

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

С. Ю. Барсукова, А. Д. Коробкова

Вступление России в ВТО в зеркале российских печатных СМИ¹



БАРСУКОВА Светлана Юрьевна — доктор социологических наук, профессор департамента социологии, заместитель заведующего Лабораторией экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: svbars@mail.ru

Дискуссия относительно рисков и возможных выигрышей для России от вступления во Всемирную торговую организацию (ВТО) продолжается уже достаточно длительное время как в СМИ, так и в научном сообществе. Мнения относительно потенциальных последствий данного решения озвучивали политики, представители бизнеса, журналисты и эксперты. Ожидания сторон дискуссии были различны, представители разных сфер деятельности оперировали неодинаковыми аргументами. Методом нашего исследования является контент-анализ статей в ведущих российских печатных изданиях.

В данной работе мы анализируем динамику интенсивности дискуссии по вопросу вступления России в ВТО и делаем предположение о возможных причинах наблюдаемых колебаний. Наш анализ показывает, что интенсивность дискуссии по данному вопросу зависит от различных факторов, таких как особенности прохождения различных этапов переговоров, интересы сторонников и противников вступления в ВТО, присутствие конкурирующих (более интересных для СМИ и населения) тем.

Мы уделяем особое внимание используемой в ходе дискуссии аргументации и делаем выводы о наиболее популярных доводах сторонников и противников присоединения к Всемирной торговой организации, а также анализируем основу приводимых соображений: апелляцию к условиям присоединения России к ВТО или факту вступления как таковому. Мы также рассматриваем различия в аргументах, используемых бизнесменами, политиками, экспертным сообществом и журналистами.

Если обратить внимание на динамический аспект, можно отметить, что в период после вступления в ВТО дискуссия стала менее эмоциональной. Наблюдается также падение оптимизма по отношению к перспективам членства в организации. Отчасти это может быть обусловлено снижением активности участия в дискуссии представителей политической сферы, которые были наиболее активными сторонниками вступления в ВТО.

Ключевые слова: вступление России в ВТО; массовые коммуникации; публичная дискуссия; пресса; установление повестки дня; группы интересов.

В российской экономической политике 2000-х гг. ни одно, пожалуй, событие не вызвало столько споров и разногласий, как присоединение страны

¹ Исследование осуществлено в 2013–2014 гг. в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ», проект № 12-01-0027.



КОРОБКОВА Анастасия

Дмитриевна — магистр социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: korobkova-n@yandex.ru

к ВТО. Мы не пытаемся судить о том, кто был прав в этом споре. Наша цель — показать, как дискуссия о членстве России в ВТО была представлена в СМИ. Для этого мы выделили наиболее влиятельные печатные СМИ и проанализировали дискуссию о членстве России в ВТО за три года (декабрь 2010 г. — декабрь 2013 г.), то есть за полтора года *до* и полтора года *после* официального присоединения РФ к ВТО. Это позволило нам сравнить аргументы сторонников и противников данного шага, специфику позиции бизнеса, власти и экспертов, а также показать изменения в содержании российских печатных СМИ накануне и после присоединения России к ВТО.

1. Роль СМИ в формировании общественной повестки дня

Вопрос о том, для чего нужно изучать отражение реальности в СМИ, восходит к тому обстоятельству, что информационная повестка дня в обществе формируется при непосредственном участии массмедиа.

Одна из основных функций СМИ состоит в привлечении общественного внимания к определённым вопросам, проблематизации их в публичном пространстве [Wolfe, Jones, Baumgartner 2013]. Однако у исследователей нет единства мнений относительно того, каким образом происходит установление информационной повестки дня. Существует мнение, что внимание СМИ к социальным и экономическим процессам обусловлено исключительно их значимостью для общества. Участники публичных дискуссий выступают лишь в качестве проводников информации, нейтральных наблюдателей [Johnstone, Slawski, Bowman 1972; Graber 1980; Kosicki 1993]. Данный подход, тяготеющий к позитивизму, основывается на уверенности в существовании некоей подлинной и объективной картины мира, которую пытаются отражать СМИ.

Однако есть и альтернативные подходы, согласно которым информационная повестка дня является конструируемой, и именно СМИ способны придать тем или иным вопросам статус социальных проблем. При этом нет «объективной значимости» вопросов, автоматически определяющей степень внимания к ним со стороны СМИ [Blumer 1971]. Интерпретация проблемы зависит от социальной позиции интерпретатора, от его принадлежности к тому или иному профессиональному сообществу [Berger, Luckmann 1966], что делает невозможным «объективное» отражение общественных процессов в СМИ.

На процесс проблематизации различных вопросов, их интерпретацию в СМИ значительную роль оказывают представители власти [Walker 1977; Tidmarch, Hуman, Sorkin 1984] или крупных корпораций [Hill, Watson 2000]. Впрочем, верно и обратное: внимание СМИ к определённой проблеме вынуждает политиков или корпорации принимать меры по её решению. Например, активное обсуждение в СМИ роста преступности в США в середине 1980-х гг. заставило правительство усилить борьбу с этим явлением [Wolfe, Jones, Baumgartner 2013].

Власть может влиять на формирование информационной повестки дня как в виде публичных выступлений представителей политической элиты, так и конкретных мер. Уже было показано, что заявления политиков вызывают лишь кратковременный интерес общества к тому или иному вопросу [Cohen 1995]. Более длительный эффект имеют конкретные действия власти по изменению законодательства или условий осуществления экономической деятельности [Olds 2013]. Иначе говоря, конкретные экономические меры или обещания их скорого осуществления создают наиболее стойкий эффект формирования информационной повестки дня.

Впрочем, неверно думать, что СМИ лишь пассивно транслируют информационную повестку дня, сформированную властью и общественными движениями. СМИ постоянно борются за долю рынка, что заставляет их уделять больше внимания темам, которые привлекают их реальную или потенциальную аудиторию [Berelson 1960; Graber 1980; Leighley 2004; Picard 2005]. Выбор из числа конкурирующих тем и различных интерпретаций одной проблемы является вкладом СМИ в формирование информационной повестки дня в обществе [Berelson 1960; Hilgartner, Bosk 1988].

Ориентация на аудиторию приводит к эффекту «понижающей селекции», когда, стремясь быть понятными для аудитории, СМИ максимально упрощают транслируемый контент, зачастую играя на наиболее простых и примитивных реакциях человека. Примером тому является российское телевидение [Зверева 2009]. Такой подход вызывает ответную реакцию аудитории, которая не просто усваивает информацию, исходящую от СМИ, но и критически её осмысливает.

Тенденция тяготения к скандалам в ущерб серьёзной аналитике отмечалась в дискуссии о ВТО. В частности, указывалось на то, что популярные (массовые) издания больше внимания уделяли информации о протестах, которыми сопровождались саммиты организации, а не о результатах самих встреч [Swinnen, Francken 2006]. Однако, освещая протестные волнения, массовая пресса преимущественно выступала на стороне государства и ВТО [McFarlane, Hay 2003; Hendershot 2004]. Так, при освещении выступлений антиглобалистов против ВТО в 1999 г. в Сиэтле, подчёркивались необразованность, низкая экономическая грамотность и неопрятность протестующих [McFarlane, Hay 2003]. Тем самым СМИ, являясь выразителем интересов политических элит, делали протест нелегитимным и снижали уровень доверия к аргументам его участников.

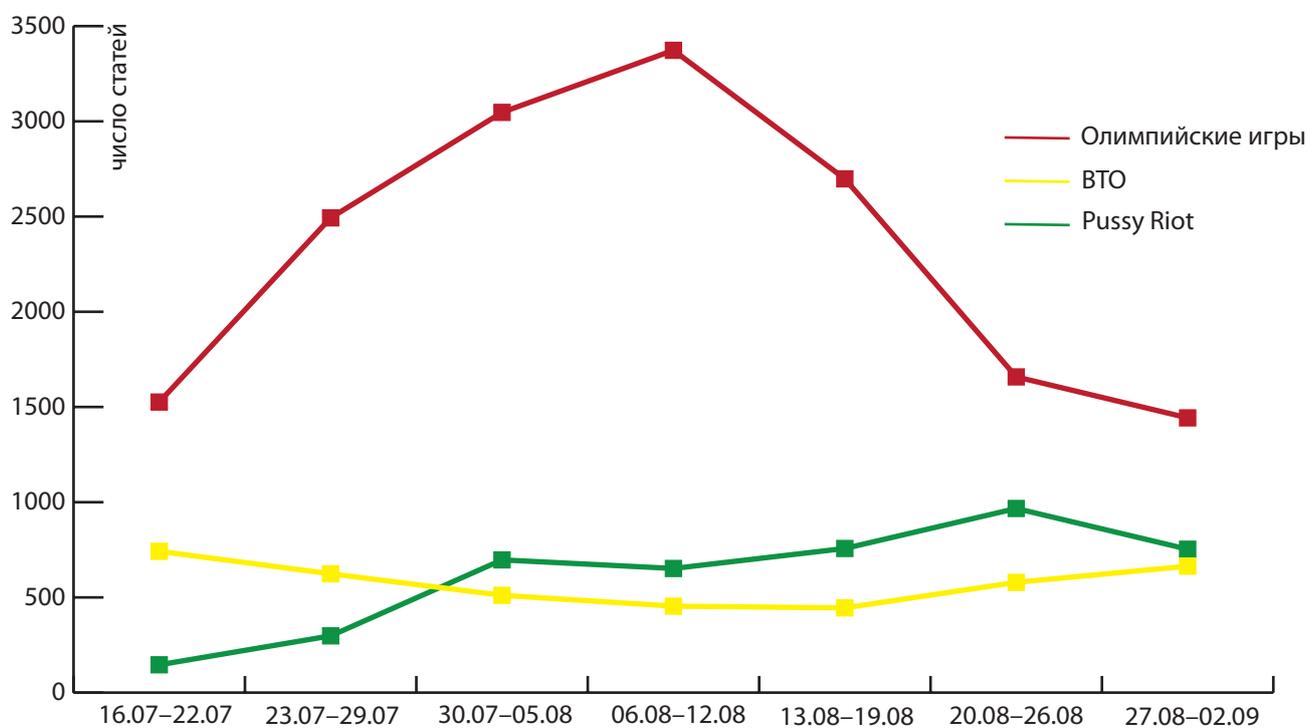
Сравнительный анализ дискуссий о ВТО в публичном пространстве разных стран показал укоренённость этой темы в контексте национальных задач. В частности, были выявлены существенные различия между США и Китаем в публичной дискуссии по поводу правил защиты интеллектуальной собственности в рамках ВТО [Creemers 2012]. Впрочем, заметные различия в дискуссии о ВТО могут наблюдаться не только между странами, но и между регионами внутри одной страны. Например, пресса трёх американских штатов (Северная Каролина, Иллинойс и Калифорния) давала разную оценку присоединению Китая к ВТО, что зависело от того, каковы были прогнозы влияния этого события на экономику данного штата [Kong 1997].

