что такой показатель, как явка избирателей, в большей степени связан с этими показателями, чем доля оппозиционных партий. Это может свидетельствовать о том, что рост количества медиа увеличивает долю политических предпочтений, находящихся за пределами действующего электорального поля.

Заключение

Таким образом, мы рассмотрели региональные диспропорции в развитии медиа и можем заключить, что в регионах формируются специфические во многом индивидуальные модели развития медиа, которые в значительной степени опираются не только на экономические факторы развития регионов, но и пространственно-территориальные, а также индивидуально-культурные (идентификацию которых и исследование которых необходимо производить в дальнейшем).

Вместе с тем представляется значимым расширение выборки исследования с целью выявления более точных зависимостей развития региональных моделей развития медиа и их классификации. Особенную задачу представляет оценка рекламных рынков и «параллельных рынков политической лояльности» в регионах, первый шаг к которой сделан в настоящем исследовании.

Список литературы

Зубаревич Н.В. Территориальный ракурс модернизации // Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. 2009. № 10.

Лапина Н. Отношения «центр—регионы» в современной России // Перспективы, 06.06.2007. URL: http://www.perspectivi.ru/rus/gos/otnosheniya_centr_regiony_v_sovremennoiy_roscii_6_06_2007.htm (дата обращения: 04.09.2013).

Пивоваров Ю.Л. Урбанизация России в XX веке: представления и реальность // Общественные науки и современность. 2001. № 6.

Россия регионов: в каком социальном пространстве мы живем / Под ред. Н. Зубаревич. М.: Поматур, 2005.

Тилли Ч. Принуждение, капитал и европейские государства. 1990—1992 гг. / Пер. с англ. Т.Б. Менской. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2009.

Типы регионов по уровню социально-экономического развития // Независимый институт социальной политики, 2009. URL: http://www.socpol.ru/atlas/typology/Typology_tabl.htm (дата обращения: 15.01.2013).

Туровский Р. Конфликты на уровне субъектов федерации: типология, содержание, перспективы урегулирования // Общественные науки и современность. 2003. № 6.

Туровский Р. Политическая регионалистика. М.: ГУ-ВШЭ, 2005.

Kiriya I., Kachkaeva A. Economical Forms of State Pressure in Russian Regional Media // Revista Română de Jurnalism şi Comunicare. 2011. N 2.

Поступила в редакцию
08.10.2013

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

М.А. Разумова, аспирант кафедры теории и экономики СМИ МГУ имени М.В. Ломоносова факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: maria1307@mail.ru

ОТРАЖЕНИЕ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА В РОССИЙСКИХ ДЕЛОВЫХ СМИ (на примере газеты «Коммерсантъ»)

Целью данной статьи является анализ освещения глобального финансового кризиса в российской деловой прессе. Для исследования был выбран шестилетний период — с января 2007 г. по ноябрь 2013 г. Исследование показало, как трансформировалось отношение журналистов газеты «Коммерсантъ» к финансовому кризису: от оптимистичного 2007 года через более тревожный, однако полный надежд на быстрое восстановление экономики 2008 г., к 100% признанию наступления мировой рецессии в 2009 г. Автор статьи на конкретных примерах раскрывает причины массовых заблуждений и источники ошибочных предсказаний сценариев развития событий, отраженных в статьях журналистов.

Ключевые слова: *деловые СМИ, финансовый кризис, рецессия, мировая экономика.*

The article focuses on coverage of the global financial crisis in Russian business publications. The analysis covers the period since January 2007 till November 2013. The survey presents the transformations of journalists' perception of financial crisis: from optimistic one in 2007 via more confused but sill full of positive hopes on fast recovery in 2008 to 100% acceptance of global recession in 2009. On the basis of the concrete examples the author reveals the reasons of reporters' mistakes and sources of wrong forecasts.

Key words: *business media, financial crisis, recession, global economy.*

Введение

Вопрос о том, какое воздействие информация оказывает на финансовые рынки, был и остается одним из самых важных как для журналистов и медиаисследователей, так и для профессиональных участников фондового рынка. Американский финансист, создатель теории рефлексивности фондовых рынков Джордж Сорос [Сорос, 2013] и профессор Йельского университета Роберт Шиллер [Шиллер, 2013] сходятся во мнении, что именно каналы СМИ чаще всего используются для оказания давления на умонастроения частных инвесторов.

