

УДК: 007: 316.77

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНТЕНТУ ДІЛОВОЇ ПРЕСИ

Денисенко А. М.

*Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т.Г. Шевченка,
м. Київ, Україна*

У статті розглянуто, яким чином ділова преса висвітлює певні теми, та які існують відмінності у подачі інформації різними виданнями.

Ключові слова: ділова преса, контент.

Актуальність статті зумовлена необхідністю виявлення того, як описуються реалії економічного життя різними виданнями. Роль засобів масової інформації полягає у тому, що вони виступають регулятором між громадянами та державними, політичними інститутами, а відтак спрямовують русло проблем, якими живе суспільство. Для здійснення цієї мети ЗМІ повинні бути вільними і незалежними від владних структур.

Метою даної статті є спроба виявити, яким чином економічні видання подають популярну тему.

Завдання нашої статті полягає у тому, аби визначити кілька популярних тем за певний проміжок часу і встановити, чи висвітлює ці теми ділова преса. Як тижневики першими подають цю інформацію та за допомогою якої системи фактів розкривають її для читачів.

Об'єктом дослідження є економічні видання: "Бизнес", "Експерт", "ИнвестГазета", а також загальнонаціональні: "Дзеркало тижня", "Україна молода", "День".

У наш час жодне дослідження не можна здійснити без застосування методу контент-аналізу. І. Кузнецов вважає, що "контент-аналіз – один із міждисциплінарних методів соціальних наук. Як метод наукового аналізу тексту він використовується в гуманітарних науках з метою поглибленого розуміння змісту, соціальної позиції автора, його ціннісних орієнтацій. Практично контент-аналіз може бути застосований для вивчення масової сукупності будь-яких текстів" [3, с. 40]

Український дослідник В. Лизанчук вважає, що контент-аналіз – це "аналіз змісту, який дає можливість комплексно досліджувати документи. Він полягає у тому, що кореспондент з великої кількості документів вибирає потрібні дані, аналізує їх, порівнює, підраховує і робить певні висновки. Таким способом можна перевірити документи на точність, достовірність інформації" [4, с. 44].

В. Різун та Т. Скотнікова вважають, що: "контент-аналіз – це метод збирання кількісних даних про досліджуване явище чи процес, які містяться в документах. Контент-аналізові піддають книги, газетні чи журнальні статті, оголошення,

телевізійні виступи, кіно- і відеозаписи, фотографії, гасла, етикетки, малюнки, інші твори мистецтва, а також, зрозуміло, й офіційні документи” [5].

Визначення контент-аналізу як процесу дали А. Алексєєв та В. Дудченко: “комплекс дослідницьких дій, який включає в себе ланцюжок від формування об’єкта і формулювання завдань до інтерпретації результатів формалізованого спостереження та статистичних операцій” [1, с. 83].

Н. Костенко та В. Іванов визначають так цей метод: “контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об’єктивністю висновків та строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, котрі висловлюються чи навпаки приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об’єкта дослідження” [2, с. 66].

Для нашого контент-аналізу було обрано 2 критерії: заголовки та змістове наповнення рубрик. За першим критерієм встановлено, що “Бизнес” та “Эксперт” використовують спонукальні заголовки, які мають на меті натякнути на основне повідомлення, здивувати та заінтригувати читача. Застосовують чимало прийомів: перекроюють відомі фрази, користуються грою слів. Також є інформаційні підзаголовки. В “ИнвестГазете” спонукальні заголовки представлені лише 5%, всі інші статті (95%) мають інформаційні заголовки.

За другим критерієм було встановлено:

“Бизнес”		“Эксперт”		“ИнвестГазета”	
Назва рубрики	Кількість матеріалів	Назва рубрики	Кількість матеріалів	Назва рубрики	Кількість матеріалів
Прежде всего	20	Повестка дня	26	Политика и экономика	18
Власть	19	Тема недели	8	Финансы	7
Деньги	29	Международный Бизнес	2	Компании и рынки	13
Управление	10	Украинский бизнес	19	Практика	7
Альтер эго	9	Экономика и финансы	5	Sixtonine	2
Компании и рынки	38	Политика	5	Блоги	6
		Культура	9	Инвестиции	8
		Галерея	3		
		Общество	1		
		Книги	3		

Як бачимо, за кількісними показниками в тижневику “Бизнес” найбільше статей у рубриках “Деньги” та “Компании и рынки”, що, власне, виправдано концепцією видання. Палітра тем протягом місяця представлена дуже широко. Відображаються найголовніші події, що відбувалися в Україні та світі. В “Эксперт” найбільше статей було у рубриці “украинский бизнес”, що також відповідає специфіці видання. На відміну від інших журналів, тут також є рубрики “Культура” та “Книги”, що

мають відповідно 9 та 3 журналістських творів. В “ИнвестГазете” найчисельнішою була рубрика “Политика и экономика” – 18 статей.