В целом внимание СМИ к ВТО в сегменте массовых, популярных изданий значительно повышалось в связи с крупными событиями: саммитами, встречами на высоком уровне и протестными акциями антиглобалистов [Swinnen, Francken 2006]. Вне событий такого рода деятельность Всемирной торговой организации находилась, скорее, на периферии интересов СМИ.

Безусловно, ранжирование проблем и отношение к ним со стороны общества не являются точной копией содержания СМИ. Формирование информационной повестки дня в обществе происходит на трёх уровнях: экспертно-политическом, медийном и на уровне отдельных индивидов [Rogers, Dearing 1988]. Представители политической сферы и экспертного сообщества создают информационный повод для

СМИ, совершая определённые действия и делая публичные заявления. Далее, СМИ под влиянием внешних и внутренних факторов принимают решение о том, какое внимание следует уделить проблеме и на каких её аспектах сконцентрироваться. Под влиянием СМИ (а также иных факторов) формируется мнение индивидов. Сложившееся общественное мнение оказывает влияние на действия политиков и работу СМИ, что ведёт к взаимообусловленности трёх уровней формирования информационной повестки дня.

В этой логике роль СМИ в формировании представления людей о важности и характере того или иного события трудно переоценить. Косвенно это подтверждается совпадением ранга значимости событий в опросах общественного мнения и частоты упоминаний этих событий в СМИ. Так, согласно опросам Левада-Центра, 65% россиян самым значительным событием августа 2012 г. (в это время Россия вступила в ВТО) считали Олимпийские и Паралимпийские игры в Лондоне; 22% — суд над Pussy Riot; 18% — вступление страны в ВТО². Сравним эти данные с данными о том, как часто писали об этих событиях российские СМИ в июле — августе 2012 г. (см. рис. 1). Нетрудно заметить, что мнение людей о важности событий полностью соответствует частоте их упоминаний в СМИ.



Источник: база «Интегрум», содержащая полнотекстовые версии российских газет и журналов.

Рис. 1. Частота упоминаний ВТО, Pussy Riot и Олимпиады в печатных СМИ (июль — август 2012 г.)

Пространство СМИ интересно для социологов, поскольку отражает позиции участвующих в дискуссии сторон, специфику их интересов и способов аргументации. Это доступный для анализа массив публичных выступлений представителей бизнеса, власти и научного сообщества, фиксирующий точки несовпадения мнений, динамику воззрений, состав участников дискуссии.

² См. URL: <http://www.levada.ru/26-09-2012/sentyabrskie-reitingi-odobreniya-i-doveriya-polozheniya-del-v-strane-zapomnivshiesya-soby>

2. Методика исследования: хронологический период, выборка СМИ, схема анализа статей

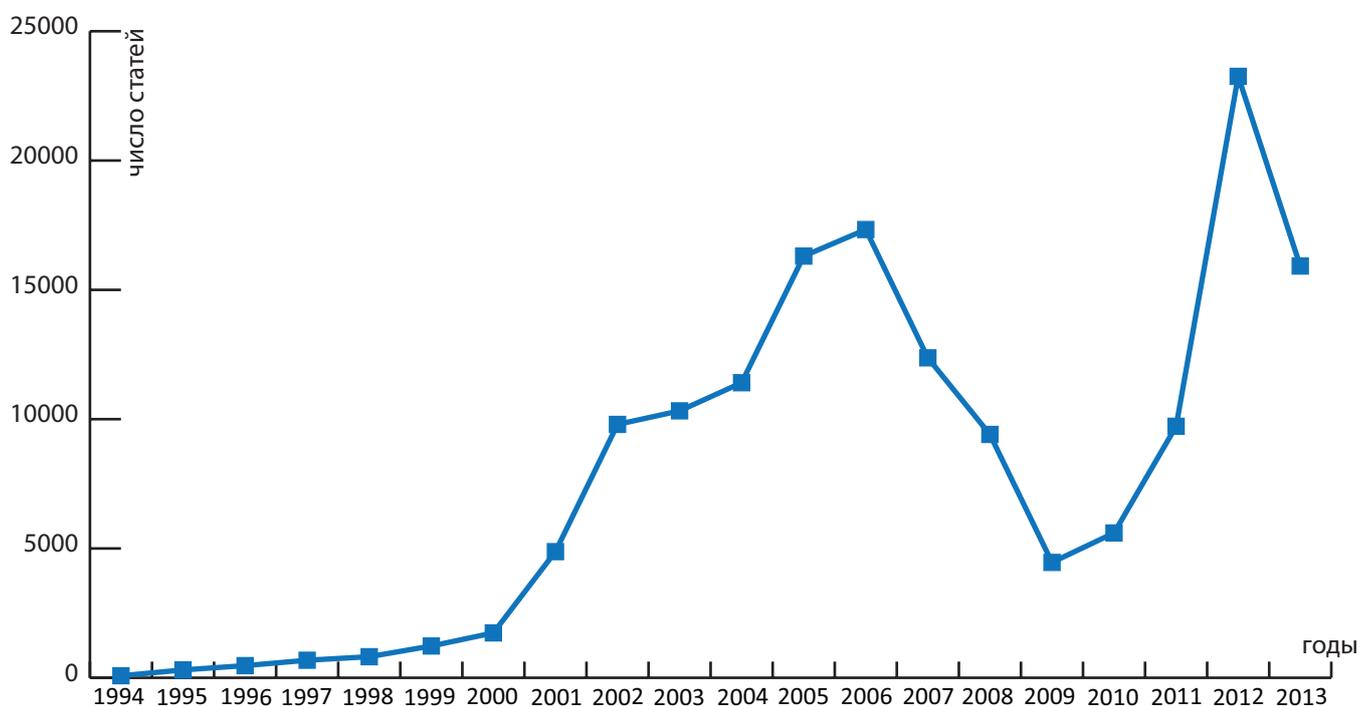
Прежде чем описывать содержательные результаты анализа, изложим алгоритм нашей работы. Мы расскажем, чем руководствовались, выбирая период анализа и формируя выборку газет и журналов, как отбирали пригодные для анализа статьи и по какой схеме с ними работали.

2.1. Хронологический период

Анализ дискуссии в печатных СМИ по вопросу членства России в ВТО охватывает три года: декабрь 2010 г. — декабрь 2013 г. Какие существуют обоснования для выбранного периода?

Напомним, что Россия вела переговоры по поводу присоединения к ВТО в течение 18 лет. И все эти годы с той или иной интенсивностью в СМИ шла дискуссия о целесообразности этого шага (см. рис. 2). Первый пик интереса к этой теме приходится на 2006 г., когда в рамках Азиатско-Тихоокеанского форума Россия договорилась с США по вопросу о присоединении к ВТО. Успех в двусторонних переговорах с Америкой породил надежду на скорое вступление в эту торговую организацию. Однако надежда не оправдалась, что привело к резкому спаду интереса к данной теме.

Новый виток интенсификации дискуссии о членстве России в ВТО приходится на конец 2010 г., что связано с саммитом Россия — ЕС, на котором был подписан Меморандум о завершении двусторонних переговоров между Россией и Евросоюзом по вступлению России в ВТО³. Это важное событие означало, что Россия вышла на финишную прямую в марафоне вступления в ВТО.



Источник: база газетных и журнальных статей «Интегрум».

Рис. 2. Динамика упоминаний ВТО в российских печатных СМИ

³ См. российский информационный сайт о Всемирной торговой организации; режим доступа: URL: <http://www.wto.ru>

И действительно, 22 августа 2012 г. Российская Федерация стала 157-м членом ВТО, после чего внимание СМИ пошло на убыль. Присоединение нашей страны к ВТО разбивает период нашего исследования на два хронологических промежутка — примерно полтора года *до* и полтора года *после* вступления России в ВТО. Полтора года, конечно, незначительный срок, если учесть, что, по версии сторонников присоединения к ВТО, преимущества этого шага проявятся в отдалённом будущем. Однако этот срок достаточен для первых обобщений того, как изменилось освещение проблемы вступления в ВТО в российских СМИ. Выбранные временные рамки позволяют нам проанализировать предмет дискуссии, основные платформы конфликтов и высказываемые аргументы *накануне* и *после* присоединения России к этой организации.

