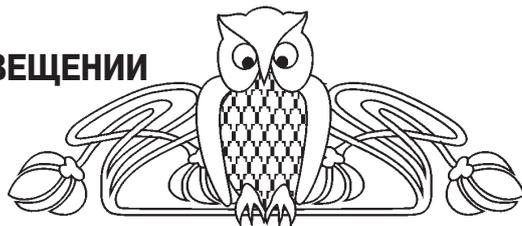




УДК: [32.019.51:070](477.52/6)

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ В ОСВЕЩЕНИИ СОБЫТИЙ НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ (по материалам «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за ноябрь 2014 г.)



Б. Н. Шестов

Саратовский государственный университет
E-mail: bord64@gmail.com

В статье анализируется освещение событий в Луганской и Донецкой областях Украины «Российской газетой» и «Вашингтон Пост». Беря за основу теорию повестки дня второго уровня, автор выделяет основные атрибуты рассматриваемой проблематики и сравнивает между собой различные компоненты статей указанных изданий.

Ключевые слова: информационная повестка дня, количественные методы, тон, «Российская газета», «Вашингтон Пост».

Media Agenda in Coverage of the Events in the Southeast of Ukraine (as exemplified by «Rossiiskaya Gazeta» and «The Washington Post», November 2014)

B. N. Shestov

«Rossiiskaya Gazeta» and «The Washington Post» coverage of events in Lugansk and Donetsk regions of Ukraine is examined in this article. Based on the second-level agenda-setting theory, the author emphasizes key attributes of the problem under consideration and compares different components of the newspapers' stories.

Key words: media agenda, quantitative methods, tone, «Rossiiskaya Gazeta», «The Washington Post».

В современных условиях, когда политическая ситуация в мире далека от стабильности, все более актуальным становится изучение потенциала политического влияния средств массовой информации. Ведь зачастую именно масс-медиа формируют образы происходящих событий и определяют характер их восприятия обществом. При этом особенно значимым влияние прессы становится тогда, когда речь идет о вещах, не доступных для непосредственного восприятия большинством рядовых граждан: не имея возможности воочию наблюдать за теми или иными процессами, аудитория вынуждена полагаться на то, каким образом все это преподносится журналистами.

В этом плане представляется весьма интересным, как репрезентируется один из наиболее острых сюжетов мировой политики последнего времени – конфликт на Украине – в ведущих печатных изданиях России и США. Вообще, в отечественной науке сравнительный анализ материалов российских и американских газет осуществляется достаточно часто¹. В данной же статье предпринята попытка сопоставления под-

ходов «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» в отношении событий на Украине сквозь призму концепта «повестка дня», а точнее – медийной ее разновидности².

В течение одного месяца – с первого по тридцатое ноября 2014 г. – нами ежедневно анализировались электронные версии печатных вариантов «Российской газеты» и «Вашингтон Пост». Выбор в качестве объекта анализа именно копий печатного издания (а, например, не содержания сайтов упомянутых газет) был обусловлен нашим желанием рассмотреть не только текст каждой публикации, но и ее положение в номере и «заметность» для читателя. Из всех вышедших за указанный период выпусков были отобраны материалы, посвященные обострению ситуации на Украине и связанным с этим событиям. Была разработана специальная кодировочная таблица, в которую мы вносили интересующие нас параметры. В дальнейшем полученные данные были обработаны при помощи программы SPSS³, а результаты для наглядности представлены графически.

Всего в ноябре интересующему нас сюжету было посвящено 74 публикации в «Российской газете» (далее – «РГ») и 27 – в «Вашингтон Пост» (далее – «ВП»). На наш взгляд, данное соотношение уже само по себе может говорить об объемах внимания, уделяемых газетами рассматриваемой проблеме. Полагаем, что столь весомое превосходство «РГ» над «ВП» по количеству статей про ситуацию на Украине может быть обусловлено как особенностями редакционной политики газет, так и другими факторами. В частности, тем, например, что «РГ» является официальным печатным изданием Правительства РФ, тогда как «ВП» формально подобным статусом не обладает. Стоит также отметить, что в ноябре 2014 г. в информационном пространстве США особенно активно обсуждались сразу две внутривнутриполитические темы: применение оружия сотрудниками полиции и последовавшие за этим беспорядки, а также скандал, касающийся популярного в Америке комика. Вполне возможно, что это обстоятельство тоже могло повлиять на объем внимания, которое было уделено изданием событиям на Украине. Вместе с тем здесь мы также допускаем и вероятность того, что имело место влияние публичной повестки дня на повестку медийную (т.е. людям рассказывали больше о том, о чем они хотели знать).