Визначимо кілька тем, що були популярні в українських друкованих ЗМІ протягом травня 2011 року. Для того аби обрати теми, ми дослідили загальнонаціональні видання: “Дзеркало тижня”, “Україна Молода”, “День”. Зокрема, було встановлено, що протягом місяця газети мали різноманітне змістове наповнення номерів, але серед усіх журналістських матеріалів найбільш обговорюваними стали кілька тем:

1. Білорусь:

- “Дзеркало тижня”: “Білорусь суворого режиму” (№17, від 13.05.2011), “Країна Лукашенка” (№18, від 20.05.2011).

- “Україна молода”: “Опозиціонер повинен сидіти у тюрмі” (), “Білорусам пора братися за вила?” (№088, від 26.05.2011).

- “День”: “Білоруська карта” (№87, від 24.05.2011), “Білорусь на межі дефолту” (№88, від 25.05.2011)

2. Справа Домініка Стросс-Кана:

- “Дзеркало тижня”: “МВФ втрачає голову” (№18, від 20.05.2011)

- “Україна молода”: “Біс у ребро – як грім серед ясного неба” (№081 за 17.05.2011), “Острів безнадії” (№082, за 18.05.2011), “МВФ без голови» (№084-085 за 20.05.2011).

3. Київ:

- “Україна молода” – в газеті є рубрика під назвою “Столиця” – тут в кожному номері міститься інформація із життя Києва.

- “День”: “Київ майбутнього” (№78, 11 травня), “Києву визначили 5 “точок” економічного зростання” (№82, 17 травня), “Чому від нас приховують історію Києва?” (№83, 18 травня), “Столиця без околиць” (№87, 24 травня), “Який слід в архітектурі Києва залишить сучасність” (№90-91, 27 травня), “Столиця через 15 років” (№92, 31 травня).

У травні в українських ЗМІ зростає кількість інформації про Білорусь. Така підвищена увага спричинена кризою, яка лютує в країні-сусідці. Повідомлення на цю тему з’являлися як в друкованих, так і в аудіовізуальних ЗМІ. Тож прослідкуємо, як на це реагувала ділова преса. Тижневик “Бизнес” першим серед обраних журналів опублікував матеріал про Білорусь – у номері від 9.05.2011 р. У статті “Белая грусть” система фактів будується таким чином: 1. Відомості про минуле з економічного життя країни, 2. Причини кризи, 3. Можливі шляхи вирішення проблеми, 4. Допомога від Росії. За головну мету можна визначити спробу розібратися у тому, що відбувається в країні, яку не так давно називали “островом стабільності”. Крім того, журналіст намагається проводити паралелі з Україною, наприклад: “Пока в Украине на макроэкономических фронтах наступило временное затишье, кризис с новой силой разразился в соседней Белоруссии.”, “в целом экономика Белоруссии, как и Украины, очень открыта”, “Так, если в Украине средний размер доходов на душу населения составляет \$290, то в Белоруссии - \$467”. Тижневик “Эксперт” мав 2 статті на подану тему. Обидва матеріали вийшли у номері від 30 травня. “Паника ради спроста” – перша стаття, у ній не так глобально,

як у попередньому журналі, розповідається про проблеми в країні. Зокрема, тут мова йде про труднощі, що виникли з обміном валют. Також увага акцентується на тому, що у такій ситуації багато людей із сусідніх країн їдуть в Білорусь і скуповують здешевілі товари. Знову є порівняння як з Україною, так і з Польщею 80-х років минулого століття. Тут не наводяться можливі шляхи подолання кризи, лише невеликі прогнози на майбутнє. Друга стаття – “Девальвация Бацьки” – факти вибудовуються таким чином, що спочатку розповідається про допомогу для Білорусі у вигляді кредитів, далі наводяться можливі дії країни, зокрема, що вона зможе продати – об’єкти (заводи, підприємства), які цікавлять Росію. І наостанок журналіст говорить про те, що сьогодні рейтинги президента Олександра Лукашенко стрімко падають.

