**Филиппова Виктория Александровна**, аспирантка кафедры связей с общественностью в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета; e-mail: victoria_filippova@mail.ru

## РЕГИОНАЛЬНАЯ И ФЕДЕРАЛЬНАЯ ПОВЕСТКИ ДНЯ В РОССИИ И БРАЗИЛИИ

*Статья посвящена вопросу изучения влияния федеральной и региональной повестки дня в общей повестки дня России и Бразилии. Теория повестки дня рассматривается в контексте взаимодействия политической и медийной социальных подсистем. Приводится обзор актуальных теоретических подходов к изучению теории повестки дня и фрейминга, описан уровень интернет-потребления в данных странах, изучена предметная структура повестки дня России и Бразилии. В статье обобщен обширный эмпирический материал на национальном и региональном уровне. Проведенное исследование верифицирует теорию Палмгрина и Кларка о том, что формирование повестки дня действует слабее для местных новостных сюжетов, чем для тем национального масштаба. Задача исследования – актуализировать это утверждение, доказанное для традиционных медиа систем в 1977 г. (и в 2000-х гг. принимаемое многими исследователями как базовое в отношении регионально-национального аспекта повестки дня), и верифицировать его для современных медиа систем России и Бразилии, находящихся в процессе гибридизации. В работе представлены данные, подтверждающие преобладание обсуждения внутриполитических тем над внешнеполитическими.*

***Ключевые слова:*** *федерализм, повестка дня, формирование повестки дня, гибридные медиасистемы.*

**Victoria A. Filippova,** PhD student at the Chair of Public Relations in Business, School of Journalism and Mass Communications, Saint Petersburg State University; e-mail: victoria_filippova@mail.ru

## REGIONAL AND FEDERAL AGENDA IN RUSSIA AND BRAZIL

*Article is devoted to verification of influence of federal and regional agenda on agenda of Russia and Brazil. The agenda setting theory is analyzed in the context of interaction between political and media social subsystems. The author presents review of actual theoretical researches, devoted to the different approaches to the agenda setting theory and framing. It is presented the Internet consumption level in these countries. Paper is focused on the subject structure of political agenda of Russia and Brazil. Article consists extensive empirical material about the national and regional level in agenda. The research verifies Palmgrin and Clark's theory about weak agenda setting for local news plots, in opposite to the national scale topics. That paper actualizes this statement (proved for traditional media systems in*

*1977) for modern media systems of Russia and Brazil. The data confirms prevalence of discussion of internal political subjects over foreign policy topics.*
***Key words:*** *federalism, agenda, agenda setting, hybrid media systems*

**Введение**

Россию и Бразилию как членов блока БРИКС по многим критериям относят к странам со схожими политическими и экономическими процессами. Являясь федеративными республиками, они имеют характерный национальный уровень медиа системы со схожей структурой повестки дня. Эта структура повестки дня, согласно нашей гипотезе, отличается преобладанием общефедеральных тем даже на региональном уровне.

На сегодня, исследователи, принимающие сравнительную медиалогию национального уровня как основную модель изучения медиаполитологии, обсуждают, в первую очередь, вопросы национальных и региональных особенностей при сравнительном анализе глобальных и локальных медиа-процессов (Бодрунова, 2014). Одними из наиболее обсуждаемых и интересных исследований в этом направлении являются работы американских исследователей, Свободного университета Берлина и Т. Ханитцша (Мюнхенский университет) (Blumler, Gurevitch, 2004).

В этой статье собраны научные дискуссии и результаты исследований повестки дня в двух федеративных республиках – России и Бразилии. В статье обобщен обширный эмпирический материал на национальном и региональном уровне (с учетом нескольких регионов) для выявления наличия или отсутствия преобладания федеральной повестки дня в формировании повестки дня в этих двух странах.

В контексте гибридизации медиапространства России и Бразилии научный интерес представляют структуры политической повестки дня в этих странах. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью актуализировать научное подтверждение о преобладании региональных, местных новостей, после которых с заметным отрывом следуют общемировые темы повестки дня и общенациональные.