2.2. Эмпирическая база исследования, или Как отбирались статьи для анализа

Мы анализировали дискуссию, отражаемую в российских печатных СМИ, обращённых к широкой читательской аудитории. Речь идёт о популярных новостных, деловых и общественно-политических изданиях. Такой подход накладывает три ограничения, поскольку из анализа исключаются, во-первых, специализированные научные журналы; во-вторых, зарубежные СМИ; в-третьих, материалы радио- и телеэфиров, а также интернет-издания, не имеющие печатной версии⁴. Идеологическая направленность СМИ, наоборот, не являлась основанием для их игнорирования, так как наша задача состоит в представлении разнообразных мнений по вопросу членства России в ВТО.

В России на сайте Роспечати заявлены около 90 тыс. изданий, включая центральные, региональные, отраслевые⁵. Примерно столько же зарегистрировано в Роскомнадзоре⁶. Но их значительная часть не оказывает влияния на характер общественной дискуссии, являясь «карликами» общественно-политического медийного пространства. В целом доверие россиян к отечественным печатным СМИ выше, чем к радио и зарубежным СМИ, но ниже, чем к Интернету и телевидению⁷. Подчеркнём, что тираж не является определяющим фактором в установлении весомости издания. Скромный тираж может сочетаться с высоким уровнем цитирования другими изданиями, что поднимает значимость малотиражного журнала в общественном дискурсе. Для анализа мы отобрали наиболее влиятельные газеты и журналы, основываясь на рейтинге TPR (Title Popularity Ranking) печатных изданий России⁸. Данный рейтинг формируется исходя из таких параметров, как тираж издания, цена рекламной полосы и цитируемость другими печатными изданиями. Таким образом, производится оценка популярности газеты или журнала на трёх уровнях коммуникационного пространства — среди населения, рекламодателей и журналистов.

Далее, из списка наиболее популярных и влиятельных изданий мы выбрали по три из разных информационных категорий. Первая категория: *массовые газеты*. В этой группе оказались «Аргументы и

⁴ Научные журналы исключались из выборки, поскольку их чтение предполагает квалификационный ценз, что сужает аудиторию. Электронные журналы не входят в выборку, поскольку не охватывают аудиторию, не имеющую доступа к Интернету.

⁵ См. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/newsmi.html?maincustom0=1&>

⁶ См. URL: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/>

⁷ На вопрос: «Какие источники массовой информации наиболее точно и достоверно, по Вашему мнению, отражают сейчас обстановку в нашей стране?» — только 13% россиян выбрали центральную печать, тогда как центральное телевидение — 40%, Интернет — 45% (июнь 2013 г.) (см.: [Левашов 2013: 257]).

⁸ Title Popularity Ranking (TPR) — рейтинг популярности российских СМИ; составляется на основе открытых данных и не зависит от мнения отдельных экспертов. Обновляется раз в квартал. Режим доступа: URL: <http://www.exlibris.ru/rejting-izdaniy>

факты» («АиФ»), «Московский комсомолец» («МК») и «Комсомольская правда»⁹. Вторая группа: *популярные деловые издания*, в их числе журнал «Эксперт», газеты «Коммерсантъ» и «Ведомости»¹⁰. Третья категория: *общественно-политические газеты*. В ней лидируют «Российская газета», «Известия» и «Новая газета». Таким образом, мы отобрали по три лидера (рейтинг TPR) в трёх информационных категориях, получив выборку из девяти изданий. Нетрудно заметить, что данные издания отражают разные политические позиции (либеральные «Новая газета» и «Коммерсантъ» соседствуют с провластной «Российской газетой»), следовательно, можно ожидать, что наша выборка отражает разнообразие высказываемых мнений и аргументов.

Сформировав выборку наиболее популярных печатных изданий, мы обратились для анализа публикаций к информационному ресурсу «Интегрум»¹¹. Как и ожидалось, на страницах выбранных популярных изданий активно обсуждалась тема ВТО. В целом эти издания за три выбранных года содержат 2815 статей с упоминанием ВТО, в том числе 1636 статей за период до вступления в ВТО (декабрь 2010 г. — август 2012 г.) и 1179 статей после. Но единицей анализа для нас является не статья, а *мнение*, высказываемое на страницах печатных СМИ. Оказалось, что подавляющая часть публикаций не содержит мнений, а носит исключительно информационный характер или же ограничивается простым упоминанием ВТО как символа интеграционных процессов, без развития этой темы. Такие статьи независимо от объёма и информационной насыщенности исключались из дальнейшего анализа как нерелевантные задаче исследования, как «информационный шум». В результате пригодным для анализа стал массив из 397 статей (175 статей до присоединения к ВТО и 222 статьи после) (см. табл. 1).

Таблица 1

**Статьи в популярных изданиях по проблеме ВТО
(декабрь 2010 г. — декабрь 2013 г.)**

Лидеры печатных СМИ (по данным рейтинга TPR)	Число публикаций до вступления РФ в ВТО (декабрь 2010 г. — август 2012 г.)		Число публикаций после вступления РФ в ВТО (сентябрь 2012 г. — декабрь 2013 г.)	
	Всего	Статьи, содержа- щие мнение о це- лесообразности членства в ВТО	Всего	Статьи, содержа- щие мнение о це- лесообразности членства в ВТО
Массовые газеты («Аргументы и факты», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда»)	336	56	280	68
Популярные деловые издания («Экс- перт», «Коммерсантъ», «Ведомости»)	748	56	497	94
Общественно-политические газеты («Российская газета», «Известия», «Новая газета»)	552	63	402	60
Всего	1636	175	1179	222

⁹ На протяжении 2011–2013 гг., по данным TPR, первое-второе места среди массовых газет делили «АиФ» и «Комсомольская правда», а треть-четвёртое занимали «Московский комсомолец» и «Жизнь».

¹⁰ Среди деловых газет «Коммерсантъ» неизменно занимает первое место, «Ведомости» стоят на второй-третьей позициях. Среди деловых журналов «Эксперт» уступает только «Forbes». Мы включили в анализ «Эксперт», а не «Forbes» из-за большей популярности этого издания у российского населения.

¹¹ «Интегрум» — база, содержащая полнотекстовые версии российских газет и журналов. Всего в ресурсе представлены около 500 отечественных журналов, более 250 центральных и 1000 региональных газет.

Мы видим, что после вступления в ВТО значительно сократилось число статей с упоминанием этой организации. Однако число «проблемных» статей, содержащих суждение, возросло: за полтора года до вступления в ВТО лишь примерно в 10% статей выражалось мнение о целесообразности этого шага, тогда как в последующие полтора года уже в 20% статей содержатся рассуждения о том, что нам это дало.

2.3. Схема анализа статей

Для анализа содержания статей была использована модель коммуникации Лассуэла (см.: [Lasswell 1927]). Согласно данной модели интерес представляют фигура инициатора коммуникации, характер сообщения, характеристики реципиента и канала коммуникации, фон дискуссии и эффект сообщения. Фактически эта схема сводится к нескольким вопросам: кто, что, как, кому и когда говорит в ходе дискуссии? Операционализация этого подхода представлена в табл. 2.

Таблица 2

Операционализация анализа статей

Блоки	Индикаторы	Показатели
Субъект высказывания	Сфера деятельности	Экономика (промышленность, сельское хозяйство, проч.); Политика, государственное управление; Наука и (или) экспертиза; Журналистика
Характер сообщения	Отношение к членству России в ВТО	Негативное; Нейтральное; Позитивное
	Эмоциональная окрашенность мнения	Эмоциональное; Неэмоциональное
	Предмет высказывания	Целесообразность вступления России в ВТО; Условия вступления России в ВТО; Адаптация к работе в условиях ВТО
	Платформа высказывания	Экономические проблемы отраслей; Интересы потребителей; Геополитические интересы страны
	Уровень аргументации	Абстрактные аргументы (повышение престижа страны, невозможность остаться в стороне от процессов глобализации, угроза суверенитету и проч.); Конкретные аргументы (использование конкретных данных, примеров, ссылка на авторитетные лица)
Характер аргументации		Апелляция к авторитетам;
		Апелляция к опросам общественного мнения;
		Апелляция к статистике;
		Апелляция к историческим примерам;
		Апелляция к опыту других стран;
	Апелляция к научным данным, экономическим моделям;	
	Отсутствует	

Таблица 2. Окончание

Блоки	Индикаторы	Показатели
Характер канала коммуникации	Направленность издания	Массово-информационное; Деловое; Общественно-политическое
	Идеологическая приверженность издания	Либеральное; Условно нейтральное; Провластное

Для простоты изложения мы делим участников дискуссии о ВТО на четыре группы: (1) «политики», то есть представители законодательной и исполнительной власти федерального и регионального уровней, политических партий; (2) «бизнес», или владельцы и управляющие предприятиями; (3) «эксперты» — представители научного сообщества, общественных организаций; (4) журналисты.

