Хамизова Карина Хусеновна, корреспондент отдела «ТЭК и Химия» редакции экономической информации МИА «Россия Сегодня», Москва, Россия; e-mail: karina.khamizova@gmail.com

ОСВЕЩЕНИЕ ТЭК В ГАЗЕТЕ И ИНФОРМАЦИОННОМ АГЕНТСТВЕ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

В настоящей статье анализируются особенности освещения топливно-энергетического комплекса России в информационных агентствах «Интерфакс», РИА Новости, ТАСС, а также в газетах «Ведомости», «Коммерсантъ» и РБК. Исследование направлено на выявление отличий в освещении деятельности ТЭК в информагентствах и газетах с точки зрения источников информации, тематических доминант и редакционной оценки материалов. Автор заключает, что СМИ уделяют наибольшее внимание нефтегазовому сектору и журналисты пишут наиболее «глубокие» материалы по этой теме. В информационных агентствах проблемы ТЭК освещаются поверхностно, основываясь только на фактических данных, без анализа, с небольшой долей эксклюзивной информации.

Ключевые слова: *статья, новость, ТЭК, редакционный материал, источники, тематическая доминанта.*

Karina Kh. Khamizova, Correspondent of the Energy and Chemistry Department at the Economic Information Newsroom of MIA Rossiya Segodnya, Moscow, Russia; e-mail: karina.khamizova@gmail.com

COVERAGE OF FEC IN NEWSPAPERS AND NEWS AGENCIES: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Every theme covered in mass media calls for the use of its own journalistic approaches and methods. This paper analyzes the coverage of the Russian fuel and energy complex by the Interfax, RIA Novosti and TASS news agencies as well as by the Vedomosti, Kommersant and RBC business newspapers. The aim of the study is to reveal the characteristics of FEC-related texts in the news agencies and newspapers in terms of information sources, thematic dominants and editorial assessment of the materials. The author concludes that in covering the themes of the Russian fuel and energy complex newspapers pay special attention to the oil and gas sector and journalists specializing in this field write the most profound texts. In news agencies, however, the FEC-related themes are covered in a superficial manner; the texts draw only on factual data, they lack analysis though have a small proportion of exclusive information.

Key words: *article, piece of news, FEC, editorial copy, sources, thematic dominant.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2019.2340

Введение

Деловая пресса освещает все сферы экономики, финансов и бизнеса, при этом одной из наиболее популярных отраслей является топливно-энергетический комплекс (ТЭК), который включает такие тематические направления, как нефть, газ, электроэнергетика и нефтехимия. Вполне логично, что журналисты уделяют пристальное внимание этой отрасли, поскольку ТЭК обеспечивает существенную часть дохода бюджета Российской Федерации и именно он является базисом национальной экономики.

При этом влияние публикаций в СМИ на бизнес-процессы растет. Так, сообщения СМИ о больших убытках энергетической компании могут существенно снизить котировки акций на бирже, информация из доклада Управления по энергетической информации *(EIA)* о запасах нефти США может подтолкнуть цены на нефть к резкому росту или падению, что автоматически сказывается на финансовых показателях нефтетрейдеров.

Темой деловой журналистики занимались многие авторитетные ученые. Известный исследователь Д. А. Мурзин в работе «Деловая пресса» (2001) отмечал, что деловая пресса – это в целом «специальный взгляд на информацию». В. Л. Иваницкий (2007) описал проблемы становления экономической темы в деловых изданиях. Интересная статья К. Мамиконяна «Основные типологические характеристики российской деловой журналистики» (2012) была опубликована в журнале «МедиаАльманах».

Ряд работ посвятил деловой прессе А. В. Вырковский. Так, исследователь описал экономический, организационный, творческий аспекты деловых СМИ в России и за рубежом в период кризиса (2010), а также изучил развитие деловой прессы в постсоветской России (2007).

Некоторые исследователи рассматривали непосредственно топливно-энергетический комплекс как объект внимания журналистов. Так, авторы работы «Деловая журналистика» под редакцией А. В. Вырковского (2012) описали специфику работы корреспондента при освещении ТЭК. Исследователи выделили пять основных информационных поводов для написания материалов о нефтегазовой отрасли: конъюнктура мировых сырьевых рынков, изменения в порядке налогового и таможенного регулирования отрасли, распределение новых сырьевых запасов, ценовая ситуация на внутреннем рынке нефтепродуктов, чрезвычайные ситуации техногенного характера.