Одним из параметров, который оценивался нами при заполнении кодировочной таблицы,



был тон (позитивный, нейтральный или негативный) конкретной статьи в отношении самопровозглашенных Донецкой и Луганской народных республик⁴. Отметим при этом, что изначально мы планировали определять также и тон по отношению к стране (т.е. к США в «РГ» и к России – в «ВП»), однако этот вариант тона практически никогда не был позитивным (т.е. в «РГ» не отзывались лестно о позиции, заявлениях и действиях американских властей по Украине и наоборот), поэтому более подробно будут рассмотрены результаты анализа тона по отношению к ДНР и ЛНР, а также – отдельно – тона заголовков статей (сеем предположить, что иногда, в целях привлечения читательского внимания, тональности названия материала и его содержания могут быть различными).

В зависимости от того, какие аспекты кризиса на Украине затрагивались в статьях, все отобранные для анализа публикации были условно разделены на шесть блоков: экономический, политический, военный, социальный, межгосударственные отношения и санкции⁵. При этом нужно заметить, что в большинстве статей в той или иной степени присутствовало сразу несколько из указанных атрибутов общей темы, однако в кодировочную таблицу мы заносили лишь один из них – тот, что превосходил по объему все остальные. Из всех закодированных материалов только один не вошел в выделенные блоки. Полагаем, что это вполне укладывается в пределы статистической погрешности, а потому дополнительный атрибут «прочее» мы решили не вводить. В целом же, разделив интересующую нас общую тему – события на юго-востоке Украины – на шесть блоков, мы, по сути, артикулировали так называемую повестку дня второго уровня, или атрибутивную повестку дня⁶.

Помимо выходных данных, преобладающего атрибута, тональностей заголовка и всей публикации, в кодировочную таблицу заносились также объем каждой статьи и ее положение в газете – номер полосы, на которой она располагалась. В своей совокупности два этих показателя образуют так называемый «характер представленности» («salience») газетного материала⁷.

На наш взгляд, наиболее приемлемым вариантом анализа собранных по итогам кодировки данных являются методы описательной статистики. Полученные результаты мы обрабатывали в программном пакете SPSS. Использование этой программы позволяет исследователю относительно легко попробовать большое количество методов анализа полученного набора эмпирических данных. В данном случае интересующие нас переменные имели ограниченный набор значений номинальной шкалы (переменные «тон» и «тон заголовка» имели по три значения, переменная «атрибут» – шесть), что серьезно ограничило круг применяемых методов. По этой причине мы

остановились на использовании табличного и графического вариантов представления данных из кодировочной таблицы. Такой выбор позволяет, не перегружая исследование избыточными математическими методами, получить более наглядные и удобные для интерпретации и объяснения результаты.

Ниже представлены диаграммы распределения переменных из кодировочной таблицы с нанесенными на некоторые из них кривыми нормального распределения⁸.

Например, из рис. 1 видно, что тон статей очень редко был нейтральным. Абсолютное большинство публикаций с позитивным тоном – это материалы из «РГ», в то время как негативный тон значительно чаще встречался в «ВП». По нашему мнению, практически полное отсутствие нейтрального тона может быть объяснено как остротой самой проблемы, так и специфической позицией представляемых газетами стран по отношению к ней. В случае с «ВП» отсутствие нейтрального тона дополнительно предопределялось и расположением материалов в газете. Как будет показано ниже, большинство интересующих нас статей были опубликованы в этом издании в редакционном разделе (Editorials). А там, как известно, публикации чаще всего носят не «информационный», а «публицистический» характер.

Как было упомянуто ранее, тон по отношению к противоположной стороне практически не был позитивным (около 1% от общего количества статей), что хорошо видно на рис. 2. Подавляющее большинство статей в обоих источниках, с этой точки зрения, содержали негативный тон.

В силу того, что название материала, по нашему убеждению, не только привлекает внимание читателя к тексту, но и в какой-то степени показывает отношение автора к поднимаемой в нем проблеме, отдельно был рассмотрен тон заголовков.

Казалось бы, если на рис. 1 преобладают статьи с позитивным тоном (так как публикаций из «РГ» в нашем исследовании в целом больше), то и в распределении статей по тону заголовка должны преобладать материалы с позитивным тоном заглавия. Однако, как видно на рис. 3, в нашем случае это не так.

И если применительно к «ВП» это неудивительно и все заголовки распределены по нейтральному и негативному тону, то в случае с «РГ» основное количество публикаций также обладает нейтральным и негативным тоном. Для лучшего понимания этого на рис. 4 соотнесем тон статей и тон заголовков.