3. Дискуссия в СМИ о членстве России в ВТО, или Спор о том, нужно ли было вступать и что нам это дало

В период, непосредственно предшествующий вступлению России в ВТО, дискуссия в печатных СМИ была посвящена необходимости или, напротив, невозможности этого шага. Спор на тему «Оно нам надо?» вёлся довольно интенсивно и эмоционально. Затем, на фоне свершившегося факта, дискуссия о ВТО не исчерпалась, но перешла к анализу того, что же реально дало российской экономике членство в ВТО. Наша задача: выявить основные особенности дискуссии, каталогизировать аргументы противников и сторонников присоединения России к ВТО, охарактеризовать позиции представителей бизнеса, власти и науки в пространстве СМИ.

3.1. Изменения в дискуссии, посвящённой членству России в ВТО

Дискуссия в печатных СМИ, перейдя от спора о целесообразности вступления в ВТО к анализу реальных возможностей и рисков, возникших в новых условиях, значительно изменилась.

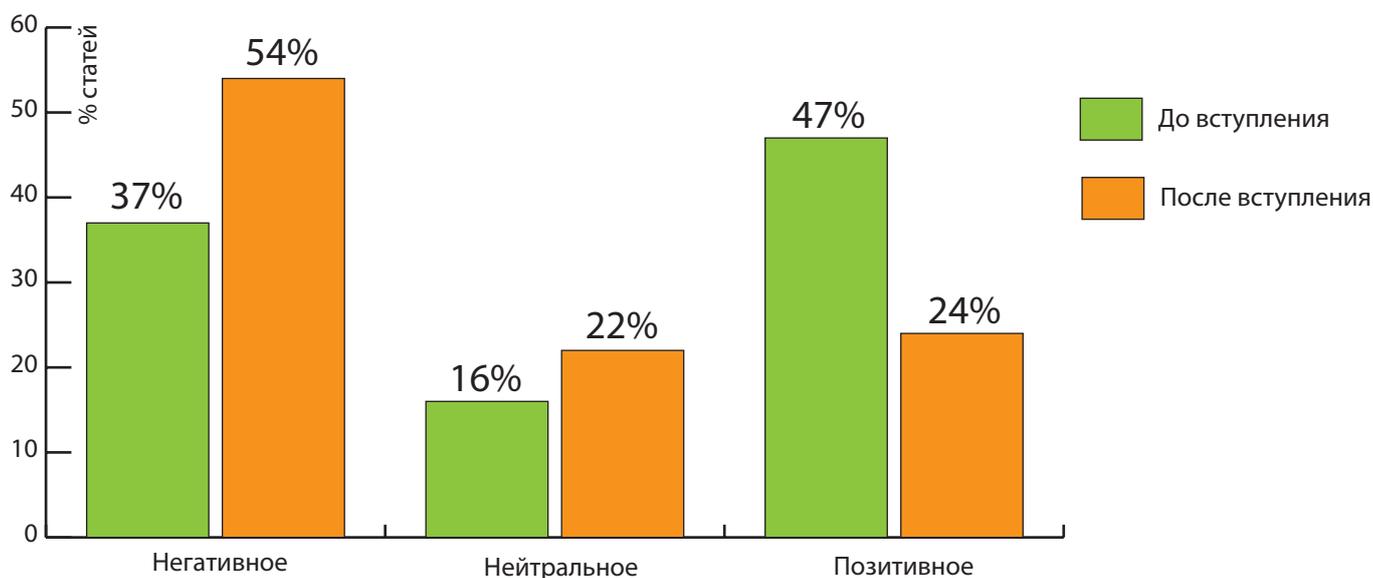


Рис. 3. Отношение к вступлению России в ВТО

Во-первых, заметно *падение оптимизма по поводу членства России в ВТО*. Если до присоединения России к ВТО в пространстве печатных СМИ с небольшим перевесом доминировали сторонники этого шага, то после августа 2012 г. более популярной стала критическая позиция. Так, в течение полутора лет, непосредственно предшествующих присоединению России к ВТО, позитивное отношение отражали 47% статей, а негативное — 37%. В последующие полтора года ситуация заметно изменилась: только в 24% статей сохранился позитивный настрой, и в 54% содержится критика условий, в которых оказалась российская экономика в связи с членством в ВТО (см. рис. 3). Более того, если прежний перевес оптимизма над пессимизмом был незначительным, что свидетельствовало о напряжённости дискуссии в СМИ, то теперь негативное отношение стало абсолютным лидером информационного пространства.

Подобное изменение настроения в печатных СМИ связано с тем, что за полтора года членства в ВТО участники дискуссии столкнулись с рядом трудностей и утратили былые иллюзии. Впрочем, существует и другое объяснение падения оптимизма: из дискуссии стали уходить политики и эксперты, которые в период, непосредственно предшествующий вступлению России в ВТО, наиболее активно поддерживали этот шаг (см. рис. 4). Провластные политики и чиновники потеряли интерес к этой теме, как только вопрос оказался решённым. Мнение же оппозиционных политиков в печатных СМИ было представлено минимально, что говорит не столько о качестве СМИ, сколько о качестве оппозиции. После вступления в ВТО место политиков и экспертов в дискуссии заняли представители бизнеса и журналисты. Критический настрой бизнеса задал тон дискуссии, придав ей менее оптимистический характер. Журналисты же, до вступления в ВТО не имеющие однозначной позиции и рассуждающие обо всех возможных аспектах присоединения к ВТО, впоследствии стали «специализироваться» на интересах потребителей (динамика цен, некачественные импортные продукты) и заняли преимущественно критическую позицию по вопросу о членстве в ВТО.

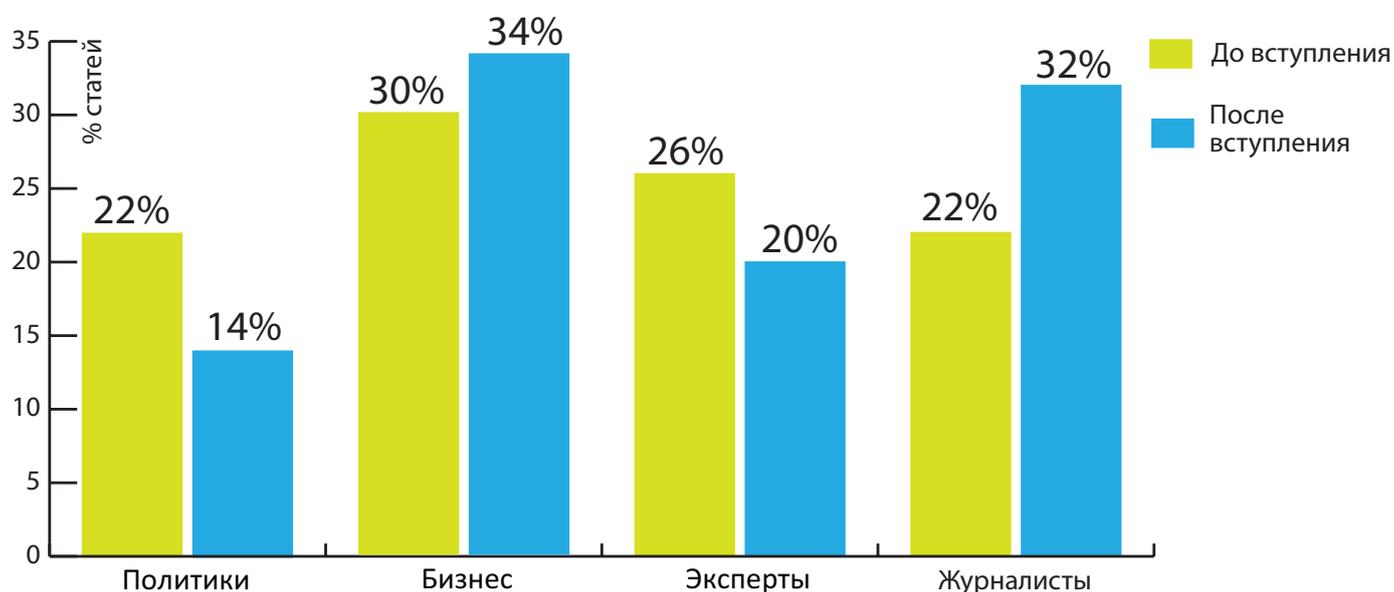


Рис. 4. Участие в дискуссии представителей разных сфер деятельности

Во-вторых, дискуссия сместилась *от обсуждения самого факта членства в ВТО к условиям, на которых Россия стала членом этой организации*. До августа 2012 г. в абсолютном большинстве статей (68%) критиковался или одобрялся сам факт присоединения к ВТО, и лишь в 32% случаев высказывалось мнение относительно конкретных аспектов присоединения — изменения размеров пошлин, разрешённого объёма субсидий, лимитов на государственную помощь и проч. После вступления в ВТО

дискуссия в СМИ стала более конкретной. Только теперь для многих стали понятны условия членства в ВТО, что неприятно удивило представителей некоторых сфер бизнеса¹².

Особенно критичной была позиция свиноводов, ясно заявивших о своих проблемах в связи с ВТО. Снижение импортных пошлин совпало с удорожанием кормов, что поставило отрасль на грань рентабельности. Представители бизнеса в подобной ситуации резко критиковали условия, на которых страна присоединилась к торговой организации. Однако если прежде критика была нацелена на блокирование членства в ВТО, то теперь речь шла о мерах, поддерживающих отрасль в рамках коридора возможностей, разрешённых ВТО. Критика условий присоединения России к ВТО стала легитимной рамкой лоббизма, способом торга с властью с целью получения отраслевых преференций, «нейтрализующих» урон, нанесённый в ходе вступления в ВТО.

