

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности

<https://doi.org/10.17323/cmd.2025.30458>

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КОМПАНИЙ В РОССИЙСКИХ БИЗНЕС-МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Анасьева О. А.

корреспондент,

отдел экономики и финансов,
мультимедийный информационный центр «Известия»,
(Москва, Россия)

anasevao2001@gmail.com



Аннотация:

В статье анализируются практики российских деловых изданий, связанные с публикацией финансовой отчетности компаний, а также действия самих предприятий, направленные на распространение корпоративной информации. В качестве объектов исследования выбраны издания «Ведомости» и «Коммерсантъ», а также медиахолдинг РБК. Выявлены основные способы описания отечественными СМИ финансовой отчетности. Кроме того, проанализирован подход самих компаний к предоставлению своей отчетности и выявлены риски, связанные с неправильной или неполной информацией в таких публикациях.

Ключевые слова: деловые медиа, инвестиции, конкурентоспособность компаний, корпоративная информация, финансовая отчетность

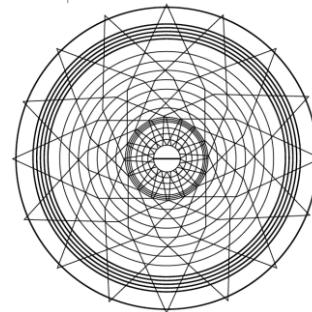
Введение

Финансовая отчетность, являясь важным источником сведений о состоянии компании, влияет на формирование ее имиджа на рынке. Кроме того, в современном бизнесе сведения о финансовых результатах и положении компании позволяют как самим предприятиям, так и инвесторам принимать грамотные решения. Особенно это актуально в условиях высокой конкуренции и быстро меняющейся экономической среды. Сами по себе корпоративные данные сухие и сложные для понимания, однако компании общаются со СМИ, делают обзоры или проводят встречи, на которых демонстрируют презентационные материалы со всеми ключевыми показателями. Эта информация становится ключевым элементом управления репутацией, позволяя журналистам формировать полное представление о компании и ее преимуществах, что способствует повышению ее конкурентоспособности на рынке.

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

*Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности*



Научная новизна данной работы заключается в объединении медиаисследований и экономических аспектов через анализ отчетности в российских бизнес-медиа. Цель исследования — проанализировать подходы отечественных изданий к раскрытию финансовой информации компаний, а также рассмотреть, какие форматы они используют для презентации этих данных.

В статье проверяется гипотеза о том, что изучение публикаций финансовой отчетности в отечественных медиа поможет выявить ключевые закономерности и подходы к формированию доверительных отношений между инвесторами, медиа и предприятиями. Эти аспекты могут стать основой для повышения конкурентоспособности и устойчивости компаний.

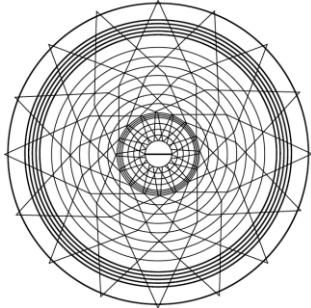
Материалом исследования стали три публикации «Ведомостей», «Коммерсанта» и РБК, а также презентационные материалы банка «Сбер». Хронологически это наиболее свежие публикации СМИ: они содержат годовые данные за 2024 г., которые издания представили в конце февраля 2025 г.

Обзор литературы

В российской и зарубежной практике фактически нет качественных исследований того, как финансовая отчетность компаний используется в бизнес-медиа и как она может служить инструментом для повышения конкурентоспособности. Тем не менее есть отдельные работы, посвященные раскрытию корпоративной информации и роли СМИ в публикации такой отчетности.

Прозрачность корпораций и раскрытие финансовой информации представляют собой сложный институт, функционирующий на стыке интересов компаний, инвесторов и регуляторов. Его эффективность напрямую зависит от готовности компаний к добровольному раскрытию данных (Баймухамедова, 2015), однако на практике даже крупнейшие российские корпорации сталкиваются с проблемами низкого уровня информационной открытости, что требует разработки специальных мер по повышению транспарентности (Смотрин, 2018).

Критическую роль посредника в этой системе играют деловые СМИ. Они не просто пассивно транслируют данные, а активно формируют информационную среду: облегчают доступ к информации, фильтруют и интерпретируют ее, а в некоторых случаях — генерируют новое знание. Как показывают исследования, такая деятельность СМИ в целом способствует улучшению качества финансовых решений инвесторов (Ahern & Peress, 2022). При этом влияние медиа носит амбивалентный характер: с одной стороны, негативный информационный фон может напрямую влиять на корпоративную отчетность и инвестиционные решения (Koning, 2014), а с другой — сама публикация финансовых новостей способна запускать торговую активность, не просто отражая, но и рефлексивно формируя экономическую реальность (Thompson, 2012). Важно отметить, что содержание деловой прессы во многом определяется спросом со стороны профессиональных инвесторов, которые и являются ее ключевой аудиторией (Guest et al., 2024).



