

УДК 316.773.3, 316.775.2, 316.775.4, 316.776.

А. Д. Казун

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
ул. Мясницкая, 20, Москва, 101000, Россия*

anastasiya.kazun@gmail.com

УСТАНОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ В ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО)

Представлены результаты анализа дискуссии в прессе по вопросу вступления России в ВТО. Автор проанализировал 397 статей по теме, опубликованных в наиболее популярных печатных изданиях России за 3 года (с декабря 2010 по декабрь 2013 г.). Выборка изданий основывалась на рейтинге TPR. Были сделаны выводы относительно причин колебания числа упоминаний организации в российской прессе, популярности тех или иных аргументов сторонников и противников присоединения к «всемирному торговому клубу», влияния дискуссии в прессе на внимание населения к деятельности ВТО и оценку перспектив членства России в организации. В качестве значимых для формирования информационной повестки дня в прессе были выделены следующие факторы: внешние обстоятельства (особенности прохождения переговорного процесса, экономическая ситуация), наличие «конкурирующих тем», предполагаемые интересы читателя, позиции групп интересов и их активности в СМИ.

Ключевые слова: массовая коммуникация, информационная повестка дня, СМИ, ВТО, общественное мнение.

Введение

В рамках данной работы мы рассмотрим особенности протекания публичной дискуссии по вопросу вступления России в ВТО¹. Особое внимание будет уделено процессу формирования информационной повестки

дня, а также возможным формам влияния дискурса СМИ на общественное мнение.

Публичная дискуссия по данному вопросу интересна для изучения в силу ряда причин. Прежде всего, согласно проведенным ранее исследованиям, обычно наблюдается высокая корреляция между вниманием СМИ к проблемам, относительно которых у населения отсутствует личный опыт, и силой воздействия дискуссии на общественное мнение [Дьякова, 2003]. Иначе говоря, в том случае, если люди не имеют альтернативного источника информации, проблема сложна и незнакома для них, внимание СМИ к тому или иному вопросу придает ему ореол значимости в их глазах. При этом опросы общественного мнения показывают низкую осведомленность населения относительно деятельности данной организации. Так, опрос, проведенный ВЦИОМ в 2012 г., показал, что 21 % опрошенных впервые слышат это название, а еще 39 % респондентов знают лишь аббревиатуру, однако не имеют

¹ Всемирная торговая организация была основана 1 января 1995 г. и стала результатом так называемого Уругвайского раунда – серии многосторонних торговых переговоров, продолжавшихся с 1986 по 1994 г. К 2013 г. в организацию входило 159 стран (WTO website). ВТО является наследницей Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), сформированного в 1947 г., и во многом заимствовала его основополагающие принципы. Отличие между данными организациями состоит в первую очередь в том, что ВТО охватывает более широкий спектр торговых отношений, в частности, торговлю услугами и вопросы интеллектуальной собственности. Основной целью существования организации стали поддержка конкуренции и либерализация мировой торговли (Российский информационный сайт о ВТО).

четкого представления о том, что за ней стоит². Следовательно, в случае со вступлением России в ВТО мы можем предположить наличие сильного влияния публичной дискуссии на понимание проблемы.

Кроме того, следует отметить, что в обсуждении перспектив членства России в торговой организации приняли участие представители различных групп: бизнес, политики и чиновники, эксперты и, непосредственно, журналисты. Все эти группы имеют возможность влиять на публичную дискуссию. А в силу того что в случае с ВТО представители данных сфер деятельности имели различные интересы, обсуждение получилось очень конфликтным. Все это делает данную тему интересной для изучения. Как мы увидим далее, в ходе исследования удалось выделить ряд закономерностей и факторов, оказывающих влияние на дискуссию.

Методология исследования

В данной статье анализируется дискуссия по вопросу вступления России в ВТО в печатных СМИ за три года (с декабря 2010 по декабрь 2013 г). Таким образом, в фокусе нашего внимания находятся два периода: полтора года до и полтора года после официального присоединения РФ к торговой организации. Точкой, начиная с которой мы будем анализировать дискуссию в СМИ, стало формальное согласие рабочей группы принять Россию в ВТО, а именно 26-й саммит Россия – ЕС, на котором был подписан Меморандум о взаимопонимании между Россией и Евросоюзом о завершении двусторонних переговоров по вступлению России в ВТО³.

