

УДК 070(476) + 338.2(476)

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Р. В. Дерюжин

аспирант

Белорусский государственный университет

В статье характеризуются понятия “экономическая информация”, “экономическая коммуникация”, “экономическая массовая коммуникация”. Раскрывается сущность средств массовой информации как элемента социальной и производственной инфраструктуры. Выявляется значение средств массовой информации как инфраструктурных элементов в процессе реализации экономической политики государства.

Ключевые слова: экономическая информация; экономическая коммуникация; инфраструктура; государственная экономическая политика; легитимизация.

Введение

Детально проработанная, последовательная и эффективно реализуемая государственная экономическая политика (ГЭП) является залогом устойчивого развития экономики, следовательно, укрепления независимости государства и повышения благосостояния его граждан. В настоящее время в экономической сфере, как и в других сферах общественной жизни, возрастает значение СМИ, поэтому закономерно повышение их потенциала содействия реализации ГЭП. Целью настоящего исследования является выявление и характеристика направлений деятельности СМИ в процессе реализации ГЭП, что представляет значение для оценки эффективности участия того или иного СМИ в осуществлении разработанных государством мероприятий в области экономики.

Основная часть

Обобщая взгляды ученых на сущность и роль экономической информации (ЭИ) (Д. Н. Дроздов, К. Эрроу, О. Н. Шуть, Б. А. Райзберг, Д. И. Алексеенко, А. В. Потребин, А. П. Распутин, Р. Базел, Е. В. Попов и А. А. Коновалов, П. С. Лемещенко и Е. В. Шумских), отметим, что под ЭИ следует понимать информацию, затрагивающую различные аспекты экономической деятельности. В экономике информация выступает в качестве одного из ресурсов, причем ее важней-

шим свойством следует считать способность снижать фактор неопределенности, что содействует реализации ключевой функции ЭИ – управленческой, выражающейся в содействии принятию наиболее адекватного в конкретной ситуации управленческого решения.

ЭИ является содержательным компонентом экономической коммуникации (ЭК) и экономической массовой коммуникации (ЭМК).

И. Н. Демина и М. В. Шкондин указывают, что особое место в коммуникационном процессе отводится коммуникации, затрагивающей различные аспекты экономической деятельности [1, с. 21]. Следует согласиться с мнением А. П. Распутина, подчеркивающего, что управление субъектами экономики (к которым традиционно относятся физические лица и домашние хозяйства, предприятия и организации, а также государство) невозможно без осуществления коммуникации [2, с. 61]. Следовательно, применительно к коммуникации, касающейся экономических явлений и процессов, следует говорить об ЭК и ЭМК. И. Н. Демина указывает, что ЭК представляет собой “интеллектуальный процесс информационного обмена между экономическими субъектами с целью принятия решений в разнообразных сферах экономической жизни социума для получения и максимизации ценности” [3, с. 176].

ЭМК представляет собой реализуемое посредством СМИ систематическое либо единовременное распространение специально подготовленной в соответствии с уровнем восприятия разных аудиторных групп ЭИ, содержанием которой являются экономические явления [4, с. 220].

И. Н. Демина выделяет следующие функции ЭМК: осуществление экономических процессов, формирование информационной базы взаимоотношений между экономическими институтами (набором правил поведения индивидов), создание экономического пространства в определенных географических границах [5; 6, с. 220].

Субъекты экономических отношений и, следовательно, ЭМК могут играть разные роли в коммуникационном процессе. Так, физические лица и домашние хозяйства являются пассивными потребителями ЭИ, в то же время предприятия и фирмы в процессе осуществления ЭК могут выступать как потребителями ЭИ, так и ее источниками, поскольку им отводится более значительная роль в экономических отношениях [3, с. 178].

Одним из наиболее крупных субъектов ЭМК, выступающим в качестве источника и потребителя ЭИ, является государство в лице государственных органов, при этом отметим, что чем выше влияние государства на процессы, протекающие в национальной экономике, что наиболее характерно для плановой и смешанной экономических систем, тем значительнее роль государства, выступающего в качестве субъекта ЭМК.

