

Раздел 1. СОВРЕМЕННЫЕ ЖУРНАЛИСТСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ: УКРАИНСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

УДК 316.77:001.12/18;070:001.12/18

ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ НА СТОРІНКАХ НІМЕЦЬКИХ АНАЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ НА ПРИКЛАДІ „ФРАНКФУРТЕР АЛЬГЕМАЙНЕ ЦАЙТУНГ”

Білоус О.М.

„Хто не розуміється на речах економіки, той не може ані розумно використовувати власні інтереси, ані сказати особистого слова у економічній політиці, ані зробити свідомого вибору” – головний принцип редакторського колективу економічного відділу газети „Франкфуртер Альгемейне Цайтунг” [2, с.7].

Актуальність. Економічна та фінансова частина газети є продовженням висвітлення політичних та суспільних питань. Особливо актуально ця тематика звучить сьогодні, коли економічні інтеграційні процеси у Європі потребують якісного висвітлення та аналізу. Редакція „Франкфуртер Альгемейне” з середини 90-х років взяла курс на те, щоб стати стартовим майданчиком для обміну думками з приводу економічного об’єднання Європи. Це зробило газету провідним економічним виданням Німеччини.

Економічні проблеми стосуються кожного: роботодавців та працівників, вкладників та споживачів, платників податків та державних службовців. „Економіка – це не лише певні глобальні теми та проблеми”, знання економічних взаємозв’язків допомагає у повсякденному житті [3, с.26].

Вступ до проблеми. До початку Другої Світової війни газета називалась просто „Франкфуртер Цайтунг” („Франкфуртська газета”), а 31 серпня 1943 була закрита нацистськими цензорами. Після війни газету взявся відновлювати той самий редакторський колектив: усі розуміли, що нові часи вимагали змін – від назви до якісно нового типу видання. Тому у слово „загальна” вкладалося чимало змісту. „Загальна” – значить всенімецька, „загальна” – значить для всіх вікових груп, незалежно від професії чи майнового стану, „загальна” – значить об’єктивна та незалежна. До того часу „Ф.А.Ц.” була суто економічною газетою, в оновленому ж варіанті вона ставала виданням, яке висвітлює усі аспекти життя: політику, економіку, культуру, спорт. До речі, такі „економічні” корні газети є відчутними і по сьогоднішній день, адже рівень висвітлення фінансових та економічних тем – один із найвищих у світовій журналістиці.

З самого початку редакція економічного відділу газети була найбільш чисельною та досвідченою, адже складалася вона ще зі старих кадрів. У перший же рік свого існування „Ф.А.Ц.” вдалося поновити і кореспондентську мережу економічного відділу та захопити лідерство у сфері аналізу фінансового життя країни.

Газета „Франкфуртер Альгемейне Цайтунг” розпочинає свою історію з 1 листопада 1949 року, коли її співзасновники, як і всі інші у повоєнній Німеччині, отримали

ліцензію на видання друкованого засобу масової інформації на підставі діючих тоді законів у зонах союзників.

Перший номер газети вийшов через декілька місяців після проголошення Федеративної Республіки Німеччини. Видавці одразу ж поставили собі за мету бути повністю незалежними від будь-яких політичних груп чи партій, внутрішніх чи зовнішніх сил і служити для своїх громадян, бути у повному розумінні „газетою для Німеччини”, як уже півстоліття незмінно написано під логотипом газети. На той час „Ф.А.Ц.” розвивалась разом зі своєю молодю країною, яка тільки піднімалась з руїн; приймала нову Конституцію, закони, владу [4, с.121].