Результаты, представленные на рис. 4, для «Вашингтон Пост» вполне ожидаемы, однако стоит заметить, что большая часть статей с негативным тоном обладает нейтральным тоном заголовка. Нам кажется, что это обусловлено

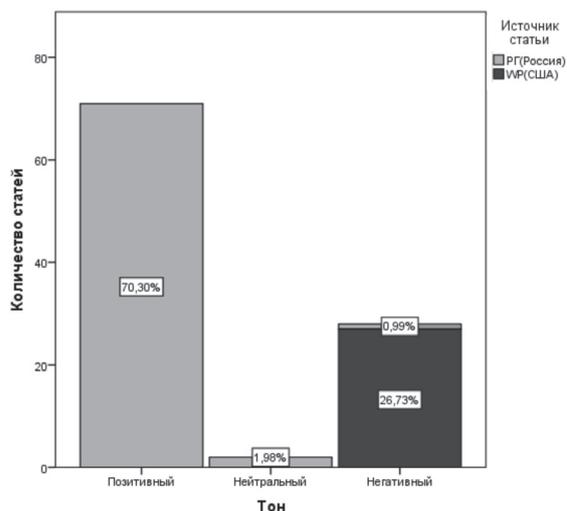


Рис. 1. Тон статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»

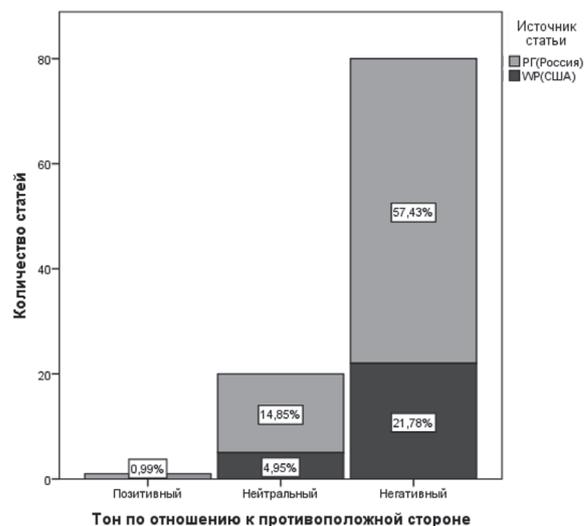


Рис. 2. Тон статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» по отношению к противоположной стороне

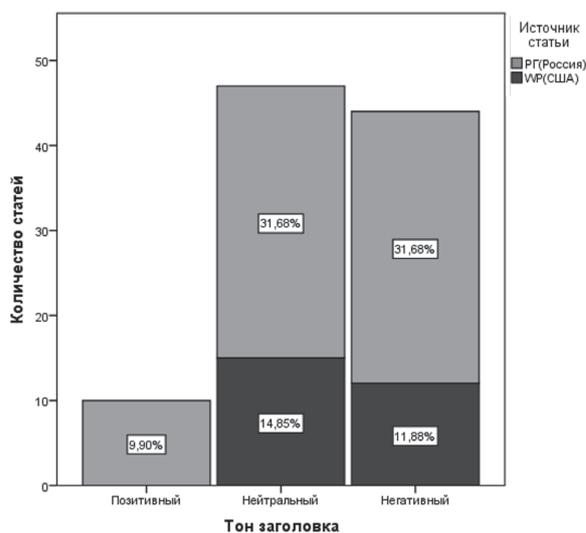


Рис. 3. Тон заголовков статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»

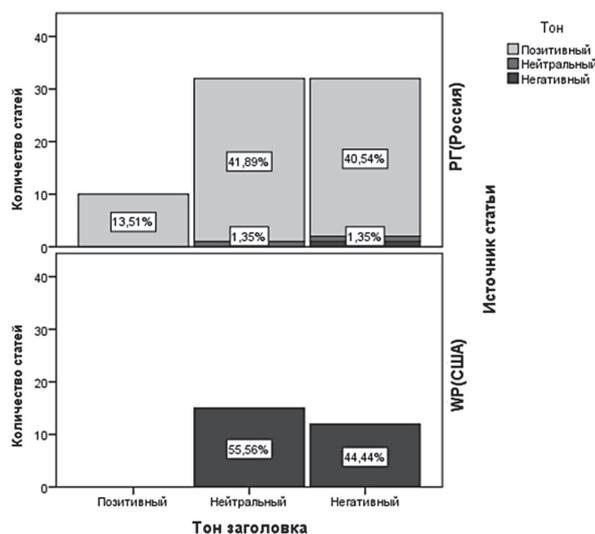


Рис. 4. Тон заголовков и тон статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»

общей тенденцией издания давать статьям нейтральные заголовки.

Интереснее выглядит диаграмма для «РГ». На ней видно, что хотя подавляющее большинство статей обладает позитивным тоном по отношению к самопровозглашенным республикам, тон заголовков этих статей чаще нейтральный и даже негативный. Безусловно, нейтральный тон заголовков объясняется, как и в случае «ВП», желанием использовать больше заголовков с фактами, нежели с эмоциональным подтекстом. Однако большое количество публикаций с позитивным тоном имеет и негативные заголовки. Здесь значительную роль сыграла методика кодирования заголовков: нередкими были случаи, когда, несмотря на в целом позитивный тон ма-

териалов по отношению к ДНР и ЛНР, статьи предварялись резко негативными по отношению к противоположной стороне (официальному Киеву, ЕС, США) либо к самому событию заголовками.

