

ВОВЧЕНКО О. В.

к.е.н., доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»,
м. Київ,

VovchenkoOV@krok.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-7502-5702>

БІЗНЕС-ЖУРНАЛІСТИКА: ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЇ ЖУРНАЛІСТА

Економічна журналістика — галузь журналістики, яка відстежує, аналізує та інтерпретує зміни в економічному стані суспільства. В останні роки ця галузь стала дуже важливою, оскільки суспільство хоче знати більше про банки та компанії, послугами яких вони користуються. Крім того, зростання транснаціональних компаній та електронної комерції розширило клієнтську базу для багатьох компаній, які в минулому продавали свої продукти та послуги на невеликих місцевих ринках. Тобто, аудиторія бізнес-видань лише розширюється.

Якісна журналістика оживляє бізнес та економіку, роблячи їх актуальними та цікавими для всіх, а не лише для бізнесменів. Подібно до того, як журналісти, які висвітлюють політичні питання, притягують державних службовців до відповідальності за їхні дії та виносять це на суспільний загаль, ділові та економічні журналісти працюють подібним чином [4]. Наприклад, Іда Тарбелл, яка увійшла в історію економічної журналістики як журналістка, яка змінила цілу індустрію. Оскільки її журналістське розслідування, яке тривало десять років, розкрило незаконні дії нафтової компанії Рокфеллера та виявило, що вони є монополістами галузі. Це призвело до того, що у 1911 р. Верховний суд США визнав монополію незаконною і скасував її [3].

Щоб стати професійним бізнес-журналістом, потрібно розуміти деталі економіки, бізнесу та фінансів, а також володіти майстерністю збору, обробки та представлення новин. Тобто, бізнес-журналіст повинен бути фахівцем у багатьох питаннях, при цьому мислити глобально, а писати компактно.

Загалом економічна новина не відрізняється від звичайної, вона має бути точною, ретельною, добре дослідженою, збалансованою, чесною та містити

інформацію з кількох джерел. Відмінністю є наявність важливих цифр, конкретних даних та статистики. Фаховий репортер завжди починає з основних запитань: хто, що, де, коли, чому та як, однак, бізнес-репортер додає ще запитання «скільки». Вони не бояться запитувати, скільки коштують речі, звідки надходять гроші та кому вони йдуть? У цьому є основний успіх професійного бізнес-журналіста. Наприклад, Б. Форбс – перший, хто наголосив, що за цими цифрами та бізнес-історіями стоять справжні люди. Саме Б. Форбс показав приклад спілкування з бізнесменами, успішними акторами економічного середовища [1, с. 77].

Можна визначити правила роботи бізнес-журналіста: правда і точність; експертний огляд; незалежність; подавання контексту; забезпечення можливості отримання фідбеку від аудиторії [2].

Зрозуміло, що підготовка бізнес-журналіста розпочинається ще в студентських аудиторіях, проте для України постає проблема відсутності спеціальних освітніх програм. На сьогоднішній день створення такої програми є нерентабельним, тому актуальності набирає включення специфічних дисциплін, таких як: бізнес-журналістика, економічна журналістика, економічний та бізнес-репортаж тощо. Тобто, вітчизняна освіта розуміє, що попит на економічну інформацію зростає і, відповідно, зростає попит на фахівців з економічної журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дудченко Л. М. Ділова преса України : монографія. Суми : Сумський державний університет, 2019. 154 с.
2. Патрікеєва Н. Ділова журналістика в Україні: чорна кішка у темній кімнаті. URL : <https://medialab.online/news/dilova-zhurnalisty-ka-v-ukrayini-chorna-kishka-u-temnij-kimnati/>
3. Ida Tarbell: The Woman Who Took On Standard Oil. URL : <https://connecticuthistory.org/ida-tarbell-the-woman-who-took-on-standard-oil/>