Подчеркнем, что наиболее существенна роль государства как источника ЭМК, поскольку государственные органы, ответственные за вопросы функционирования экономики, формируют и обеспечивают реализацию экономической политики, которая представляет собой систему мер, осуществляемых государством с целью комплексного воздействия на национальную экономику для придания ей определенных свойств и реализации тактических и стратегических экономических целей [7, с. 23; 8, с. 100]. А. А. Молькова выделяет следующие задачи ГЭП: 1) обеспечение устойчивости, функционирующей в конкретный период экономической системы; 2) обеспечение благоприятных условий для ведения хозяйственной деятельности; 3) обеспечение контроля за функционированием субъектов экономических отношений [9, с. 25].

В контексте возрастающего значения СМИ и ЭМК в функционировании экономики и реализации ГЭП следует согласиться с мнением М. А. Винокурова, И. Н. Деминой и Д. И. Алексеенко, которые рассматривают СМИ, являющиеся важнейшими каналами распространения ЭИ, а также ЭМК, в качестве одних из важнейших инфраструктурных элементов национальной экономики [10, с. 7; 11, с. 25].

Подчеркнем, что под инфраструктурой рассматривается комплекс обслуживающих объектов, обеспечивающих функционирование какой-либо сферы общества. Традиционно инфраструктура подразделяется на две базовые отрасли: экономическую или производственную, т. е. непосредственно обеспе-

чивающую материальное производство, и социальную, т. е. опосредованно влияющую на материальное производство [12, с. 42].

От результативности осуществляемой информационно-коммуникационной деятельности, как и от действенности функционирования любого другого инфраструктурного элемента экономики, непосредственно зависит эффективность функционирования производственной системы [10, с. 8]. Отметим, что роль инфраструктурного компонента, в том числе информационного, в современной экономике постоянно возрастает, поэтому его недостаточное развитие выражается в потерях экономических субъектов, что негативно отражается на экономическом развитии государства [12, с. 43].

Социальная инфраструктура обеспечивает реализацию функций, объектом которых является человек, оказывая непосредственное влияние на национальную экономику. Одним из элементов социальной инфраструктуры являются учреждения и организации, деятельность которых обеспечивает коммуникационные связи. Таким образом, СМИ целесообразно выделить в качестве одного из элементов социальной инфраструктуры общества [13, с. 12–13].

Следует согласиться с мнением Ю. О. Харламовой, которая отмечает, что в настоящее время информационная роль СМИ уступает место идеологической – СМИ являются одним из ключевых инструментов, формирующих общественное мнение, в том числе связанное с функционированием экономики, посредством транслируемой ими информации [14, с. 42].

Необходимо подчеркнуть, что с помощью информационного взаимодействия органами власти решаются следующие задачи: информирование аудитории о деятельности государственных органов, вовлечение аудитории в процесс принятия решений, обеспечение их поддержки и контроля за реализацией, содействие формированию положительного имиджа органов власти, налаживание с аудиторией обратной связи [15, с. 15]. В данном контексте, рассматривая коммуникационный аспект реализации ГЭП, выделим мнение И. Н. Деминой, которая подчеркивает, что для государственных органов задача ЭМК заключается в «выработке адекватной информационной политики для управления экономическим поведением экономических субъектов» [3, с. 178–179].

Н. Г. Машенцева указывает, что важной составляющей обеспечения устойчивости экономической системы является легитимизация ГЭП – “обеспечение признания со стороны общества справедливого характера данной экономической политики”. Одним из условий полноценной реализации ГЭП является доверие к ответственным за ее разработку органам государственного управления, чему способствуют общественные дискуссии на этапе ее формирования. Немаловажно исследование взглядов на перспективные вопросы строительства экономики разных групп социума, а также их возможной реакции на предпринимаемые государством меры в экономической сфере [16, с. 114].

Кроме того, СМИ, как значительная составляющая социальной инфраструктуры, а также реализуемая посредством них ЭМК являются важнейшими факторами воздействия на экономическое мышление и сознание задействованных в экономике индивидов, следовательно, на важную составляющую общей культуры общества – экономическую культуру.

