

УДК 330.8

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ В ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ**

**Рец. на кн.: Коноплев Д.Э. Динамика парадигм экономического мышления  
в журналистике. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2025. – 238 с.**



### **Беспалов Сергей Валериевич**

Кандидат исторических наук, старший научный сотрудник отдела  
экономики, Институт научной информации по общественным  
наукам РАН (Москва, Россия); sbesp@mail.ru

***Ключевые слова:** постсоветская Россия; журналистика; экономическое мышление; парадигмальный переход.*

***Для цитирования:** Беспалов С.В. Трансформация экономического мышления журналистов в постсоветской России // Социальные новации и социальные науки. – 2025. – № 4. – С. 95–104. – Рец. на кн.: Коноплев Д.Э. Динамика парадигм экономического мышления в журналистике. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2025. – 238 с.*

URL: <https://sns-journal.ru/ru/archive/>

DOI: 10.31249/snsn/2025.04.06

*Рукопись поступила: 05.11.2025.*

*Принята к печати: 17.11.2025.*

### **Введение**

В монографии Д.Э. Коноплева, основанной на его докторской диссертации, рассматривается трансформация экономического мышления журналистов в постсоветской России. В современной научной литературе имеется значительное количество исследований, посвященных механизмам влияния СМИ [Shaw, 2006], проблемам установления повестки дня в медиа [Кисляков, 2021], а

также репрезентации экономической проблематики в периодических изданиях [Baker, Bloom, Davis, 2016; Демина, 2019; Иваницкий, 2016]. Однако траектория развития журналистики в постсоветской России представляется во многих отношениях уникальной. Учитывая это, а также принимая во внимание неуклонное повышение значимости экономических проблем в современных СМИ, рецензируемое исследование представляется весьма актуальным.

Исследование базируется на обширном массиве данных, в который включено 221 095 текстов по экономической тематике, опубликованных в федеральных российских СМИ с 28 октября 1991 г. по 28 октября 2022 г. В выборку вошли материалы 50 изданий, среди которых печатные СМИ, новостные порталы, информационные агентства и другие ресурсы.

По словам автора, работа посвящена анализу двух ключевых аспектов современной российской журналистики. Первый аспект затрагивает инструментарий, используемый авторами при передаче экономической информации читателям. Второй связан с феноменом манипуляции, которая проявляется на двух уровнях: во-первых – воздействие журналистов на свою аудиторию, во-вторых – влияние информационного дискурса на самих журналистов, что сказывается на формировании их экономического мышления и последующей трансляции через СМИ.

Д.Э. Коноплев утверждает, что средствами формирования экономического мышления в журналистике выступают три основных компонента: контекстные маркеры, кластеры экономического мышления и концепты тональности текста [Коноплев, 2025, с. 11]. Автор отмечает: «Их совокупность создает определенный ракурс восприятия экономической реальности в информационном дискурсе. Совместно они образуют трехчастную модель представления экономического мышления журналиста в каждом конкретном тексте на экономическую тематику. В этой модели контекстные маркеры выражают субъективное отношение авторов к затрагиваемым вопросам, кластеры экономического мышления представляют типовые объяснительные модели, заключенные в стереотипные планы текстов, а концепты тональности фиксируют эмоциональную оценку происходящего или отсутствие такой оценки» [там же].

Эти три части соответствуют трем уровням формирования экономического мышления. Лексический уровень представлен контекстными маркерами и отвечает за внесение в журналистский текст субъективных оценок («потребительский экстремизм», «черный вторник» и т.д.). На структурном уровне создаются кластеры (или универсальные шаблоны) экономического мышления, которые, по терминологии Коноплева, представляют собой свернутый план ключевых понятий текста; эти кластеры, «мигрируя из одной публикации в другую, формируют общее тематическое поле, внутри которого кристаллизуется стереотипное восприятие экономической реальности» [Коноплев, 2025, с. 15–16]. Кластеры состоят из ядра и связанных с этим ядром понятий (например: ядро кластера – «дефицит», связанные понятия – «товарный» или «запчасти»). Все ядра кластеров экономического мышления автор подразделяет на пять групп, в зависимости от обозначает

мых ими объектов: сущностные экономические процессы (кризис, реформы, санкции и т.д.); протяженные по времени явления (безработица, бедность, дефицит и т.д.); акторы экономических мер или отраслевые сегменты (бюджетники, малый бизнес, металлургия и т.д.); ключевые индикаторы (рубль, доллар, золото и т.д.); процедуры экономической деятельности (ипотека, импорт, индексация пенсий и т.д.) [Коноплев, с. 41]. Третий – эмоциональный – уровень обеспечивает экспрессивную оценку содержания текста благодаря концептам тональности.