Отдельно мы проанализировали объем внимания, уделявшегося изданиями конкретным аспектам (атрибутам) конфликта на юго-востоке Украины.

На рис. 5 видно, что в обоих источниках преобладают атрибуты «политика» и «взаимоотношение стран». «Социальная» и «экономическая» проблематики представлены значительно меньше, реже всего речь заходила о «санкциях» (в основном – в «РГ»). Подробнее о причинах выражения тех или иных атрибутов и редком

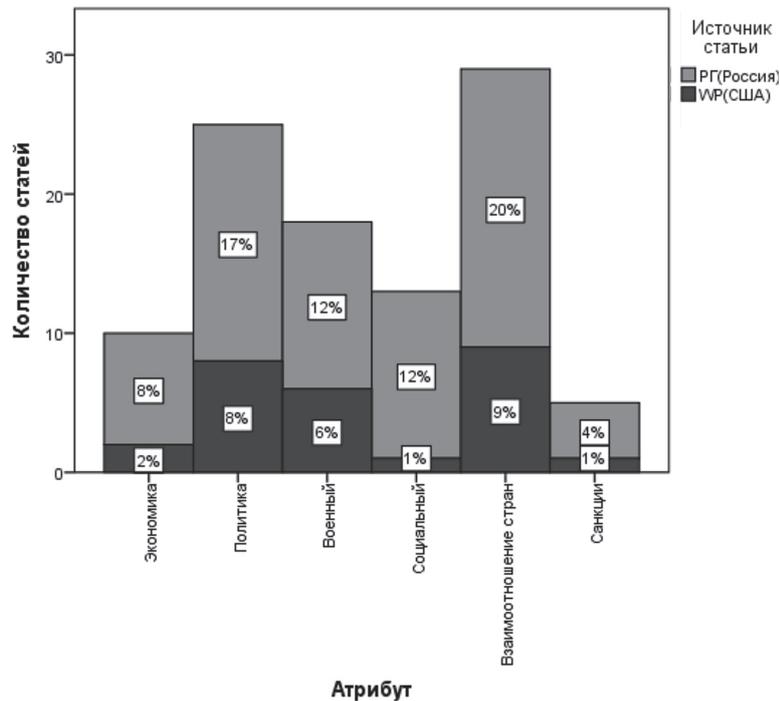


Рис. 5. Тематика статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»

упоминании других мы поговорим далее – при рассмотрении результатов исследования атрибутов статей в отношении к их расположению в источнике.

На наш взгляд, данные по среднему количеству знаков в статьях «РГ» и «ВП» позволяют проследить, материалам с какими атрибутами и с каким тоном уделяется больше внимания. Такие данные представлены на рис. 6.

Считаем необходимым более детально рассмотреть, как между собой соотносятся тон статьи, связанный с ней атрибут и ее размер. Для начала отметим, что, как известно, публикация большого объема, расположенная, как правило, на первых страницах, привлекает больше внимания читателей и, соответственно, более эффективна в плане установления публичной повестки. Для того чтобы проверить влияние этой гипотезы, обратимся к диаграмме на рис. 7.

На этой диаграмме видна зависимость между тоном статей и их объемом, т. е. средним количеством знаков. Таким образом, можно предположить, что наша изначальная гипотеза верна: материалы, которым уделяется больше места на страницах печатного издания, обладают также и отличным от нейтрального тоном, т. е. привлекают внимание читателя не только своим объемом, но и способом подачи материала.

В развитие данного наблюдения считаем необходимым проследить, существует ли зависимость между объемом публикации и основным рассматриваемым в ней атрибутом. Однако прежде проанализируем, каким атрибутам уделялось большее внимание в обоих изданиях.

В таблице представлены данные по количеству статей касательно конкретного атрибута применительно к каждому из источников в отдельности и в целом по всей выборке.

Из таблицы видно, что частота обращения к «взаимоотношению стран» и «политике» примерно одинакова для обоих источников. Небольшой перевес «ВП» над «РГ» в плане «военной» проблематики, по нашему мнению, может быть связан с тем, что статьи, связанные с Украиной, в американской газете, как правило, не обходятся без упоминания России в контексте ее помощи «сепаратистам» вооружением и экипировкой. Аналогичным образом тема «санкций» чаще упоминается в «РГ», что, на наш взгляд, объясняется желанием российского руководства показать их несостоятельность. Наиболее же интересным нам показалось четырехкратное превосходство «РГ» над «ВП» по удельной доле статей с «социальным» атрибутом. Большинство материалов на эту тему было призвано показать читателю негативные стороны сложившейся ситуации сквозь призму тяжелых условий жизни, лишений и страданий граждан, проживающих в зоне конфликта.

Выделив наиболее часто упоминаемые атрибуты, вернемся к рассмотрению их «заметности» за счет большего объема статей (рис. 8).