М. А. Разумова в диссертационной работе «Тематические приоритеты и база источников информации деловых СМИ» (2016) доказала, что тематические доминанты деловых газет напрямую не связаны с изменениями в экономической системе страны. Также она пришла к выводу, что основными для деловых СМИ являются источники информации в самой компании.

Особенности отражения в российской медиасистеме работы топливно-энергетического комплекса подробно не изучены, хотя представляют большой интерес.

Для начала определимся с предметом исследования: топливно-энергетический комплекс (ТЭК) включает группу отраслей, которые занимаются добычей, переработкой и доставкой потребителю энергоресурсов. ТЭК в целом можно разделить на две большие группы: топливную промышленность (добыча и переработка нефти, газа, угля) и электроэнергетику (генерация электроэнергии на ТЭС, ГЭС, ГРЭС, АЭС, передача электроэнергии по линиям электропередачи и ее сбыт). При этом в состав ТЭК входят не только сама добыча и переработка энергоресурсов, но и ее распределение.

Наше исследование охватывает материалы, посвященные всем элементам ТЭК.

Методология исследования

Данная статья является лишь первым этапом в эмпирическом изучении того, как современные СМИ освещают базовую для национальной экономики отрасль: какие темы предпочитают корреспонденты, какие источники используют, какие темы редакция предпочитает ставить в печатные версии газет и на открытые ленты информагентств.

Объект исследования в данном случае — публикации по теме ТЭК в деловых газетах «Коммерсантъ», «Ведомости», РБК, а также в «большой тройке» информагентств: ТАСС, РИА Новости («Россия Сегодня»), Интерфакс. Предметом исследования является специфика тематических доминант, источников информации и подачи публикаций по теме ТЭК.

Целью работы стало выявление различий в освещения тем ТЭК в деловых газетах и информационных агентствах.

Гипотезой нашего исследования стало предположение о том, что современные деловые СМИ при освещении ТЭК основное

внимание уделяют нефтегазовой отрасли, при этом при выборе формата и способа подачи материала на первый план выходит эксклюзивность информации.

В качестве базового исследовательского подхода был выбран количественный контент-анализ. Мы, прежде всего, отмечали, какие темы доминируют в публикациях в разделе ТЭК, какие источники информации используются, какие материалы чаще редакция ставит на открытые ленты информагентств и печатные версии газет.

В нашем исследовании мы проанализировали по 8 номеров «Ведомостей», «Коммерсанта» и РБК – итого 24 номера (с 1 января 2015 г. по 31 декабря 2016 г.). Восемь номеров были отобраны по принципу случайной выборки, в которую попадал номер, вышедший 15 числа во втором месяце квартала (т. е. I кв. – 15 февраля, II кв. – 15 мая, III кв. – 15 августа, IV кв. – 15 ноября). Таким образом, мы получили 24 номера, каждый из которых представляет картину происходящего в определенный момент времени. В каждом номере мы вручную отбирали материалы, посвященные ТЭК. Так, в нашу выборку попало 27 статей и 92 новости из «Ведомостей», 18 статей и 66 новостей из «Коммерсанта», 12 статей и 53 новости из РБК.

При выборке материалов информационных агентств мы прибегали к механическому отбору новостей: в выбранные дни мы отбирали из общих закрытых лент новости, посвященные ТЭК. Так, в нашу выборку попали 534 новости агентства ТАСС, 576 новостей агентства «РИА Новости» и 482 новости «Интерфакса». Итого – 1592 новости и 57 статей.

Все материалы, опубликованные в выбранных номерах, распределялись по тематикам внутри большого тематического блока ТЭК. При этом мы использовали корректирующий коэффициент для учета материалов, в которых та или иная тема упоминается *вскользь*, притом что сам текст может быть сфокусирован на другой отрасли. Так, каждый материал, в котором тот или иной аспект деятельности ТЭК затрагивался частично, учитывался при итоговых подсчетах с понижающим коэффициентом 0,5.

Кроме того, в ходе исследования выявлялись источники информации, на которых построен текст: пресс-релиз, официальный документ, материалы для инвесторов, статистика/данные торгов, спикер на мероприятии, аналитики, другое СМИ.