Изменяется сам характер современных медиасистем и ключевых характеристик формирования политической повестки дня. Понимание роли СМИ как ведущей в формировании повестки дня трансформируется и становится менее значимой (по сравнению с Твиттером и социальными сетями). Роль социальных медиа в инициировании и формировании повестки дня возрастает.

В целом, любое взаимодействие политической и медийной социальных подсистем (а повестка дня – одно из проявлений этого взаимодействия) понимается как межсистемное медиаполитическое взаимодействие, базирующееся на трех основных взаимодействующих элементах (Бодрунова, 2014). Во-первых, на системно-политической теории Алмонда, Парсонса и их последователей (Almond, Powell, 1966; Easton, 1965, 1990; Parsons, 1951). Во-вторых, на сравнительной медиалогии и моделировании медиа систем. И в-третьих, на современной теории медиатизация социальности в целом и политики (Str mb ck, 2008).

Развивая системно-социальную теорию Лумана, Р. Мюнх предложил рассматривать медиаполитическую коммуникацию как такое пространство межсистемного взаимодействия политической и медиа систем, где медиа и политика своим тесным взаимодействием образуют отдельную подсистему – так называемую систему медиаполитической коммуникации (Munch, 1997).

М. МакКомбс и Д. Шау (McCombs, Shaw, 1972) обнаружили преобладание теории повестки дня над теорией селективного восприятия, показав, что, согласно большинству проанализированного материала, повестка дня избирателей имела высокую степень корреляции с повесткой дня новостных СМИ, чем с повесткой дня предпочитаемых избирателями партийных изданий. В своих исследованиях в области формирования повестки дня они фокусировались на роли прессы в политических новостях и на формировании на основе новостей общественного мнения по поводу того, какие темы важны. В контексте их концепции, люди, не имеющие непосредственного контакта с кандидатом на выборах или темой, поднимаемой в СМИ, склонны ретранслировать позицию читаемых ими СМИ. Наибольшую авторитетность среди СМИ, как правило, имеют СМИ своего региона, как наиболее «близкий» гейт-кипер информации.

Также для представления нашего исследования важно понимание массовой коммуникации (где происходит формирование повестки дня) в качестве процесса систематического распространения информации, которому присущ институциональный характер, а также передача подготовленных сообщений на многочисленные, анонимные, рассредоточенные аудитории и мощный инструмент воздействия на индивидуальность и группы. (Андрианов, 2007: 53) Это воздействие частично можно описать харак-

тером и структурой повестки дня, характерной для той или иной страны на переходном этапе гибридизации медиа систем в начале XXI в.

Уровень грамотности – один из важнейших факторов, определяющих готовность аудитории платить за массовую информацию (Дмитриева, 2009: 34). На момент программирования нашего исследования мы изучили имеющиеся статистические данные. И если в России уровень грамотности населения составляет 99,5%, что превышает уровень грамотного населения в США и большинства стран Европы, то в Бразилии он существенно ниже – 90,0%. (Newspaper circulation in Brazil grows, 2013: 3-4). В странах с такими средневысокими показателями газеты остаются продуктом для элиты, а массовая пресса распространяется, как правило, в виде спортивных газет (что особенно актуально для Бразилии), либо в виде бесплатной прессы.

И если в Бразилии, ввиду ограниченного количества СМИ и типового разделения (по содержанию все они являются общественно-политическими) сложно говорить о преобладании того или иного типа издания, то в России явным преимуществом пользуются деловые газеты и журналы (по данным 2009–2013 гг.). (Рейтинг популярности российских СМИ.)

Повестка дня – этот круг актуальных вопросов, относительно которых формируется общественное мнение. Различные научные школы, которые исследуют формирование повестки дня, рассматривают ее через призму пересечения популярных СМИ и устанавливаемой ими повестки дня с определенным интервалом, подтверждая в своих работах эффект постановки проблемы (framing effect) (Severin, Tankard, 2001: 276).

С развитием теории формирования повестки дня, удалось определить те условия, которые влияют на формирование повестки дня. Были обнаружены те аспекты тем, которые могут усиливать или ослаблять эффекты формирования повестки дня.