Наступною популярною темою був Київ. Про це свідчить кількість інформації як в загальнонаціональних, так і в економічних виданнях. Так, тижневик “Бизнес” у статті “Стратегемы” (від 16.05.2011) говорить про план розвитку Києва. Система фактів має такий вигляд: 1. Хто був замовником стратегічного плану та які компанії його розроблятимуть. 2. П’ять основних принципів розвитку міста: “компактность, формирование города как культурно-делового центра, сбалансированное развитие агломерации, ответственность перед будущими поколениями, плановость и контроль”. 3. Розрахунки – скільки грошей потрібно для того, аби втілити в життя даний проект. 4. Прогнози стосовно того, що саме із стратегічного плану вдасться реалізувати. У наступному матеріалі “Як тебе не любити” (від 23.05.2011) “Бизнес” зосереджує увагу читачів на тому, що Київ не має сприятливих умов для свого нормального розвитку. І пропонує аудиторії так званий “круглий стіл”. У ньому взяли участь 5 Експертів, вони, як компетентні особи, висловили думки стосовно існуючих проблем у столиці. І запропонували “рецепти” за допомогою яких можна покращити ситуацію. “Експерт” торкнувся теми Києва у матеріалі “Еврозапуск Києва” (від 30.05.2011) – тут, зокрема, мова йде про те, що міська рада дозволила Київській адміністрації випускати єврооблігації. Стаття за своїм обсягом невелика, містить основне повідомлення – дозвіл на єврооблігації та коментарі двох експертів.

Скандал, в якому замішаний голова МВФ – Домінік Стросс-Кан, облетів увесь світ, і Україна не виняток. Вітчизняні ЗМІ детально описували подробиці даної справи. Ділова преса реагувала наступним чином. У тижневику «Бизнес» міститься стаття під назвою “Арест главы МВФ Доминика Стросс-Кана спровоцирован спецслужбами?” (від 23.05.2011), і матеріал є своєрідною відповіддю на це запитання. Головною ідеєю статті є прагнення автора розкрити тему через протилежні погляди компетентних осіб. Один експерт підтверджує, що арешт голови МВФ був спровокований, а інший експерт спростовує цю думку. “Експерт” подав інформацію про голову МВФ у матеріалі “Перевозбужденный валютный фонд” (від 23.05.2011) – тут автор статті сформулював, що стало причиною скандалу. Крім цього, представлені можливі наслідки даної ситуації, а також названі кандидати на пост голови валютного фонду. “ИнвестГазета” у статті “Кто займет место Доминика Стросс-Кана” (від 23.05.2011) не акцентувала увагу на самому інциденті, а намагалася скласти найвірогідніший список наступників Стросс-Кана.

Висновки. Отже, можна говорити про те, що існує істотна різниця у подачі конкретної теми різними виданнями. Будь-яка інформація, що пропонується засобами масової інформації? повинна бути точною, повною, зрозумілою. На це впливає багато чинників. Об'єктивність та достовірність в першу чергу залежить від концепції видання, редакційної політики, тобто ustalених норм у самому редакційному колективі. Таким чином, одні видання просто інформують свою аудиторію про певне явище, а інші прагнуть вплинути, створити певну думку стосовно того явища. Наприклад, матеріали про кризу в Білорусі: тижневик "Бизнес" розповів про передумови кризи, показав, що в даний момент відбувається у суспільстві, які стосунки можуть скластися з Росією, дав певні прогнози, а також представив думки експертів з цього приводу. "Експерт" в свою чергу зазначив лише, що в країні існує проблема з обміном валют та що рейтинг Олександра Лукашенка падає. Далі що стосується теми Києва: знову "Бизнес" мав більше інформації, він був оперативнішим, аніж "Експерт"; було представлено багато думок компетентних осіб щодо вирішення проблем столиці.

Список літератури

1. Алексеев А. О специфике контнт-анализа как социологического метода / А. Алексеев, В. Дудченко // Социальные проблемы семьи и молодежи: [сб.ст.] / под ред. И. И. Леймана. – Л., 1972.
2. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: монографія / Н. Костенко, В. Іванов. – К., 2003.
3. Кузнецов И. Диссертационные работы: методика подготовки и оформления / И. Кузнецов. – М., 2007.
4. Лизанчук В. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці / В. Лизанчук, О. Кузнецова. – К., 1991.
5. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: [Навчальний посібник] / В.В. Різун, Т.В. Скотникова. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Преса України, 2007.

Денисенко А. Н. Исследование контента деловой прессы // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.37-41.

В статье рассмотрено, как деловая пресса освещает определенные темы, какие существуют различия в подаче информации разными изданиями.

Ключевые слова: деловая пресса, контент.

Denysenko A.M. The study of content of the business press // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.37-41.

The article deals with how the business press covers certain topics, what are the differences in presenting information by various publications.

Key words: business press, content.

Поступила до редакції 15.08.2011 р.