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

*Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности*

Таким образом, представление финансовой информации в СМИ — это не технический процесс пересказа отчетности, а активный механизм ее осмысления и контекстуализации, влияющий на восприятие рынка. Однако специфика этого процесса в России изучена недостаточно. Несмотря на становление в 1990-2000-е годы влиятельных деловых медиа («Коммерсантъ», РБК, «Ведомости»), которые эволюционировали от простых бюллетеней к производителям глубокой аналитики (Зеленцов (ред.), 2023), вопрос о том, как именно ключевые СМИ транслируют и интерпретируют корпоративную отчетность, остается открытым. Изучение этой практики позволяет выйти за рамки анализа формального раскрытия данных и понять, как через призму медиа формируется публичный образ корпоративной прозрачности, что представляет значительный научный и практический интерес.

Также среди исследований, которые помогли представить историю становления деловой прессы в России, стоит упомянуть работы Я. Н. Засурского (Засурский, 2002), М. И. Алексеевой, Р. Д. Болотовой и Е. Л. Вартановой (Алексеева и др., 2011), Д. Н. Нечаева (Нечаев, 2006), М. В. Блиновой (Блинова, 2009), А. В. Вырковского (Вырковский (ред.), 2012).

Программа эмпирического исследования

В качестве методов исследования в статье использовались качественный контент-анализ и вторичный анализ открытых данных.

Сначала мы отобрали публикации некоторых «голубых фишек»¹: ВТБ, «Газпром», «Норникель», «Роснефть» и «Сбер». После приглашения на мероприятие Сбербанка, на котором презентовали результаты за год, акцент был сделан именно на эту финансовую организацию. При разборе публикаций компаний мы выявили ключевые показатели, которые журналисты подчеркивают в своих текстах. Это позволило определить, какие аспекты финансовой информации наиболее значимы для аудитории. Участие в мероприятии «Сбера» предоставило возможность понять, как компания представляет свою финансовую информацию и на чем делает акценты в коммуникации с инвесторами и СМИ.

Вторичный анализ открытых данных осуществлялся в процессе изучения публикаций деловых медиа и презентационных материалов компаний, в которых предприятия представляют финансовые результаты в наиболее ясной и доступной форме. Кроме того, были задействованы историко-системный и историко-сравнительный методы — они позволили рассмотреть становление отечественной деловой прессы и оценить, как изменения в ней повлияли на уровень прозрачности финансовой информации и доверия со стороны заинтересованных сторон.

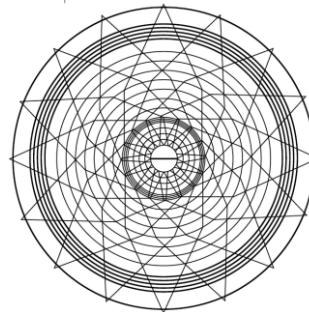
Исследование можно разделить на два этапа: кабинетный и полевой. На первом этапе была проанализирована литература по истории и теории бизнес-медиа, а также публикации российских деловых СМИ, посвященные финансовой отчетности

¹ Голубые фишки — это акции наиболее крупных, ликвидных и надёжных компаний с устойчивыми показателями доходности, а также сами эти компании. Термин пришёл из мира покера, где голубые фишки традиционно являются самыми ценными. Прим. ред.

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

*Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности*



«Сбера». Так, выявлены наиболее значимые для аудитории данные, которые описывают в своих текстах журналисты отечественных изданий.

На втором этапе мы участвовали в традиционном конференц-звонке с главой «Сбера» Г. Грефом по итогам МСФО за 2024 г. (мероприятие, на котором компания представляет финансовые результаты, предназначено для инвесторов и СМИ, чтобы проинформировать их об основных финансовых показателях банка и ответить на их вопросы. — Прим. автора). Это позволило глубже понять, как компании представляют корпоративную информацию и какие акценты делают в коммуникации с ключевыми заинтересованными сторонами.

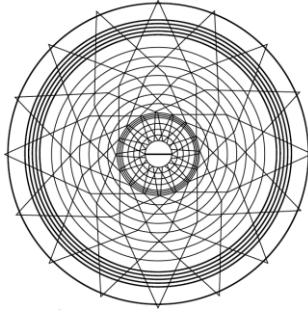
Помимо этого, в рамках работы были применены такие методы, как систематизация и наблюдение. В рамках кабинетного исследования мы задействовали первый из этих методов — он позволил выделить ключевые темы при анализе литературы и публикаций в СМИ. Наблюдение было использовано во время конференц-звонка — удалось проанализировать, как компании взаимодействуют с инвесторами и журналистами. Это дало возможность оценить эффективность их коммуникационных стратегий.