Для экономического мышления журналистов, по словам автора монографии, характерна субъективность в интерпретации фактов, которая определяется взаимосвязью между журналистской информацией и доминирующими в информационном пространстве экономическими идеями. Именно парадигмы экономического мышления определяют тематические направления, лексические, структурные и тональные особенности журналистских текстов, формируя доминирующее идейное поле. Эти парадигмы экономического мышления являются динамичными конструкциями, чья жизнеспособность определяется адаптивностью к новым информационным вызовам.

В журналистике постсоветской России автор считает возможным выделить две основные парадигмы: либеральную (1991–2005) и административную (с 2015 г.), между которыми существовал переходный период (2005–2015).

### **Либеральная парадигма**

Переход к рыночной экономике в начале 1990-х годов поставил перед российскими СМИ задачу переосмысления методов подачи экономической информации, включая саму логику организации журналистских текстов. Процесс формирования либеральной парадигмы в экономическом мышлении журналистского сообщества был неразрывно связан с эпохальными событиями начала 1990-х годов: распадом СССР и последовавшими за этим масштабными преобразованиями.

В период преобладания либеральной парадигмы (1991–2005) общий информационный контекст в СМИ, освещающих экономические темы, строился на утверждении новой рыночной реальности вместо рухнувшей социалистической административно-командной системы. Господствующий набор концепций, применяемых в периодических изданиях, воплощал идеи свободы в целом и экономической свободы в частности (свободы предпринимательства, свободы торговли, свободы построения карьеры и т.д.).

Ключевыми предпосылками возникновения либеральной парадигмы в журналистике стали:

– само становление рыночной экономики, предопределившее формирование нового языка описания экономической реальности, включающее как терминологический аспект, так и принципиально новые подходы к подаче информации;

– появление нового круга вопросов, ранее либо не существовавших (безработица, невыплата зарплат, инфляция), либо находившихся под цензурным запретом (организованная преступность, нелегальная торговля);

– необходимость убеждения аудитории в важности рыночных реформ и перестройки экономики, что требовало разработки нового мотивационного подхода в медиапространстве;

– формирование нового классового разделения, что привело к появлению двух тематических блоков в периодических изданиях: обсуждение проблем социально незащищенных слоев населения и освещение бизнес-повестки «как с точки зрения проблем предпринимательства, так и с точки зрения взгляда на бизнес как на ориентир в построении новой успешной жизни в условиях рынка» [Коноплев, 2025, с. 58–59].

В то же время автор монографии считает возможным говорить об отдельных экстраординарных периодах либеральной парадигмы, т.е. таких достаточно краткосрочных промежутках времени, когда устоявшаяся парадигма не может восприниматься средствами массовой информации как работающая объяснительная модель, а потому «происходит откат к предыдущей или альтернативной мыслительной модели» [Коноплев, 2025, с. 70], а именно – СМИ в эти моменты выступали за более активную регулирующую роль государства в экономических процессах. Такими экстраординарными периодами Коноплев считает, например, «черный вторник» 11 октября 1994 г., повлекший резкое обесценивание рубля; «черный четверг» 24 августа 1995 г. и последовавшее обрушение рынка межбанковских кредитов; «рельсовую войну» шахтеров, продолжавшуюся с мая по август 1998 г., и дефолт 17 августа 1998 г.; банковский «кризис доверия» июня – июля 2004 г., развившийся после отзыва лицензий Центробанком у ряда коммерческих банков в рамках борьбы с «отмывочными операциями». Во всех этих случаях происходит рост упоминаемости государственных структур, с которыми журналисты связывают надежды на устранение кризисных явлений.