Косвенным доказательством этого тезиса служит то, что первые статьи, подчёркивающие негативные последствия присоединения к ВТО, появляются уже в сентябре-октябре 2012 г., то есть буквально через месяц-два после вступления. Очевидно, что объективных изменений за столь короткий период произойти не могло. Констатация разрушительных последствий членства в ВТО для той или иной сферы отечественного бизнеса была попыткой манипулирования общественным мнением для получения дополнительной государственной поддержки и льгот.

В-третьих, *снизилась эмоциональная нагруженность дискуссии*. Впрочем, это закономерно, поскольку накануне вступления наибольшей эмоциональностью отличались статьи, направленные против ВТО. Позитивные суждения о присоединении к ВТО излагались без особых эмоций. Когда присоединение к ВТО стало свершившимся фактом, борьба потеряла смысл, и обсуждение продолжилось в более спокойной манере: 84% статей не содержат никаких экспрессивных выражений («катастрофа», «гибель», «ужасные последствия» и т. д.), в них только освещаются факты и излагаются суждения.

К числу постоянных характеристик дискуссии следует отнести её преимущественно *неаргументированный характер*. И до, и после вступления России в ВТО, наиболее распространённой формой участия в дискуссии являются декларативные заявления о рисках и возможностях этого шага. Около 60% статей представляют собой рассуждения, абсолютно лишённые каких-либо аргументов (см. табл. 3). Этим грешат обе стороны дискуссии, но особенно часто голословность встречается в статьях, поддерживающих вступление России в ВТО. До августа 2012 г. неаргументированные статьи, являясь элементами пропаганды, обеспечивали информационную поддержку или призывали на борьбу с готовящимся членством в ВТО. Авторы статей призывали встать под их знамёна, не приводя рациональных доводов. Под видом участия в дискуссии велась пропагандистская кампания, апеллирующая к эмоциональным категориям в ущерб рациональным аргументам и обоснованиям. Однако после вступления в ВТО, когда необходимость в пропаганде исчезла, эмоциональность дискуссии снизилась, но аргументированность не возросла.

Если аргументы и использовались, то преимущественно статистического характера. Интересно, что статистика подставляла плечо как сторонникам, так и противникам присоединения к ВТО. Одни ссы-

¹² «Только после окончания всех процедур по вступлению в ВТО российские мясопереработчики узнали правду об условиях, которые предусмотрены для их отрасли, и были неприятно удивлены» (Литвинова Н. 2012. Колбасная капитуляция. *Эксперт*. 36 (818). URL: <http://expert.ru/expert/2012/36/kolbasnaya-kapitulyatsiya/>). «С нами действительно согласовывали объёмы квот, мы пошли на уступки и оставили их на уровне пятилетней давности. Но никто ни разу не сказал нам, что пошлина в 40 процентов на ввоз живых свиней, которую мы пробили в 2009 г. и которая сразу позволила снизить объём ввоза с миллиона голов вполонину, вернётся на уровень 5 процентов. Не знаю, почему не сказали, — по недогляду, недосыпу, а может, специально» (Литвинова Н. 2012. Свиноводов поймали на «живка». *Эксперт*. 39 (821). URL: <http://expert.ru/expert/2012/39/svinovodov-pojmali-na-zhivka/>)

лались на разницу издержек отечественных и зарубежных производителей ввиду различия природно-климатических условий, другие приводили статистические доказательства неэффективности отечественного производства, тем самым обосновывая необходимость серьёзных перемен под давлением членства в ВТО. Иначе говоря, статистика использовалась для аргументации противоположных позиций.

Меньшей популярностью пользовались отсылки к опыту других стран — членов торговой организации. Накануне вступления в ВТО об этом писали лишь 7% статей, а после — и того меньше (3%). При этом сторонники вступления России в ВТО, как правило, приводили пример Китая, Вьетнама и Гонконга, а противники — Украины и Киргизии. Буквально единичны случаи обращения к научным моделям. И совсем проигнорированы аргументы, апеллирующие к мнению населения.

Таблица 3

Обоснование мнений до и после присоединения России к ВТО

Обоснование мнений	Доля статей (в %)	
	До вступления в ВТО	После вступления в ВТО
Апелляция к статистике	30	38
Апелляция к зарубежному опыту	7	3
Апелляция к истории	3	1
Апелляция к научным моделям	1	0
Мнение не обосновано	59	58

Таким образом, дискуссия в печатных СМИ по вопросу о ВТО стала менее оптимистичной и эмоциональной, но более фокусированной на условиях членства в этой организации для конкретных отраслей, что придало дискуссии форму законспирированного лоббизма. При этом более аргументированной дискуссия не стала. Предельно огрубляя ситуацию, можно сказать, что накануне присоединения России к ВТО основной спор шёл между оптимистами-пропагандистами в лице политиков и чиновников, с одной стороны, и пессимистами-практиками от бизнеса — с другой. После вступления в ВТО представители бизнеса стали задавать тон дискуссии.

3.2. Аргументы сторонников и противников членства России в ВТО

Анализ статей позволяет выявить аргументы, используемые в дискуссии о ВТО. Логично было предположить, что до вступления в ВТО в СМИ будет обсуждаться целесообразность этого шага, а после — способы адаптации к работе в новых условиях. Однако это предположение оказалось верным лишь в первой части. Способы адаптации не стали темой для обсуждения, вместо этого продолжилось обсуждение угроз и возможностей в свете членства в ВТО, то есть *структура аргументов осталась прежней* (см. табл. 4). В одной статье могли использоваться несколько аргументов.

Приведём текстовые иллюстрации наиболее популярных аргументов, приводимых противниками вступления России в ВТО.

Первое место, устойчиво и с большим отрывом, занимает аргумент о том, что членство в ВТО создаёт угрозу отдельным отраслям:

Российским производителям свинины в следующем году грозят убытки: из-за засухи корма подорожали, а из-за вступления в ВТО свиньи подешевели. (Никитина Е. 2012. Подложили свинину. *Ведомости*. 241.)

После вступления России в ВТО ввозные пошлины на комбайны сразу снизились до 5% — в 3 раза на новые и в 5 раз на поддержанные машины, напоминает совладелец «Ростсельмаша» Константин Бабкин. Это поставило под угрозу отечественное производство, говорит он. Производители сельхозтехники были в первых строчках списка отраслей, пострадавших от присоединения к ВТО. (Стеркин Ф., Штанов В. 2012. Россия защищается. Ведомости. 246.)

Распространено мнение о том, что помимо отдельных отраслей пострадает и российская экономика в целом:

Сегодня, со вступлением в ВТО, даже оставшиеся компании становятся пессимистами: заградительные пошлины перестали действовать, границы открыты, отечественным компаниям стало гораздо труднее конкурировать с иностранными гигантами, которые увеличили поставки в нашу страну. (Инкижинова С. 2013. В погоне за беби-бумом. Эксперт. 26 (857).)

Неконкурентоспособность отечественного производителя занимает третье место в параде доводов против ВТО:

Безусловно, мы не сможем конкурировать в открытой экономической системе, в которой мы оказались после вступления в ВТО, например, с предпринимателем из Кореи, для которого заимствование стоит пять процентов, или с предпринимателем из Великобритании, для которого оно стоит меньше трёх процентов. (Фадеев В. 2012. Замысел капитала. Эксперт. 40 (822).)

По сравнению с 2007 годом цены на газ в России в долларовом выражении увеличились в два раза, а рост цен на электроэнергию составил 67%; электроэнергия и железнодорожные перевозки у нас сегодня дороже, чем в США. Промышленность постепенно умирает, имея, с одной стороны, такие базовые издержки, а с другой — ВТО... (Жегло С. 2013. Кризис ещё можно остановить. Эксперт. 43 (873).)

Россия, с её плохим климатом, большими транспортными издержками, высокими тарифами и налогами, изначально не сможет конкурировать с иностранцами за рынки сбыта. (Зыкова Т. 2010. Внесённые в ВТО. Российская газета. 289 (5368).)

Таблица 4

Аргументы против присоединения России к ВТО

Аргумент	Доля статей, содержащих соответствующий аргумент (в %)	
	До вступления в ВТО	После вступления в ВТО
Угроза отдельным отраслям	41	40
Угроза экономике в целом ввиду неконкурентоспособности отечественных производителей	56	27
Ограничение на поддержку проблемных отраслей	13	11
Рост некачественного импорта (ГМО и др.)	7	7
Сокращение налоговых поступлений	6	4
Рост безработицы и (или) отсутствие новых рабочих мест	6	2

Таблица 4. Окончание

Аргумент	Доля статей, содержащих соответствующий аргумент (в %)	
	До вступления в ВТО	После вступления в ВТО
Угроза продовольственной безопасности страны	5	1
Неготовность страны к вступлению	4	1
Угроза суверенитету страны	1	1
Рост цен	0	1
Отсутствие кадров, способных защищать интересы страны в международных торговых спорах	0	4
Возможность претензий к России со стороны стран — членов ВТО	0	8

Из таблицы 4 видно, что такие политизированные тезисы, как угроза суверенитету страны или угроза продовольственной безопасности, ни до, ни после присоединения к ВТО не пользовались популярностью. Наибольшее беспокойство вызывают вполне конкретные риски: угрозы отдельным отраслям и внутреннему рынку в целом, неконкурентоспособность российских производителей. Однако после вступления в ВТО угроза отдельным отраслям становится безусловным лидером дискуссии, особенно часто в связи с этим вспоминается снижение пошлин. Дискуссия всё более смещается к обсуждению проблем отраслей, а не экономики в целом. Лидерами «тревожного списка» становятся свиноводы, сельскохозяйственное машиностроение и автопром.