Результаты и обсуждение

1. Подход компаний к презентации финансовой отчетности

Главным источником информации о компаниях традиционно считалась сама организация, но в последние годы увеличился интерес к деловым СМИ как инструменту распространения корпоративных данных. Экономические медиа выполняют функции информационного посредника, повышая доступность и ясность финансовой отчетности. Благодаря сотрудничеству с изданиями компании стали делиться презентационными материалами, что помогает акционерам и широкой публике лучше разбираться в финансовых показателях. Эффективное представление данных, включая мультимедийные форматы, стало важным элементом стратегии компаний в условиях растущей конкуренции.

Рассмотрим эту ситуацию на примере «Сбера». Важно отметить, что банк стал публиковать свою финансовую отчетность в 2000 г., а делать специальные встречи с презентациями — лишь в 2013 г. Уже на третьем слайде отчета «Итоги «Сбера» по МСФО за 2024 г.» представлены ключевые финансовые показатели, такие как чистая прибыль в 1,58 трлн руб. (+4,8%), прибыль на акцию — 72 руб. (+4,2%) и рентабельность капитала (ROE) — 24%. Такие данные подчеркивают финансовую устойчивость банка и его способность генерировать доход даже в условиях неопределенности. «Сбер» специально акцентирует внимание на росте прибыли и управлении расходами, чтобы указать инвесторам на надежность банка как финансовой организации.



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности

Ключевые финансовые результаты за 2024 год

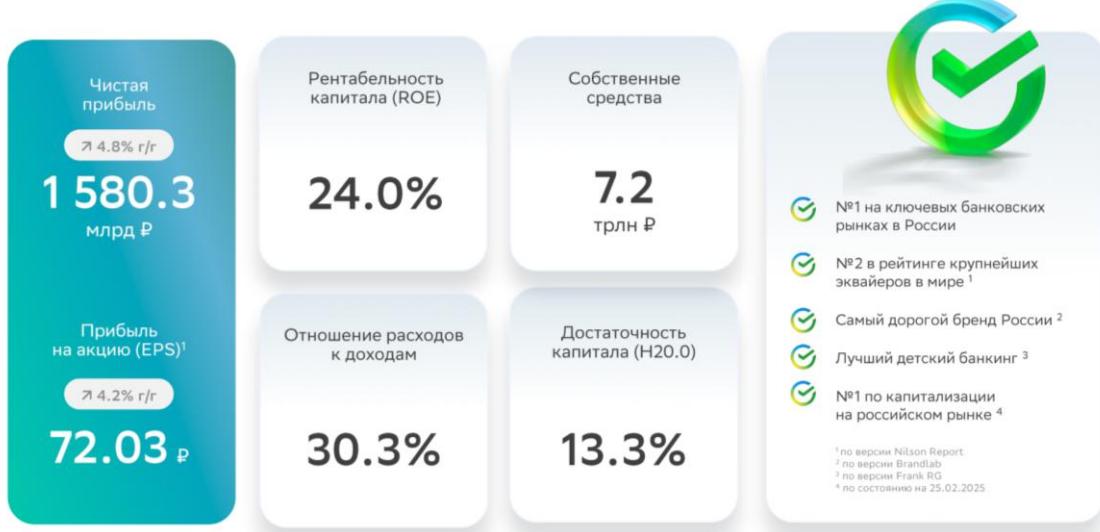


Рисунок 1. Чистая прибыль «Сбера» в 2024 г., 2025.
Данные: «Сбер»

«Сбер» в отчетах показывает изменения чистой прибыли и рентабельности капитала, сравнивая результаты 2024 г. с прогнозами. Банк превысил целевые показатели, например рост чистых комиссионных доходов составил 10,3% при прогнозе в 10%. Такие результаты подчеркивают финансовую стабильность кредитной организации и помогают укрепить доверие клиентов и акционеров в условиях экономической нестабильности.

Финансовые показатели: факт vs. прогноз

Интерактивная
версия в Навигаторе



		прогноз	факт	2024 г.
Доходы	Чистая процентная маржа средняя	>5.8%	5.9%	✓
	Рост чистых комиссионных доходов	~10%	10.3%	✓
Расходы	Отношение операционных расходов к доходам CIR	~30-32%	30.3%	✓
	Стоимость риска COR	~1.1-1.2%	1.0%	✓
Рентабельность	Рентабельность капитала ROE	>23%	24.0%	✓
Капитал	Достаточность общего капитала Н20.0	>13.3%	13.3%	✓

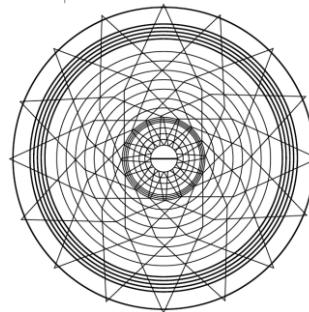
СБЕР Итоги Сбера по МСФО за 2024 год

Рисунок 2. Финансовые показатели «Сбера»: факт vs прогноз, 2025
Данные: «Сбер»