Отдельным направлением было изучение того, насколько высоко редакция оценивает качество и значимость материала. Базовым инструментом в данном случае был подсчет текстов, публику-

емых либо в печатной версии (для газет), либо в открытой ленте новостей (для информагентств).

Результаты исследования

Первой задачей нашего исследования было определение тематических доминант в теме ТЭК в выбранных нами изданиях. При анализе контента газет мы по отдельности рассматривали новости и статьи, поскольку значимость этих материалов для газет разная: более существенными оказываются аналитические статьи, написанные профильными корреспондентами, что и является целевым продуктом газет. Новостями в деловых изданиях занимается отдельное подразделение, которое отслеживает и отражает общий информационный фон.

В 2015–2016 гг. лидирующие позиции в публикациях газеты «Ведомости» занимает тема *нефть*: 67% от общего количества статей и 74% от общего числа новостей. Затем по количеству новостей идет тема *газ* – с долей 16%, а по количеству статей на втором месте стоит *электроэнергетика* – с долей 22%.

Большая доля *нефти* в общем количестве новостей обусловлена высокой ее волатильностью на биржевых торгах. Поскольку цена на нефть является определяющим фактором для развития базовых российских компаний, налоги которых формируют большую часть дохода федерального бюджета, любые изменения стоимости нефти моментально освещаются СМИ. Большая часть подобных публикаций остается в формате новостей. Объемные аналитические статьи пишутся только в исключительных случаях, когда принимаются глобальные решения на уровне ОПЕК и независимых производителей нефти, что напрямую влияет на рынок.

При освещении газовой тематики «Ведомости» редко публикуют аналитические статьи. В нашей выборке всего две статьи были связаны с деятельностью «Газпрома». Количество новостей по теме *газ* у «Ведомостей» занимает 16% от общего числа новостных материалов, посвященных ТЭК.

Что касается электроэнергетики, то в «Ведомостях» на эту тему приходится 22% аналитических статей и 8% от общего количества новостей топливно-энергетического комплекса. Аналитические статьи по энергетике часто касаются сугубо отраслевых тем – освещение ценовых зон или оптового рынка электроэнергии и мощности.

Таблица 1

Доля статей определенной тематики от общего количества статей по теме ТЭК в газетах (%)

Тема	Ведомости	Коммерсант	РБК	Итого
Нефть	67	28	67	54
Газ	4	44	17	19
Электроэнергетика	22	22	(0)	18
Атомная энергетика	4	(0)	(0)	2
Прочее (нефтехимия, уголь)	4	6	17	7
Итого	100	100	100	100

Таблица 2

Доля новостей определенной тематики от общего количества новостей по теме ТЭК в газетах (%)

Тема	Ведомости	Коммерсант	РБК	Среднее значение
Нефть	73	50	57	62
Газ	16	42	26	27
Электроэнергетика	8	22	8	6
Атомная энергетика	(0)	5	4	2
Прочее (нефтехимия, уголь)	2	3	6	3
Итого	100	100	100	100

В газете «Коммерсантъ» долевая структура материалов по теме ТЭК очень близка к ситуации в «Ведомостях». Нефтегазовое направление существенно превалирует над энергетикой, в том числе и ядерной (72% материалов). Просматривается интересная тенденция: доля статей про нефть ниже доли статей про газ (28% и 44% соответственно), при этом в новостях картина меняется с точностью до наоборот: 50% новостей по теме *нефть* против 42% новостей по газовой тематике.

В номерах, попавших в выборку, отсутствовали аналитические статьи посвященные нефтехимии и углю, однако традиционная электроэнергетика заняла 22%.

В газете РБК не оказалось статей про электроэнергетику и атомную энергетику. Большая часть статей посвящена нефти. Это отчасти объясняется тем, что в газету попадает небольшая доля материалов, поскольку РБК ориентирован на аудиторию в Интернете и формат издания позволяет публиковать материалы сразу, по мере их готовности. В этом выражается существенное отличие РБК от двух газет («Ведомости» и «Коммерсантъ»), которые публикуют материалы на сайтах в ночь, а утром выпускают печатный вариант.

Особенностью лент по теме ТЭК в информационных агентствах является освещение деятельности зарубежных компаний, в частности эта особенность относится к нефтегазовому сектору. Агентства анализируют отчетность крупнейших компаний: *Shell, Enel, ExxonMobil, Total*. Такая характеристика нефтегазового направления объясняется влиянием мирового рынка, а также реализацией многих инвестпроектов с участием иностранных компаний.