Методом исследования в данном случае стал контент-анализ статей в популярных массовых, деловых и общественно-политических изданиях. Выборка газет и журналов была сформирована на основе рейтинга TPR (Title Popularity Ranking)⁴. Данный

рейтинг интегрирует такие параметры, как тираж издания, цена рекламной полосы и цитируемость другими печатными изданиями. Следовательно, производится оценка популярности газеты или журнала среди населения, рекламодателей и других газет и журналов. Таким образом, анализировались дискуссия в наиболее влиятельных изданиях: «Российская газета», «Известия», «Новая газета», «Эксперт», «Коммерсантъ», «Ведомости», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец». Итоговый массив включает 397 статей: 175 за период, предшествующий вступлению, и 222 – за последующий период.

Влияние внешних факторов на внимание к теме

Прежде всего, рассмотрим, как влияют объективные внешние факторы на внимание к теме. Наличие такого влияния признается фактически единогласно представителями различных подходов к анализу механизмов формирования информационной повестки дня и проблематизации различных вопросов. Так, внимание СМИ и иных публичных арен к тем или иным социальным проблемам может интерпретироваться как отражение процессов, происходящих в обществе. В этом случае участники публичных дискуссий выступают лишь в качестве проводников информации, нейтральных наблюдателей [Johnstone et al., 1972; Graber, 1980; Kosicki, 1993. P. 110]. Однако даже если мы рассуждаем в конструкционистской логике, согласно которой образ обсуждаемого явления и его оценка являются социальным конструктом, последствием деятельности групп интересов по формированию их образа [Блумер, 2001], нельзя полностью отрицать влияние внешних факторов.

Переговоры по вопросу вступления России в ВТО, завершившиеся 22 августа 2012 г., продолжались 18 лет, с момента основания организации. Фактически они длились даже больше, поскольку до образования ВТО Россия безуспешно пыталась присоединиться к ее предку – ГАТТ. Таким образом, мы имеем большой массив данных для анализа внимания к деятельности организации со стороны прессы, а также для выдвижения предположений относительно объективных обстоятельств, обуславливающих колебания интенсивности дискуссии по этой теме.

² Исследование ВЦИОМ: мнения россиян о Всемирной торговой организации, 2012 // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2012/08/27/4916>

³ Российский информационный сайт о ВТО. URL: <http://www.wto.ru>

⁴ Рейтинг популярности российских СМИ: Title Popularity Ranking (TPR). URL: <http://www.exlibris.ru/rejting-izdaniy>

На рис. 1, отражающем динамику упоминаний ВТО в печатных СМИ, мы видим, что, несмотря на предпринимаемые с момента основания организации попытки вступить в нее, дискуссия в СМИ по данному вопросу возникла фактически только к 2000 г. Так, за период с 1999 до 2001 г. число упоминаний ВТО в СМИ увеличилось в 4 раза, с 1 229 упоминаний в 1999 до 4 878 в 2001 г. В последующий год это число удвоилось. Если обратится к информации сайта wto.ru, отражающего основные вехи переговорного процесса по вопросу присоединения к данной организации, мы увидим, что размещенный там календарь событий открывается 2001 г. Таким образом, вероятно, действительно серьезный и интенсивный переговорный процесс начался именно в это время. Следовательно, для прессы оказывается более значимым не формальное начало переговоров, а интенсификация данного процесса.

Спектр внешних факторов, оказывающих влияние на внимание СМИ к данной проблеме, достаточно широк. Прежде всего, это непосредственно *прохождение переговорного процесса*, а также *ожидания* относительно того, как ситуация будет развиваться в дальнейшем. Так, один из пиков внимания к деятельности ВТО со стороны печатных СМИ приходится на 2006 г. в связи с подписанием Россией и США в рамках Азиатско-Тихоокеанского форума протокола о присоединении РФ к ВТО. Поскольку переговоры с США были наиболее сложными, и именно США послужила препятствием для вступления России в ГАТТ в 1986 г., успех двухсторонних переговоров в данном случае был воспринят как гарантия скорого присоединения к торговой организации. Именно в этот момент начали появляться многочисленные статьи, как публицистические, так и научные, утверждающие, что Россия на пороге вступления в ВТО. Впрочем, как известно, за этим ничего не последовало и от присоединения к данной организации Россию отделяли еще годы переговорного процесса.