Так, работа Цукера (Zucker, 1978: 227) описывает, что новостные СМИ по-разному воздействуют на общественное мнение для разных тематик. Цукер ввел в научный оборот термин «вовлеченность в тему» (issue obstrusiveness). Навязывание – это степень личного опыта с той или иной темой. Согласно его гипотезе, чем меньше люди имеют прямого опыта с данной темой, тем в большей мере они полагаются на новостные СМИ для получения и обработки информации. Этот же механизм должен работать и при

формировании повестки дня в крупных федеративных республиках. В этом смысле новости локального и регионального характера должны занимать меньшую долю в общей повестке дня, а преобладать должна федеральная повестка.

Палмгрин и Кларк изучали, какие аспекты тем влияют на эффект формирования повестки дня (Palmgreen, Clarke, 1977: 437), предположив, что формирование повестки дня действует слабее для местных новостных сюжетов, чем для тем национального масштаба. Связано это с большей вовлеченностью общества в местные события. Кроме того, они утверждали, что межличностные коммуникационные сети могут корректировать повестку дня СМИ и что темы национального масштаба освещаются в новостных СМИ больше, чем местные. Задача нашего статьи – актуализировать это утверждение, данное для традиционных медиа систем 1977 года, и верифицировать его для современных медиа систем России и Бразилии, находящихся на переходном этапе перехода к гибридным медиа системам.

Мы рассматриваем понятие «медиасистема» как открытую социальную систему, включающую совокупность всех медиа (как традиционных СМИ, так и новых медиа), аудиторию, связи и отношения между всеми элементами системы. «Гибрид или сочетание двух медиа есть момент истины и откровения, рождающий новые формы... момент свободы и пробуждения из обычного оцепенения и немоты, в которые сами же медиа повергают наши чувства». (Маклюэн, 2007: 34)

По сути, под гибридизацией понимается взаимопроникновение любых двух СМИ, влияющие на устоявшиеся способы производства и распространения информация. В свое время им стало телевидение, объединив немое телевидение и звук, сейчас гибридизация медиасистем идет между традиционными СМИ и новыми медиа, а также между традиционными СМИ и социальными сетями (которые уже выступают не только распространителями контента, но и занимаются фреймингом и другими политическими технологиями, корректируя или создавая политическую повестку дня). (Павленко, 2012).

К сожалению, во всех изученных научных работах прослеживается фундаментальное упущение в описании самого термина медиа системы, которое либо вовсе не определяется (подразумевая, что это устоявшийся в науке термин), либо описывается очень разносторонне. Например, как совокупность каналов ком-

муникации, как коммуникативная среда или как группы медиапредприятий. Никакой общей модели или точного термина медиа системы, интегрирующего все обсуждаемые в научном поле определения, на данный момент нет. Разворачиваются дискуссии о том, какие именно характеристики медиа систем стоит считать системными, опираясь на общую теорию систем (устойчивость – диссипативность, открытость – закрытость, центробежность – центростремительность (Вартанова, 2014: 67), точки бифуркации, баланс потребления ресурсов, аутопоэтизированность (способность к саморазвитию и самовоспроизводству элементов системы) (Бодрунова, 2014) Мы можем лишь сослаться на то, что гуманитарные науки существует в постоянном полилоге, в том числе терминологическом, и в отсутствие единого устоявшегося определения гибридных медиа систем мы будем оперировать этим понятием в следующем ключе: под гибридными медиа системами мы понимаем медиа системы переходного гибридного типа, характерные для начала XX в., т.е. находящиеся в процессе перехода от традиционных медиа систем к медиа системам со значительным влиянием новых медиа и соцсетей (Филиппова, 2014).

Ли обозначил результат этого процесса как сетевая повестка дня (Netizen agenda) (Lee, Lancendorfer, Lee, 2005: 63), дав описание людям, которые активно участвуют в онлайн-сообществе и определяют рост и направление развития Интернета. Существование сетевой повестки дня также было подтверждено в работах Робертса, описывающих, как онлайн обсуждение может служить заменой общественной повестки дня. Это позволило нам использовать контент, публикуемый в Твиттере, самом популярном и индексируемом мировом социальном медиа, как срез общей гибридной повестки дня, объединяющей в себе повестку дня СМИ и сетевую повестку дня.