Очевидно, что присутствующая здесь зависимость достаточно хорошо повторяет зависимость количества статей с каждым из атрибутов, представленную на рис. 5. Наибольшим средним количеством символов также обладают статьи из «политического» блока и блока «взаимоот-

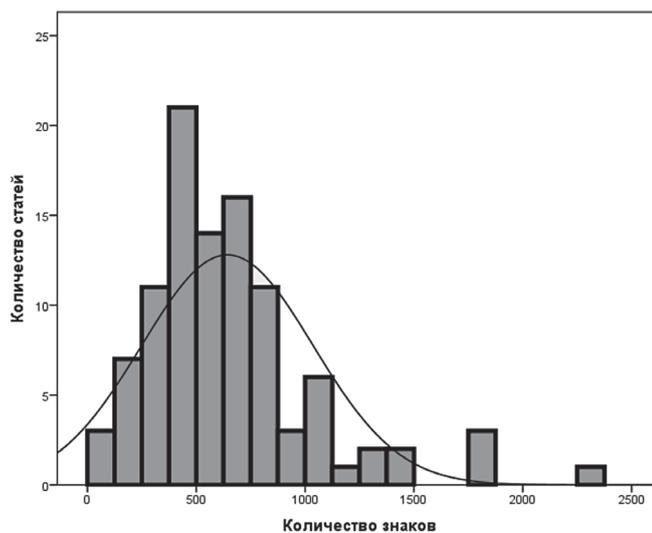


Рис. 6. Распределение статей «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» по объему

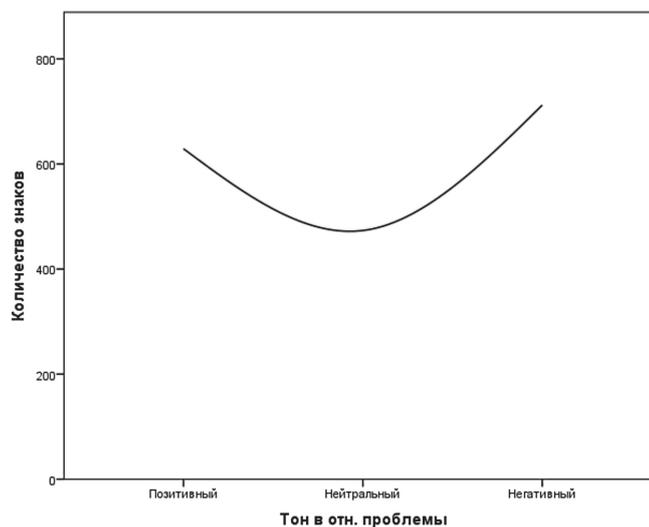


Рис. 7. Зависимость объема публикации от ее тона

Удельные доли атрибутов в статьях «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»

Атрибут	Источник статьи		Всего
	«РГ»	«ВП»	
Экономика	8	2	10
	11,0%	7,4%	10,0%
Политика	17	8	25
	23,3%	29,6%	25,0%
Военный	12	6	18
	16,4%	22,2%	18,0%
Социальный	12	1	13
	16,4%	3,7%	13,0%
Взаимоотношение стран	20	9	29
	27,4%	33,3%	29,0%
Санкции	4	1	5
	5,5%	3,7%	5,0%
Всего	73	27	100
	100,0%	100,0%	100,0%

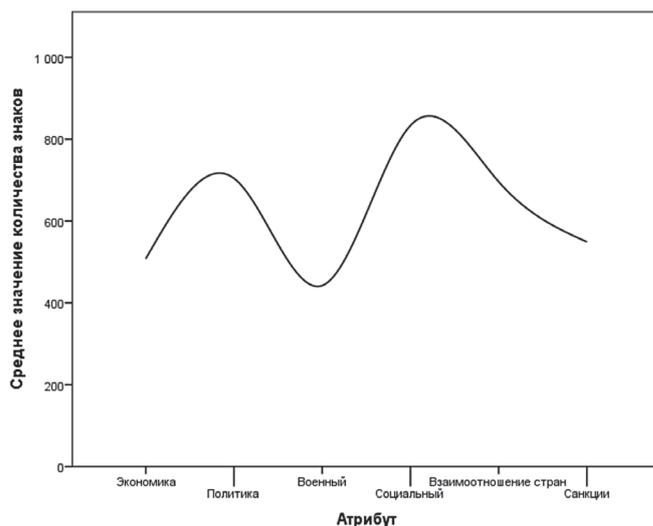


Рис. 8. Зависимость объема публикации и ее атрибута

ношение стран». Таким образом, можно сделать вывод, что темы, которым чаще уделяется внимание, также имеют больший характер представленности за счет большего объема публикаций, затрагивающих эти сюжеты.

Отдельно мы постарались проследить распределение публикаций по различным полосам газеты. Очевидно, что чем ближе к первой полосе будет опубликована статья, тем она более заметна и тем большее количество читателей обратит на нее внимание. Для наглядности атрибуты были поделены нами на две группы и представлены для двух источников отдельно (рис. 9 и 10).