Рассматривая особенности участия медиа в обеспечении реализации белорусской экономической модели, А. В. Потребин подчеркивает, что СМИ обладают значительным потенциалом формирования экономической культуры и ценностей, согласующихся с особенностями социально ориентированной рыночной экономики, а также целями долгосрочного развития государства [17, с. 289]. О. Г. Слуга отмечает, что в белорусских национальных СМИ сформирована устойчивая идеологическая позиция, направленная на непрерывный анализ государственной экономической политики, причем первостепенной задачей является разъяснение сути и содержания белорусской экономической модели [18, с. 17–18].

И. Н. Демина и М. А. Винокуров подчеркивают, что в современном производственном процессе возрастает значение СМИ и коммуникационной деятельности. ЭК как элемент информационной деятельности следует рассматривать в качестве функции управления производством, следовательно, каналы распространения информации осуществляют инфраструктурную деятельность. Таким образом, как отмечают ученые, СМИ, являющиеся важнейшими каналами распространения информации, следует включить в состав элементов производственной инфраструктуры экономики [10, с. 7].

В данном контексте нельзя не согласиться с мнением П. С. Лемещенко и Е. В. Шумских, которые подчеркивают, что информация как фактор производства ведет к организованности и устойчивости экономической деятельности, повышая ее эффективность [19, с. 21]. А. В. Артамонов указывает, что от скорости и эффективности внедрения информации в хозяйственную деятельность зависит экономическое благосостояние государства [20, с. 9]. Рассматривая данный аспект инфраструктурной деятельности СМИ, О. Г. Слуга отмечает, что “в Республике Беларусь информационный комплекс стал органической частью современного производства” [18, с. 17].

Таким образом, функционирование средств массовой информации в контексте элементов производственной инфраструктуры является значительным фактором создания благоприятных условий ведения экономической деятельности.

Закономерно, что ведущая роль в организации общественных дискуссий и влиянии на общественное мнение, обеспечении субъектов экономики актуальной ЭИ, а также в организации контрольной деятельности должна принадлежать ЭМК, эффективно осуществляемой СМИ государственных органов, ответственных за разработку и реализацию ГЭП.

В контексте функционирования СМИ как составляющей информационной инфраструктуры национальной экономики представляется актуальной проблема определения степени их влияния на экономические процессы. Следует выделить мнение И. Н. Деминой и М. А. Винокурова, которые указывают, что важнейшим критерием влияния данного элемента инфраструктуры является степень охвата СМИ целевой аудитории – субъектов экономических отношений [10, с. 9].

Заключение

Под ЭИ следует понимать информацию, затрагивающую различные аспекты экономической деятельности. В экономике информация выступает в качестве одного из ресурсов, причем ее важнейшим свойством является возможность снижать фактор неопределенности, что содействует реализации ключевой функции ЭИ – управленческой, выражающейся в содействии принятию наиболее адекватного управленческого решения.

СМИ, реализующие экономическую массовую коммуникацию, целесообразно считать элементами социальной и производственной

инфраструктуры национальной экономики, от результативности деятельности которых зависит экономическое развитие.

В функционировании СМИ как элемента социальной и производственной инфраструктуры экономики, обеспечивающего осуществление ЭМК с целью содействия реализации ГЭП, воздействующей на национальное экономическое развитие, целесообразно выделить несколько направлений.

1. СМИ как элемент социальной инфраструктуры содействуют устойчивости экономической системы и реализации ГЭП посредством ее легитимизации, а также формирования адекватной типу функционирующей экономической системы и ее модели экономической культуры. Одобренная в обществе ГЭП, а также сформированная экономическая культура являются важными факторами устойчивости функционирующей экономической системы.

2. СМИ и ЭК являются важным фактором формирования благоприятных условий хозяйственной деятельности, снабжая субъекты экономики актуальной ЭИ, обладающей потенциалом участия в процессах производства.

3. СМИ обеспечивают контроль за деятельностью субъектов хозяйствования. ЭМК является важным фактором, обеспечивающим как взаимодействие между субъектами экономических отношений, так и выявление особенностей, позитивных и негативных аспектов их функционирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Демина, И. Н.* Журналистика как фактор публичности: системные аспекты / И. Н. Демина, М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6, № 1. – С. 14–29.

2. *Распутин, А. П.* Понятие экономической информации, ее свойства, значение и особенности обработки на ЭВМ / А. П. Распутин // Омский науч. вестн. – 2008. – № 5. – С. 60–63.