Две основные модели взаимоотношений массовой коммуникации и власти (модель доминирования и плюралистическая модели), а также их применимость к российским реалиям с учетом социокультурной специфики, подробно изложена в работах российских исследователей Е.Г. Дьяковой (Дьякова, 2001) и А.Д. Трахтенберг (Трахтенберг, 2001).

В контексте повестки дня СМИ как технологии интерпретации, субъектами интерпретации смыслов выступают не только

СМИ, но и элиты, и эксперты (Гарбузняк, 2015). В этом исследовании мы сфокусировались только на одном из сегментов, где можно изучать тех, кого аудитория признает экспертами, – Твиттере. Более подробное обоснование выборки твитов в качестве репрезентативного для медиасистем эмпирического материала представлено в наших предыдущих работах, посвященных формированию повестки дня с помощью Твиттера и роли новой, зарождающейся, интернет-элиты (Филиппова, 2014).

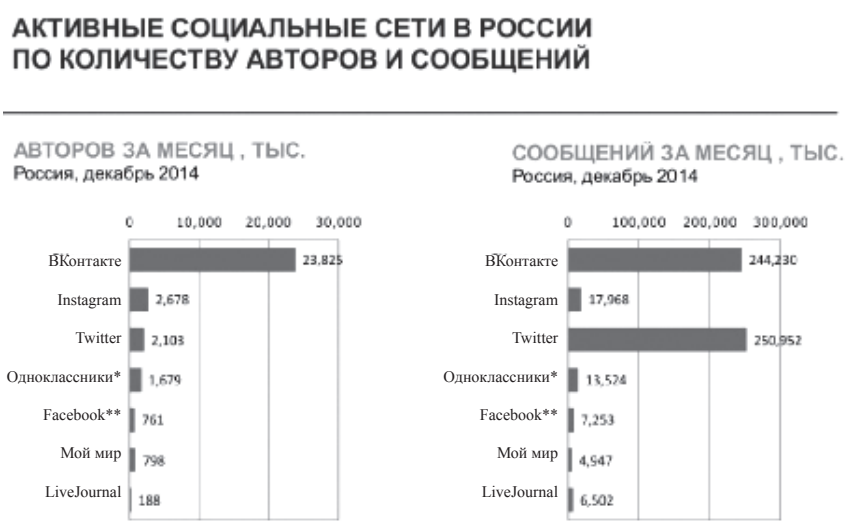
**Интернет-потребление в России: место Твиттера**

Описав внимание исследователей к Твиттеру при изучении медиасистем, считаем важным привести статистические данные по интернет-потреблению российских интернет-пользователей. По данным ФОМ, осенью 2014 года 72,3 миллиона россиян (62% совершеннолетнего населения страны) пользовались интернетом хотя бы раз в месяц, а почти 60 миллионов человек выходили в сеть ежедневно (ФОМ, Интернет в России).

Поскольку в данной статье представлены результаты исследования национальной и региональных тем в общей повестке дня, приведем распределение общего числа пользователей Интернета по регионам на 2015 год:

- Центральный – 28,4% (20,4 млн чел.)
- Приволжский – 19,6% (14,0 млн чел.)
- Южный и Северо- Кавказский – 15,8% (11,3 млн чел.)
- Сибирский – 12,9% (9,2 млн чел.)
- Северо-Западный – 10,8% (7,7 млн чел.)
- Уральский – 8,3% (6,0 млн чел.)
- Дальневосточный – 4,2% (3,0 млн чел.) (ФОМ: Интернет и СМИ)

Что касается характера интернет-активности в социальных сетях и сервисах микроблоггинга, хоть Твиттер и не является площадкой с самым большим количеством активных пользователей, он является ведущей площадкой по количеству публикаций в день и по уровню вовлеченности пользователей. Подробнее сравнение Твиттера в другими социальными сетями представлено на рис. 1.