### **Парадигмальный переход: 2005–2015 гг.**

Ключевым моментом, запустившим процесс изменения либеральной парадигмы экономического мышления, автор считает улучшение экономической конъюнктуры. Это привело к существенному изменению тональности и содержания публикаций в СМИ. «В дальнейшем к этому процессу подключилась все возрастающая роль административного контроля со стороны государства, со временем заместившая оставшиеся либеральные сегменты в информационном дискурсе середины 2000-х годов» [Коноплев, с. 77].

Начало парадигмального перехода автор связывает с тремя важнейшими факторами.

1. Стабилизация инфляции и рост цен на нефть создали условия для активного роста потребительского рынка. Подобно ситуации начала 1990-х годов, когда возникла новая рыночная экономика, в начале 2000-х потребовался принципиально новый подход к освещению экономических

процессов. Появились особые форматы подачи информации, ориентированные на потребителей, которые могли сравнивать цены, качество товаров и уровень сервиса.

2. Через СМИ начала продвигаться новая социально-экономическая концепция, пришедшая на смену во многом дискредитировавшим себя либеральным реформам. Первоначально эта концепция ассоциировалась с идеями модернизации и инвестиций в человеческий капитал, но впоследствии трансформировалась в модель, основанную на государственном патернализме.

3. В медиапространстве значительно возросло присутствие прогосударственных концепций, которые постепенно стали доминировать в экономических публикациях.

Совокупность этих факторов создала условия для фундаментальной трансформации экономического мышления в российской журналистике. При этом сам парадигмальный переход протекал постепенно, и автор разделяет его на три фазы:

1. Фаза преобладания первоначальной парадигмы (2005–2008). На этой стадии уже наблюдаются изменения в понятиях, связанных с кластерами экономического мышления, и возникают новые кластеры, не характерные для прошлых лет. Тем не менее сохраняются базовые черты либеральной парадигмы: множество негативно окрашенных публикаций, значительная доля материалов проблемного характера, обширный корпус текстов, посвященных экономическим реформам и рыночным изменениям.

2. Фаза информационного равновесия (2009–2012). Этот этап дальнейшего преобразования либеральной парадигмы, подстегнутый кризисом 2008 г., отличается от предшествующего заметным снижением числа проблемных статей в прессе, доминированием нейтральных по своей тональности публикаций и возрастающим акцентированием роли государства.

3. Фаза преобладания новой парадигмы (2013–2015). В этот период формируются центральные идеи обновленной модели экономического мышления, проблемные материалы в основном уступают место официальной информации, а на смену ключевой концепции рыночных преобразований в информационный дискурс приходит консервативная идея сохранения *status quo*.

На протяжении первой фазы, по утверждению Коноплева, из медиапространства исчезли многие кластеры экономического мышления, относящиеся к либеральной парадигме и более не отражающие актуальную информационную реальность. Среди них такие базовые термины (ядра кластеров экономического мышления), как «ваучер», «газификация», «гиперинфляция», «ГКО», «деноминация», «дефолт», «кооператив», «недоедание», «новый русский», «частно-государственное партнерство», «ОФЗ» и «шоковая терапия». Впоследствии эти понятия будут появляться в периодике лишь эпизодически, в роли контекстных маркеров, вне тех смысловых рамок, в которых они функционировали в эпоху либеральной парадигмы.

«В свою очередь, с 2006 по 2014 год формируется пять новых кластеров экономического мышления с ядрами “антисанкции” (с 2014 года), “импортозамещение” (с 2014 года), “материн-

ский капитал” (с 2006 года), “модернизация” (с 2008 года) и “человеческий капитал” (с 2006 года). Именно эти кластеры в первую очередь указывают на специфику происходящей трансформации либеральной парадигмы» [Коноплев, 2025, с. 79].

### **Административная парадигма**

Говоря о причинах окончательного утверждения, начиная с 2015 г., административной парадигмы экономического мышления, под которой автор понимает «набор концепций и мыслительных шаблонов, выстроенных вокруг идей госрегулирования и патернализма» [Коноплев, 2025, с. 98], Д.Э. Коноплев выделяет четыре ключевых фактора, определивших этот процесс.