Тематический разброс информационных поводов по теме ТЭК более нагляден при анализе лент информационных агентств, поскольку они ориентированы на охват всего информационного поля, а не только на поиск эксклюзивной информации. Вместе с тем здесь превалирует контент о нефтяной отрасли: в среднем этот показатель составляет 49%. Причем показатели у всех трех агентств практически на одном уровне: разница не превышает 2%. На лентах информационных агентств на долю электроэнергетики приходится в среднем 17% от количества новостей по темам ТЭК.

Таблица 3

Доля новостей определенной тематики от общего количества новостей по теме ТЭК у информационных агентств (%)

Тема	ТАСС	РИА Новости	Интерфакс	Среднее значение
Нефть	50	48	49	49
Газ	27	21	23	24
Электроэнергетика	14	18	20	17
Атомная энергетика	7	8	6	7
Прочее (нефтехимия, уголь)	2	4	3	3
Итого	100	100	100	100

Итак, и у информационных агентств, и у газет превалирует нефтяная тематика. У газет на долю *нефтяной* информации в новостях приходилось 62% материалов, в статьях – 54%. Средний показатель по информагентствам составляет 49% материалов.

Деятельность газовой промышленности занимает второе место по количеству новостей, при этом средние показатели у информационных агентств и на новостных лентах газет примерно одинаковы – 24% и 27% соответственно. Однако доля материалов по газовой тематике именно в статьях меньше и составляет 19% – более чем в два раза меньше материалов по нефтяной теме. Возможно, это связано с трудностью получения эксклюзивной информации по газовой тематике (что часто является определяющим фактором при написании статей в газетах). Кроме того, на газовом рынке всего два крупных игрока – «Газпром» и «Новатэк», в то время как в нефтяной промышленности этот список можно расширить до шести.

При сравнении количества публикаций по теме электроэнергетики в газетах и информационных агентствах выяснилась интересная подробность: в аналитических статьях газет эта тема занимает в среднем 18%, что сравнимо с количеством статей по газу (19%). Но при этом лишь 6% новостных сообщений в газетах посвящены электроэнергетике.

Деятельности атомной энергетики информационные агентства посвящают небольшую долю сообщений (7%), а газеты о ней практически не пишут. В нашей выборке обнаружилась лишь одна статья, посвященная атомной энергетике.

По итогам проведенного анализа мы можем сделать вывод, что и у информагентств, и у газет существенно превалирует нефтяная тематика, газовая ей уступает почти вдвое. Но если отойти от усредненного показателя, мы увидим, что у «Ведомостей» доля статей про нефть составляет 67%, в то время как у «Коммерсанта» этот показатель составляет 28%.

При освещении электроэнергетики показатели газет и информагентств сопоставимы, но вместе с тем есть и существенное отличие. Выбранные нами издания пишут небольшое количество (6%) новостных сообщений по электроэнергетике, предпочитая формат статей (18%), информационные же агентства из-за особенностей своего формата публикуют в основном новости.

Источники информации по теме ТЭК

В нашем исследовании мы разделили источники информации на две большие группы. В группу *неэксклюзивных источников* мы включили: пресс-релизы (сообщения и официальные анонсы компаний), официальные документы ведомств (распоряжения правительства, приказы министерств, Росимущества), материалы для инвесторов (информацию на сайтах обязательного раскрытия информации для публичных компаний, отчеты), статистику/данные торгов (биржевые данные, данные ЦДУ ТЭК, ГИС ТЭК), заявления спикеров (заявления спикеров на мероприятиях, брифингах, официальных пресс-подходах), аналитику (материалы рейтинговых агентств, исследования экспертов), а также другие СМИ.

В группе *эксклюзивных источников* лишь три категории: спикер (официальное заявление одному СМИ), материалы (официальные документы, которые недоступны другим СМИ), анонимные источники (спикеры, сообщившие информацию на условиях анонимности).

