Журналистика. № 6 С. 107-126.

Особо опасна. Сексапильный макияж. / «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс» 2016. Февраль С. 140.

Вскружили голову. С чем сочетать одежду из кружевной ткани. // «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс». 2016. Февраль. С. 56.

Прямо с мороза. Мастер-класс от визажиста Givenchy. / «Cosmopolitan». // М.: «Фэшн Пресс» 2016. Февраль. С.78.

Смеюха В.В. Особенности развития гляцевых женских журналов // Вестник ВГУ. 2010. Серия: Филология. Журналистика. №1. С. 209-214.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Л.Р. Сабирова,

кандидат филологических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: lysabirova@yandex.ru

Аннотация: Основные переломные события в социально-экономической жизни общества отражаются в средствах массовой информации. В научной статье описаны проблемы функционирования современных специализированных экономических СМИ Республики Татарстан.

Ключевые слова: экономическая журналистика, региональная журналистика, периодическая печать.

Abstract: Major events in the socio-economic life of society are reflected in the media info. The article describes the problems of functioning of modern specialized economic media of the Republic of Tatarstan.

Keywords: economic journalism, regional journalism, periodicals.

Экономическая журналистика – это поиск, анализ и изложение информации об экономике, что позволяет любому принять верное решение для защиты своих материальных интересов [1].

Сегодня в Татарстане реализуется Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика Республики Татарстан на 2014-2020 годы» [2]. Целью данной программы является создание условий для гармоничного развития экономики Республики Татарстан и обеспечение роста уровня жизни населения, но, к сожалению, эта цель никак не связывается напрямую с ролью СМИ в инновационной экономике.

Есть факторы, которые препятствуют реализации хороших бизнес-идей на татарстанском рынке экономической журналистики. Среди них есть те, которые особенно выделяются:

- зависимость от пиар-служб основных рекламодателей;
- отсутствие доступа к фактической базе отраслей экономики;
- слабая профессиональная подготовленность журналистов, освещающих экономическую тематику;
- «продажность» журналистов, связанных с экономической тематикой, манипуляция возможностями издания в личных целях.

Принятый в 1991 году Закон РФ о средствах массовой информации положил начало деятельности масс-медиа в качестве медиабизнеса [3]. В эти же годы происходят изменения и в аудитории СМИ, возникают новые группы читателей – представители малого, среднего и крупного бизнеса, управленческих структур. Появляются новые типы средств массовой информации. Например, в Татарстане в течение почти двух десятилетий успешно функционировала экономическая газета «Время и деньги», хотя в последние годы она лишилась бумажной версии из-за финансовых трудностей (см.: <http://www.onlinegazeta.info>).

Что касается печатной и радио-, телевизионной сферы, то чисто экономическая журналистика присутствует лишь в области корпоративных СМИ. В Татарстане ярким примером функционирования корпоративной журналистики, имеющей большое влияние на широкий круг аудитории, можно считать деятельность изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть» [4].

В настоящее время в республике успешно выходят и функционируют научные экономические журналы. Например, «Казанский экономический вестник». Он регулярно публикует оригинальные научные результаты в области экономики [5]. Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48457 от 31 января 2012г. Примерная тематика журнала – образовательная, информационная; научные публикации в области экономики, финансов, менеджмента. Журнал издается в печатной форме с периодичностью 6 номеров в год. Таких научных журналов в Татарстане несколько: «Вестник экономики, права и социологии»; «Современное искусство экономики»; «Территориальная экономика»; «Управление человеческими ресурсами»; «Вестник Казанского юридического института МВД России». Вышеперечисленные журналы имеют общую тематику: экономическая, информационно-аналитическая, социально-экономическая и научно-практическая.

На страницах межрегиональной деловой газеты «Бизнес-Класс Современность» (учредитель – ООО Издательский дом «Медиа-Регион» г.Набережные Челны) можно встретить обзоры финансовых рынков, топливно-энергетического комплекса, рынка ценных бумаг, недвижимости, производства, строительства, рынка услуг.

Все же экономическая журналистика Татарстана продолжает активно развиваться, прежде всего, в сегменте интернет-СМИ. Эффективное использо-

вание сетевого пространства позволяет редакциям выполнить множество поставленных задач. Например, газета «Бизнес-online» – одно из ведущих деловых и влиятельных СМИ республики. (см: <http://www.business-gazeta.ru>) [6].