Возникают и новые темы для обсуждения. Например, накануне вступления в ВТО говорилось исключительно об ожидаемом в связи с этим снижении цен. После присоединения к ВТО стали писать о повышении цен в результате введения утилизационного сбора для компенсации снижения импортных пошлин на автомобили.

Только после присоединения к ВТО появляются статьи, где выражается обеспокоенность намерениями некоторых стран обратиться в суд ВТО для получения компенсаций ввиду дискриминационной экономической политики России. Тревогу начинает вызывать отсутствие в стране юристов, разбирающихся в правилах ВТО и способных защищать интересы России в суде. Словом, список «тревог» не сократился, а, наоборот, расширился по мере того, как предполагаемое членство в ВТО стало реальностью.

Обратимся к рассмотрению аргументов оппонентов. «Тремя китами» аргументации в пользу ВТО являются предположения о том, что присоединение к организации создаст стимул к развитию, снизит цены и позволит российским компаниям выйти на международные рынки (см. табл. 5). В качестве иллюстрации приведём выдержки из СМИ.

Вступление в ВТО даст экономике импульс для развития. Вырастут объёмы торговли. Потеряем в пошлинах — приобретём в налогах. (Беляков Е. 2012. И вот мы всё-таки вступили в ВТО. Комсомольская правда. 101.)

Участие в организации станет стимулом для модернизации экономики, улучшения делового климата, позволит России занять более выгодные позиции в системе международного разделения труда... (Товкайло М., Стеркин Ф. 2012. ВТО хуже кризиса. Ведомости. 222.)

Международные рынки, как ожидается, откроются по факту вступления России в ВТО:

От партнёров Россия ожидает улучшения доступа наших товаров на международные рынки. (Кукол Е. 2011. ВТО самое время. *Российская газета*. 285 (5661).)

Участие России в ВТО... поможет продвижению нашей сельхозпродукции на внешние рынки. (Гудкова В., Буравчикова Д. 2012. Свинье не товарищ. Что ждёт сельское хозяйство после вступления в ВТО? *Аргументы и факты*. 28.)

Не комментируется то обстоятельство, что Россия стала крупнейшим экспортёром зерна, не будучи членом ВТО.

При вступлении в ВТО безусловным благом объявляется снижение цен:

Чем больше придёт к нам компаний, чем больше они будут конкурировать друг с другом — тем больше будут снижаться цены. (Кафтан Л. 2011. Для России ВТО — это благо или зло? *Комсомольская правда*. 176.)

Что же означает для нашей страны включение в ВТО? Прежде всего могут выиграть потребители, поскольку доступ большего количества иностранных производителей должен привести к повышению качества и снижению цен. (Овчинников Р., Полякова Ю. 2011. Вступление в ВТО должно снизить цены. *Известия*. 238.)

Заметим, что только в случае с ценами объясняется механизм их снижения. Грядущее развитие и перспективы экспорта не содержат признаков аргументации.

Таблица 5

Аргументы в пользу присоединения России к ВТО

Аргумент	Доля статей, содержащих соответствующий аргумент (в %)	
	До вступления в ВТО (175 статей)	После вступления в ВТО (222 статьи)
ВТО — стимул к развитию отечественной экономики	20	9
Снижение цен на потребительские товары	19	10
Выход на международные рынки	17	11
Иностранные инвестиции	13	3
Поддержка конкуренции	12	5
Негативных последствий не будет или они будут минимальны	10	9
Престиж страны на мировой арене	9	1
Понятные правила игры	7	1
Хорошие условия вступления	6	3
Невозможность отстать от общего порядка	3	1
Возможность вступить в ОЭСР	3	1

В доводах «за» также доминировали экономические мотивы. Аргументы геополитического характера значительно менее популярны. Тезисы о том, что вступление в ВТО ведёт к росту престижа России в мире или ускорит её присоединение к ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и разви-

тия), не часто использовались и до вступления в ВТО, а после — вообще практически вышли из оборота. Дискуссия стало абсолютно экономикоцентричной.

Теряет популярность тезис о стимулирующей роли ВТО для развития российской экономики: до вступления об этом писалось в каждой пятой статье в поддержку ВТО, а после — лишь в одной из десяти. Резко теряют популярность и тезисы о привлечении иностранных инвестиций, о стимулировании конкуренции. Самыми распространёнными доводами в пользу ВТО остаются возможность выхода на международные рынки и вероятность снижения цен за счёт дешёвого импорта. Иными словами, от обсуждения широкого спектра выгод, связанных с ВТО, дискуссия сместилась к обсуждению экспортных возможностей и преимуществ для потребителей. Другие предполагаемые выгоды членства в ВТО постепенно ушли из обсуждения, о них почти не вспоминают, хотя, как показывает наш анализ, именно на них строилась кампания в поддержку вступления России в ВТО.

В ходе публичной дискуссии произошла кристаллизация позиций, и круг используемых аргументов существенно сузился. До вступления в ВТО авторы состязались в разнообразии приводимых аргументов, и каноническая статья того периода представляла собой долгий список рисков или выгод (в зависимости от позиции автора) от вступления в ВТО. Впоследствии статьи стали строиться на одном-двух тезисах. Прежняя «размытая» картина суждений сменилась более чёткой позицией сторон. Детализация аргументов, сужение затрагиваемых тем объясняются более полным пониманием происходящего, а также реформативанием лоббизма в способ защиты от последствий вступления в ВТО.

3.3. Позиции представителей бизнеса, власти и науки

Есть ли различие в аргументах, используемых представителями бизнеса, власти, науки? Для прояснения их позиций мы провели анализ поддерживаемых ими аргументов накануне и после вступления в ВТО. Специфика суждений представителей бизнеса, политики, науки и журналистов показана на рисунке 5, где полюсами горизонтальной оси являются позиции «за» и «против», а вертикальная ось отражает конкретность и (или) абстрактность аргументов.

Мы видим, что *самыми активными противниками* присоединения России к ВТО в пространстве печатных СМИ были *представители бизнеса*. Внутри этой группы есть вариация мнений в зависимости от положения дел в конкретных отраслях (например, производители зерна более лояльны к ВТО, чем животноводы), но в целом предприниматели выступили в СМИ против присоединения России к ВТО. Важно подчеркнуть: были отрасли, потенциально выигрывающие от членства в ВТО, но они устранились от публичной дискуссии, поскольку понимали, что «политическая воля» руководства страны и старания чиновников однозначно ведут страну в ВТО, что сообразно интересам представителей данных отраслей. Другими словами, та часть бизнеса, которая была «за», избегала участия в дискуссии, а те, кто был «против», в ней активно участвовали. Особенно активны были представители сельского хозяйства и сельскохозяйственного машиностроения.

Представители бизнеса, аргументируя своё преимущественно негативное отношение к вступлению в ВТО, делали акцент на угрозах внутреннему рынку, отдельным отраслям экономики и продовольственной безопасности страны, а также на неконкурентоспособности российского производителя. По степени конкретности аргументов эта группа проигрывала представителям науки, но значительно выигрывала у политиков и журналистов.

Политики в пространстве печатных СМИ, напротив, *были лояльны к ВТО*. Этот факт выглядит достаточно неожиданным, ведь, как известно, протокол о присоединении России к ВТО ратифицировала в Думе только «Единая Россия», остальные фракции Государственной думы проголосовали «против». Но

ственно оперировали абстрактными рассуждениями и были передовым отрядом сторонников присоединения России к ВТО на страницах популярных печатных СМИ.

Эксперты как участники дискуссии в популярных СМИ были в меньшинстве, но в целом **выражали поддержку вступлению страны в ВТО**. Впрочем, оптимизм этой группы носил более сдержанный характер и перемежался опасениями и тревогами. Их аргументы были максимально конкретными и сбалансированными с точки зрения сочетания преимуществ и рисков присоединения к ВТО. Наибольшее беспокойство у экспертов вызывали возможный рост безработицы, а также снижение контроля за качеством товаров, появление на российских рынках дешёвой и низкосортной продукции, продуктов питания, содержащих ГМО. На страницах популярных печатных изданий эксперты выступили в роли защитников интересов потребителей. Более детализированный и фундированный анализ последствий вступления в ВТО эксперты перенесли на страницы специализированных научных изданий. Академизм, видимо, диктовал снисходительное отношение к популярным СМИ. В результате фундированное мнение, зачастую критической направленности, не дошло до широкой аудитории.

Не будем забывать и о том, что в свете реформ наука не хотела дразнить власть своим несогласием с «генеральной линией». Понимая, что вступление в ВТО неизбежно, поскольку «наверху уже всё решено», наука устранилась от активной роли в этом процессе, предпочитая обсуждать проблемы потребителей, а не производителей.

По степени абстрактности аргументов рекорд установили **журналисты**, не представившие консолидированного мнения по поводу присоединения страны к ВТО. С одной стороны, они обращали внимание читателей на неготовность страны к вступлению в ВТО, а также на непонятные и неопределённые условия, на которых это вступление должно произойти. С другой стороны, они бичевали «пещерный протекционизм» и декларировали, что присоединение к торговой организации откроет для России выход на международные рынки.