Еще одним внешним фактором, влияющим на внимание прессы к ВТО, стала *экономическая ситуация в России и в мире*. Так, снижение интенсивности дискуссии по вопросу вступления России в ВТО началось в 2007 г., когда надежды на скорейшее вступление в организацию не оправдались.

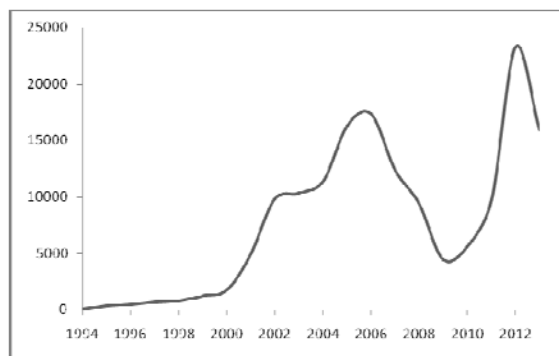


Рис. 1. Динамика упоминаний ВТО в печатных СМИ. Составлен на основе базы печатных изданий «Интегрум»

Однако наиболее заметно число публикаций по данной теме сократилось на фоне мирового финансового кризиса 2008 г. Кризис, прежде всего, способствовал снижению энтузиазма по отношению к политике свободной торговли, в ситуации нестабильности для многих отраслей экономики гораздо более важна была поддержка государства. Кроме того, руководство страны также продемонстрировало свою незаинтересованность в присоединении к торговому клубу в новых обстоятельствах. В. В. Путин на пресс-конференции сообщил председателю Еврокомиссии Ж.-М. Баррозу: «Мы со всей душой пытались вступить в ВТО, но, к счастью, вы нас туда не пустили!»⁵ Результатом экономического кризиса для дискуссии по вопросу присоединения России к ВТО стало почти четырехкратное сокращение числа упоминаний организации в печатных СМИ за период с 2006 по 2009 г.

За периодом спада последовал предшествующий собственно вступлению России в ВТО период роста числа упоминаний данной организации. Последние два года перед вступлением России в ВТО число статей, посвященных ВТО, ежегодно удваивалось.

Таким образом, существует множество внешних факторов, оказывающих влияние на внимание прессы к ВТО. Прежде всего, это особенности прохождения переговорного процесса: его интенсивность и степень успешности, а также ожидания относительно развития событий (мы видим, что ожидания скорого присоединения к организации существенно повышали интенсивность дис-

⁵ Путин поблагодарил Баррозу за то, что ЕС не пустил Россию в ВТО // Ореанда-Новости. 07.02.2009.

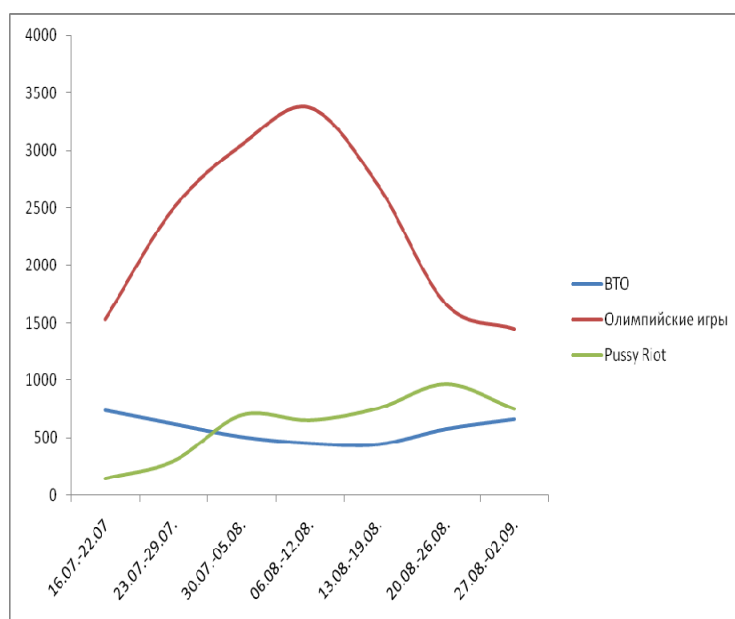


Рис. 2. Основные события августа 2012 г.: по неделям.
Составлен на основе базы печатных изданий «Интегрум»

куссии). Однако не менее значимым оказывается состояние экономики России и мира, а также позиция представителей власти.