* Одноклассники - данные по Топ- 100 000 групп
** Facebook - оценка снизу

*Рисунок 1.*
*Аудитория социальных сетей в России*

**Методология**

В ходе исследования были собраны и проанализированы все популярные твиты по запросам «политика Россия» и «politica Brasil» («политика Бразилии» – перевод с португ.) за 2010–2013 годы. Выборка популярных твитов доступна на основном сайте twitter.com в настройках поиска и позволяет сэкономить время на фильтрации спама и самостоятельном ранжировании твитов. Кроме того, Твиттер самостоятельно анализирует твиты по целому комплексу факторов (ретвиты, клики по ссылкам в твите, ссылки на внешних ресурсах на данных твит, время существования профиля автора твита и т.д.). Это позволяет получить максимально достоверную выборку по наиболее популярным твитам, абстрагируясь от стандартных технологий подсчета ретвитов и ответов на твит, которые легко можно накрутить, снизив таким образом достоверность исследования.

Эмпирическая база исследования ограничена четырьмя годами (2010–2013). Период выбран исходя из того, что в этот временной промежуток влияние социальных медиа в соотношении с традиционными СМИ качественно и количественно изменилось в гибрид-

ном информационном пространстве. В то же время стадия роста активного развития социального медиа и их интенсивная интеграция в существующие медиа системы замедлилась. Это позволяет нам описывать и изучать процессы формирования политической повестки дня на конкретной стадии развития современных медиа систем.

Предвидя критику сделанной выборки о том, как оценивалось содержание твитов только на основе количественных показателей частоты употребления слов (без учета просмотров профилей авторов и других публикаций на политические темы), хочется пояснить выборку. Не упомянутые результаты других частей этого же исследования включают в себя анализ профилей авторов, а также более детальный контент-анализ полученных твитов по составленной кодировочной книге с учетом сфер и конкретных поднимаемых тем (Филиппова, 2014). Но сделанные на их основании выводы не имеют принципиального значения при изучении роли федеральной и региональной повестки дня в общей повестки дня, поэтому в этой статье подробно не описываются.

Результаты и объем проанализированных данных России и Бразилии сильно рознятся. Если в России за 4 года было найдено и проанализировано всего 500 твитов, то в Бразилии за аналогичный период это число равняется 72 091. Несмотря на более чем значительную разницу (в 144 раза), мы постарались проанализировать полученные результаты и получить выводы по повестке дня в каждой из стран. Каждый популярный твит фиксировался в таблице с рядом характеристик, среди которых имелись тема, количество ретвитов, количество подписчиков у автора, и заявленный автором регион.

## Результаты исследования

### *Политическая повестка дня в Твиттере – круг вопросов (Россия)*

Чтобы выявить основные темы за 2010–2013 год, которые пользователи Твиттера относили к политической повестке России (на федеральном уровне, прежде всего), мы присвоили каждому твиту категорию (внутренняя политика или внешняя политика), а также тему, к которой его можно было бы отнести. Если у темы было мало (до 3) твитов, она группировалась с более общей темой. Таким образом сформировались большинство тем, чье название совпадает со страной или регионом.

Внутренняя политическая повестка дня в 3 раза более обсуждаема, чем внешняя – 77,8% против 21,6% от всех публикаций (см. табл. 1 и 2).

Среди тем внешней политики России лидирует обсуждение США (3,4% от всех публикаций), Сирии (2,6%) и Украины (2%). Довольно высокой популярностью обладают также твиты, в которых обсуждаются возможность союза с другими странами (3%), общая характеристика внешней политики России (1,2%), место России в международных рейтингах (1,2%), организация крупных международных форумов в России (1%), а также военные ресурсы России (1%).