Как видно на рис. 9 и 10, чаще всего публикации с любыми атрибутами располагаются на странице 8 и чуть реже – на страницах 6 и 10. Любопытно также, что статьи с атрибутом «взаимоотношение стран» чаще других в нашей выборке упоминаются на страницах 1 и 2. С одной стороны, это обусловлено различными событиями, происходившими в ноябре 2014 г. (в том числе и саммитом G20). С другой стороны, это также является неким показателем относительной ориентированности на этот атрибут, так как читатель, просматривающий первую полосу газеты, с высокой вероятностью остановит свое внимание на таком материале.

На рис. 9 и 10 видно, что вследствие ограниченности нашего исследования небольшими временными рамками и малого количества интересующих нас публикаций, на страницах «ВП» большинство статей с различными атрибутами представлены лишь по одной на конкретной странице, что делает диаграмму не такой интересной для рассмотрения. Однако и для этого источника, аналогично распределению для «РГ», заметно, что статьи с атрибутом «взаимоотношение стран» упоминаются чаще других на первой полосе. Частое же упоминание любых интересую-

щих нас статей на страницах 16, 17 и 18 обусловлено расположением на этих страницах редакционного раздела (Editorials).

На рис. 11 представлено количество публикаций с каждым из атрибутов, сгруппированных по тону заголовка этих статей. В силу того что, на наш взгляд, заголовки с тоном, отличным от нейтрального (чаще – негативным), привлекают внимание читателя больше, чем заголовок с нейтральной констатацией факта, из таких диаграмм становится понятно, к каким атрибутам выбранной проблемы привлекается наибольшее внимание каждой из газет. Иными словами, через привлечение внимания читателя заголовками с резко негативным или позитивным (реже) тоном к статьям с определенными атрибутами более результативно работает эффект прайминга. Этот эффект подразумевает влияние информации, которую люди черпают из масс-медиа, на оценку аудиторией окружающей политической действительности. В нашем случае при оценке событий, касающихся рассматриваемой нами проблемы, читатели опираются в качестве аргумента на те атрибуты или характеристики, которые более ярко выражены, т. е. чаще упоминаются в выбранных источниках. Это происходит за счет того, что человеку проще строить мнение на основе часто упоминаемых параметров, чем продумывать свои. Анализ данных, представленных на рис. 11, подтверждает уже полученный нами вывод о том, что к статьям с атрибутами «политика» и «взаимоотношение стран» привлекается наибольшее внимание, в то время как «социальному» и «экономическому» атрибутам уделяется гораздо меньше внимания.

Подводя итоги проведенного анализа, можно сделать некоторые выводы о редакционной политике и ориентированности выбранных нами источников. Очевидно, что определенное влияние на публикации в «РГ», их тон и расположе-