Таблица 4

Источники информации по темам ТЭК в газетах (%)

Источник информации	«Ведомости»	«Коммерсант»	РБК	Средний показатель
Неэксклюзивная информация				
ВСЕГО	75	76	85	78
Пресс-релиз	15	24	9	16
Документ	-	-	6	2
Материалы для инвесторов	15	14	12	14
Статистика/ данные торгов	4	10	15	9
Спикер на мероприятии	11	14	9	11
Аналитики	15	-	6	7
Ссылка на другое СМИ	15	14	29	19
Эксклюзивная информация				
ВСЕГО	25	25	15	22
Спикер	11	4	5,9	6,97

Окончание таблицы 4

Документ	10	9	5,9	8
Анонимный спикер	4	12	3	6
ИТОГО	100	100	100	

При анализе источников информации газетных материалов, посвященных темам ТЭК, выяснилось, что газета «Ведомости» в качестве базы для статьи обычно берет исследования или опрос аналитиков. Доля этих источников информации в газете достигла 15%, в то время как в других изданиях этот показатель составил 2–6%. В частности, материалы на основе исследований аналитиков часто касались конъюнктуры мировых рынков нефти, а также рынка Европы по СПГ.

Другой особенностью эксклюзивных материалов «Ведомостей» стали статьи на основе официальных документов, которые доступны только этой газете. Доля таких источников составила 11%, в то время как у «Коммерсанта» этот показатель составил 5%, а у РБК – 6%.

Наш анализ показал, что газета «Коммерсантъ» на рынке деловых изданий является лидером по получению информации от неназванных источников. Доля таких материалов у «Коммерсанта» составляет 19% от общего количества, в то время как у «Ведомостей» этот показатель составляет всего 4%, у РБК – 9%, а у информационных агентств – 2%.

Таблица 5

Источники информации по темам ТЭК в информагентствах

	ТАСС	**РИА Новости**	**Интерфакс**	**Средний показатель**
Неэксклюзивная информация				
ВСЕГО	94	93	87	91
Пресс-релиз	32	27	25	28
Документ	8	13	9	10
Материалы для инвесторов	15	14	13	14
Статистика/ данные торгов	9	9	8	9

Окончание таблицы 5

Спикер на мероприятии	26	20	26	24
Аналитики	2	6	4	4
Ссылка на другое СМИ	3	4	2	3
Эксклюзивная информация				
ВСЕГО	6	7	13	9
Названный спикер/ представитель	2	4	5	4
Документ	2	1	3	8
Анонимный спикер	2	2	5	2
ИТОГО	100	100	100	

Что касается информационных агентств, самым *эксклюзивным* из них оказался «Интерфакс» (доля эксклюзивной информации 13%). Причем здесь мы можем говорить не только об официальных запросах, на которые агентству ответили эксклюзивно, но и о спикерах, которые на условиях анонимности сообщают важную информацию корреспондентам «Интерфакса».

У остальных информагентств работа с эксклюзивной информацией не столь активна, все сводится к запросам, личному общению со спикером на мероприятии, а новости от неназванных источников практически отсутствуют.

Безусловно, доля эксклюзивной информации в газетах, которая в среднем составляет 22%, превышает долю эксклюзивных новостей в информационных агентствах (средний показатель – 9%), поскольку у информагентств стоит другая задача – охватить полностью информационное поле, в отличие от газет, заостряющих внимание только на важном и значимом.

Что касается неэксклюзивной информации, то частота использования разных источников у газет и у информационных агентств несколько разнится. У агентств частота использования информации с пресс-релизов (28%) в два раза превышает использование материалов для инвесторов (14%). Газеты же при написании статей обращаются к материалам для инвесторов (16%) почти так же часто, как используют пресс-релизы (14%).

Стоит обратить внимание на такой важный для информагентств источник информации, как спикер (топ-менеджер компании, представитель власти), который на открытом для СМИ мероприятии может поделиться интересной информацией. У агентств доля публикаций, источником информации для которой выступает спикер на мероприятии, составляет 24%, в то время как у газет средний показатель составляет 11%. Из этого мы можем сделать вывод, что значимость информации для газет напрямую зависит от ее эксклюзивности. В то время как информагентства пишут новости с публичного мероприятия, журналист из газеты может сосредоточиться на поиске эксклюзивной информации, на общении в кулуарах с потенциально новыми источниками.

Здесь следует привести данные, касающиеся ссылок на другие СМИ. У информагентств средний показатель составляет – 3%, а у газет – 19%. Причины такой существенной разницы мы видим в принятых внутриредакционных стандартах. Информагентствам запрещено ссылаться на конкурирующие агентства, но газетам в крайних случаях разрешается давать ссылки. Если у конкурентов вышла важная новость на основе информации, которой не владеет журналист агентства, он обязан подтвердить и развить тему через свои источники. Газеты же вполне могут ссылаться на информагентства, дав двойную ссылку.