Конкуренция вопросов за внимание СМИ

При более подробном анализе периода, непосредственно предшествовавшего вступлению России в ВТО, было выявлено некоторое снижение внимания прессы к данной теме в августе 2012 г., когда Россия официально стала членом организации. Такая закономерность может быть объяснена утратой группами интересов стимулов продолжать дискуссию: возможность влиять на ситуацию стала относительно невелика. Однако, с нашей точки зрения, не меньшую роль могло сыграть появление новых информационных поводов, на которые оказалось перенаправленным внимание СМИ. Исследователи, анализируя процесс формирования информационной повестки дня, фиксируют не только наличие конкуренции между различными интерпретациями вопроса в публичном пространстве, но и вероятность вытеснения одних тем другими, более актуальными и интересными аудитории [Хилгартнер, Боск, 2008].

В действительности, предположение о конкуренции тем имеет свои основания. Если рассмотреть динамику числа публикаций по основным событиям августа 2012 г.⁶, мы можем сделать ряд выводов. Прежде всего, очевидно, что в публичной дискуссии за данный период Олимпийские игры являются доминирующей темой и занимают значительную часть публичного пространства, при этом остальные вопросы делят между собой внимание прессы (см. рис. 2). Так, до начала августа ВТО является более популярным вопросом для освещения, чем суд над Pussy Riot, однако впоследствии ситуация начинает меняться. По мере приближения суда над группой, пресса уделяет все большее внимание данному вопросу. Таким образом, вступление России в торговую организацию 22 августа 2012 года оказывается в тени вынесенного 17 августа приговора по делу Pussy Riot.

Исходя из этого могут быть сделаны два вывода: во-первых, конкуренция вопросов за внимание прессы возможна и проявления данного эффекта могут быть наглядно продемонстрированы, во-вторых, одной из при-

⁶ Исследование Левада-центра. Сентябрьские рейтинги одобрения и доверия, положения дел в стране, запомнившиеся события прошедшего месяца. URL: <http://levada.ru/26-09-2012>

чин подобного соперничества тем могут являться запросы аудитории.

Роль аудитории в установлении информационной повестки дня

На последнем эффекте остановимся более подробно. В значительной степени внимание СМИ к тем или иным вопросам определяется предполагаемыми интересами реальной (или потенциальной) аудитории [Grabert, 1980; Leighley, 2004]. СМИ находятся в состоянии постоянной борьбы за долю аудитории, прибыль и репутацию, что заставляет участников процесса производства новостей и публичных дискуссий уделять большее внимание темам, которые привлекают читателей [Picard, 2005].

Однако у такого на первый взгляд позитивного явления, как ориентация на потребителя и его интересы есть и негативная сторона. Прежде всего, в погоне за рейтингами журналисты и редакторы могут искажать содержание новостей, игнорировать значимые события и т.д. Такая манипуляция контентом имеет своей целью приведение информации в соответствие с мнениями и интересами получателя сообщения [Berelson, 1960]. Ориентация на аудиторию приводит также к снижению сложности и насыщенности транслируемой информации. В частности, отмечается наличие эффекта «понижающей селекции» в формировании повестки дня российского телевидения [Зверева, 2009]. Стремясь быть понятными для аудитории, СМИ максимально упрощают транслируемый контент, зачастую играя на наиболее простых и примитивных реакциях человека. Кроме того, ориентируясь на рейтинги, повышающиеся при сообщениях о разного рода (социальные, техногенные, природные) катастрофах, СМИ уделяют больше внимания к негативным новостям [Кольцова, 2001].

Подобный эффект был отмечен и в ходе исследований дискуссии в прессе относительно деятельности ВТО. Исследователи выявили, что популярные издания уделяют максимальное внимание связанным с организацией конфликтам. Большая часть публикаций содержит информацию о протестах, которыми сопровождалась саммиты ВТО, а не о результатах самих встреч [Swinnen, Francken, 2006]. В данном случае наблюдается как проявление «понижающей

селекции» – отсутствие внимания к реальным экономическим последствиям деятельности организации, так и чрезмерное внимание негативным событиям.