3. *Демина, И. Н.* О сущности экономической массовой коммуникации / И. Н. Демина // Известия Иркутской гос. экон. академ. – 2012. – № 3. – С. 175–179.

4. *Демина, И. Н.* Теории печати и экономическая массовая коммуникация / И. Н. Демина // Известия Иркутской гос. экон. академ. – 2011. – № 4. – С. 216–220.

5. *Демина, И. Н.* Массовая экономическая коммуникация в условиях модернизации общества [Электронный ресурс] / И. Н. Демина //

Медиаскоп : электрон. науч. журн. – 2012. – № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/976>. – Дата доступа: 04.12.2020.

6. *Демина, И. Н.* Сущность экономической журналистики / И. Н. Демина // Известия Иркутской гос. экон. академ. – 2011. – № 1. – С. 217–221.

7. *Останин, В. А.* Общая и частная экономическая политика государства: проблемы взаимоотношения и взаимообусловленности / В. А. Останин // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2013. – № 4. – С. 23–27.

8. *Вертакова, Ю. В.* Государственная экономическая политика в системе государственного управления: особенности разработки и реализации в России / Ю. В. Вертакова, А. Х. Курбанов, В. А. Плотников // Управленческое консультирование. – 2016. – № 12. – С. 99–107.

9. *Молькова, А. А.* Основы современной государственной экономической политики / А. А. Молькова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2017. – № 3. – С. 22–35.

10. *Винокуров, М. А.* Роль журналистики в производственной инфраструктуре / М. А. Винокуров, И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 2. – С. 5–16.

11. *Алексеевко, Д. И.* Особенности понятия “новость” и “информация” в экономической журналистике / Д. И. Алексеевко // Челябинский гуманитарий. – 2014. – № 1. – С. 25–31.

12. *Мерзлов, И. Ю.* Национальная инфраструктура: сущность и управление ее развитием / И. Ю. Мерзлов // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 22. – С. 42–47.

13. *Азин, И. Н.* Социальная инфраструктура общества в условиях рыночной экономики : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / И. Н. Азин ; ГОУ ВПО “Казанский государственный финансово-экономический институт”. – Казань, 2011. – 24 с.

14. *Харламова, Ю. О.* СМИ как инструмент реализации государственной политики / Ю. О. Харламова // Власть. – 2012. – № 8. – С. 41–45.

15. *Копалова, О. С.* Информационное взаимодействие органов власти с населением / О. С. Копалова, В. Ю. Черкасова // Муниципалитет: экономика и управление. – 2017. – № 2. – С. 14–20.

16. *Машенцева, Н. Г.* К вопросу о сущности и целях государственной экономической политики / Н. Г. Машенцева // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 9. – С. 113–117.

17. *Потребин, А. В.* Междисциплинарные аспекты исследования творческого метода де-

ловой аналитики / А. В. Потребин // Слова ў кантэксце часу : мат-лы IV Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю з дня нараджэння д-ра філал. навук праф. А. І. Наркевіча, Мінск, 14–15 сак. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2019. – С. 288–291.

18. **Слука, О. Г.** СМИ Беларуси в условиях строительства социально ориентированной экономики / О. Г. Слука. – Минск : БГУ, 2011. – 59 с.

19. **Лемещенко, П. С.** Информационная экономика в Республике Беларусь в контексте мировых тенденций развития / П. С. Лемещенко, Е. В. Шумских. – Минск : Мисанта, 2013. – 96 с.

20. **Артамонов, А. В.** Информация как фактор производства и развития в современной экономике / А. В. Артамонов // Вестн. Томского гос. ун-та. – 2010. – № 4. – С. 9–13.

Поступила в редакцию 24.12.2020 г.

Контакты: romanderrtt@mail.ru

(Дерюжин Роман Викторович)

Deryuzhin R.V. IMPLEMENTATION OF THE STATE ECONOMIC POLICY: COMMUNICATION ASPECT

The concepts of “economic information”, “economic communication”, “economic mass communication” are characterized. The essence of mass media as an element of social and industrial infrastructure is revealed. The importance of the mass media as infrastructure elements in the process of implementing the state economic policy is identified.

Keywords: economic information, economic communication, infrastructure, state economic policy, legitimization.