Такой подход особенно актуален в современных, кризисных реалиях, когда за последние несколько лет ландшафт мировой финансовой системы существенно изменился и продолжает меняться дальше, вскрывая новые пласты проблем и увеличивая количество задач, стоящих перед экономистами, политиками и корреспондентами деловых изданий. Парадоксально, что с 2008 г., т.е. уже через шесть лет с момента первого серьезного фондового потрясения, никто из ведущих мировых экономистов не может с полной уверенностью сказать, когда нынешний кризис завершится. В ситуации всеобщей неопределенности, сомнений и опасений за судьбу мировой экономики как никогда прежде становится востребованной просветительская функция журналистики. Взаимосвязь фондового рынка и деловой журналистики частично была отражена в нескольких работах российских ученых, среди которых монографическое исследование Е.В. Письменной [Письменная, 2002], в котором данный вопрос был рассмотрен с точки зрения этики СМИ, и диссертация А.В. Выркoвского [Выркoвский, 2007], где финансовая тематика была подана в контексте медиаменеджмента.

В данной статье на основе метода количественного анализа материалов газеты «Коммерсантъ» (2007 г. — ноябрь 2013) автор выявляет основные тенденции и этапы в освещении кризиса и пытается ответить на вопрос, что стало причиной массовых заблуждений и ошибочных прогнозов не только на мировой финансовой арене, но и в России.

Теория и практика

М. Маклюэн предсказывал, что с помощью средств массовой информации вскоре «можно будет держать под контролем эмоциональный климат целых культур» [Маклюэн, 2011]. С расцветом эпохи информационных технологий этот прогноз практически полностью сбылся. Сегодня для мгновенного распространения сообщения по широкому кругу адресов достаточно лишь одного клика на мобильном телефоне. Параллельно возрастает тревога о том, какие риски могут повлечь современные методы коммуникаций. Это особенно важно для деловых изданий, в которых эмоции, как правило, предваряют конкретные действия читателей, ведь рынок является отражением мыслей и эмоционального состояния людей.

Рост опасений компаний по поводу влияния журналистов доказывает тот факт, что один из крупнейших инвестбанков в мире «Голдман Сакс» включил негативные отзывы в прессе в список своих финансовых рисков. В его годовом отчете 2009 г. говорится, что неблагоприятное освещение деятельности банка может иметь

негативные последствия для репутации, морального состояния и производительности его сотрудников, что может отрицательно сказаться на бизнесе и результатах работы[1].

По мнению одного из сторонников поведенческой экономики Джорджа Сороса, выбор покупать или продавать ценные бумаги делается на основе ожиданий инвесторов касательно роста или падения цен на эти активы в будущем [Сорос, 2013]. В свою очередь ожидание как психологическая категория может быть объектом информационного воздействия. Именно канал СМИ чаще всего используется для оказания давления на умонастроения частных инвесторов. По Соросу, данный процесс, как правило, состоит из последовательности информационных воздействий, направленных на завоевание превосходства в информационно-психологической среде мировой финансовой системы. Инвесторы, получающие большое количество новой информации о биржевом рынке, не в силах оценить и обработать все опубликованные в СМИ сообщения, что приводит к упрощенному восприятию информации и повышению значения ее эмоциональной оценки.

Случаи, когда СМИ становились орудием манипулирования, — достаточно частое явление.

Например, 20 декабря 2012 г. акции «Автоваза» подскочили до рекордной за семь месяцев цены в результате ложного сообщения об обратном выкупе акций, опубликованного на правах рекламы в газете «Ведомости». Рост котировок усилился после сообщения агентства Интерфакс, которое опубликовало в 11.50 МСК со ссылкой на аналогичное сообщение, но в 12.31 аннулировало его.

11 марта 2013 г. акции компании «Блэкберри» (Blackberry) выросли на 14% на слухах о возможном слиянии компании с «Леново Груп Лтд.» (Lenovo Group Ltd). Основанием для подобных выводов послужил комментарий главы Lenovo Яна Юаньцина в интервью французской газете «Лезэко» (Les Echos) о том, что его фирма может рассмотреть возможность приобретения канадского производителя смартфонов.