За старою традицією, одним із компонентів, що входить до назви газети, має бути назва міста, де розташована головна редакція. Саме цей принцип було покладено у ім'я газети „Франкфуртер Альгемайне Цайтунг”, що в перекладі з німецької означає „Загальна франкфуртська газета”. Використання назви міста, наприклад „Ерфуртська газета”, „Берлінський щоденник”, вказує на своєрідну винятковість видання та яскраво виражає суспільну єдність та згуртованість, як жодна інша назва. Проте, взявши „Франкфуртську газету” до рук, ніхто не подумає, що вона є регіональним або місцевим типом видання і буде цікавою лише для жителів Франкфурта. Справа в тому, що це місто є для німців символом відкритості та космополітизму, де змішався дух не лише цілої Німеччини, а й усього світу. До того ж Франкфурт є економічною та фінансовою столицею Європи та Німеччини, це місто займає одне з перших місць за кількістю численних представництв організацій, установ, фірм тощо.

Економічна тематика „Ф.А.Ц.” дуже об'ємна – починаючи з курсу акцій і до фінансових проблем охорони навколишнього середовища, від підвищення цін на пальне до боргової кризи, від захисту споживачів до економічної теорії. Фінансовий світ стає все більш інтернаціональним, замкнутим, тому, крім теми глобалізації, „Франкфуртер Альгемайне” багато уваги надає огляду та аналізу світової економіки. Адже Німеччина є одним з найбільших експортерів світу, тому редакція має відповідати такому високому статусу своєї країни, підтримувати її економічні інтереси, не втрачаючи об'єктивності. Цікаво, що з моменту заснування газета стала офіційним бюлетенем Франкфуртської біржі цінних паперів. Зараз вона представляє усі головні біржові центри Німеччини у Мюнхені, Гамбурзі, Дюссельдорфі, Берліні і Ганновері, Бремені.

Структура розділу “Економіка”

Перша сторінка розділу є його візитною карткою, на якій чітко вказані кордони між новиною та думкою. За лівою частиною сторінки закріплені „Економічний коментар” та „Передова економічна стаття”. Коментар представляє політико-економічну думку, а передова стаття досліджує найголовнішу проблему економічного життя. Ця проблема обирається з огляду на її пряме чи безпосереднє відношення до простого громадянина країни. Відповідно до статутів „Франкфуртер Альгемайне”, у аналітичних економічних статтях мають відстоюватись принципи вільного соціального суспільства, принципи мінімального втручання держави в економіку. Адже ні для кого не секрет, що співзасновники „Ф.А.Ц.” дотримуються ліберальних переконань. Праву частину сторінки займають головні економічні новини минулого дня; чотири графіки, що всебічно характеризують ринок фінансів.

Які ж особливості має підготовка та написання замітки чи повідомлення новини на економічну тему? Справа в тому, що інформаційні агентства подають лише стислу економічну інформацію. Це цілком задовольняє телебачення та радіо, яке вже у вечірньому випуску може передати цю новину. Щоб виграти у цій конкуренції, газеті

ВІСВІТЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ НА СТОРІНКАХ НІМЕЦЬКИХ АНАЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ НА ПРИКЛАДІ „ФРАНКФУРТЕР АЛЬГЕМАЙНЕ ЦАЙТУНГ”

доводиться брати не лише оперативністю у подачі новини. Для цього існують власні економічні оглядачі за кордоном і в межах країни. Навіть якщо це новинне повідомлення, а не аналітика, тут висувається ряд специфічних вимог. Серед яких: дослідження причин, здатність порівняти та співставити з усім ринком, зібрати декілька думок фахівців, дати оцінку та прогноз.

Головним конкурентом у економічній галузі став інтернет. Що може протиставити йому газета? Гордістю „Франкфуртер Альгемайне” є ексклюзивні повідомлення. Інколи такий тип повідомлень має більшу вагу, ніж коментар чи аналітична стаття, адже у сфері економіки головне – оперативність та всебічне знання. Яким чином журналіст може отримати ексклюзивну інформацію? На перший план у цьому випадку виходять особисті зв'язки, економічна освіта, наближеність до політичної та бізнесової еліти. Рік за роком журналіст має налагоджувати особисті знайомства – від міністра до менеджера, що ґрунтуються на дружбі та довірі. Адже світ фінансів замкнутий сам на собі і не дуже охоче випускає будь-яку інформацію. Успіх роботи над новинами полягає у чіткій організації кореспондентської сітки, що керується редакцією економічного відділу.