Материалы по темам ТЭК в открытых лентах ИА и печатных версиях газет

Перед тем как журналистский материал увидит аудитория, его оценивает редактор. В зависимости от важности, ценности, эксклюзивности информации редактор принимает решение о публикации и о том, в каком виде это лучше сделать. Материал может попасть в печатную версию газеты или на открытую ленту (т. е. на сайт) информационных агентств.

У информагентств *большой тройки* есть закрытые ленты, где публикуются абсолютно все новости, при этом на открытую ленту из этого потока попадает в среднем 12% материалов по теме ТЭК. Меньше всего публикаций попадает в открытую ленту «Интерфакса» – 9%. У РИА Новости показатель составляет 13%, у ТАСС – 14%.

Таблица 6

Доля новостей информагентств по теме ТЭК, попавшая на сайт, от общего количества новостей на закрытых лентах (%)

Тема	ТАСС	РИА Новости	Интерфакс	Среднее значение
Нефть	7	7	5	7
Газ	6	5	3	5
Электроэнергетика	1 <	1 <	1 <	1 <
Атомная энергетика	1 <	1 <	1 <	1 <
Прочее (нефтехимия, уголь)	1 <	1 <	1 <	1 <
Общая доля*	14	13	9	12

** Общее количество новостей по ТЭК, попавшее на сайт, а также их доля в процентном выражении по отношению к общему количеству новостей по ТЭК на закрытой ленте.*

На открытые ленты попадают по большей части материалы по нефтяной промышленности – особенно часто тексты посвящены ценам на нефть марки *Brent*. На открытой ленте одного и того же агентства читатель за день может увидеть 2–3 новости типа «Цена на нефть *Brent* упала ниже $52 за баррель», и через два часа: «Цена на нефть *Brent* поднялась выше $52 за баррель». Здесь мы говорим о количественном доминировании темы, поскольку наше исследование не предполагало анализа значимости событий, которые освещаются в этих новостях. Повышенное внимание к нефтяной отрасли обусловлено ее важностью для российской экономики. Россия, будучи одной из крупнейших нефтедобывающих стран мира, вовлечена в мировой рынок нефти и существенно зависит от мировых цен. Это приводит к тому, что любые изменения на рынке оказывают воздействие на российский внутренний рынок и – впоследствии – на федеральный бюджет.

Лидером среди информагентств по количеству *газовых* новостей в открытой ленте является ТАСС, при этом здесь высока доля материалов, посвященных зарубежным проектам «Газпрома» и взаимодействию с ЕК. Если сравнить газовую отрасль с нефтяной, то при экспортных поставках газа заключаются долгосрочные контракты с фиксированными стоимостными параметрами, что исключает фактор волатильности цен. А это, в свою очередь, влияет на внимание со стороны прессы.

«Интерфакс» отличается от РИА Новости и ТАСС: агентство чаще ставит в открытую ленту новости, которые касаются напрямую российского рынка и российских потребителей (например, про загрязнение воздуха Московским НПЗ и т. д.).

Несмотря на то что доля новостей по *атомной* теме в закрытых лентах ТЭК является самой маленькой, новости про «Росатом» почти всегда попадают в открытые ленты. Так, из 3 новостей за день про «Росатом» в открытую ленту попадают 2. Однако средний показатель по попаданию на сайт этой темы составляет менее 1%, поскольку доля новостей про атомную энергетику в общем потоке публикаций по теме ТЭК очень мала.

Электроэнергетика по частоте попадания на открытые ленты стоит не на первых местах. Новости, посвященной этой отрасли, можно увидеть на сайтах информационных агентств, если произошли существенные изменения в топ-менеджменте компаний или если произошла какая-либо авария. Следует также учесть высокую зарегулированность рынка. Электроэнергетика не подвержена внешнему влиянию, энергосистема работает практически самостоятельно, экспортные и импортные поставки незначительны. Цены для населения строго контролируются и индексируются в пределах инфляции, что минимизирует количество резонансных новостей, которые были бы интересны массовому читателю.