В ситуации, когда суд над Pussy Riot привлекает большее внимание прессы, чем предстоящее присоединение к ВТО, также можно предположить наличие «понижающей селекции». Аудитория более заинтересована в информации относительно некоторого «скандального», противоречивого события, а не в ликбезе по международной экономике. Впрочем, это не единственное проявление движения изданий навстречу читателям. Если проанализировать популярные аргументы сторонников и противников присоединения к торговой организации, мы увидим, что наименьшую популярность имеют тезисы, не понятные и не интересные потенциальной аудитории.

К примеру, незначительной популярностью пользовался тезис «присоединение к ВТО позволит нам вступить в ОЭСР» [Барсукова, Коробкова, 2014]. Этот аргумент, вероятнее всего, остался бы не понятым читателем, поскольку в данном случае от него требуется наличие представления относительно особенностей функционирования сразу двух международных организаций. Также не были популярны абстрактные аргументы, констатирующие неопределенность условий вступления в ВТО, неготовность страны к данному шагу или же, напротив, его необходимость в связи с невозможностью отстать от общего порядка [Там же]. Такие заявления являются крайне слабыми с точки зрения привлечения аудитории на свою сторону, выглядят малоубедительными. Следовательно, представители разных групп, заинтересованные в формировании определенного общественного мнения по данному вопросу, стремились избежать подобных тезисов.

Влияние групп интересов на публичный дискурс

Деятельность СМИ и участие представителей различных точек зрения в публичной дискуссии по тому или иному проблемному вопросу может интерпретироваться различным образом. Так, согласно Ю. Хабермасу, независимые СМИ выполняют функцию дискуссионной площадки, в рамках которой стороны высказывают свои мнения относи-

тельно конкретного вопроса. В итоге дискуссия такого рода должна завершиться кристаллизацией позиций и достижением согласия [Хабермас, 1989].

Однако большинство исследователей полагают, что в реальности все обстоит не столь идеалистично. К примеру, согласно статье П. Дайера на американскую прессу оказывают влияние государство и бизнес. Анализируя состав совета директоров крупнейших медиакомпаний, исследователь выявил, что многие их члены одновременно возглавляют иные бизнес-организации, что может способствовать искажениям информации и, несомненно, накладывает отпечаток на редакционную политику [Dreier, 1982]. Проводились аналогичные исследования и в России. О. Кольцова выделяет более широкий спектр агентов влияния на деятельность СМИ, помимо государства и бизнеса она также упоминает личные убеждения редактора и журналистов, а также в некоторых случаях прямое давление со сто-

роны силовых ведомств. Таким образом, влияние на СМИ может осуществляться на различных уровнях (микро и макро) как посредством регулирования условий и создания дискуссионных тем, так и с применением прямого давления [2001]. Рассмотрим, каковы были позиции представителей различных сфер деятельности относительно перспектив вступления России в ВТО (рис. 3). Мы видим, что позиции основных групп интересов существенно различались. Наиболее активными сторонниками скорейшего присоединения России к ВТО выступили политики и чиновники. Среди представителей данной группы 80 % поддерживали принятое решение (в среднем доля статей, одобряющих присоединение к торговой организации, составляла 42 %). В противоположность политикам, представители бизнеса высказывались относительно перспектив членства в ВТО преимущественно негативно (87 %). Оценки экспертов и журналистов были близки к средним.