Взагалі економічна частина побудована за принципом від загального до найдрібнішого. Рубрика „Точка зору” відкриває другу сторінку. Вона є своєрідним форумом і укладається зі статей, що надіслали відомі політики, економісти та науковці. Цю сторінку називають „дискусійною сторінкою німецької економічної еліти”, її суспільне значення важко переоцінити [2, с.78]. Поруч розміщується карикатура. На сторінці також розміщують статтю на політико-економічну тему, тобто все, що стосується прийняття нових законів, змін у економічному курсі, тарифної та податкової політики.

Третя сторінка покликана представляти безпосередніх учасників економічного життя, тобто банкірів, підприємців. У її основу покладений конкретний живий приклад, конкретна дія людини у тому чи іншому випадку. Це забезпечує не тільки функцію теоретичного аналізу чи поради, а й функцію надання широкому загалу вдалому особистому вчинку, рішенню, можливості почерпнути з чужого досвіду. Також тут можна знайти аналіз економічної діяльності тих чи інших підприємств: коливання їх фінансового стану, цікаві контракти, боротьба за нові ринки, об'єднання капіталу тощо.

На четвертій сторінці відбувається перехід від макроекономічних тем до мікроекономічних. Вона вже присвячена простим підприємцям. Тут на провідну роль виходять такі жанри, як репортаж та інтерв'ю. Часто здійснюються репортажі з якогось підприємства. Газета дбає також про створення „галереї портретів” підприємств та підприємців країни. Це забезпечують інтерв'ю із засновниками, керівниками та працівниками. Кожного понеділка у „Франкфуртер Альгемайне” виходить рубрика „Бесіда з підприємцем”. А щороку видавництво газети публікує книжку „100 найвизначніших підприємців Німеччини”.

Окремо слід звернути увагу на рубрику „Ринок фінансів та інвестиції”, її ще називають особливим економічним додатком. Вважається, що третина читачів „Франкфуртер Альгемайне” починають перегляд газети саме з цієї рубрики. Тому що усі вони є вкладниками, і аналіз ринку цінних паперів – тема, що цікавить їх перш за все. До рубрики входять: огляд ринку та вартості акцій, огляд біржової діяльності, огляд усіх видів ринків (особливо ринку нерухомості), банківські та міжбанківські котирування.

Одна окрема сторінка присвячена рубриці „Люди та економіка”, яка охоплює як економічну теорію, так і практичну діяльність. Героями цієї сторінки є люди, що все

своє життя зв'язали з фінансовою діяльністю, їх найкраще репрезентують заголовки типу „Без сім'ї, без друзів, без гарного настрою”.

Відомо, що біржи припиняють свою роботу у вихідні дні, тож сторінка „Ринок фінансів та капіталовкладення” по понеділках дещо видозмінюється. Так, додаються підрубрики „Листи з Уолт-Стріт” (аналіз ринку цінних паперів Великобританії) та власний репортаж з біржі Нью-Йорку та Франкфурта. Якщо говорити про вівторок, середу, четвер, п'ятницю та суботу, то у ці дні тижня газета товстішає на цілих чотири сторінки, які мають небагато спільного безпосередньо з журналістикою. Це суцільні графіки та таблиці, підготовлені фахівцями-економістами, що охоплюють ринки цінних паперів абсолютно з усіх галузей. Ця частина газети – фірмовий товар, який робить її орієнтованою на певну групу населення найвищих класів.

Список літератури

1. Gottshing L. Papier unter Druck. – Hamburg: Appel Grafik, 1999.
2. Heinrich G. Alles uber die Zeitung. – Leipzig: Jutte Druck GmbH, 1998.
3. Lukas I. Sie redigieren und schreiben. – Leipzig: Jutte Druck GmbH, 1998.
4. Scholz A. Vor dem Lesen zu lesen. – Leipzig: Jutte Druck GmbH, 1998.

Поступила до редакції 15.08.2005 р.