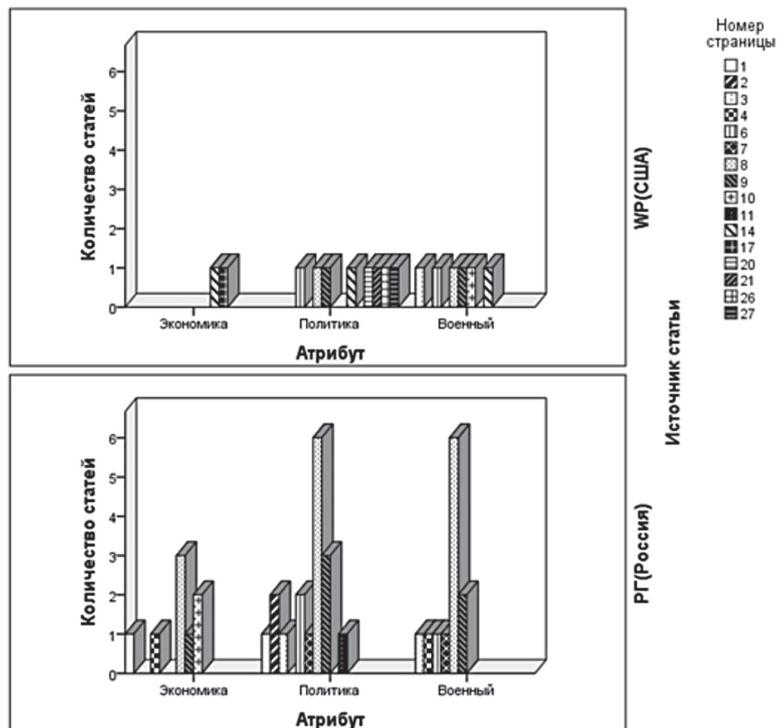


Рис. 9. Атрибуты «экономика», «политика» и «военный» по номерам страниц

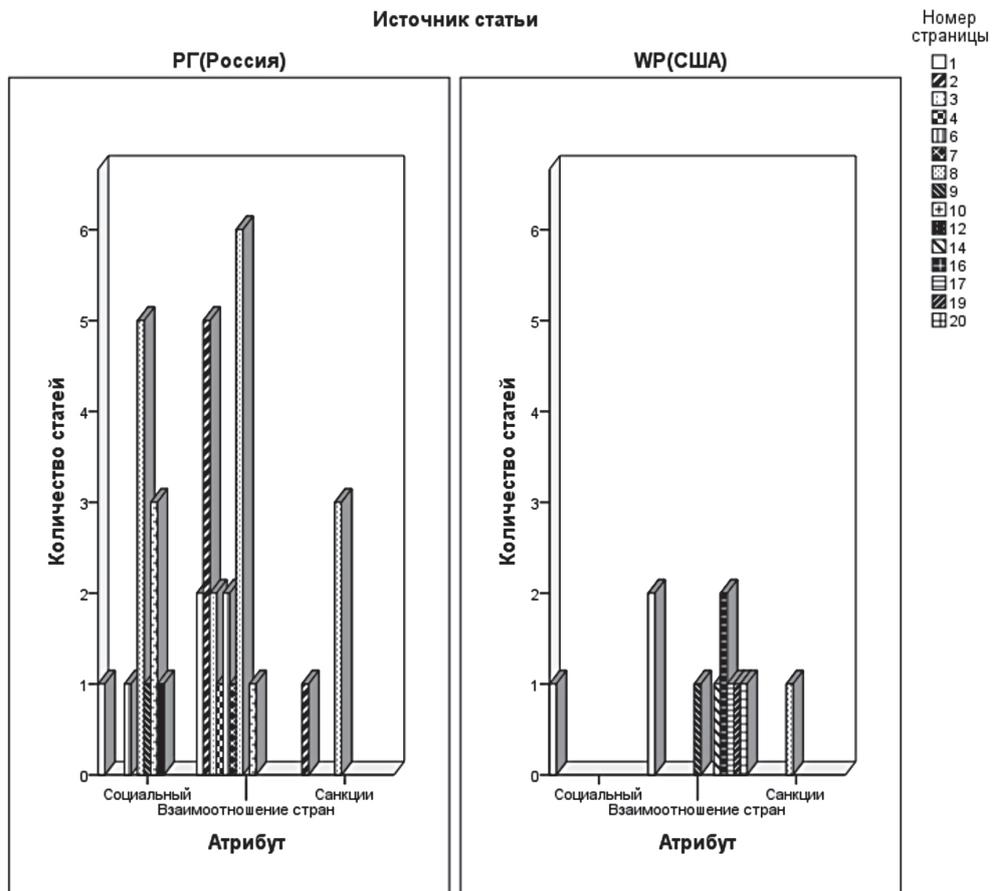


Рис. 10. Атрибуты «социальный», «взаимоотношение стран» и «санкции» по номерам страниц