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности



Прогноз финансовых показателей Сбера

По итогам 2025 года

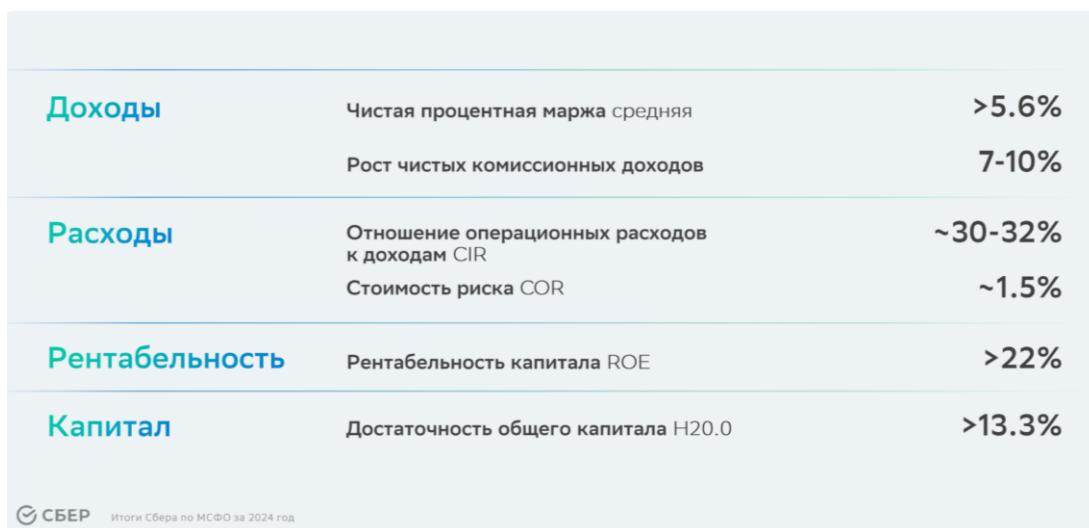


Рисунок 3. Прогноз финансовых показателей «Сбера».

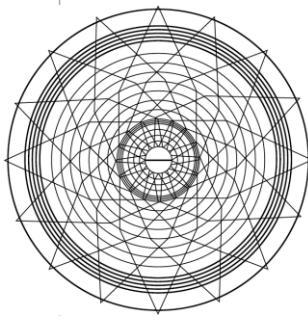
Данные: «Сбер»

В заключение кредитная организация представила прогнозы на 2025 г.: рост кредитов для юридических и физических лиц составит 9–11% и менее 5% соответственно, депозиты — 3–5% и 17–19%. Такие показатели связаны с ожидаемым улучшением финансового состояния клиентов, а также с возможными изменениями в экономической политике, которые будут способствовать росту бизнеса и потребительской активности.

За последние 10–15 лет способы коммуникации и представления финансовых результатов компаний значительно изменились, сделав информацию более доступной и понятной. Это повысило уровень доверия к компаниям и улучшило их репутацию на рынке. Ключевым фактором этих изменений стало внедрение цифровых технологий и интерактивных форматов, таких как инфографика и видеопрезентации.

Кроме того, созданы пресс-службы и пиар-отделы для поддержания имиджа компании и предоставления сведений в таком виде, чтобы они подчеркивали положительные аспекты деятельности предприятия. Корпоративная информация становится важным инструментом в конкурентной борьбе, и задача специалистов заключается не только в представлении позитивных новостей, но и в работе с негативными данными.

Привлекательная и понятная подача экономических данных формирует положительный имидж компании на рынке, а эффективная коммуникация с медиа играет важную роль в этом процессе. Это создает дополнительную ценность для компании, так как она становится частью более широкого контекста отрасли.



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности

Несмотря на то, что «Сбер» использует современные инструменты для представления данных, существует риск, что информация может быть избыточно оптимизирована. В частности, акцент на положительных аспектах финансовой деятельности может привести к недостаточной прозрачности в отношении проблем или вызовов, с которыми сталкивается компания. Это способно вызвать недоверие у инвесторов, если они почувствуют, что информация подается в искаженном виде.

2. Сравнительный анализ публикации финотчетности в отечественных деловых изданиях

Подходы к публикации финансовой отчетности выбранных изданий — «Ведомостей», «Коммерсанта» и РБК — отличаются по использованию визуальных элементов и аналитического подхода.

