Мусина Д.Ю.

**«Биржевые ведомости» и финансовая грамотность: успешный опыт прессы прошлого для современных изданий**

В 1905 году наше государство переживало экономический кризис. Несправедливое распределение богатства, низкий уровень жизни и отсутствие политической свободы стали факторами, способствовавшими социальному и политическому протесту и, в конечном счете, революционным событиям. Возможности решения проблем, объяснение ситуаций и инструкции по увеличению собственного уровня жизни были отражены в материалах газеты «Биржевые ведомости». Издание стало рупором экономической ситуации и обучающим справочником по финансовой грамотности (ФГ).

Сегодня наша страна вновь переживает непростые времена, и повышение осведомленности граждан в экономических аспектах крайне важно. В этой связи представляется вполне уместным обратиться к опыту одного из крупнейших изданий прошлых веков, который может быть полезен и использоваться в отечественной журналистике.

Для газеты «Биржевые ведомости» 1905 год стал наиболее благоприятным для воздействия на аудиторию. В газете стали появляться разъяснения экономической и политической повесток, более «упрощенные» материалы, которые вызвали особый интерес у широкой публики.

В ходе исследования мы определили способы популяризации экономических знаний в издании «Биржевые ведомости» как исторически сложившихся методов.

Стоит уточнить, что издание выпускало по два выпуска ежедневно – утром и вечером. Они, в свою очередь, были разделены на различные целевые группы. Утренний выпуск «закрывал» интересы профессиональной аудитории, а вечерний – более широкой, неподготовленной аудитории. В результате деления удавалось задействовать две совершенно разные группы читателей и предоставлять релевантную информацию для каждой из них. Соответственно, в выпусках присутствовали темы, способы изложения и передачи информации, которые были адаптированы под «своего» читателя и способствовали развитию финансовой грамотности на разных уровнях.

В утренних выпусках преобладали материалы с узкой, профессиональной информацией, биржевыми сводками, новостями мира, государства и региона. Предлагались культурно-досуговая, социальная, политическая и бытовая повестки, что позволяло расширить обзор предпринимателя и учесть все возможные факторы влияния: как на развитие его «бизнеса», так и на развитие всей экономики государства, что особенно интересно политической элите и аристократии, которые также являлись аудиторией утренних выпусков.

В свою очередь, в выпусках для буржуазии, городских жителей и даже рабочего класса преобладала бытовая повестка, имелся справочный отдел, письма, а также комментарии и некие истории горожан, которые позволяли читателю быть сопричастным и заинтересованным в материалах. Издатель не только знакомил неподготовленную аудиторию с миром финансов и другими темами, включая науку и тенденции, но и повышал их уровень финансовой грамотности. Для массового читателя крайне важен развлекательный элемент и упор на привлечение внимания, а, следовательно, язык был более простым, с использованием изобразительно-выразительных средств.

Стиль изложения материалов и верстки утреннего выпуска, а также оформление рекламных материалов имели более официальный стиль, сухое изложение с нейтральной тональностью. Однако изображения позволяли искушенной аудитории получить дополнительную мотивацию к покупке более дорогого выпуска и привлекали читателей вечерних выпусков.

Доля рекламных материалов отличается, при этом полностью соответствует интересам каждой аудитории. Присутствовал небольшой процент рекламных материалов в вечерних выпусках, которые были настолько подробны, что разъясняли аудитории использование финансовых инструментов.

В обоих выпусках предлагаются практические советы и рекомендации по улучшению финансовой ситуации читателя, помимо новостной повестки. После знакомства с «Биржевыми ведомостями» у читателей могла формироваться как экономическая, так политическая и социальная базы знаний, что является одним из важных маркеров ФГ в прессе. Таким образом, издание действительно готовило как предпринимателей, так и рабочий класс или буржуазию к принятию финансово осознанных решений и улучшению экономической ситуации в семье, городе, стране.

Изучив содержание, долю рекламных материалов, разнообразие тем и жанров, стиль и практическую применимость информации в материалах различных выпусков, можно сделать вывод о существовании необходимых категорий, которые будут полезны в наше время для повышения финансовой грамотности:

1. На современном медиарынке будет полезен опыт разделения в рамках одного издания выпусков для различных групп аудитории.
2. Необходимо адаптировать стиль, тональность, тематику материалов и жанры для каждой аудитории.
3. Важно предоставлять информацию, которая будет иметь культурно-досуговую направленность, и элементы, интересные неподготовленной аудитории с целью мотивации их развивать собственную ФГ и переходить в класс профессиональной аудитории.
4. Требуется плавно учить «новичков» или людей, которым достаточен только первый уровень владения ФГ, давая экспертную оценку, используя справочный отдел и релевантную рекламу.
5. Стоит обращать внимание на внешний вид материалов и выпуска. Возможно, перенять опыт издания: в утренних не «выколотый», а в вечерних более яркий и «фигурный» шрифт.
6. Полезным будет включение партнерской информации от агентств для неподготовленной аудитории, в то время как в утренних материалах уже будут проанализированы яркие моменты и предоставлена сжатая суть.
7. Стоит вводить справочный отдел, но в виде интерактивного словаря, отдельной рубрики или коллекционного раздаточного материала.

Чем выше уровень финансовой грамотности и больше количество правильно представленной экономической информации, тем более просвещенными в этих вопросах становятся читатели. Поскольку подписку вернуть было нельзя, а понимать суть материалов необходимо – это стало дополнительной мотивацией. Такой прием можно использовать сегодня, оставляя читателя всегда на одном ресурсе.

Определенные нами аспекты и истоки финансовой грамотности в «Биржевых ведомостях» позволили разработать рекомендации для качественного содержания и грамотного представления информации в современных медиа.

Источники:

1. Енгалычева Е.А. Второе издание «Биржевых ведомостей». – Тюмень, 2009. – С. 226.
2. Периодические издания Министерства Финансов. – Пг., 1915. – 115 с.
3. Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010. – 130 с.