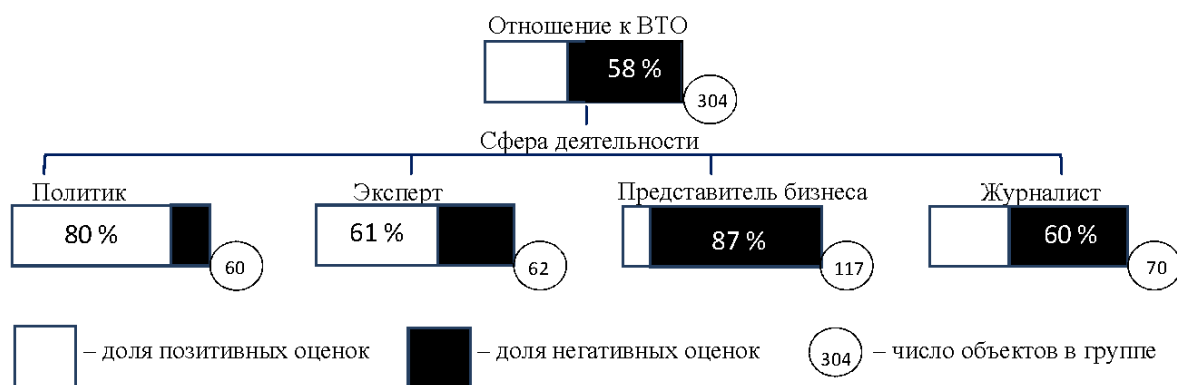


Рис. 3. Оценки вступления России в ВТО сторонами дискуссии

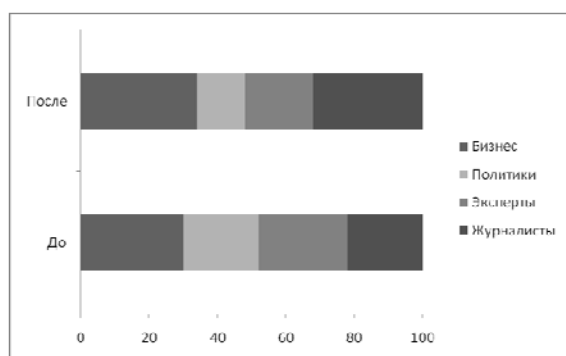


Рис. 4. Активность участия в дискуссии представителей разных сфер деятельности

Факторы, оказывающие влияние на публичную дискуссию
относительно вступления России в ВТО

Группа факторов	Примеры
Внешние факторы	Прохождение переговорного процесса
	Ожидания последствий различных событий
	Экономическая ситуация в России и в мире
	Позиция представителей власти
Ориентация на аудиторию	Приоритет более конфликтным темам
	Упрощение информации
	Избегание «слабых» аргументов
Влияние групп интересов	Представленность группы в публичном пространстве (наличие доступа)
	Аргументы представителей группы

В целом, наличие групп с полярной позицией относительно какого-либо события или решения создает возможность для манипулирования контентом путем предоставления или не предоставления слова представителям каждой из них. Наглядным примером влияния представленности той или иной группы в публичном пространстве на общий тон дискуссии может служить сравнение оценок вступления России в ВТО в прессе и состава участников обсуждения за два периода: полтора года до и после вступления.

В период после того как Россия официально стала членом торгового клуба, доля статей, позитивно оценивающих данное решение, двукратно сократилась (с 47 до 24 %). Разумеется, это можно объяснить столкновением отечественной экономики с трудностями нового положения. Однако возможна и иная интерпретация наблюдаемых изменений. После вступления в торговую организацию снизилась активность участия в дискуссии представителей политической сферы (рис. 4), осуществлявших информационную поддержку проводимой государством внешней политики. При этом несколько увеличилась доля представителей бизнеса в составе участников дискуссии. Можно предположить, что именно это привело к нарушению баланса сил и, следовательно, изменению настроения относительно торговой организации.

Кроме того, представленность сторон в публичном пространстве во многом определяет спектр используемых аргументов и по-

пулярность тех или иных тезисов. В силу различных интересов и неодинаковой компетентности, стороны дискуссии апеллируют к разным аспектам ситуации. Так, в случае с вступлением России в ВТО представители бизнеса вполне закономерно акцентировали внимание на последствиях данного шага для производителя, политики и эксперты обращались к общеэкономическим аргументам макроуровня, а журналисты освещали последствия для потребителей [Барсукова, Коробкова, 2014].

Влияние дискуссии на общественное мнение

Мы видим, что дискуссия по рассматриваемому вопросу формировалась сложным образом. Однако возникает вопрос: удалось ли ее участникам достичь своей цели и достигаться до читательской аудитории? Ответ утвердительный.

Прежде всего, в соответствии с замечанием Б. Коэна о том, что пресса не может диктовать людям, что им следует думать, однако способна формировать в их сознании иерархию вопросов, о которых им следует думать [Cohen, 1963], наблюдается связь числа запросов относительно ВТО в сети Интернет и числа публикаций по данной теме в прессе (коэффициент корреляции = 0,6). Таким образом, публичная дискуссия может привлечь внимание к определенному вопросу и стимулировать людей искать до-

полнительную информацию о каком-либо событии или объекте.