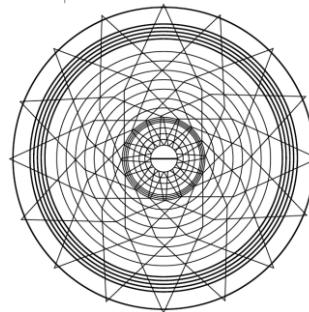
в миллиардах российских рублей	Прим.	31 декабря 2024 года	31 декабря 2023 года
АКТИВЫ			
Денежные средства и их эквиваленты	5	2 252,2	2 386,6
Обязательные резервы на счетах в центральных банках		152,1	77,1
Средства в банках	6	2 615,5	1 153,2
Требования по производным финансовым инструментам	7	174,9	134,8
Кредиты и авансы клиентам	8	43 841,9	37 558,3
Ценные бумаги	9	7 017,7	3 958,8
Финансовые инструменты, заложенные по договорамrepo	10	1 434,3	4 128,5
Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия	11	57,9	71,4
Отложенный налоговый актив	28	121,3	133,0
Основные средства и активы в форме права пользования	12	1 204,3	1 002,9
Прочие активы	13	1 983,0	1 702,6
ИТОГО АКТИВОВ		60 855,1	52 307,2
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Средства банков	14	4 332,7	4 958,8
Обязательства по производным финансовым инструментам и по поставке ценных бумаг	15	304,4	269,4
Средства физических лиц	16	27 821,6	22 904,4
Средства корпоративных клиентов	16	16 801,1	13 789,2
Выпущенные долговые ценные бумаги	17	512,6	652,0
Отложенное налоговое обязательство	28	36,8	21,5
Обязательства по договорам страхования	18	1 902,9	1 455,9
Прочие обязательства	19	1 559,5	1 258,4
Субординированные займы	20	410,0	413,2
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВ		53 681,6	45 722,8
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА			
Уставный капитал и эмиссионный доход	21	320,3	320,3
Бессрочный субординированный заем	22	150,0	150,0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	21	(34,1)	(39,0)
Прочие резервы	30	(442,0)	(195,9)
Нераспределенная прибыль		7 181,5	6 348,6
Итого собственных средств, принадлежащих акционерам Банка		7 175,7	6 584,0
Неконтрольная доля участия		(2,2)	0,4
ИТОГО СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ		7 173,5	6 584,4
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВ И СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ		60 855,1	52 307,2

Рисунок 4. Финансовая отчетность «Сбера» за 2024 г., 2025.
Данные: «Сбер»

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа как инструмент повышения конкурентоспособности



Например, «Ведомости» 27 февраля опубликовали новость с названием «Сбербанк увеличил чистую прибыль по МСФО на 4,8% в 2024 году» («Ведомости», 2025). Уже в самом начале статьи газета подчеркивает, что показатель вырос до 1,58 трлн руб. Это свидетельствует о стабильном росте финансовых показателей кредитной организации и может укрепить доверие инвесторов и акционеров, а также повысить привлекательность компании в целом.

В теле новости «Ведомости» рассматривают и другие немаловажные показатели. Например, прибыль на обыкновенную акцию поднялась на 4,2% по сравнению с прошлым годом и составила 72,03 руб. Такой рост выступает положительным сигналом для акционеров, так как указывает на улучшение финансовых результатов и может привести к повышению стоимости ценных бумаг.

Помимо этого, за 12 месяцев прошлого года число розничных клиентов увеличилось на почти на 1,5 млн и достигло порядка 110 млн человек. Рост клиентской базы говорит о привлекательности услуг банка и его способности увеличивать пользовательскую базу. При этом количество активных корпоративных клиентов за год выросло более чем на 150 тыс., составив при этом 3,3 млн компаний.

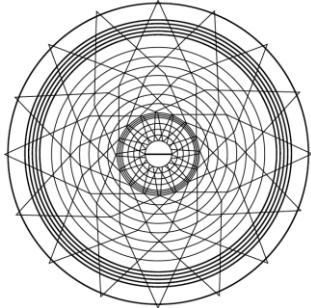
Следуя классической структуре новости, в качестве бэкграунда «Ведомости» опубликовали отчетность «Сбера» по Российским стандартам бухгалтерского учета (РСБУ), согласно которым чистая прибыль в январе составила 132,9 млрд руб., что на 15,5% больше в годовом выражении. Издание подчеркивает: банк значительно превышает темпы роста прибыли по МСФО и успешно начинает год. Помимо этого, рентабельность капитала составила 22,2% — несмотря на то что показатель ниже представленных по международным стандартам, он все еще остается высоким и показывает, что «Сбер» продолжает использовать свои ресурсы.

Также стоит обратить внимание на публикацию «Коммерсанта» «Чистая прибыль Сбербанка достигла 1,58 трлн рублей в 2024 году» («Коммерсантъ», 2025). На уровне льда автор материала упоминает рост чистой прибыли, показатель рентабельности капитала и прибыль на акцию.

В тексте отмечается, что розничный кредитный портфель вырос на 12,7% до 18,1 трлн руб., а ипотечный портфель — на 9,6% до 11,1 трлн. «Ъ» приводит заявление руководства организации: по словам Г. Грефа, поставленные в начале года задачи выполнены. Кроме того, дополнительно «Коммерсантъ» отмечает, что чистая прибыль 2024 г. на 21% превысила докризисный уровень в 2021 г. (тогда банк заработал около 1,25 трлн). В качестве бэкграунда издание также приводит данные по РСБУ.

РБК, в свою очередь, опубликовал статью с названием «Акции “Сбера” показали динамику лучше рынка после выхода годового отчета»². Это важно, поскольку благодаря заголовку читатели сразу понимают, что банк демонстрирует устойчивость в условиях нестабильности на финансовых рынках.