Во-первых, значительное влияние оказало усиление роли государства в экономических процессах на фоне введенных в отношении России санкций и торговых ограничений. Это нашло отражение в медиапространстве через увеличение количества материалов, посвященных государственному контролю и государственной собственности. Изначально объективное освещение усиления госрегулирования постепенно трансформировалось в устойчивый мыслительный шаблон. Периодические издания начали активно использовать эту тему не только для анализа причин и последствий, но и для обоснования необходимости дальнейшего государственного участия в экономике, порой без достаточных на то оснований.

Во-вторых, важным фактором стало развитие новых экономических концепций. Государственные инициативы породили новые экономические идеи, получившие широкое освещение в СМИ. Ярким примером служит активное продвижение концепции импортозамещения, вокруг которой сформировалась целостная прогосударственная доктрина. Эта доктрина предложила альтернативный взгляд на рыночные явления, включая такие проблемы, как дефицит отдельных товаров и рост цен.

В-третьих, существенное значение имело формирование нового журналистского языка. В период становления административной парадигмы возник особый стиль изложения экономических идей, направленный на максимально нейтральное представление даже негативных событий. Появился специфический эзопов язык, использующий термины с нейтральной или позитивной окраской: «отрицательный рост» вместо спада, «временные трудности» вместо кризиса, «стабилизация» вместо стагнации. Этот подход распространился не только на экономическую сферу, но и на другие области информационного поля, где негативные явления описываются смягченными терминами.

Наконец, четвертым фактором стала трансформация экономического мышления. Произошел существенный сдвиг в восприятии экономических процессов: если ранее фокус был сосредоточен на потребительской активности, то теперь на первый план вышел патернализм и активное государственное участие в экономике.

Эти факторы заложили основу для формирования новой административной парадигмы в журналистике, которая существенно изменила подходы к освещению экономических процессов.

На наш взгляд, наибольший интерес в рецензируемой монографии представляет попытка автора оценить перспективы сложившейся административной парадигмы экономического мышления в СМИ, опираясь на анализ журналистского дискурса по состоянию на конец 2022 г.

Для оценки стабильности административной парадигмы на фоне новых вызовов автор рецензируемой монографии опирается на пять ключевых критериев, сформулированных на основе анализа парадигмальных сдвигов. Эти критерии позволяют выявить признаки трансформации, такие как изменение тональности текстов, влияние внешних факторов, эффективность объяснительной модели, адаптивность языка и появление новых идей.

Первый критерий – динамика тональности журналистских текстов. Парадигмальный сдвиг часто сопровождается переходом от доминирующей негативной или позитивной тональности к нейтральной, что отражает размывание единой интерпретации и представление нескольких точек зрения. Это создает условия для девальвации доминирующей парадигмы, поскольку нейтральность сигнализирует о кризисе доверия к существующей модели. В административной парадигме, сформировавшейся после 2014 г., такой переход пока не наблюдается. Из 22 выделенных автором кластеров в 12 доминирует нейтральная тональность, включая «антисанкции» (переход от негативной к нейтральной в 2022 г.), «банкротство», «госзакупки», «дефицит», «кредиты», «НДПИ», «предпринимательство», «реформы», «торговля», «фармацевтика» (сместилась от позитивной к нейтральной) и «экспорт». В остальных десяти кластерах (со смыслообразующими понятиями «долги», «доллар», «евро», «металлургия», «налоги», «нищета», «прожиточный минимум», «социальная ответственность бизнеса», «экономический рост» и «человеческий капитал») тональность остается преимущественно позитивной. Например, в кластере «экономический рост» журналисты подчеркивают успехи в импортозамещении, несмотря на очевидные проблемы, что указывает на устойчивость парадигмы. Незначительные изменения в двух кластерах («антисанкции» и «фармацевтика») могут быть ранними признаками эрозии парадигмы, хотя массового сдвига к нейтральности не наблюдается. В целом же, с точки зрения эмоциональной окрашенности текстов, признаков скорой девальвации административной парадигмы автор не отмечает.