Кроме того, надежды населения относительно ВТО (согласно опросам общественного мнения, проведенным ФОМ и ВЦИОМ в 2012 г.) полностью совпадают с наиболее популярными в публичном пространстве аргументами сторонников решения о присоединении к организации. Впрочем, относительно опасений населения наблюдается иная ситуация: наряду с популярными в прессе аргументами противников ВТО население тревожит ряд более близких им проблем (риск роста цен и повышения безработицы), которые, тем не менее, практически не освещались в СМИ. В данном случае на общественное мнение оказывает влияние субъективная значимость возможных последствий, а также наличие негативного опыта. Так, относительно возможности роста цен в результате вступления в ВТО публикаций в прессе не было, кроме того, не существует логического объяснения предпосылок такого роста. Однако, поскольку в новейшей истории России было немало случаев обесценивания денег, можно предположить, что поколение, пережившее распад СССР и дефолт 1998 г., научилось оценивать любое событие с позиции возможности / невозможности повышения цен.

Заключение

Итак, мы видим, что на течение дискуссии по вопросу вступления России в ВТО оказывало влияние множество факторов, схематически отраженных в таблице выше.

Понимание механизмов формирования публичной дискуссии и возможности оказывать на нее влияния открывает перед нами большие возможности. С одной стороны, такие знания могут облегчить манипулирование контентом, размещаемым в тех или иных публичных пространствах. Однако вместе с тем осознание возможностей управления публичной дискуссией – ключ к формированию новостной грамотности и способности критически оценивать информацию различных источников.

Список литературы

Барсукова С. Ю., Коробкова А. Д. Вступление России в ВТО в зеркале российских

печатных СМИ // *Экономическая социология*. 2014. № 4. С. 20–44.

Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение // *Контексты современности II: Хрестоматия* / Под ред. С. А. Ерофеева. Казань: Изд-во Казан. ун-та. 2001. С. 150–159.

Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // *Политические исследования*. 2003. № 3.

Зверева В. Российское ТВ: теория и практика. Телевидение понижающего стандарта // *Искусство кино*. 2009. № 1.

Кольцова О. Кто и как влияет на производство новостей в современной России // *Pro et Contra*. 2001. № 2.

Хабермас Ю. Структурная трансформация публичной сферы. М., 1989.

Хилгартнер С., Боск Ч. Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // *Социальная реальность*. 2008. № 2.

Berelson B. Communications and Public Opinion // *Mass Communications* / Ed. by W. Schramm. Urbana: Univ. of Illinois Press, 1960. P. 527–543.

Cohen B. The press and foreign policy. New York: Harcourt, 1963.

Dreier P. The position of the press in the U. S. power structure // *Social Problem*. 1982. No. 29.

Graber D. Mass Media and American Politics. Washington, DC: CQ Press, 1980.

Johnstone J., Slawski E. J., Bowman W. W. The Professional Values of American Newsmen // *Public Opinion Quarterly*. 1972. No. 36 (4). P. 522–540.

Kosicki G. M. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research // *Journal of Communication*. 1993. No. 43 (2). P. 100–127.

Leighley J. E. Mass Media and Politics: A Social Science Perspective. Boston, MA: Wadsworth Publ., 2004.

Picard R. G. Money, Media, and the Public Interest // *The Press*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2005.

Swinnen J. F. M., Francken N. Summits, Riots and Media Attention: The Political Economy of Information on Trade and Globalisation // *Journal Compilation*. 2006. No. 5. P. 637–653.

A. D. Kazun

*National Research University Higher School of Economics
20 Myasnitskaya Str., Moscow, 101000, Russian Federation*

anastasiya.kazun@gmail.com

AGENDA-SETTING IN THE PRESS: CASE OF RUSSIA'S WTO ACCESSION

The article is devoted to the analysis of the debate in the press of Russia's WTO accession. The author analyzes 397 articles published in the Russia's press for 3 years (from December 2010 to December 2013). The sample was based on the TPR ranking of press. The author concludes about the causes of fluctuations in the number of references to the organization in the Russian press, popularity of certain arguments of supporters and opponents of joining the «world trade club», impact of the discussion in the media on the public's attention to the WTO and the assessment of the prospects of Russia's membership in this organization. Following factors were highlighted as important for agenda-setting in the press: external circumstances (especially stage of the negotiation process and economic situation), the presence of «competing issues», interests of the audience, positions of groups participated in discussion and their activity in the media.

Keywords: agenda-setting, mass communication, press, WTO, public opinion.