² Акции «Сбера» показали динамику лучше рынка после выхода годового отчета. РБК.
<https://www.rbc.ru/quote/news/article/67bff0759a79479fa73e5ecd>



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

*Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности*

Еще на уровне лица издание упоминает, что банк представил результаты за 2024 г. — ценные бумаги отреагировали на это. Они продемонстрировали незначительный рост, тем не менее эта динамика оказалась выше рынка. В 10:10 по московскому времени стоимость обыкновенных акций поднялась на 0,01% — до 310 руб., а привилегированных — до 308,8 руб. Эта информация может привлечь внимание потенциальных инвесторов. В то же время индекс Мосбиржи упал на 0,87% и составил 3247,67 пункта. Также РБК приводит остальные основные данные из отчета: чистая прибыль, рентабельность капитала.

Отдельно в публикации приводятся и другие данные: в частности, чистые процентные доходы составили почти 3 трлн (+17%), чистые комиссионные доходы — почти 843 млрд (+10,3%), чистая процентная маржа — 5,9%.

Эксперты из инвестиционных и брокерских компаний — «Атона», «БКС Мир инвестиций», «Т-Инвестиций», ИК «Риком-Траст» — ожидают, что такие выплаты по итогам 2024 г. могут побить прошлогодний рекорд и составить около 36–37 руб. на акцию. В качестве бэкграунда издание цитирует Г. Грефа — по его словам, произнесенным на дне инвестора еще в декабре 2023 г., «Сбер» планирует продолжать выплачивать 50% своей прибыли в виде дивидендов и не собирается менять их частоту. Такое упоминание может побудить потенциальных инвесторов рассмотреть возможность покупки акций, так как высокие дивиденды делают инвестиции более выгодными. Отдельным параграфом в материале РБК описаны перспективы ценных бумаг: по словам экспертов, инвестиции в акции «Сбера» могут стать выгодным решением.

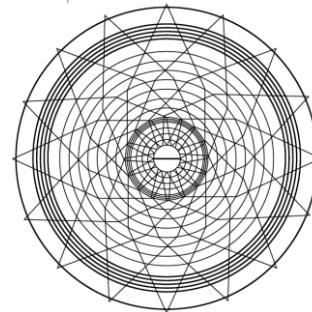
Российские деловые издания при подготовке материалов о финансовых отчетах компаний ориентируются на информацию, которая наиболее актуальна для их аудитории и способна повлиять на фондовый рынок. Основными показателями, на которых акцентируют внимание, являются чистая прибыль, выручка, EBITDA и прогнозы по дивидендам (Самарина, 2024). Кроме того, важно представление динамики этих показателей: большинство изученных СМИ сравнивают данные за два последовательных отчетных периода в текстовом формате. Однако в выбранных для анализа изданиях не всегда используются визуальные элементы. Отсутствие графических материалов, в том числе диаграмм, может ограничивать восприятие информации. Визуализация данных в случае публикации финансовой отчетности способствует лучшему пониманию трендов и позволяет читателям быстрее улавливать ключевые изменения.

Кроме того, слишком сильная ориентация на положительные изменения в отчетах может привести к искажению реальности. Деловым изданиям следует стремиться к объективности и сбалансированности в материалах. Публикация только позитивных новостей может создать ложное впечатление о стабильности и надежности компаний, что в конечном счете способно навредить как инвесторам, так и самим компаниям. Также важно отметить, что в условиях жесткой конкуренции на рынке информация о финансовых результатах должна быть не только актуальной, но и глубокой. Изданиям стоит рассмотреть возможность более

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа как инструмент повышения конкурентоспособности



детального анализа факторов, влияющих на финансовые показатели, а также включать в материалы больше мнений аналитиков.

Выводы

Изучив контент деловых СМИ, мы пришли к выводу, что сейчас подход к публикации финансовой отчетности отличается от стандартов, которые существовали в прошлом. «Коммерсантъ», например, публикует новости: акцентирует внимание на основных данных, а также добавляет в текст заявления менеджеров. «Ведомости» зачастую прибегают к формату газетной аналитической статьи, однако иногда используют классическую новость. РБК, в свою очередь, начинает с последствий, которые оказали объявленные результаты, — это позволяет изданию показать, насколько важна компания на рынке и что означают приведенные данные.

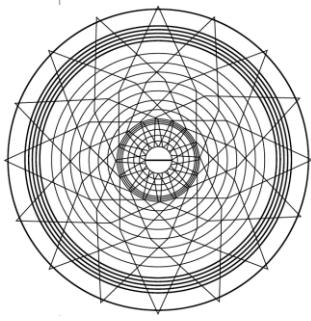
В основном деловые СМИ акцентируют внимание на ключевых финансовых показателях, таких как чистая прибыль и выручка, поскольку они отражают финансовое состояние компании и могут оказывать влияние на фондовый рынок. Качественная подача информации становится важным инструментом конкурентоспособности, поскольку прозрачность отчетности повышает ответственность компаний за свои результаты в глазах заинтересованных сторон. Эффективное сотрудничество с медиа позволяет лучше донести достижения и планы компании, превращая публикацию отчетов в стратегический инструмент управления репутацией.