В целом, позиции участников дискуссии по вопросу о целесообразности присоединения России к ВТО таковы: *промышленники — против, политики — за, эксперты — скорее за, журналисты — за или против в зависимости от ориентации издания*. В пространстве печатных СМИ напряжённый диалог вёлся между бизнесом и властью. Политики и чиновники выступали как «прогрессисты», пытающиеся преодолеть отрыв России от «общемировых тенденций», а предприниматели, при всей неоднородности суждений, были скорее противниками, чем сторонниками этого шага, позиционируя себя как национально ориентированную буржуазию в борьбе с «космополитами» от власти и науки. При этом предприниматели активно использовали рамку патриотического дискурса для получения льгот, доказывая наибольшую уязвимость той или иной сферы в случае вступления России в ВТО.

Но в августе 2012 г. этой борьбе был положен конец: Россия стала членом ВТО. Дискуссия сместилась к обсуждению последствий этого шага, уже проявившихся или ожидаемых. Как в новых условиях различаются позиции бизнеса, власти, экспертов и журналистов?

Весь массив позиций, согласно нашему анализу, разбивается на три области: последствия (1) для потребителей, (2) для производителей (микроследствия) и (3) для экономики в целом (макроследствия) (см. рис. 6).

Представители бизнеса после вступления России в ВТО продолжили акцентировать внимание на экономических последствиях данного шага, однако они практически отказались от обсуждения макропоследствий присоединения к торговой организации. Спектр их аргументов сузился, сфокусировавшись на рисках, с которыми могла столкнуться или уже столкнулась их отрасль.

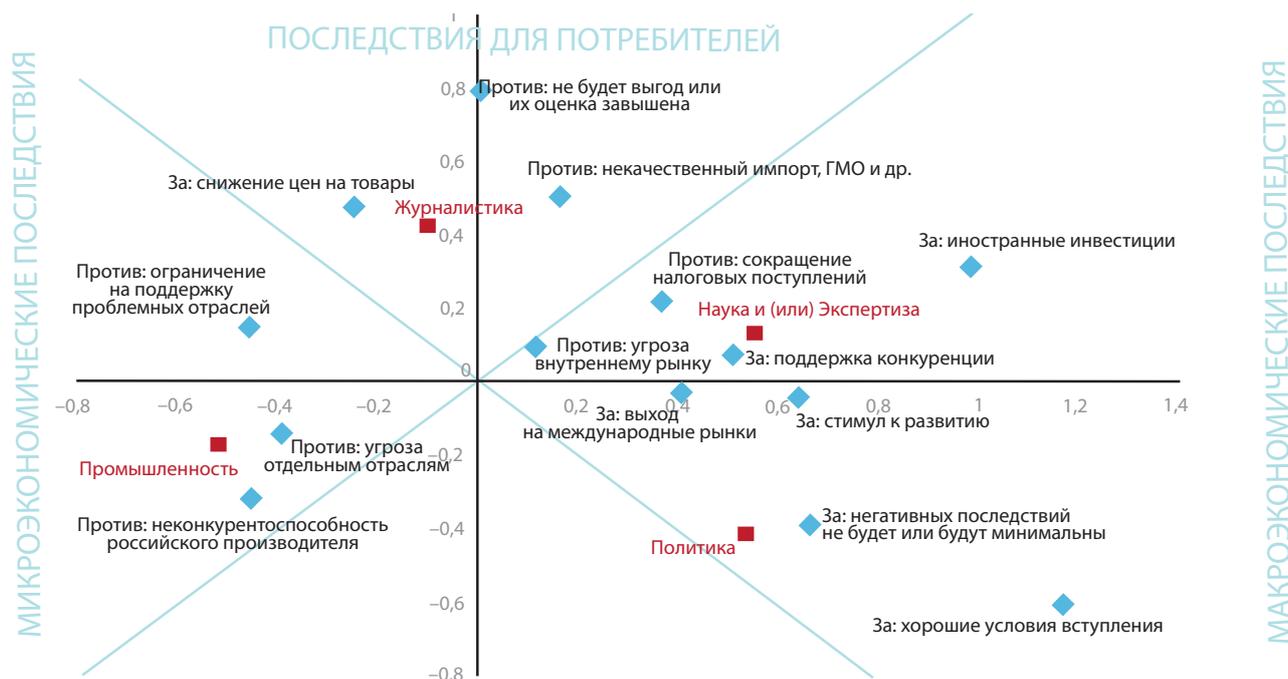


Рис. 6. Особенности аргументации представителей разных сфер деятельности в течение полутора лет после вступления России в ВТО

Эксперты и политики, напротив, уделили особое внимание оценке потенциального влияния вступления в ВТО на динамику макроэкономических показателей. Наиболее популярными среди представителей данных сфер стали следующие тезисы: возможность иностранных инвестиций, выход на международные рынки, поддержка конкуренции и стимул к развитию. Вместе с тем эксперты и политики указывали на возможность негативных эффектов вступления в ВТО, таких как угроза внутреннему рынку и сокращение налоговых поступлений, связанное со снижением импортных пошлин. Однако политики, говоря о макропоследствиях, более тесно увязывали свою аргументацию с интересами производителей, тогда как эксперты вели речь о потребителях.

Но наиболее полно роль выразителей интересов потребителей стали играть **журналисты**. Напомним, что в период, предшествующий вступлению в ВТО, журналисты писали буквально обо всём, теперь же они нашли свою нишу, сконцентрировавшись на потребительской проблематике. Их интересовали возможность снижения цен в связи со вступлением России в ВТО и угроза роста некачественного импорта. Кроме того, если прежде журналисты не имели однозначности суждения в терминах «за» или «против» присоединения к ВТО, то теперь они дружно заняли позицию, согласно которой присоединение к торговой организации не будет иметь значимых позитивных последствий (см. табл. 6).

Таблица 6

Позиции участников дискуссии в печатных СМИ

Сфера деятельности участников дискуссии в печатных СМИ	До вступления РФ в ВТО		После вступления РФ в ВТО	
	«За» или «против»	Степень абстрактности или конкретности аргументов	Фокус обсуждаемых проблем	Участие в дискуссии
Бизнес	Резко «против»	Баланс абстрактных и конкретных суждений	Проблемы конкретных отраслей	Возросло
Власть	Резко «за»	Преимущественно абстрактно	Проблемы экономики в целом, политические дивиденды	Снизилось

Таблица 6. Окончание

Сфера деятельности участников дискуссии в печатных СМИ	До вступления РФ в ВТО		После вступления РФ в ВТО	
	«За» или «против»	Степень абстрактности или конкретности аргументов	Фокус обсуждаемых проблем	Участие в дискуссии
Наука	Умеренно «за»	Наиболее конкретно	Проблемы потребительских рынков	Снизилось
Журналистика	Нет однозначной позиции	Наиболее абстрактно	Проблемы потребителей (качество товаров, импорт ГМО, уровень цен)	Возросло

Заключение

Переговоры о членстве России в ВТО длились 18 лет. И весь этот период популярные печатные СМИ уделяли внимание этой теме. Но интенсивность дискуссии и позиции участвующих в ней сторон не были постоянными. Пики внимания к теме ВТО в российских СМИ сменялись периодами относительного равнодушия. Некоторое игнорирование проблемы ВТО в 1990-е гг. сменилось бурным интересом в 2000-е гг. Затягивание процесса вступления в ВТО, новые препятствия на этом пути снижали интерес к теме, а очередная удача переговорщиков оживляла дискуссию. Бурный рост интереса к проблеме ВТО начался в конце 2010 г., достигнув пика весной–летом 2012 г., когда переговорный процесс вышел на «финишную прямую». После того как страна вступила в ВТО, интерес к этой теме относительно спал.

Сравнение характера дискуссии в печатных СМИ до и после вступления РФ в ВТО позволяет утверждать, что дискуссия в целом стала менее оптимистичной и эмоциональной, но более фокусированной на ситуации в конкретных отраслях. Существенное внимание уделялось проблемам российского аграрного машиностроения и производителей свинины. Изменение характера дискуссии связано с изменением состава её участников. Политики и чиновники как главные пропагандисты членства в ВТО стали уходить из дискуссии после того, как Россия присоединилась к этой организации. Их место заняли представители бизнеса, которые и накануне вступления в ВТО выражали сомнение относительно целесообразности членства в ВТО на тех условиях, что приняла Россия. После же вступления в ВТО представители бизнеса превратили критику ВТО в новую легитимную рамку лоббизма, обосновывая требования государственной помощи и преференций необходимостью компенсировать урон, нанесённый членством в ВТО. Констатация разрушительных последствий членства в ВТО для той или иной сферы отечественного бизнеса была попыткой манипулирования общественным мнением для получения дополнительной государственной поддержки и льгот.

Предельно огрубляя ситуацию, можно сказать, что накануне присоединения России к ВТО основной спор шёл между оптимистами-пропагандистами в лице политиков и чиновников, с одной стороны, и пессимистами-практиками от бизнеса — с другой. После вступления России в ВТО пессимисты-практики стали задавать тон дискуссии в популярных печатных СМИ.

