

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НОВЫХ СМИ

*Московский педагогический
государственный университет
Цзинь Дэчжун.*

Аннотация:

Сегодня журналистика – одна из самых перспективных сфер для бизнеса, в которой успешно развивается множество компаний и информационных агентств. Однако нестабильность, наблюдающаяся в журналистике в последние годы, все еще вселяет страх в большинство руководителей крупных изданий и их корреспондентов. Связана эта нестабильность прежде всего с общественными настроениями: сегодня отмечается снижение количества местных новостей из-за процесса глобализации, в связи с чем растет спрос на новости международного масштаба.

Ключевые слова:

Журналистика, информационное агентство, корреспондент, релевантная экономическая информация, глобальный рост, инфляция, неопределенность.

ANALYSIS OF THE SOCIO-ECONOMIC IMPACT OF NEW MEDIA

Moscow Pedagogical State University

Jin Dezhong

Annotation:

Today journalism is one of the most promising areas for business, in which many companies and news agencies are successfully developing. However, the instability that has been seen in journalism in recent years still instills fear in most heads of major publications and their correspondents. This instability is connected primarily with public sentiment: today there is a decrease in the amount of local news due to the globalization process, in connection with which the demand for international news is growing.

Keywords:

Journalism, news agency, correspondent, relevant economic information, global growth, inflation, uncertainty.

В настоящее время на журналистов постоянно оказывается давление не только со стороны политиков, которым часто не хочется, чтобы о них говорили, но и со стороны знаменитостей, которые, наоборот, всеми силами стараются привлечь к себе внимание. И зачастую даже готовы создавать фейковые новости ради этого. Все эти тенденции подрывают доверие аудитории и вещательных компаний к СМИ, из-за чего все больше растет спрос на развлекательный контент Netflix, Spotify и др. и все меньше – на новости. Согласно результатам различных исследований, лишь порядка 45% респондентов верят в достоверность того, о чем пишут в газетах, при том,

что еще совсем недавно этот показатель дотягивал до 73%.¹ На снижении качества публикуемых новостей и материалов также сказывается сокращение государственного финансирования СМИ в ряде стран.

Новые форматы потребления информации заставляют традиционные СМИ конкурировать с областями, которых еще пару лет назад не существовало вовсе.

В условиях финансовых кризисов, экономических реформ, а также во времена экономической неопределенности средства массовой информации не только выступают в качестве транслятора значимой для населения экономической информации, которая помогает массам ориентироваться в современной экономической ситуации, но и формируют экономическое поведение населения. Безусловно, на поступки людей и принятие решений влияют массовые издания в целом, телевидение и интернет-ресурсы.²

Вспышка пандемии COVID-19 в 2020 стала серьезным испытанием для некоторых направлений бизнеса рынка печатных СМИ, т.к. вводимые ограничения ударили по деятельности предприятий в целом и повсеместно. Меры, принимаемые национальными правительствами, направленные на сдерживание распространения пандемии, привели к спаду экономической активности, нарушению связей, проблемам с перемещением товаров и услуг.

Несмотря на насыщенность современной информационной среды крупными достаточно компетентными федеральными изданиями, поиск релевантной экономической информации остается непростым занятием. Во-первых, федеральные деловые издания предпочитают акцентировать

¹ Информация о социально-экономическом положении России
<https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50800>

² Амиров В. М., Белоусов А. А. Деловая журналистика: социальный компонент в бизнеспубликации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2021. № 3 (116). С. 5–10.

внимание на макроэкономических проблемах, что вряд ли может служить для жителей региона руководством к финансовым и экономическим действиям. Во-вторых, во имя обеспечения социальной и политической стабильности многие федеральные издания довольно часто отходят от непредвзятого анализа изложения актуальных экономических тем, и контент их информационных ресурсов все чаще содержит элементы пропаганды и рассуждения на отвлеченные темы. Все это повышает роль региональных деловых изданий, обладающих возможностью взаимодействовать с региональными экспертами, способными разъяснить экономическую специфику города или региона.

В 2021 г. мировая экономика активно восстанавливается, опережая ожидания большинства экспертов. Поддержку глобальному росту оказывают стимулирующие меры бюджетной политики, реализованные в крупнейших развитых странах (в первую очередь в США). По оценке, рост мирового ВВП в текущем году составит 6,0% после спада на -3,2% в 2020 году. Вместе с тем восстановление по странам происходит неравномерно. В то время как экономика США полностью отыграет падение 2020 г. уже в 2021 году, ВВП крупнейших стран еврозоны, Великобритании, Японии вернется к допандемическим уровням только в 2022 г., что связано в том числе с действовавшими в текущем году карантинными ограничениями. На экономический рост многих стран с формирующимися рынками оказывают сдерживающее влияние ограниченная доступность вакцин и меньшее, чем в развитых странах, пространство для проведения стимулирующей макроэкономической политики.³

Уверенный глобальный рост сопровождается увеличением темпов инфляции как в развитых экономиках, так и в странах с формирующимися

³ ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2022 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2023 И 2024 ГОДОВ https://www.economy.gov.ru/material/file/d7f5f5dea44bda4c30d42aac04cc1fca/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2022-2024.pdf

рынками. Так, в США годовая инфляция в августе увеличилась на 3,9 п.п. к декабрю 2020 г. (до 5,3%), в еврозоне, по предварительным данным, – на 3,3 п.п. (до 3,0% г/г), в Германии – на 4,2 п.п. (до 3,9% г/г), в Италии – на 2,3 п.п. (до 2,1% г/г), Швейцарии – на 1,7 п.п. (до 0,9% г/г).⁴

В крупнейших странах с формирующимися рынками масштаб ускорения годовой инфляции в июле по сравнению с декабрем прошлого года варьировался от 0,6 до 5,2 процентного пункта. Наряду с восстановлением спроса, ускорение инфляции в большинстве стран обусловлено также внешними факторами – ростом мировых цен на сырьевые товары, увеличением стоимости международных логистических услуг, «узкими местами» в глобальных цепочках поставок. В этих условиях центральные банки крупнейших стран в январе–августе осторожно подходили к ужесточению денежно-кредитной политики, аргументируя решение тем, что ускорение страновой инфляции обусловлено временными факторами мировой конъюнктуры, влияние денежно-кредитной политики на такие временные факторы ограничено, а задача восстановления экономики более приоритетна, чем сдерживание инфляции.⁵

Вместе с тем в условиях неопределенности, в которых находится общество из-за длительного экономического спада, и в целом невысокого уровня финансовой и экономической грамотности в стране людям необходимы издания, способные публиковать адекватную и вызывающую доверие информацию. Поэтому все чаще работе с федеральными СМИ люди предпочитают обращение к ресурсам региональных деловых изданий. В этом контексте региональные СМИ становятся незаменимы, поскольку

⁴ ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2022 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2023 И 2024 ГОДОВ https://www.economy.gov.ru/material/file/d7f5f5dea44bda4c30d42aac04cc1fca/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2022-2024.pdf

⁵ ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2022 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2023 И 2024 ГОДОВ https://www.economy.gov.ru/material/file/d7f5f5dea44bda4c30d42aac04cc1fca/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2022-2024.pdf

удел федеральных изданий — крупный бизнес и государственные управляющие, диктат которых в регионах воспринимается не позитивно.

Минэкономразвития России разработаны механизмы поддержки субъектов Российской Федерации, направленные на создание условий для инфраструктурного прорыва субъектов Российской Федерации.⁶

Последние годы царит тенденция к нативности и релевантности рекламы — она сохранится, именно эти факторы будут ключами развития на ближайшие годы.

СМИ формируют определенное восприятие информации у читателя и мотивируют его к тем или иным поступкам. В зависимости от того, какая информация преобладает в СМИ, меняется экономическое поведение населения, а значит, и экономическое мышление. Нельзя не отметить и особое настроение населения. Тот факт, что реальные доходы населения не растут уже на протяжении нескольких лет, а также отсутствие предпосылок для роста экономики, приводят к тому, что население охотно доверяет негативным и пессимистичным прогнозам относительно будущего экономики страны, а осторожные позитивные прогнозы вызывают у него сомнения. Каждое экономическое явление имеет психологический аспект. Зачастую в периоды экономической нестабильности психология масс может внести определяющий вклад в развитие событий. Массовое ожидание «черного дня» неминуемо приводит к его наступлению. Причем здесь действуют законы экономики: излишняя осторожность в расходах, повышенная экономия денежных средств приводят к тому, что экономика недополучает денег. Кто-то не купил новый автомобиль, значит, какой-то

⁶ Информация о социально-экономическом положении России
<https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50800>

продавец не получил прибыль, раз он не получил прибыль, то компания закрывается.⁷

Таким образом, психология масс определяет, в каком состоянии будет находиться экономика, а, следовательно, и экономическое благополучие каждого. В связи с этим вызывает беспокойство безусловная уверенность населения в экспертности деловых и финансовых изданий, а также массовое следование советам определенных экспертов и аналитиков. Как мы отмечали выше, такая степень доверия объясняется не высоким уровнем осведомленности экспертов, а низкой финансовой грамотностью населения и особым психологическим настроем. Пытливый ум читателя в каждом таком материале старается найти подтверждение собственных гипотез и вычленяет из текста ту информацию, которая поддерживает его представления о происходящем.

⁷ РОССИЙСКИЙ МЕДИАЛАНДШАФТ — 2021 <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021>

Список использованной литературы

1. Амиров В. М., Белоусов А. А. Деловая журналистика: социальный компонент в бизнеспубликации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2021. № 3 (116). С. 5–10.
2. Информация о социально-экономическом положении России
<https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50800>
3. ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2022 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД
2023 И 2024 ГОДОВ
https://www.economy.gov.ru/material/file/d7f5f5dea44bda4c30d42aac04cc1fca/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2022-2024.pdf
4. РОССИЙСКИЙ МЕДИАЛАНДШАФТ — 2021
<https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021>