Компании, которые умеют грамотно представлять свою информацию, получают возможность выделиться среди конкурентов и укрепить свои позиции в глазах общественности и потенциальных инвесторов. Тем не менее неправильное или неполное толкование данных о финансовых результатах компаний создает серьезные риски для СМИ. С одной стороны, такие данные могут подорвать доверие к компании — это, в свою очередь, способно оттолкнуть клиентов, партнеров и инвесторов. Если потребители увидят негативные новости о компании, то решат сократить покупки. С другой стороны, для публичных предприятий недостоверная информация способна вызвать колебания цен на акции, что негативно скажется на капитализации и доверии акционеров. В то же время инвесторы станут осторожнее в отношении вложений в компанию, если будут видеть негативные или неопределенные сообщения в СМИ.

БИБЛИОГРАФИЯ

Автаева, Н. О., Бейненсон, В. А. и др. (2020). Мультимедийные технологии СМИ. ННГУ. EDN: FJEHJC

Алексеева, М. И., Болотова, Л. Д., Вартанова, Е. Л. и др. (2011). Средства массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов (2-е изд., испр. и доп.). Аспект Пресс. EDN: RAZNMR



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности

Андреева, И. В., Зеленцов, М. В., Самарина, Л. В. и др. (2023). Введение в деловую журналистику: Учебное пособие (М. В. Зеленцов, общ. ред.). Издательский дом Высшей школы экономики. <https://publications.hse.ru/books/817993541?ysclid=mju3yhpwpz996074365>

Афанасьева, А. В., Блинова, М. В., Борисяк, Д. А. и др. (2012). Деловая журналистика (А. В. Вырковский, отв. ред.; Е. Л. Вартанова, науч. конс.). МедиаМир. EDN: WFDTKF

Баймухамедова, А. М., Баймухамедова, Г. С. (2015). Раскрытие корпоративной информации: преимущества и недостатки. Управленец, 5(57), 8–14. EDN: UYVTVJ

Блинова, М. В. (2009). Рынок деловых СМИ как фактор модернизации современной России. Медиаскоп, 4, 6. EDN: ONHRPHN

Засурский, Я. Н., Вартанова, Е. Л., Засурский, И. И. и др. (2002). Средства массовой информации постсоветской России. Аспект Пресс. EDN: AKSWKK

Маркс, К., Энгельс, Ф. (1959). Сочинения (2-е изд., Т. 13, сс. 5–9). Государственное издательство политической литературы.

May, B. A. (2018). Экономика и политика России год за годом (1991–1999). Дело.

Нечаев, Д. Н., & Тулупов, В. В. (2006). Деловые печатные издания России: становление, специфика, тенденции развития. Издательство Воронежского государственного университета.

Самарина, Л. (2024). Финансовый анализ в СМИ. РЕНОМЕ.
<https://doi.org/10.25990/HSE.NFV1-R789>

Смотрин, А. Р. (2018). Проблемы информационной прозрачности российских компаний. Экономика и парадигма нового времени, 4, 14–17. EDN: ISBWDL

Ahern, K. R., & Peress, J. (2022, July 29). The role of media in financial decision-making. In G. Hilary & D. McLean (Eds.), Handbook of Financial Decision Making. SSRN.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4178350>

Ashbaugh, H., Johnstone, K. M., & Warfield, T. D. (1999). Corporate reporting on the Internet. Accounting Horizons, 13(3), 241–257.
<https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.3.241>

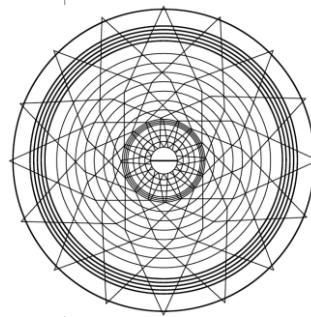
Bushee, B. J., Core, J. E., Guay, W., & Hamm, S. J. W. (2010). The Role of the Business Press as an Information Intermediary. Journal of Accounting Research, 48(1), 1–31.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2009.00357.x>

Guest, N., Ochani, A., & Sethuraman, M. (2025). The financial media and shareholder types (Cornell SC Johnson College of Business Research Paper). SSRN.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4051960>

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

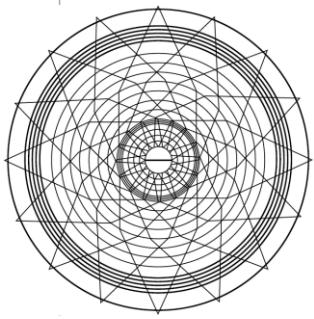
*Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности*



Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405–440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)

Koning, M. (2014). The financial reporting environment: The role of the media, regulators and auditors (PhD Series No. EPS-2014-330-F&A). ERIM. <http://hdl.handle.net/1765/77154>

Thompson, P. A. (2012). Market Manipulation? Applying the Propaganda Model to Financial Media Reporting. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9(2), 88. <https://doi.org/10.16997/wpcc.125>



[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа
как инструмент повышения конкурентоспособности

FINANCIAL REPORTING IN RUSSIAN BUSINESS MEDIA: A KEY TO ENHANCED COMPETITIVENESS

Anaseva O.A.