«Электронный экономический вестник Татарстана / Electronic Economic Newsletter of the Republic of Tatarstan» сегодня является открытым, общедоступным ресурсом, рассчитанным как на предпринимателей, так и на экономистов и финансистов. Целью данного электронного ресурса является максимально оперативное, точное и полное отражение экономической ситуации в РТ в ее динамике. Вестник публикует новые законы, поправки и комментарии к ним, нормативные акты и пр. официальную информацию, касающуюся экономической сферы, проводит мониторинг профильных информационных потоков (см: <http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html>) [7].

На сайте «Агентства информации и деловых коммуникаций» (см: <http://aibcum.ru>) можно встретить очень интересные статьи на тему бизнеса и экономики [8], а «Информационное агентство Девон» в основном освещает деятельность нефтегазовой отрасли, как указано на портале «нефтяные новости Волги и Урала» (см: <http://iadevon.ru>) [9]. На территории Татарстана работают еще и такие информационные агентства как: АЛ-ИНФОРМ, Агентство деловой информации и PR-проектов «Евразия – Центр», Город Казань KZN.RU, Поволжское бюро «Российской газеты» – агентство PR-Союз.

Управление Роскомнадзора по Татарстану сообщило о регистрации радиоканала «Бизнес ФМ Казань», но сроки запуска еще не известны. Business FM позиционирует себя как первое деловое радио в России. Вещание осуществляется в 10 городах страны.

Современный этап развития сферы масс-медиа России характеризуется обилием экономических изданий, телерадиопрограмм. Однако в Республике Татарстан экономическая журналистика активно функционирует лишь в сегменте интернет-ресурсов и как корпоративная пресса. Важной задачей сегодня является усиление роли журналистики в реализации инновационной экономики региона.

Экономическая журналистика в сегодняшних условиях не может называться журналистикой как таковой, потому, что на тематическом уровне она практически полностью формируется пресс-службами предприятий и различных ведомств. С точки зрения содержательной концепции СМИ Татарстана находятся в ситуации, когда они сориентированы в основном на «ленту происшествий», нежели на системное осмысление экономических процессов, происходящих в целом в стране и в регионе.

Многие журналисты не пишут на экономические темы, ссылаясь на то, что это интересно лишь узкому кругу читателей, но так говорят лишь те, которые не умеют писать на экономические темы. Писать об экономике республики, образовывать и просвещать население гораздо сложнее, нежели освещать культурную деятельность или спекулировать на политических скандалах.

Экономическая журналистика должна перестать быть собранием отдельных экспертов, которые пишут весьма сложные и длинные статьи для таких же отдельных продвинутых лиц. Экономическая пресса должна быть популярна и доходчива.

Трудность заключается еще в том, что недостаточно компетентны теоретики-журналисты в вопросах экономики и одновременно мало профессионалов теоретиков-экономистов в вопросах теории журналистики. Эти же обстоятельства могут препятствовать высококвалифицированному преподаванию дисциплины «Экономическая журналистика» и в университетах. Только совместная научная и преподавательская деятельность журналистов и экономистов может послужить толчком для развития данного научного направления. Если теория журналистики должна отвечать на вопросы, касающиеся коммуникативистики, то экономическая теория, экономическая социология и экономическая психология призваны сказать свое слово при разработке проблематики экономической журналистики [10].

Литература

1. Добрецева Н.Н. Оружие против бедности. URL:<http://www.dobreceva.com/economic-journalism.php> (дата обращения: 29.10.15).
2. Министерство экономики Республики Татарстан URL: http://mert.tatarstan.ru/Economic_development_and_innovative_economy_of_Tatarstan_for_2014_2020.htm (дата обращения: 20.05.16).
3. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия Иркутской государственной экономической академии. №3. 2011. С.186-189.
4. Тухватова А.Р. Особенности развития и функционирования региональных корпоративных СМИ: на примере деятельности изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть»: дис. ... канд. филол. н. Казань, 2007. 166 с.
5. «Казанский экономический вестник» КГФЭИ» URL: <http://kpfu.ru/science/nauchnye-izdaniya/kev> (дата обращения: 20.05.16).
6. Газета «Бизнес-onlain». URL: <http://www.business-gazeta.ru> (дата обращения: 29.10.15).
7. «Электронный экономический вестник Татарстана». URL:<http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html> (дата обращения: 20.05.16).
8. Зарипов И.А. «Икътисад» – первый российский журнал по исламской экономике // Филология и культура. 2013. No 1 (31). С.193-197.
9. «Информационное агентство Девон» URL: <http://iadevon.ru> (дата обращения: 20.05.16).
10. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения URL:<http://psibook.com/sociology/ekonomicheskaya-zhurnalistika-problemy-nauchnogo-i-kadrovogo-obespecheniya.html> (дата обращения: 20.05.16).