

НАПРЯМИ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ЕКОНОМІЧНУ ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ

Ольга ЗИМА

*канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри бізнес журналістики і цифрових медіа Харківського
національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Сучасні медіа в Україні трансформувалися з інструмента інформування у потужний механізм впливу на суспільну свідомість. Дослідження медіаманіпуляцій показують, що інформаційний контент формується не лише з метою передачі фактів, а й для впливу на інтерпретацію подій населенням. У цьому контексті економічна журналістика набуває особливого значення, оскільки вона безпосередньо впливає на економічну поведінку населення країни.

Економічна журналістика має не лише інформувати, а й виконувати функцію соціального орієнтування, допомагаючи населенню адаптуватися до ринкових змін. Також треба враховувати те, що використання специфічної термінології без належної інтерпретації створює «інформаційні бар'єри», які блокують раціональне сприйняття фактів населенням.

У своєму дослідженні А. Горлатих [1] доводить те, що економічна журналістика відіграє вирішальну роль у поширенні складної економічної інформації серед громадськості, і має допомагати розуміти як економічні процеси впливають на повсякденне життя людини. Зміна ролі економічної журналістики у розв'язанні соціальних, політичних та економічних проблем, забезпечує глибше розуміння їх наслідків для суспільства. Економічні журналісти мають дотримуватися тонкого балансу між наданням точної інформації та вирішенням емоційних та етичних аспектів щодо економічних питань. Створюючи такий контент, журналісти сприяють підвищенню поінформованості громадян щодо розуміння економічних процесів у державі та покращують їх залученість у демократичний діалог.

Таким чином, можна сказати, що економічна журналістика виконує функцію «мосту» між складними економічними процесами та суспільством і впливає на економічне мислення громадян та прийняття рішень щодо економічних питань. Це також доводить те, що при низькому рівні економічної грамотності населення, такий вплив стає не просто інформуванням, а механізмом формування поведінки.

Ефективність розуміння економічної інформації значною мірою залежить від рівня підготовленості населення. У наукових роботах з медіакомунікацій

доводиться, що в умовах недостатнього критичного мислення та низької медіаграмотності більш дієвими стають прийоми маніпуляції. У сфері економічної журналістики це означає, що складні економічні процеси можуть бути спрощені та інтерпретовані таким чином, щоб не лише подавати новини, а й пояснювати базові економічні поняття, створювати освітні рубрики, використовувати інфографіку та короткі пояснювальні відео. Такі формати зменшать «інформаційні бар'єри» та підвищать здатність населення критично оцінювати економічні повідомлення.

Емоційна складова медіаконтенту відіграє ключову роль у формуванні реакції населення. Як показує аналіз маніпулятивних технологій, використання емоційно забарвленої лексики та сенсаційності підсилює вплив інформації на поведінку людей. У сфері економічної журналістики це може призводити до панічних настроїв, що впливають на фінансові рішення громадян.

Економічна журналістика виконує важливе соціальне завдання: інтеграцію особистості у суспільно-цивілізаційну матрицю. Економічна інформація стає складником об'єктивного суспільно-політичного кругозору особистості, адже виявляє процеси реформування вітчизняної економіки, інтенсифікує суспільну дискусію щодо фінансово-економічних питань, тому так важливо подати її вчасно та відповідно до базових стандартів журналістики [2].

Як доводять дослідження Медвідь, Стеценко, Азімової [3], в економічних новинах активно використовуються сенсаційність і мовні прийоми, які: привертають увагу; водночас сприяють маніпуляції та поширенню неправдивої інформації. Це підтверджує застосування в новинах, які стосуються економічного контексту, таких маніпулятивних технологій, як: маніпулятивна подача новин; поширення економічних фейків; емоційний фреймінг, який реалізується через добір мовних засобів і контексту, що впливає на сприйняття аудиторією інформації з економічних подій.

У роботі Т. Голоти [4] доведено, що сучасні медіа використовують мовні та риторичні інструменти маніпуляції, які можуть здійснюватися через вибіркове використання статистичних даних і їх інтерпретацію, а самі медіа виконують не лише інформативну, а й впливову функцію. Причому статистика іноді використовується як аргумент авторитету, навіть без глибокого аналізу показників, які можуть бути наведені.

Також треба відмітити, що емоційні наративи підсилюють вплив інформації та сприяють її поширенню. Тобто емоційно забарвлена інформація має значно сильніший вплив на аудиторію. Використання сенсаційних формулювань і драматизації подій може викликати панічні настрої, що підтверджується дослідженнями маніпулятивних технологій у медіа. У сфері економіки це може впливати на поведінку споживачів і фінансові рішення.

У дослідженні А. Наливайко [5] встановлено, що українські медіа системно порушують журналістські стандарти, зокрема це стосується економічної інформації. Найчастіше у журналістському матеріалі бракує балансу думок, достовірності джерел, а також відокремлення фактів від коментарів журналіста. Це створює інформаційний простір, де легко з'являються псевдоексперти, а їхні коментарі використовуються для легітимації позицій.

Апеляція до авторитету є одним із ключових маніпулятивних прийомів. У наукових роботах зазначається, що використання неперевірених експертів дозволяє створити ілюзію достовірності інформації. Це особливо небезпечно в економічній журналістиці, де експертні оцінки мають значний вплив. Тому експерти мають виступати джерелом довіри, а не інструментом впливу на думку людей. Ризик для суспільства може бути в тому, що залучення економічними журналістами експертів може бути способом легітимації певної позиції, навіть якщо вона є маніпулятивною.

Таким чином, можна сказати, що економічна журналістика в Україні відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та економічної поведінки населення. Вона стає «мостом між складними економічними процесами та суспільством», але водночас стає полем для маніпуляцій через емоційний фреймінг, використання неперевірених експертів, сенсаційність та спрощення складних процесів. Поєднання цих факторів із низькою економічною грамотністю населення створює ризики для суспільства, зокрема поширення фейків, панічних настроїв та викривленого сприйняття економічної реальності.

Покращення економічної журналістики можливе через: підвищення якості журналістських матеріалів шляхом дотримання журналістських професійних стандартів; застосування різних аналітичних форматів; уникнення заголовків, що викликають страх або паніку у громадян; прозорість джерел та уникнення «псевдоекспертів», які коментують теми поза своєю спеціалізацією; освітні ініціативи для населення та системну боротьбу з дезінформацією.

У результаті таких покращень економічна журналістика може стати не лише інструментом впливу, а й інструментом розвитку критичного мислення, економічної культури та демократичного діалогу в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Horlatykh A. Bridging economics and media: key topics in economic journalism. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University series: "Journalistic sciences"*. Lviv. Lviv Politechnic Publishing House, 2025. – № 1(9). – Р. 1–9. URL: <https://ena.lpnu.ua/handle/ntb/118270>.
2. Супрун В. Економічна журналістика у телевізійному дискурсі України: соціальний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 6 Ч. 3. С. 133–137.
3. Medvid O., Stetsenko O., Azimova O. Lingual means and tactics of expressing sensationalism in the headlines of news articles on economic subjects. *Philological Treatises*. 2023. №15(1). С. 117–128. URL : <https://tractatus.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/1075>
4. Голота Т. Мовні засоби маніпулятивної риторики в текстах українських медіаресурсів. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2025. №1(77), С. 142–160. URL : <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.08>.
5. Наливайко А. Тенденції порушення професійних стандартів у сучасній українській журналістиці. *Український інформаційний простір*. 2023. №1(11). URL : [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279587](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279587).