

Секция «Журналистика»

Особенности информирования развития национального строительного комплекса деловой прессой Беларуси (на примере газеты «Белорусы и рынок»)

Касперович Ольга Николаевна

Студент

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: kasp-olga@yandex.ru

Инновационный путь развития экономики в кризисных условиях требует поиска оптимальных решений возникающих проблем и трудностей, систематизации имеющихся производственно-технологических ресурсов для устойчивого развития государства. Задача информационного обеспечения этих процессов является главнейшей для средств массовой информации, а в их структуре важное место занимает деловая журналистика, обращающая внимание общественности на проблемы и достижения в различных сферах социально-экономической жизни, в том числе и в строительстве.

На примере деловой газеты универсального характера «Белорусы и рынок», где наряду с преобладающей экономической тематикой присутствует информация из других сфер жизни общества: политики, культуры, спорта и др., рассмотрим информационное обеспечение функционирования строительной отрасли Республики Беларусь на современном этапе. В ходе работы было проведено контент-аналитическое исследование еженедельной газеты «Белорусы и рынок» с генеральной выборкой в 58 номеров в период с 8 января 2013 года по 24 февраля 2014 года. В итоге были получены следующие данные.

По содержанию 52 статьи на тему строительства разделились на 5 категорий, в которых анализируются:

- законодательные изменения (17%)
- актуальные проблемы в сфере строительства, к примеру, долгострой, отставание от запланированных объемов ввода нового жилья, увеличение цены квадратного метра и др. (69%)
- реклама строящихся объектов (6%)
- обзор последних изменений в строительном комплексе (6%)
- реклама строительных организаций (2%).

Поскольку газета рассчитана для деловых людей, то одна из категорий контент-анализа касалась аудитории, для которой каждая статья представляет интерес. В итоге, 53,4% из 73 проанализированных статей без учета статей, которые содержат информацию из сферы недвижимости, представляют интерес для рядового читателя, 17,8% - для застройщиков, 13,7% - для граждан, являющихся дольщиками, 4,1% - для представителей бизнеса и сферы управления, 11% - для всех перечисленных категорий одновременно.

В 88% из 84 публикаций (общее количество статей, вошедших в выборку) встречается фактологическая форма аргументации. Статьи с эмоционально-образной аргументацией и без аргументации отсутствуют. Зато смешанная аргументация (фактологическая вместе с эмоционально-образной) отмечена в 12% публикаций.

В категории контент-анализа «Использованные источники информации» возможны были несколько вариантов ответа, поэтому процентное отношение по каждому пункту исчислялось исходя от общего количества ответов - 112. Следует отметить, что в данной категории учитывались как указанные, так и не указанные, но используемые при подготовке статьи источники. Таким образом, чаще всего журналисты обращаются к информантам (официальным или частным лицам) - 27,7% (31 статья). Это могут быть директора риэлтоских агентств, представители Министерства архитектуры и строительства и др. Второе место занимают информационные агентства, в основном, БелТА - 19,6% (22 статьи). Различные документы, недавно подписанные Законы, Указы и др. стали источниками информации в 14,3% случаев (16 статей). Информация из личной базы журналиста составила 8,9% (10 статей). Чуть меньше - 8% (9 статей) набрали риэлторские агентства. Информация пресс-служб органов власти и управления, в первую очередь, Министерства архитектуры и строительства, а также данные Национального статистического комитета Республики Беларусь составили по 5,4% (или соответственно встречается в 6 статьях по каждому пункту). Совсем незначительно использование информации из интернет-ресурсов - всего 2,7% (3 статьи). Процент статей, в которых источники информации не указаны или вовсе отсутствуют, также невелик - 8% (9 статей), материалы из других СМИ вовсе не использованы. Все это свидетельствует об использовании информации из надежных и проверенных источников от первого лица.

Что касается авторства статей, то из проанализированных 84 статей журналисты являются авторами 76,2% статей. Авторами двух статей являются эксперты (юристы). Авторство одной статьи определить не удалось, так как неясно журналист это или эксперт. Авторами трех статей являются внештатные корреспонденты, студенты Института журналистики БГУ. Авторство 14 статей или 16,6% не указано.

Обратимся к жанрам статей. Почти треть публикаций, 26,2% из 84 - это самый распространенный для данной газеты жанр – аналитическая статья. Чуть менее, 23,8% информационная заметка. Данный жанр актуален для передачи незначительных событий в сфере строительства, а также информировании о поручениях власти, принятии решений. Корреспонденция составляет 17,9%, комментариев - 9,5%, врезки к приложению «Экономика недвижимости» и рекламные статьи - по 8,3%, 6% - аналитические интервью. Публикации новостей и официальных документов отсутствуют. Отсутствие на полосах новостей оправдывает тот факт, что газета «Белорусы и рынок» еженедельная и не нуждаются в синхронизации контента с новостным фоном.

Важным показателем для аналитической прессы является наличие в статьях данных социологических исследований и статистических данных. В 54% из 84 статей такие данные имеют место. Примерно также распределились проценты по наличию прямых цитат в публикациях. В 53% статей они есть. (Цитаты Президента А. Лукашенко, премьер министра М. Мясниковича, главы Администрации Президента А. Кобякова и др.)

Перечисленные выше данные свидетельствует о высокой степени аргументированности, подлинности фактов, анализируемых в статьях, а также об объективности подачи информации. Одной из главных особенностей информирования развитии национально-строительного комплекса газетой «Белорусы и рынок» является то, что, несмотря на позиционирование себя как аналитического издание для деловых людей, у газеты высок процент статей, рассчитанных для обычного читателя.