Таблица 7

Доля статей по темам ТЭК, попавших в печатную версию газет (%)

Тема	«Ведомости»	«Коммерсант»	РБК	Средняя доля
Нефть	19	22	17	19
Газ	11	11	8	10
Электроэнергетика	7	17	-	8
Атомная энергетика	-	-	-	-
Прочее (нефтехимия, уголь)	4	6	8	6
Общая доля ТЭК в печатной версии газеты по отношению к количеству материалов на сайте	41	56	33	43

Для газеты «Ведомости» при отборе материалов в печатную версию издания основным критерием является значимость статьи для экономики в целом. Так, из четырех материалов, опубликованных в ночь, в печатную версию может попасть, например, один.

В газете «Коммерсантъ», в отличие от «Ведомостей», в одном номере могут быть размещены 2-3 материала по теме ТЭК. И в данном случае доли материалов, основанных на эксклюзивной и общедоступной информации, примерно равны.

Сравнительный анализ показал, что газеты чаще ставят в печатную версию статьи по теме ТЭК, чем информационные агентства выставляют в открытом доступе на сайте. Так, в нашей выборке 43% материалов от общего количества статей попадают в печатную версию газеты, в то время как лишь 12% новостей информагентств попадают с закрытой ленты в открытую, т. е. на сайт. По большей части это касается публикаций по темам нефтяной и газовой промышленности. При освещении электроэнергетики мы видим расхождения в подходах: газеты чаще ставят в печатную версию статьи, посвященные электроэнергетике (8%), что сопоставимо с долей материалов, посвященных газовой промышленности (10%), в то время как у агентств из закрытых лент на сайт попадают менее 1% *электроэнергетических* новостей.

Выводы

Тематически газеты и информагентства схожи в предпочтениях: превалирующая доля материалов приходится на нефтегазовую отрасль, а точнее на нефтяную. Минимальное количество материалов посвящено нефтехимической промышленности и ядерной энергетике. При освещении электроэнергетики газеты и информагентства различаются: агентства чаще пишут про эту отрасль, чем деловые издания.

Столь пристальное внимание к нефтяной отрасли обусловлено несколькими факторами. Во-первых, нефтяная отрасль приносит бюджету РФ наибольший доход. При этом она сильно вовлечена в мировой рынок нефти и существенно зависит от мировых цен. В связи с этим любые изменения на рынке оказывают сильное воздействие на российский внутренний рынок и, как следствие, на федеральный бюджет. В частности, котировки цены на нефть на международной бирже влияют на российские нефтекомпании и рынок. В газовой же отрасли при экспортных поставках заключа-

ются долгосрочные контракты и цены не варьируются, что исключает фактор непредсказуемости для рынка. А это, в свою очередь, влияет на внимание со стороны прессы. Что касается другой отрасли ТЭК – электроэнергетики, тут следует учесть, что рынок совсем не подвержен внешнему влиянию, энергосистема работает автономно, экспортные и импортные поставки незначительны.

Кроме того, нефтяных российских компаний существенно больше, чем газовых или нефтехимических. В частности, из 12 крупнейших компаний, которые журналисты пристально отслеживают, 2 являются газовыми, 1 – нефтехимической, 1 – нефтетранспортной, а остальные 8 – крупными нефтяными компаниями. Соответственно, они генерируют заметно больший поток информации.

Международной бизнес-среде также интересны именно нефтяные компании, поскольку, во-первых, они большой объем продукции поставляют на экспорт, во-вторых, у них много зарубежных проектов (разработка крупных месторождений, строительство нефтепроводов и т. д.). А например, электроэнергетические компании, про которые журналисты пишут существенно меньше, в основном работают на внутреннем рынке, производят товар, который поставляют и потребляют в России.

У газет, в отличие от информационных агентств, намного больше эксклюзивной информации, полученной от неназванных источников. Также газеты чаще получают доступ к готовящимся, обсуждаемым, закрытым документам, которые сформированы в различных ведомствах. Информационные агентства же обычно пользуются официальной информацией, исходящей от самих компаний: пресс-релизы, обязательное раскрытие информации, названный спикер – представитель компании.

Газеты чаще ссылаются на информацию в других СМИ, в частности на те же информагентства. Сами агентства никогда не ссылаются друг на друга, в редких случаях – на газеты, если речь идет об эксклюзивной информации, которую нельзя подтвердить или опровергнуть.

