Александра Николаевна Чистова

Санкт-Петербургский государственный университет

alexsandralit3@mail.ru

**Деловая журналистика для повышения финансовой грамотности и развития финансовой культуры: подготовка профессиональных кадров**

Рассматривается вопрос о необходимости формирования у журналистов, планирующих профессиональную деятельность в сфере деловой журналистики, определённых компетенций, которые требуются для осуществления эффективной деятельности в области повышения уровня финансовой грамотности и развития финансовой культуры населения.

Ключевые слова: финансовая культура, финансовая грамотность, деловая журналистика

«Культура» – понятие многогранное по своему содержанию. В сферу культуры включают язык, нормы, правила и традиции поведения – то, что усваивается в процессе обучения и воспитания. В наши дни всё большее значение приобретает финансовая культура, которая представляет собой «единство материального и духовного, находящееся на конкретном этапе своего развития». В основе финансовой культуры лежит финансовая грамотность. Важную роль в её повышении играют средства массовой информации в целом и деловая журналистика в частности.

Актуальной является проблема кадрового обеспечения деловой журналистики в широком смысле [2]. Специалисту, вовлеченному в процесс финансово-экономического просвещения общества, необходимы компетенции, которые следует формировать в период обучения в высшем учебном заведении.

Ряд ученых отмечают исключительную роль средств массовой информации в повышении финансовой грамотности населения [3, 4]. В то же время некоторые исследователи констатируют недостаточную профессиональную подготовку журналистов к работе с материалами экономической направленности. О.Ю. Вихрова обосновывает необходимость добавления в учебную программу студентов, обучающихся по направлению «Журналистика», общепрофессиональной дисциплины как универсального инструмента подготовки специалистов, намеренных работать в сфере деловой журналистики [1].

Настоящее исследование основано на результатах анализа программ обучения ведущих вузов Санкт-Петербурга, где студенты получают образование по направлению «Деловая (экономическая) журналистика»; содержания одноименной дисциплины, преподаваемой в рамках траектории обучения «Журналистика». Кроме того, автором изучена «Стратегия повышения финансовой грамотности населения в РФ на 2017–2023 годы», учебная и научная литература по соответствующей тематике.

В ходе рассмотрения учебных планов было выявлено отсутствие комплексной дисциплины, позволяющей сформировать не только теоретическую базу, но и практические навыки, требующиеся журналисту для успешной и эффективной работы в области повышения финансовой грамотности населения. Неоспоримым фактом является то, что специалисту в сфере деловой журналистики необходимо обладать экономическими знаниями и уметь излагать непростую информацию грамотным и вместе с тем понятным языком. Однако, на наш взгляд, сегодня этого уже недостаточно. Журналисту нужно быть социологом, способным дать адекватную оценку социально-экономической действительности, чтобы предложить аудитории материал, который она готова воспринять и в которой у неё есть потребность. Отсюда следует важность понимания психологических особенностей представителей разных сегментов целевой аудитории: это не бизнес-сообщество и не субъекты профессионального экономического поведения, а люди (пенсионеры, экономически активное население, школьники), которым знания в области экономики нужны, прежде всего, для принятия взвешенных решений на бытовом уровне.

Закономерно предложение о включении в образовательную программу направления «Журналистика» обязательной прикладной дисциплины с расширенным кругом рассматриваемых вопросов. Изучение её целесообразно после освоения не только таких базовых предметов, как «Экономика» и «Основы теории журналистики», но и ключевых положений и принципов социологии и психологии. Внедрение комплексной дисциплины, включающей содержательные элементы вышеназванных наук, будет способствовать повышению квалификации журналистов в освещении тем и вопросов, влияющих на уровень финансово-экономических знаний граждан; содействовать трансформации деловой журналистики (в широком смысле) из «феномена», лежащего «на периферии деловой журналистики и сферы развлекательной журналистики» в действительно профессиональную деятельность; отвечать стратегическим целям государственной политики в области формирования финансовой грамотности, а следовательно, и финансовой культуры населения.

Литература

1. Вихрова О.Ю. «Деловая журналистика» как универсальный инструмент подготовки журналистов к работе по повышению финансовой грамотности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. №2. С. 110–131.
2. Гавра Д. П. Деловая журналистика: к определению понятия // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Межвуз. науч.-практ. конф., 24–25 апреля 2007 г.: Сб. докл. СПб., 2007.
3. Демина И. Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия ИГЭА. 2011. № 3. C. 186–189.
4. Иваницкий В. Л. Экономическая журналистика в XXI веке: на пути к взаимопониманию // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. C. 3–26.