25 марта того же года акции «Норильского никеля» и группы «Евраз» упали до минимума за четыре месяца после появившегося на телеканале РБК ТВ и в СМИ сообщения о задержании акционера указанных компаний Романа Абрамовича на территории США[2].

Неоднократно были зафиксированы случаи, когда публикация в СМИ проводила к срыву сделки или раскрытию коммерческой

[1] URL: http://www2.goldmansachs.com/our-firm/investors/financials/archived/annual-reports/2009-annual-report.html (дата обращения: 9.04.2013).

[2] Источник: Роман Абрамович был допрошен в США // РБК ТВ. 2012, 25 марта. URL: http://top.rbc.ru/incidents/25/03/2013/850692.shtml (дата обращения: 27.10.2013).

тайны. Весной 2009 г. произошел разрыв переговоров нефтяной компании ТНК-ВР по приобретению «Сибирь Энерджи» после обнародования в прессе деталей переговорного процесса. В итоге предложение ТНК-ВР перебил ее конкурент — компания «Газпромнефть».

Даже незначительный финансовый факт благодаря пристальному вниманию журналистов может спровоцировать массовое деструктивное поведение: панику среди биржевых игроков, обвал фондовых индексов и т.д.

Например, когда в конце сентября 2007 г. информация об экстренной помощи пятой по величине кредитной организации Великобритании — банку «Нозен Рок» (Northern Rock) была обнародована в СМИ, тысячи его вкладчиков, испугавшись, что банк находится на грани банкротства, в панике ринулись в его отделения, чтобы снять свои средства. За три дня со счетов было снято £3 млрд. Британским властям удалось успокоить общественность лишь после того, как министерство финансов и Банк Англии гарантировали сохранность всех средств частных клиентов на депозитах «Нозен Рок»[3].

Методология исследования: подходы к анализу

Мы сосредоточились на освещении СМИ финансово-экономического кризиса, начавшегося в 2008 г. и де-факто продолжающегося до сих пор. На протяжении последних шести лет тема кризиса практически не сходит с первых полос отечественных деловых СМИ.

Эмпирическую базу исследования составляют публикации в газете «Коммерсантъ» — первой и на сегодняшний день одной из крупнейших ежедневных деловых газет в России. Кроме того, в отличие от своих конкурентов, появившихся в начале 2000-х, только редакция газеты «Коммерсантъ», издающейся с 1989 г., писала о первом масштабном финансовом кризисе, с которым столкнулась Россия в 1998 г. Таким образом, можно говорить о том, что журналисты и редакторы данного издания имеют опыт в освещении этой непростой темы.

В спектр анализа были включены все материалы газеты «Коммерсантъ» без учета других приложений и журналов, входящих в состав ИД «Коммерсантъ». Исследование производилось с помощью электронного архива издания, находящегося на официальной странице газеты «Коммерсантъ» в интернете[4].

[3] См.: *Алексашенко С.* Кризис — 2008: пора поставить диагноз // Вопросы экономики. 2008. № 11. С. 28. URL: http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ticket/13944418355fe134d80c8b888901eef9e6f1e987d9/aleksashenko%20VoEco%2011%202008.pdf (дата обращения: 25.10.2013).

[4] URL: http://www.kommersant.ru/archive/daily/2013-1 (дата обращения: 01.11.2013).

Временны́е рамки исследования: 1 января 2007 г. — 18 ноября 2013 г. На наш взгляд, данный период позволяет наиболее точно отследить начало освещения кризиса на страницах газеты «Коммерсантъ» ипоказать основные этапы его отражения в данном издании.

Исследование проводилось методом количественного анализа ключевых слов, которые, по наблюдению автора, наиболее полно раскрывают тему кризиса и являются самыми часто употребляемыми. Все ключевые слова разделены на три группы. Динамику частоты употребления каждой из групп слов иллюстрируют отдельные графики.