Reporter at the Department of Economics and Finance,

MIC "Izvestia"

(Moscow, Russia)

anasevao2001@gmail.com

Abstract:

The article analyzes how Russian business publications present financial statements of companies, as well as the actions of the enterprises themselves in distributing corporate information. The objects of the work were the newspapers *Vedomosti* and *Kommersant*, and media holding RBC. We also analyze the approach of the companies to provide their financial statements and risks associated with incorrect or incomplete information.

Keywords: business publications, investments, company competitiveness, corporate information, financial reporting

REFERENCES

Afanas'eva, A. V., Blinova, M. V., Borisjak, D. A. i dr. (2012). *Delovaja zhurnalistika* (A. V. Vyrkovskij, otv. red.; E. L. Vartanova, nauch. kons.). MediaMir. EDN: WFDTKF

Alekseeva, M. I., Bolotova, L. D., Vartanova, E. L. i dr. (2011). *Sredstva massovoj informacii Rossii: Uchebnoe posobie dlja studentov vuzov* (2-e izd., ispr. i dop.). Aspekt Press. EDN: RAZNMR

Andreeva, I. V., Zelencov, M. V., Samarina, L. V. i dr. (2023). *Vvedenie v delovuju zhurnalistiku: Uchebnoe posobie* (M. V. Zelencov, obshh. red.). Izdatel'skij dom Vysshej shkoly jekonomiki. <https://publications.hse.ru/books/817993541?ysclid=mju3yhpwpz996074365>

Ashbaugh, H., Johnstone, K. M., & Warfield, T. D. (1999). Corporate reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, 13(3), 241–257. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.3.241>

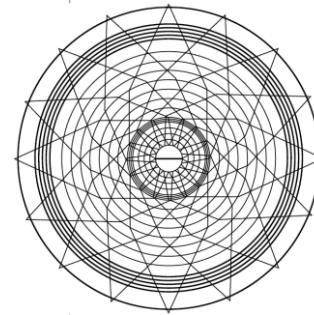
Avtaeva, N. O., Bejnenzon, V. A. i dr. (2020). *Mul'timedijnye tekhnologii SMI*. NNGU. EDN: FJEHJC

Bajmuhamedova, A. M., & Bajmuhamedova, G. S. (2015). Raskrytie korporativnoj informacii: preimushhestva i nedostatki. *Upravlenec*, 5(57), 8–14. EDN: UYVTVJ

[Научные статьи]

Анасьева О. А.

Финансовая отчетность компаний в российских бизнес-медиа как инструмент повышения конкурентоспособности



Blinova, M. V. (2009). Rynok delovyh SMI kak faktor modernizacii sovremennoj Rossii. Mediaskop, 4, 6. EDN: ONHPHN

Bushee, B. J., Core, J. E., Guay, W., & Hamm, S. J. W. (2010). The Role of the Business Press as an Information Intermediary. *Journal of Accounting Research*, 48(1), 1–31. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2009.00357.x>

Guest, N., Ochani, A., & Sethuraman, M. (2025). The financial media and shareholder types (Cornell SC Johnson College of Business Research Paper). SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4051960>

Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405–440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)

Koning, M. (2014). The financial reporting environment: The role of the media, regulators and auditors (PhD Series No. EPS-2014-330-F&A). ERIM. <http://hdl.handle.net/1765/77154>

Marks, K., & Jengel's, F. (1959). Sochinenija (2-e izd., T. 13, ss. 5–9). Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury.

Mau, V. A. (2018). Jekonomika i politika Rossii god za godom (1991–1999). Delo.

Nechaev, D. N., & Tulupov, V. V. (2006). Deloveye pechatnye izdanija Rossii: stanovlenie, specifika, tendencii razvitiija. Izdatel'stvo Voronezhskogo gos. un-ta.

Samarina, L. (2024). Finansovyj analiz v SMI. RENOME. <https://doi.org/10.25990/HSE.NFV1-R789>

Smotrin, A. R. (2018). Problemy informacionnoj prozrachnosti rossijskih kompanij. Jekonomika i paradigma novogo vremeni, 4, 14–17. EDN: ISBWDL

Thompson, P. A. (2012). Market Manipulation? Applying the Propaganda Model to Financial Media Reporting. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9(2), 88. <https://doi.org/10.16997/wpcc.125>

Zasurskij, Ja. N., Vartanova, E. L., Zasurskij, I. I. i dr. (2002). Sredstva massovoj informacii postsovetskoy Rossii. Aspekt Press. EDN: AKSWKK