Второй критерий – воздействие «внешних» экономических факторов, которые вводят новые информационные поводы и могут спровоцировать системные изменения в дискурсе. Катализаторами таких перемен могут выступать серьезные кризисы, как показал дефолт 1998 г., дискредитировавший либеральные идеи и ускоривший переход к новой парадигме. В случае административной парадигмы санкционный кризис 2022 г., вызванный геополитическими событиями, может стать аналогичным триггером. Меры противодействия, такие как антисанкционные стратегии и импортозамещение, позиционируются как доказательство эффективности существующей эконо-

мической модели, но их неудачи могут подорвать доверие населения. Например, журналисты в 2022 г. активно освещали «технологический рывок» как ответ на санкции, связывая его с государственными инвестициями в некоторые отрасли (ИТ, сельское хозяйство). Однако, если эти меры не приведут к устойчивому росту, дискурс может начать фокусироваться на провалах. Автор отмечает, что влияние кризиса проявляется не сразу: после 1998 г. либеральные идеи доминировали в прессе еще семь лет. Таким образом, санкции 2022 г. могут заложить основы для девальвации административной парадигмы, но это проявится в среднесрочной перспективе, особенно если экономические показатели ухудшатся.

Третий критерий – эффективность объяснительной модели, которая формирует логические связи между событиями и интерпретациями. Административная парадигма опирается на искусственные ассоциации, такие как связь антисанкций с развитием внутреннего рынка или санкций с «оптимизацией экономики». Когда эти связи теряют убедительность, модель девальвируется. Анализ показывает, что модель сталкивается с внутренними противоречиями: например, кластер «модернизация» утратил смысл после 2020 г., а «человеческий капитал» стал ассоциироваться с миграционными проблемами, а не с инвестициями в образование. Пандемия COVID-19 и санкции 2022 г. усилили эти проблемы, сделав аргументы менее логичными. В журналистских текстах часто встречаются обороты вроде «санкции как шанс для роста», но без реальных примеров успеха это звучит как пустая риторика. Ранее, в переходный период, такие связи помогали поддерживать парадигму, но сейчас накопление противоречий (например рост инфляции при обещаниях стабильности) указывает на ослабление. Если объяснительная модель рухнет одномоментно, произойдет и быстрый слом парадигмы, как в 1991 г. при крахе СССР и плановой экономики. Однако на конец 2022 г. автор видит лишь тренд на постепенное ослабление эффективности объяснительной модели административной парадигмы.

Четвертый критерий – адаптивность языка журналистских публикаций к изменяющимся реалиям. Язык парадигмы должен гибко отражать новые вызовы; если он становится неадекватным, его заменяют новым. Административная парадигма демонстрирует высокую адаптивность с 2014 г.: эвфемизмы нейтрализуют негатив, например, «отрицательный рост» вместо рецессии, «высвобождение» для увольнений или «корректировка ассортимента» для дефицита. Однако эффективность снижается – термины теряют серьезность и становятся объектами иронии. Так, «отрицательный рост» изначально связывался с заявлениями главы ЦБ Э.С. Набиуллиной, но начиная с 2022 г. использовался саркастически в соцсетях и СМИ. Аналогично «оптимизация» все больше ассоциируется с сокращениями персонала, а не с эффективностью. Это, как считает Коноплев, указывает на снижение объяснительного потенциала существующего в рамках административной парадигмы языка, хотя новый язык пока не формируется. Данный критерий сигнализирует о постепенной девальвации административной парадигмы, хотя еще остается шанс на успешную адаптацию.



Пятый критерий – наличие в информационном дискурсе новой доминирующей идеи, способной заменить текущую парадигму. «Такой идеи, четко сформулированной экономическим языком и способной прийти на смену доминирующему патернализму, в информационном дискурсе в настоящий момент не наблюдается», – утверждает автор [Коноплев, 2025, с. 130].

### **Заключение**

За постсоветский период экономическое мышление журналистов претерпело существенные изменения, отражая смену парадигм: от либеральных рыночных идей через ценности потребительского рынка к административной парадигме, отражающей усиление роли государства в экономике. По мнению автора монографии, к настоящему времени административная парадигма, скорее всего, уже прошла пик информационной активности в экономическом дискурсе российской журналистики; однако эта парадигма пока еще функционирует достаточно стабильно. В то же время Д.Э. Коноплев убежден в том, что «в перспективе нескольких лет административная парадигма неизбежно подвергнется девальвации» [Коноплев, 2025, с. 131].