Результаты

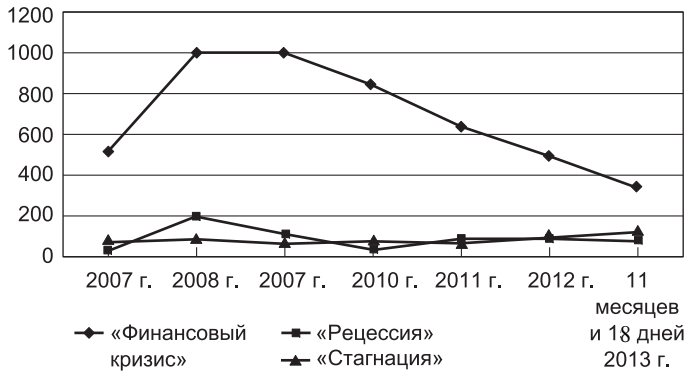
В первую группу ключевых слов входят наиболее широко употребляемые слова и словосочетания, такие, как *финансовый кризис* — резкое уменьшение стоимости каких-либо финансовых инструментов, значительное ухудшение основных экономических показателей в государствах и отдельных компаниях, обернувшееся для многих организаций банкротствами или огромными убытками; *рецессия* — фаза экономического цикла, характеризующаяся слабым, но неуклонным ухудшением экономических показателей, в первую очередь снижением ВВП; *стагнация* — состояние экономики, характеризующееся застоем производства и торговли на протяжении длительного периода.

Согласно графику 1, по сравнению с 2007 г. в 2008 г. частота употребления словосочетания «финансовый кризис» в газете «Коммерсантъ» удвоилось: с 510 упоминаний до 1000. За этот же период частота упоминания слова «рецессия» увеличилось в пять раз: с 38 до 200.

В 2009 г. количество упоминаний кризиса оставалось на таком же уровне, как и в 2008-м, а с 2010 по 2012 г. пошло на спад (832, 632 и 489 упоминаний соответственно). Использование слова «рецессия» в 2009 г. снизилось на 50% по сравнению с 2008 г., а в 2010 г. практически вернулось к исходной точке 2007 г., однако с 2011 г. вновь можно заметить восходящий тренд в частоте его употребления. За 2013 г. это слово встретилось в шестидесяти трех материалах газеты. Парадоксально, что употребление слова «стагнация», обозначающего в экономическом смысле «застой», практически не изменилось с 2007 по 2012 г. (частота его использования варьировалось от 63 до 89). При этом за 2013 г. слово «стагнация» уже вышло на исторический максимум газеты «Коммерсантъ», будучи упомянутым в 105 заметках.

График 1

Частота употребления понятий «финансовый кризис», «рецессия» и «стагнация» в газете «Коммерсантъ»



Как можно видеть, частота употребления словосочетания «финансовый кризис» в разы превосходит количество упоминаний слов «рецессия» и «стагнация». При этом мы видим, что после пика 2008—2009 гг. его употребление снижается довольно значительно, в то время как другие два слова демонстрируют стабильность.

Вторая группа слов, выбранных для анализа, — это не так широко употребляемые термины «исторический максимум», «исторический минимум», ассоциирующиеся, прежде всего, с состоянием фондового рынка. На наш взгляд, эти термины имеет смысл рассматривать именно в паре. Соотношение данных слов находилось примерно на равном уровне удаленности год от года (см. график 2). Исключением стал лишь уже упомянутый выше 2008 г., когда «исторический минимум» впервые уступил лидерство «историческому максимуму» (73 упоминания против 86), а в 2010 г., наоборот, оторвался на целых 39 упоминаний вперед (63 против 24).

Особняком в данной группе стоит словосочетание «тихая гавань», произнесенное министром финансов России Алексеем Кудриным на экономическом форуме в Санкт-Петербурге в сентябре 2008 г. и на некоторое время ставшее синонимом стабильного положения России. График 2 доказывает, что именно в 2008 оно достигло своего пика употребления (22 раза). Примечательно, что в 2009 г., когда уже окончательно стало понятно, что наступление повсеместного кризиса очевидно и неизбежно, популярность фразы «тихая гавань» упала до двух упоминаний в год.

