

Глобальные вопросы развития экономической журналистики

Стамбульский форум (послесловие участника)

Надежда Добрецова

Западу придется пересмотреть свои ортодоксальные учебники по журналистике

Западная теория журналистики традиционно утверждает, что первая и единственная роль журналистики - информационная. Факт и только факты. Когда я озвучила нашу идею о том, что у современной журналистики в странах с переходной экономикой, особенно в странах бывшего СССР, у журналистики есть еще и образовательная роль, которая предполагает, что кроме СМИ нет другого общественного института, способного повлиять на уровень финансовой и экономической грамотности населения, это вызвало у участников из Латинской Америки и Европы (включая Ливан) сначала недоумение, а потом возмущение. Все их образование и весь их опыт кричит о том, что журналисты только информируют, а образованием занимаются совсем другие институты - сама система образования, школа, семья, улица и т.д.

Я вижу, что у многих журналистов в развитых странах в мозгу сидит некая заглушка или пробка, сложившаяся из аксиом о роли и месте СМИ в демократическом обществе, о раз и навсегда установленных правилах игры. Я ни в коем случае не претендую на разрушение этой пробки только ради разрушения, и я не покушаюсь на свободы СМИ и слова, также я не пытаюсь переложить на СМИ чью-либо ответственность или навесить на них несвойственные им функции. Я лишь говорю о том, что ситуация в западной журналистике и журналистике стран переходного периода (преимущественно бывших социалистических) принципиально отличаются. И Запад не учел этого факта при оказании помощи в развитии демократии. Запад полагал, что СМИ в наших странах автоматически начнут играть в обществе ту же роль, что в странах с развитой демократией, и этой роли будет достаточно для устойчивого развития. Но оказалось не так. Нам нужна немного иная журналистика, журналистика, которая не только информирует, но и учит. Также это актуально для стран Африки, Индостана.

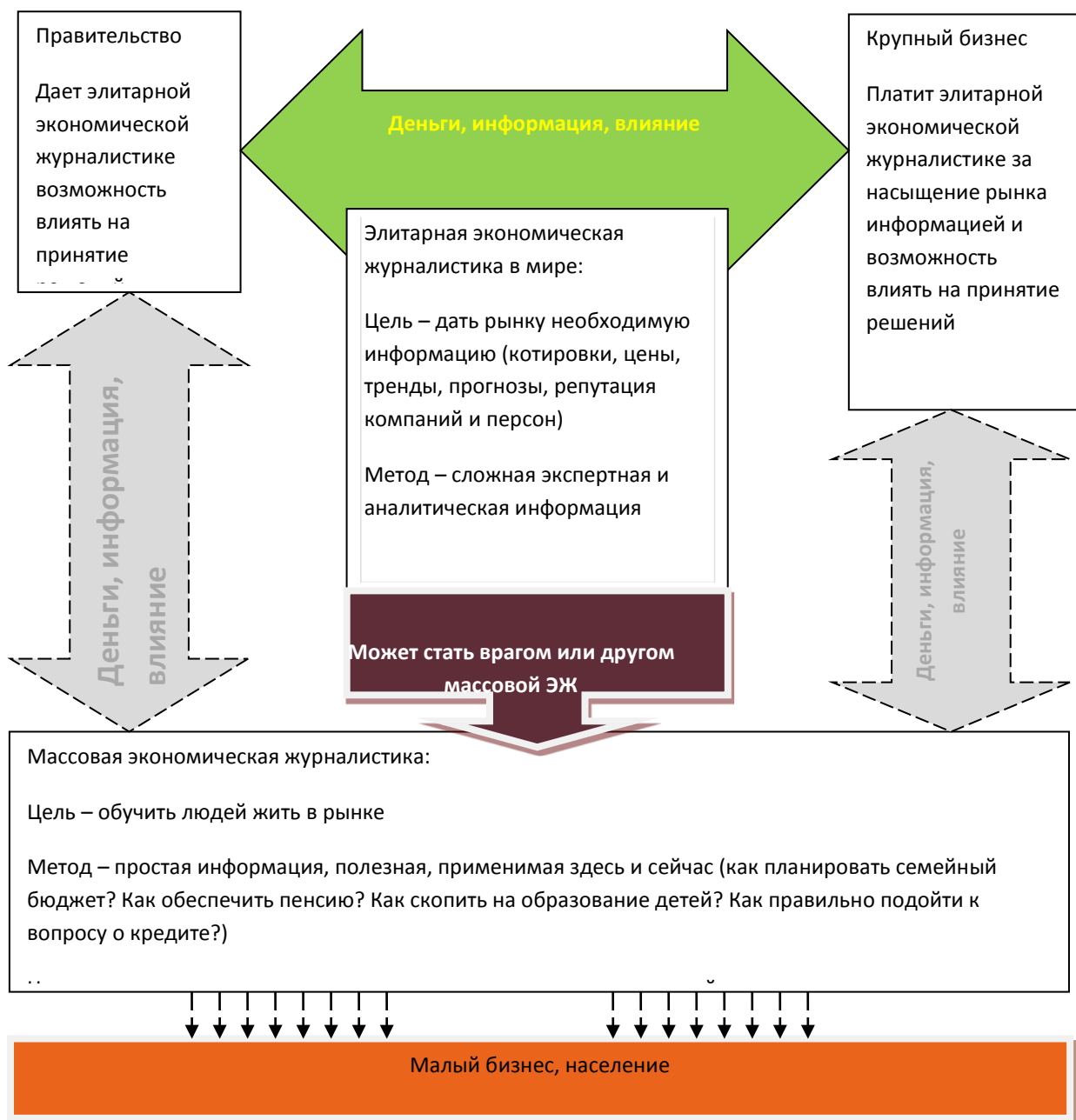
Этот момент разделил участников встречи в Стамбуле на два лагеря - в одном были я, Непал, Пакистан, Афганистан, частично Малайзия. В другом - Мексика, Аргентина, Ливан. Болгария и Нигерия держали нейтралитет. Особенно мне «понравилась» реакция Сами из Ливана, который (по сути) сказал об образовательной роли СМИ и необходимости учить население через СМИ примерно так: "Ну что вы так беспокоитесь об этих людях, если им нужны экономические знания, пусть они едут в Гарвард!". Я видела реакцию Према из Непала и она была похожа на мои ощущения. И ощущения эти обусловлены пониманием большой, большой разницы между самоопределением, самоидентификацией журналистов в наших странах и в странах с другой историей. Когда говоришь об образовательной роли и миссии СМИ в странах СНГ и Индостана, видишь, что собеседники разделяют твоё мнение и соглашаются. Но Европа и Америка видят ситуацию по-другому.