Нам представляется, что большинство суждений автора достаточно аргументированны. Вместе с тем некоторые высказанные в работе идеи кажутся довольно спорными. Прежде всего автор связывает начало перехода к новой парадигме в середине 2000-х годов с улучшением экономической конъюнктуры. Однако очевидные признаки такого улучшения присутствовали с самого начала первого десятилетия XXI в. Почему же переход к новой концептуальной рамке, причем после того как либеральные идеи оказались в значительной степени дискредитированы, начался с таким значительным временным лагом? Возможно, основополагающим моментом здесь было все же не изменение конъюнктуры, а изменение характера взаимодействия государственной власти с крупным бизнесом?

Непонятна и позиция автора относительно того, возможна ли в российских условиях иная парадигма, помимо либеральной и административной. Складывается впечатление, что Д.Э. Коноплев считает закономерным своего рода маятниковое движение от одной модели к другой, хотя не говорит об этом прямо.

В связи с этим встает вопрос и о характеристиках так называемого парадигмального перехода. Автор связывает этот переход с развитием потребительского рынка. Однако этот процесс был важнейшим компонентом реформ 1990-х годов; освещение этого процесса являлось важнейшей частью дискурса уже первых лет рыночных реформ, когда исчезновение проблемы товарного дефицита провозглашалось главным (и, пожалуй, единственным осязаемым для всего общества) позитивным результатом преобразований. Применительно же к периоду 2000-х годов важнейшей тенденцией был рост доходов населения, расширение возможностей потребления, появление среднего класса и т.д. В связи с этим, на наш взгляд, имело бы смысл рассмотреть доминировав-

ший в те годы дискурс об «обществе потребления» как еще одну (пусть, возможно, и не оформившуюся до конца) парадигму экономического мышления в российской журналистике.

### Список литературы

1. Демина И.Н. Функционирование экономической журналистики: методологический подход к исследованиям // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 8. – С. 253–263.
2. Иваницкий В.Л. Экономическая журналистика в XXI веке: на пути к взаимопониманию // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2016. – № 6. – С. 3–26.
3. Кисляков Е.А. Модели управления политической повесткой дня: теория и практика // Вопросы политологии. – 2021. – № 5 (69). – С. 1448–1457.
4. Коноплев Д.Э. Динамика парадигм экономического мышления в журналистике. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2025. – 238 с.
5. Baker S., Bloom N., Davis S. Measuring economic policy uncertainty // The quarterly journal of economics. – 2016. – Vol. 131, N 4. – P. 1593–1636.
6. Shaw D., Hamm B., Terry T. Vertical versus horizontal media: using agenda-setting and audience agenda-melding to create public information strategies in the emerging papyrus society // Military review. – 2006. – Vol. 86, N 6. – P. 13–25.

## TRANSFORMATION OF ECONOMIC THINKING OF JOURNALISTS IN POST-SOVIET RUSSIA

**Rec. ad op.: Konoplev D.E. Dynamics of paradigms of economic thinking  
in journalism. – Chelyabinsk: Publishing house of Chelyabinsk state university,  
2025. – 238 p.**

**Sergei Bespalov**

PhD (Hist. Sci.), Senior Researcher at the Department of Economics, Institute of Scientific Information for Social Sciences, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia); sbesp@mail.ru

**Keywords:** *post-Soviet Russia; journalism; economic thinking; paradigmatic transition.*

**For citation:** Bespalov S.V. Transformation of economic thinking of journalists in Post-Soviet Russia. Rec. ad op.: Konoplev D.E. Dynamics of paradigms of economic thinking in journalism. – Chelyabinsk: Publishing house of Chelyabinsk state university, 2025. – 238 p. // Social novelties and social sciences. – 2025. – N 4. – P. 95–104.

URL: <https://sns-journal.ru/ru/archive/>

DOI: 10.31249/snsn/2025.04.06