Лидерство словосочетания «исторический максимум» и высокий уровень цитируемости модной фразы «тихая гавань» доказывает преобладание в то время в СМИ оптимистичных настроений, вопреки тому, что существенные сигналы наступления кризиса уже

График 1

Частота употребления понятий «исторический максимум», «исторический минимум» и «рецессия» в газете «Коммерсантъ»

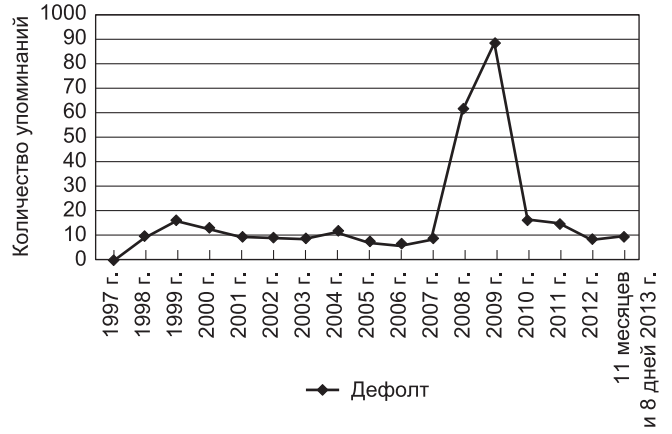


проявились. Однако даже после первого серьезного обвала российского фондового рынка осенью 2008 г. большая часть экспертов по российскому рынку продолжала уверять, что нашу страну кризис не коснется, называя Россию «островком финансовой стабильности».

Мы отдельно предлагаем рассмотреть частоту употребления слова «дефолт». Этот термин, означающий нарушение платежных обязательств заемщика перед кредитором, неспособность производить своевременные выплаты по долговым обязательствам или выполнять иные условия договора займа, стойко ассоциируется с кризисом 1998 г., и мы решили рассмотреть, актуализировался ли он в 2008 г. (см. график 3).

График 3

Динамика употребления слова «дефолт» в газете «Коммерсантъ»



Действительно, спустя 10 лет после его появления на страницах деловых изданий был замечен пик употребления, в семь раз превышающий первый (617 употреблений в 2008 г. против 89 в 1998 г.). Однако рекордным стал 2009 г., когда частота употребления слова «дефолт» увеличилась до 867 и далее пошла на спад.

Впрочем, если по определению ситуации мнения экспертов расходились, то в своей непоколебимой уверенности, что кризис еще продолжается, они едины. Это доказывает и строка «11 месяцев 18 дней 2013 года», расположенная на всех трех графиках. Продолжится ли в 2014 г. финансовый кризис, пока не понятно, однако средства массовой информации активно готовят целевую аудиторию к самым опасным сценариям развития событий.

В то же время реалистичность предсказаний СМИ вызывает вопросы. Согласно большинству этических кодексов деятельности СМИ, одна из важнейших нынешних функций журналистики состоит в том, чтобы показывать корни явления, а не давать им оценку[5]. Соответственно и журналисты деловых изданий не дают самостоятельных аналитических прогнозов, а строят свои статьи на основе экспертных комментариев, представляя при этом самих себя в качестве обособленных обозревателей рынка. Например, согласно догме (этический кодекс) газеты «Ведомости», «никакие мнения в новостной и даже аналитической статье нельзя высказывать от имени газеты («Ведомости» считают...») или от своего имени»[6]. «Любые утверждения, выводы или оценки, которые дает журналист, должны быть подтверждены либо фактами и цифрами, либо мнениями экспертов. Эксперты должны быть компетентны и независимы (например, инвестиционные аналитики или участники того рынка, о котором идет речь, не причастные к событиям, о которых идет речь в статье, и не затронутые ими)», — говорится в документе. Позиция деловых СМИ близка к китайской трактовке слова «журналист» как «записывающий факты». Это позволяет и так ограниченному кругу «лидеров мнений» оставаться неизменным на протяжении многих лет, даже несмотря на то, что их точка зрения на практике зачастую оказывается ошибочной.

Так, самыми квалифицированными экспертами в области макроэкономики за 2008 и 2012 гг., по данным Thomson Reuters Extel Surveys (крупнейшее европейское исследование в области оценки участников инвестиционного сообщества), стали специалисты, которые не смогли угадать движения рынка (см. таблицу).

[5] См.: *Черменина Е.Г., Кулинский А.В., Жумагулов С.* Профессиональная этика журналиста: Учеб. пособие. Бишкек, 2013. С. 28.

[6] Догма газеты «Ведомости» от 1 июля 2006 г. URL: http://www.khodorovsky.ru/teaching/index.php?cat_id=6 (дата обращения: 20.10.2013).

