Іскерлік журналистиканың ерекшелігі

Іскерлік журналистика өзге салалардан аудиториясы, мақсаттық бағыты мен тақырыптық аясы бойынша ерекшеленеді. Басылымның іскерлік бағытана қаншалықты сәйкес келетінін анықтау үшін оқырман "Ақпараттық өнім кімдер үшін жасалады?", "Бұл бұқаралық ақпарат құралының тақырыптық бағыты қандай?" және "Басылымның мақсаты неде?" деген сұрақтарға жауап іздеуі шарт.

**1.Іскерлік басылым аудиториясы:** іскерлік басылымның басты оқырмандары – кәсіпкерлер мен бизнес-журнал мен газеттерге жазылатын не сатып алу мүмкіндігіне ие жетістікке қол жеткізген адамдар. Іскерлік басылым арқылы сараптама мен ақпарат алуға қызығушылық танытатындардың басым көпшілігі акционерлер, сатушылар мен қоғамдық қарым-қатынас орнататын жандар. Олардың арасында табыс табу және кәсіпкерлік жетістік алуы үшін жұмыстанатындар да бар.

Дегенмен, бұл іскерлік басылымдарды тек қаржы саласын бағындырғандар оқиды дегенді білдірмейді. Америкалық зерттеуші Конрад С. Финк бір сөзінде: "Журналист аудиторияның екі түріне жазады: мамандандырылмаған оқырмандар  (қарауылдаушылар мен тыңдаушылар).... Бұл аудитория үшін журналист ақпаратты жеткізуші болады: бар ақпаратты сараптап, тазалап, маман емес қарапайым адамға түсінікті терминдерді қолданады. Бұндай мақалалар жалпыға ортақ болуы шарт".  Сол секілді, қаржылай тұрғыдан қызықпаса да, әлемде болып жатқан оқиғадан хабардар болғысы келетіндердің барын ұмытпаған дұрыс.
«Гэллап» (TNS Gallup) компаниясының зерттеуі бойынша «Форбс» журналының орыс тіліндегі басылымын оқитындар ішінде: жетекші мамандар, бастықтар  33 %, кәсіби мамандар – 27 %, қызметкерлер мен студенттер – 10 %, ал, 7 % қарапайым жалдамалы жұмысшылар.

**2. БАҚ мақсаты.** Іскерлік журналистиканың мақсаты – керекті ақпаратты жинақы әрі түсінікті түрде ұсыну. Әрине, БАҚ беттерінде жарық көрген барлық ақпараттың тәжірибелік құны болмауы әбден мүмкін. Дегенмен, іскерлік журналистикада мақалалар оқырманның өзіндік шешім қабылдауына әсер етпей қоймайды. Іскерлік журналистикада мақалалардың басым көбі қаржы құрылғылары, өнімдер мен идеялар турасында тың ақпарат көрсетеді. Көптеген жарияланымдар жалпы экономикалық тенденцияларға, ірі корпорациялар мен олардың басшылары жайында күнделікті деректерге толы болады. *Дерек көздерімен жұмыс істеу – іскерлік журналистиканың басты белгісі*. Деректі зерттеу кейіпкерлердің куәлігінде, статистикалық ақпараттар негізінде, деректі ақпарат көздерін қолдану барысында қолданады.

Іскерлік журналистика ішінара аналитикалық, анықтамалық және коммерциялық болып жіктеледі. Бірінші мақала негізінде сараптама, экономика саласының әр түрлі бағытына болжам, қаржылық сауаттылық пен өнім тобы не түріне шолу жатады. Олар стратегия құру үшін, инвестициялық саясатты ретке келтіру мақсатында жазылады. Іскерлік журналистиканың бағыттарының ішінде ең маңызды – аналитикалық журналистика. Ал, олардың автор көбіне ғалым мамандар, финанс құрылымының ірі басшылары, маман-практиктер (заңгер, сақтандыру саласының мамандары мен банкирлер) жатады.

Екінші тип – анықтамалық. Бұндай мақалалар қатарына сандық кестелер, пікірлер мен шағын мәтін түрінде жазылады. Аналитикалық мақаланы жазу барысында анықтамалық ақпараттар жиі қолданылады. Кесте, диаграмма және инфографика арқылы жазылатындықтан ойдың жинақы жеткізілетінін ескерген жөн.

Ал, үшінші мақал түріне көтерме сауда, қызмет көрсету саласына байланысты ақпараттар жатады. Кейбір басылымдар толық көлемінің үштен бір бөлігін жарнама арқылы толтырады. Оқырманға ақпарат беріп қана қоймай, басылымға көп табыс алып келеді.

Жарнама берушілер үшін іскерлік басылым аудиториясы –  өте маңызды орта. Олар – тек өздерін қамтамасыз ете алатын сатып алушылар ғана емес, олар өздерінің бизнес көзі үшін жарнаманы тиімді пайдаланатын тапсыры беруші болуы да мүмкін.

**3. Тақырыптық бағыты:** Жоғарыда атап өткендей іскерлік БАҚ аудиторияны пайдалы ақпаратпен қамтамасыз ету үшін жұмыс жасайды. Басқа БАҚ өкілдерімен салыстырғанда іскерлік салада рекреативті (ойын-сауық) элементі өте аз кезедеседі.Дегенмен, барлық басылымда арнайы ойын-сауық айдары бар. Ағылшын маманы Фоситтің пайымдауынша, іскерлік басылым:
– қоғамның өзін-өзі тануы, қоғамдық институттар әрекетіне әсер ету мен қоғамның әр түрлі бөлігінің жетілуін қамтамасыз етеді.
– Мемлекеттік-өндіру ұйымының жетілуіне әсер ету, өндірістік, ғылыми және коммерциялық  құрылымдар негізінде іске асады.
– Адамның рухани, кәсіби  және жеке бас сұраныстарын қаматамасыз ету үшін жұмыс істейді.

Қорытындылай келе, бизнес БАҚ – нарықтық экономиканың қажетті элементі екенін естен шығармаған жөн. Сапалы нарықтық экономиканы қалау үшін оқырман да, тұрғын да қаржылай сауатты болуы тиіс.