Материалы, посвященные нефтяной отрасли, чаще попадают в открытые ленты информагентств и печатные версии газет, про эту отрасль в целом чаще пишут и агентства, и газеты. Аналогичная ситуация с публикациями, посвященными газовой промышленности. У обоих типов СМИ *газовые* материалы стоит на втором месте по частоте попадания на сайты агентств и в печатные версии газет.

Библиография

Блинова М. В. Рынок деловых СМИ как фактор модернизации современной России // Медиаскоп. 2009. № 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/480 (дата обращения: 16.06.2019).

Вырковский А. В. Деловые СМИ в России и за рубежом в период кризиса: экономический, организационный, творческий аспекты // Медиаскоп. 2010 № 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/692#1 (дата обращения: 16.06.2019).

Вырковский А. В. Развитие деловой прессы в постсоветской России // МедиаАльманах. 2007. № 4. С. 70–78.

Вырковский А. В. Деловые СМИ в России и за рубежом и кризис: экономический, организационный, творческий аспекты // Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2009. М., 2010.

Гуревич С. М. Деловая пресса России: настоящее и будущее. М., 1999.

Деловая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. *А. В. Вырковского*. М.: Медиамир, 2012. С. 14.

Иваницкий В. Л. Экономическая тема в экономических изданиях: проблемы становления // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 1. С. 16–28.

Кулев В. С. Деловая пресса России. М., 1996.

Мамиконян К. Основные типологические характеристики российской деловой журналистики // МедиаАльманах. 2012. № 5. С. 29–32.

Мельник Г. С., Виноградова С. М. Деловая журналистика: учеб. пособие. СПб: Питер, 2010.

Мордовская Е. И. Деловое издание в системе периодической печати. Типообразующие факторы, характер становления и развития: дис. ... канд. филол. наук. М., 1998.

Мурзин Д. А. Деловая пресса. М.: РИП-холдинг, 2001.

Разумова М. А. Тематические приоритеты и база источников информации деловых СМИ: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2016.

Энергетическая стратегия России до 2020г. / под ред. *А. Б. Яновского*. М., 2001.

References

Blinova M. V. (2009) Rynok delovyh SMI kak faktor modernizacii sovremennoj Rossii [The Business Press Market as a Modernization Factor in Contemporary Russia]. *Mediaskop* 4. (In Russian)

Gurevich S. M. (1999) *Delovaya pressa Rossii: nastoyashchee i budushchee* [The Business Press of Russia: the Present and the Future]. (In Russian)

Ivanickij V. L. (2007) Ekonomicheskaya tema v ehkonomicheskih izdaniyah: problemy stanovleniya [The Economic Topic in Economic Media: Challenges of Formation]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1. (In Russian)

Kulev V. S. (1996) *Delovaya pressa Rossii* [The Russian Business Press]. Moscow. (In Russian)

Mel'nik G. S., Vinogradova S. M. (2010) *Delovaya zhurnalistika* [Business Journalism]. Saint-Petersburg. (In Russian)

Mordovskaya E. I. (1998) *Delovoe izdanie v sisteme periodicheskoj pechati. Tipoobrazuyushchie faktory, harakter stanovleniya i razvitiya* [Business Media as Part of the Periodical Press: Type-Forming Factors, Pattern of Formation and Development]. Moscow. (In Russian)

Murzin D. A. (2001) *Delovaya pressa* [The Business Press]. Moscow. (In Russian)

Razumova M. A. (2016) *Tematicheskie prioritety i baza istochnikov informacii delovyh SMI: dis. ... kand. philol. nauk* [Thematic Priorities and Business Media Sources: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Vyrkovskij A. V. (2012) *Delovaya zhurnalistika* [Business Journalism]. Moscow. (In Russian)

Vyrkovskij A. V. (2010) Delovye SMI v Rossii i za rubezhom v period krizisa: ehkonomicheskij, organizacionnyj, tvorcheskij aspekty [Business Media in Russia and Abroad During Crisis Period: Economic, Organizing and Creative Aspects]. *Mediaskop* 4. (In Russian)

Vyrkovskij A. V. (2007) Razvitie delovoj pressy v postsovetskoj Rossii [Development of the Business Press in Post-Soviet Russia]. *Mediaalmanakh* 4 (In Russian)

Yanovsky A. B. (2001) *Energeticheskaya strategiya Rossii do 2020 g.* [Russian Energy Strategy up to 2020]. Moscow. (In Russian)

Поступила в редакцию
07.11.2018