Выработан некий общий подход к обучению экономической журналистике, однако по-прежнему нет концепции этого направления, включающей институциональное внедрение в ткань массовых СМИ, решение проблемы редакторов, и т.д.

В настоящее время даже нет определения, что такое экономическая журналистика, хотя я пыталась поднять этот вопрос, но он как-то вяло был воспринят. Аудитория состояла из двух различных групп – представителей Think Thank организаций и элитарных журналистов, занимающихся вопросами экономики и бизнеса на уровне изданий для профессионалов. И было совершенно ясно, что мы говорим о разных вещах: элитарная экономическая журналистика была, есть и будет, и живется ей, в общем-то, не так уж и плохо. Бизнес платит этой журналистике неплохие деньги за насыщение рынка профессиональной бизнес-информацией, правительство платит этой журналистике возможностью чувствовать себя влиятельными людьми.

Мы же пытаемся говорить о журналистике массовой, ориентированной на неподготовленного читателя, который ловит рыбу в Малайзии, пасет коз в Непале, выращивает овощи в Кыргызстане или работает на заводе в Беларуси. Эта журналистика тесно связана с вопросом о финансовой и экономической грамотности населения. Другие же видят своих читателей в белых воротничках, «пасущихся» на Фейсбуке или в Твиттере. И это разделение важно понимать. И это разная журналистика: с разными целями, с разными методами. У меня возникло подозрение, что элитарная журналистика может стать как помощником, ресурсом для развития массовой экономической журналистики, так и препятствием, потому что я ощутила с их стороны некий кастовый подход: дескать, все знать положено лишь профессионалам, народу это не нужно, он прекрасно без этого обходится, а всю аналитику, которая нужна для устойчивого развития наших стран, мы сделаем за них. Подход сегрегации, я бы сказала, снобизм.

Возможно, для Мексики, Аргентины и США – это оправданный подход. Тем более, что их элитарные источники открыты и доступны, а главное, они есть. Но у нас то ведь и элитарной экономической журналистики нет, так как ни власть, ни крупный бизнес пока не готовы платить за нее. Как трудно в Кыргызстане находить грамотных и независимых экспертов, «объясняльщиков» рынка? И платит им, в основном, донорское сообщество, но не правительство и не бизнес. Но мне кажется, что и для Мексики с Аргентиной, если присмотреться, было бы полезно подумать о том, а все ли их слои населения согласны с тем мнением, что экономическая журналистика должна быть только элитарной.



Необходимы специальные усилия в отношении развития новых методов информирования, в частности, инфографики.

Когда мы разрабатывали в группах курсиккулум, получилось, что подходы, в общем-то, одинаковые. Во-первых, это совмещение теоретического и практического подхода к обучению – это наши пресс-сессии, которые мы делаем несколько лет (когда журналист идет не на семинар, на который очень он не очень любит ходить, а на такое обучение, после которого он гарантированно сделает материал, так как там будет новость+теория, которая эту новость объясняет).

Во-вторых, это необходимость развития инфографики – визуализации подачи количественной информации. Когда я говорю об этом с журналистами, у всех без исключения горят глаза, необходимость и эффективность это очевидно абсолютно.