Таблица

Соотношение прогнозов экономистов с реальной экономической ситуацией 2008 и 2012 гг.

ФИО аналитика	Название компании	2008 г.			2012 г.		
		количество комментариев	экономический прогноз в России	состояние российской экономики по итогам года	количество комментариев	экономический прогноз в России	состояние российской экономики по итогам года
Евгений Гавриленков	Тройка Диалог (Сбербанк CIB)	1679	позитивный	СИТУАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ УХУДШИЛАСЬ	886	негативный	СИТУАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ УЛУЧШИЛАСЬ
Ярослав Лисоволик	Дойче Банк	1796	позитивный		576	негативный	
Наталья Орлова	Альфа Банк	304	позитивный		181	негативный	

Источник: данные автора.

Очевидно, что аналитики имеют тенденцию переоценивать рост во время пика подъема и недооценивать рост в период экономического спада[7], а журналисты данную зависимость не учитывают.

Деловая пресса не исследует причины допущенных ошибок в экспертных оценках и, более того, авторы не ощущают себя ответственными за ошибки в статьях. На наш взгляд, здесь важную роль играет репутационная составляющая. В случае ошибки журналисту могут перестать верить. Кроме того, есть и этический момент: крайне пессимистичные прогнозы СМИ стараются не озвучивать, поскольку их могут обвинить в обвале рынка и разжигании паники. В таком случае страх сам по себе может стать экономическим фактором; нарастая как снежный ком, он в итоге и приводит к страшным, порой непоправимым последствиям. В науке такой поворот называют «самосбывающимся пророчеством». Нейтральную позицию занимают и многие аналитики, предпочитающие давать умеренные, сглаженные прогнозы, лишенные всякой конкретики. А журналисты деловых изданий, оказывающиеся наедине с такими цитатами, вынуждены использовать их за неимением альтернатив.

Заключение

В данной статье мы продемонстрировали, как трансформировалось отношение журналистов к кризису. Оптимистичный 2007 г. сменился тревожным 2008 г. при сохранении позитивных прогнозов лидеров мнений. Только в 2009—2010 гг. слова «финансовый кризис», «исторический минимум» и «дефолт», находящиеся на пиках своей употребительности, ознаменовали стопроцентное признание наступления тяжелой экономической ситуации. В 2013 г. опасения по поводу дальнейшего неблагоприятного развития ситуации снова выросли. Впрочем, как показано в настоящем исследовании, точность предсказаний экспертов, которые традиционно используются для прогнозирования ситуации в журналистских материалах, весьма невелика. На наш взгляд, данные выводы дают основание пересмотреть не только подходы к освещению темы рецессии, но и к выбору ньюсмейкеров.

Список литературы

Алексашенко С. Кризис — 2008: пора поставить диагноз // Вопросы экономики. 2008. № 11. С. 28—30. URL: http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ticket/13944418355fe134d80c8b888901eef9e6f1e987d9/aleksashenko%20VoEco%2011%202008.pdf (дата обращения: 25.10.2013).

[7] См.: *Дамодаран А.* Инвестиционные байки: разоблачение мифов о беспроигрышных биржевых стратегиях. URL: http://birga-trade.com/damodaran.html (дата обращения: 10.11.2013).

Вырковский А.В. Сравнительный анализ моделей деловых журналов США и России (на примере журналов «Форчун», «Форбс», «Бизнес уик», «Эксперт», «Деньги», «Смарт Мани»): Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2007.

Дамодаран А. Инвестиционные байки: разоблачение мифов о беспроигрышных биржевых стратегиях. URL: http://birga-trade.com/damodaran.html (дата обращения: 10.11.2013).

Кузнецов М. Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследовательские стратегии Т.В. Адорно и М. Маклюэна. М.: ИФРАН, 2011.

Маклюэн М. Понимание медиа. М.: Кучково поле, 2011.

Письменная Е.В. Этические коллизии в деловой журналистике: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2002.

Сорос Дж. Алхимия финансов. М.: Диалектика, 2013.

Черменина Е.Г., Кулинский А.В., Жумагулов С. Профессиональная этика журналиста: Учеб. пособие. Бишкек, 2013.

Шиллер Р. Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение управляет рынками? М.: Альпина Паблишер, 2013.

Поступила в редакцию
20.11.2013