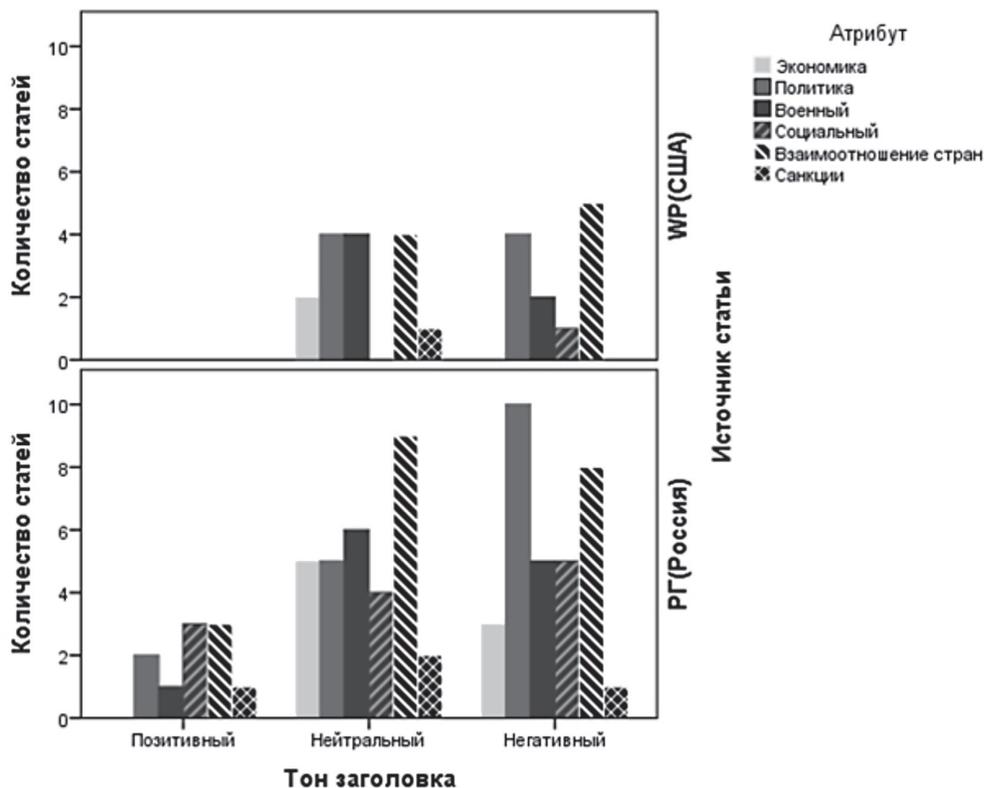


Рис. 11. Тон заголовка по атрибутам

ние оказывает то, что данное издание является официальным печатным органом Правительства Российской Федерации. Также стало более очевидно, что многие факты и события подаются в двух выбранных источниках по-разному: различается тон по отношению к одной и той же проблеме, разнится характер представленности и количество внимания, уделяемого той или иной проблеме, и, конечно, неодинаковы стили написания материалов, что отчасти заметно по тону заголовков, являющихся своеобразным отражением позиции автора.

Безусловно, многие из представленных выше зависимостей прослеживаются и на теоретическом уровне. Некоторые аспекты кажутся понятными на бытовом или интуитивном уровне, однако подкрепление теорий полученными эмпирическим путем данными и наглядно представленными результатами позволяет сделать анализ более полным и убедительным. Полагаем, что применение тех или иных количественных методов в исследованиях повестки дня может не только в некоторой степени упростить работу ученым и сделать их выводы более аргументированными и наглядными, но и стать основой для новых исследований. При этом, разумеется, мы несколько не отрицаем важности правильного теоретического анализа и интерпретации получаемых при помощи количественных методов результатов.

Примечания

- ¹ См., например: *Вилков А., Казаков А.* Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия (на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост». 2007–2008 гг.) / под ред. Ю. П. Сулова. Саратов, 2010 ; *Вражнова И.* Метафорическая репрезентация властных структур в современных российских и американских СМИ // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2009. Т. 9, вып. 4. С. 25–32 ; *Харламова Т.* Основные тренды трансформаций в современной России сквозь призму зарубежных СМИ // Власть в обществе риска : нормы, ценности, институты / под ред. М. О. Орлова. Саратов, 2013. С. 353–359.
- ² Подробнее о повестке дня и ее разновидностях см.: *Казаков А.* Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня : анализ основных подходов // Политэкс. 2013. Т. 9, № 3. С. 55–61 ; *McCombs M.* Setting the Agenda : The Mass Media and Public Opinion. Malden, MA : Blackwell, 2004 ; *Sheafer T., Weimann G.* Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results : An analysis of four Israeli elections // Journal of Communication. 2005. Vol. 55. P. 347–365 ; *Weaver D.* Thought on agenda setting, framing, and priming // Journal of Communication. 2007. Vol. 57. P. 142–147.
- ³ SPSS, или статистический пакет для социальных наук – программа для статистической обработки данных.



- ⁴ Подробнее о тоне см.: *Sheafer T.* How to evaluate it : The role of story-evaluative tone in agenda setting and priming // *Journal of Communication.* 2007. Vol. 57. P. 21–39.
- ⁵ В экономический блок включались статьи, связанные с бюджетом региона, его финансовым положением и т.д. Политический блок составили материалы, касающиеся внутренней политики правительства. Публикации о военных действиях, АТО и вооруженных силах были объединены в военный блок; о проблемах благополучия населения, условий проживания, пенсиях, зарплатах и т.п. – в социальный блок. «Межгосударственные отношения» составили статьи, касающиеся взаимоотношений между Россией, США, Украиной и другими странами по поводу ситуации на юго-востоке Украины. Материалы, затрагивающие вопрос санкций в отношении Российской Федерации в связи с конфликтом в Украине, определены в блок «санкции».
- ⁶ Подробнее о повестке дня второго уровня см.: *Kim S. H., Scheufele D. A., Shanahan J.* Think about it this way : Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue // *Journalism & Mass Communication Quarterly* 2002. Vol. 79(1). P. 7–25 ; *Kiousis S., Bantimaroudis P., Ban H.* Candidate image attributes – Experiments on the substantive dimension of second level agenda setting // *Communication Research.* 1999. Vol. 26. P. 414–428 ; *Weaver D., McCombs M., Shaw D. L.* Agenda-setting research : Issues, attributes, and influences // *Kaid L. L. (Ed.). Handbook of political communication research.* Mahwah, NJ : Erlbaum, 2004. P. 257–282.
- ⁷ См.: *Казаков А.* Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию : обзор распространенных трактовок // *Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология.* 2014. Т. 14, вып. 4. С. 85–90.
- ⁸ Имеется в виду нормальное распределение или распределение Гаусса. Подробнее об этом см.: *Вентцель Е.* Теория вероятностей. М., 2005.