Литература

- Зверева В. 2009. Российское ТВ: теория и практика. *Искусство кино*. 1. URL: <http://kinoart.ru/archive/2009/01/n1-article23>
- Левашов В. 2013. *Российское государство и общество в период либеральных реформ*. М.: ЦСПиМ.
- Berelson B. 1960. Communications and Public Opinion. In: Schramm W. (ed.) *Mass Communications*. Urbana: University of Illinois Press; 527–543.
- Berger P. L., Luckmann T. 1966. *The Social Construction of Reality*. New York: Anchor Books.
- Blumer H. 1971. Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*. 18 (3): 298–306.
- Cohen J. E. 1995. Presidential Rhetoric & the Public Agenda. *American Journal of Political Science*. 39 (1): 87–107.
- Creemers R. 2012. Marching In: China's Cultural Trade in Official and Press Discourse. *China Perspectives*. 1: 29–37.
- Graber D. 1980. *Mass Media and American Politics*. Washington, DC: CQ Press.
- Hilgartner S., Bosk Ch. L. 1988. The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *The American Journal of Sociology*. 94 (1): 53–78.
- Hill A., Watson J. 2000. *Dictionary of Media and Communication Studies*. 5th ed. London: Bloomsbury.
- Hendershot M. 2004. *Does Seattle Matter? An Empirical Analysis of Media Reports Surrounding the World Trade Organization*. Paper prepared for the 62nd Annual MPSA National Conference, Chicago, Ill, April 15–18.
- Johnstone W., Slawski E., Bowman W. 1972. The Professional Values of American Newsmen. *Public Opinion Quarterly*. 36 (4): 522–540.
- Kong Y. 1997. U.S. *Regional Newspapers' Coverage on China's Entry into the WTO. A Regional Economy Approach*. Beijing Normal University. Thesis for Master of Mass Communication Degree. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-0603103-112538/unrestricted/Kong_thesis.pdf
- Kosicki G. 1993. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*. 43 (2): 100–127.
- Lasswell H. 1927. *Propaganda Technique in the World War*. London: Kegan Paul, Trench, Trübner & Co.
- Leighley J. E. 2004. *Mass Media and Politics: A Social Science Perspective*. Boston, MA: Wadsworth Publishing.
- McFarlane T., Hay I. 2003. The Battle for Seattle: Protest and Popular Geopolitics in the Australian Newspaper. *Political Geography*. 22: 211–232.

- Olds C. 2013. Assessing Presidential Agenda-Setting Capacity: Dynamic Comparisons of Presidential, Mass Media, and Public Attention to Economic Issues. *Congress & the Presidency*. 40: 255–284.
- Picard R. G. 2005. *Money, Media, and the Public Interest*. Oxford: Oxford University Press.
- Rogers E. M., Dearing J. W. 1988. Agenda-Setting Research: Where has It Been? Where is It Going? In: Anderson J. A. (ed.). *Communication Yearbook 11*. Newbury Park, CA: Sage; 555–594.
- Swinnen J. F. M., Francken N. 2006. Summits, Riots and Media Attention: The Political Economy of Information on Trade and Globalisation. *The World Economy*. 29 (5): 637–654.
- Tidmarch Ch. M., Hyman L. J., Sorkin J. E. 1984. Press Issue Agendas in the 1982 Congressional and Gubernatorial Election Campaigns. *Journal of Politics*. 46 (4): 1226–1242.
- Walker J. L. 1977. Setting the Agenda in the U.S. Senate: A Theory of Problem Selection. *British Journal of Political Science*. 7: 423–445.
- Wolfe M., Jones B. D., Baumgartner F. R. 2013. A Failure to Communicate: Agenda Setting in Media and Policy Studies. *Political Communication*. 30 (2): 175–192.

NEW TEXTS

Svetlana Barsukova, Anastasia Korobkova

Russia's Accession to the WTO in the Mirror of Russian Print Media

BARSUKOVA,

Svetlana Yur'evna — Professor,
Department of Sociology; Deputy
Director, Laboratory for Studies
in Economic Sociology, National
Research University Higher
School of Economics.

Address: 20 Myasnitskaya
str., Moscow 101000, Russian
Federation.

Email: svbars@mail.ru

KOROBKOVA,

Anastasia Dmitrievna — MA,
Department of Sociology,
National Research University
Higher School of Economics.

Address: 20 Myasnitskaya
str., Moscow 101000, Russian
Federation.

Email: korobkova-n@yandex.ru

Abstract

The debate about the risks and potential gains from WTO accession for Russia has been going on for a long time, both in the mass media and in the scientific community. Politicians, businessmen and experts community expressed their opinion on this issue active and emotionally. Each of these parties expected different effects from Russia's entering to the WTO and used different arguments in the debate. The method of our study is content analysis of articles in the leading Russian periodical publications.

In this paper we analyze the dynamics of the intensity of the debate on this issue and make an assumption about the possible causes of these fluctuations. We showed that the intensity of the debate on this issue depended on various factors such as the passage of diverse stages of the negotiations, the interests of supporters and opponents of joining the WTO, the presence of competing (more interesting for the mass media and the people) topics.

We pay particular attention to the arguments of discussion and analyze the main points of proponents and opponents of entering the WTO. We consider the basis of their arguments: on the terms of Russia's accession to this organization or on the fact of entering. Proceeding from this, it is concluded that there are weighty arguments or that they are abstract and theoretical. We also consider the differences in the arguments used by

businessmen, politicians, experts and journalists.

If we look at the dynamic aspect, it should be noted that in the period after the entry debate has become less emotional. There was also a decline in optimism about the prospects of membership in the organization. In part, this may be due to decreased activity of politicians as participants of discussions, which were the most active supporters of accession to the WTO.

Keywords: Russia's WTO accession; mass communication; press; public discussion; agenda-setting in media.

References

Berelson B. (1960) Communications and Public Opinion. *Mass Communications* (ed. W. Schramm), Urbana: University of Illinois Press, pp. 527–543.

Berger P. L., Luckmann T. (1966) *The Social Construction of Reality*, New York: Anchor Books.

- Blumer H. (1971) Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*, vol. 18, no 3, pp. 298–306.
- Cohen J. E. (1995) Presidential Rhetoric & the Public Agenda. *American Journal of Political Science*, vol. 39, no 1, pp. 87–107.
- Creemers R. (2012) Marching In: China's Cultural Trade in Official and Press Discourse. *China Perspectives*, no 1, pp. 29–37.
- Graber D. (1980) *Mass Media and American Politics*, Washington, DC: CQ Press.
- Hilgartner S., Bosk Ch. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *The American Journal of Sociology*, vol. 94, no 1, pp. 53–78.
- Hill A., Watson J. (2000) *Dictionary of Media and Communication Studies*, 5th ed., London: Bloomsbury.
- Hendershot M. (2004) *Does Seattle Matter? An Empirical Analysis of Media Reports Surrounding the World Trade Organization*. Paper prepared for the 62nd Annual MPSA National Conference, Chicago Ill, April 15–18.
- Johnstone W., Slawski E., Bowman W. (1972) The Professional Values of American Newsmen. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 4, pp. 522–540.
- Kong Y. (1997) U.S. Regional Newspapers' Coverage on China's entry into the WTO. A Regional Economy Approach, Beijing Normal University, Thesis for Master of Mass Communication Degree. Available at: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-0603103-112538/unrestricted/Kong_thesis.pdf (accessed on 15 September 2014).
- Kosicki G. (1993) Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*, vol. 43, no 2, pp. 100–127.
- Lasswell H. (1927) *Propaganda Technique in the World War*, London: Kegan Paul, Trench, Trübner & Co.
- Leighley J. E. (2004) *Mass Media and Politics: A Social Science Perspective*, Boston, MA: Wadsworth Publishing.
- Levashov V. (2013) *Rossiyskoe gosudarstvo i obshchestvo v period liberal'nykh reform* [Russian State and Society in the Period of Liberal Reforms], Moscow: CSPiM (in Russian).
- McFarlane T., Hay I. (2003) The Battle for Seattle: Protest and Popular Geopolitics in the Australian Newspaper. *Political Geography*, no 22, pp. 211–232.
- Olds C. (2013) Assessing Presidential Agenda-Setting Capacity: Dynamic Comparisons of Presidential, Mass Media, and Public Attention to Economic Issues. *Congress & the Presidency*, no 40, pp. 255–284.
- Picard R. G. (2005) *Money, Media, and the Public Interest*, Oxford: Oxford University Press.
- Rogers E. M., Dearing J. W. (1988) Agenda-Setting Research: Where has It Been? Where is It Going? *Communication Yearbook II* (ed. J. A. Anderson), Newbury Park, CA: Sage, pp. 555–594.

- Swinnen J. F. M., Francken N. (2006) Summits, Riots and Media Attention: The Political Economy of Information on Trade and Globalisation. *The World Economy*, vol. 29, no 5, pp. 637–654.
- Tidmarch Ch. M., Hyman L. J., Sorkin J. E. (1984) Press Issue Agendas in the 1982 Congressional and Gubernatorial Election Campaigns. *Journal of Politics*, vol. 46, no 4, pp. 1226–1242.
- Walker J. L. (1977) Setting the Agenda in the U.S. Senate: A Theory of Problem Selection. *British Journal of Political Science*, no 7, pp. 423–445.
- Wolfe M., Jones B. D., Baumgartner F. R. (2013) A Failure to Communicate: Agenda Setting in Media and Policy Studies. *Political Communication*, vol. 30, no 2, pp. 175–192.
- Zvereva V. (2009) Rossiyskoe TV: teoriya i praktika [Russian TV: Theory and Practice]. *Iskusstvo kino*, vol. 1. Available at: <http://kinoart.ru/archive/2009/01/n1-article23> (accessed on 15 September 2014) (in Russian).

Received: September 11, 2014.

Citation: Barsukova S. Yu., Korobkova A. D. (2014) Vstuplenie Rossii v VTO v zerkale rossiyskikh pechatnykh SMI [Russia's Accession to the WTO in the Mirror of Russian Print Media], *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 15, no 4, pp. 20–44 (in Russian).