*Таблица 1*

**Количество топ-твитов по поводу внешней политики России, %**

| **Внешняя политика, доля от всех публикаций** | **21,60** |
|---|---|
| США | 3,40 |
| Сирия | 2,60 |
| Украина | 2,00 |
| Союзы | 1,60 |
| Европа или ЕС | 1,40 |
| Внешняя политика | 1,20 |
| Рейтинг | 1,20 |
| Средняя Азия | 1,00 |
| Военные ресурсы России | 1,00 |
| Форум | 1,00 |
| Турция, Ливия, Япония, инвесторы, Китай, Африка, Израиль, Египет, Кения, Индия, Вьетнам, Грузия, Италия, Иран, терроризм | 0,60 и менее |

Среди тем внутренней политики России лидируют вопросы выборов, как прошедших, так и грядущих (12,6%). Велико число тем, касающихся заключенных или деталей уголовного процесса над обвиняемыми (11,4%). С небольшим отрывом можно наблюдать популярность таких тем, как кадры, т.е. лица, занимающие высокие должности в Российской Федерации на политическом уровне (11%), митинг (10%), партии (9,8%) и законопроекты (5,6%).

Это говорит о четкой количественной распределенности между темами федерального уровня и темами регионального уровня. Топ-10 самых обсуждаемых тем внешней и внутренней политики России выглядит следующим образом:

1. Выборы (и федерального уровня, и регионального, и местного).
2. Заключенные.
3. Кадры (кадровые перестановки в регионах).
4. Митинг.
5. Партийная активность (преимущественно в регионах).
6. Законопроекты (в основном федерального масштаба).
7. Персоны (в частности, В.В. Путин и Д.А. Медведев).
8. США.
9. Сирия.
10. Регионы (узкие сферы тем, значимые только для регионов).

Таким образом, в структуре повестки дня России можно выделить преобладание федеральных тем (выборы, заключенные, митинг, законопроекты, персоны (первые лица государства), за которыми следует группа тем внешней политики (США, Сирия, Украина, которая идет на 11 месте). И только в завершении топа-10 располагаются темы региональные, которые даже в сумме с темой кадровых перестановок в регионах не могут вырваться с третьего места в группе тем (табл. 2).

*Таблица 2*

**Количество топ-твитов по поводу внутренней политики – Россия, %**

| **Внутренняя политика, доля от всех публикаций** | **77,80** |
|---|---|
| Выборы | 12,60 |
| Заключенные | 11,40 |
| Кадры | 11,00 |
| Митинг | 10,00 |
| Партии | 9,80 |
| Законопроекты | 5,60 |
| внутренняя политика | 4,80 |
| Персоны | 3,40 |
| Регионы | 3,00 |
| Бизнес | 1,60 |
| Бюджет | 0,80 |
| СМИ, внутреннее устройство, митинг, история, петиции, общественные организации, территориальное устройство, национальный вопрос, регионы, терроризм, коррупция, дискриминация, интернет-цензура, РПЦ | 0,60 и менее |

***Политическая повестка дня в Твиттере – круг вопросов (Бразилия)***

Чтобы выявить основные темы за 2010-2013 гг., которые пользователи Твиттера относили к политической повестке Бразилии (на федеральном уровне, прежде всего), мы по аналогии с российской частью исследования присвоили каждому твиту категорию (внутренняя политика или внешняя политика), а также тему, к которой его можно было бы отнести.

Внутренняя повестка дня в Твиттере бразильском, как и в российской части исследования, в разы превышает внешнюю. Только разрыв еще более заметен: 91,5% твитов посвящены внутренней политике, и только 6138 твитов (8,5%) – внешней политике Бразилии.

Во внутренней политике Бразилии среди тем лидируют личные мнения пользователей, не подтвержденные аргументами или фактами (22,1% от общего числа), персоны (20,6% от общего количества твитов). Деятельность партий, новости регионов, электоральная тематика, активность оппозиции, экономические подтемы, политическая реформа, законопроекты и тема церкви и религии также входят в самые популярные темы повестки дня (см. табл. 3).

*Таблица 3*

**Количество топ-твитов по поводу внутренней политики – Бразилия, %**

| | |
|---|---|
| Мнения | 22,1 |
| Персоны | 20,6 |
| Партии | 10,57 |
| Регионы | 7,82 |
| Выборы | 3,73 |
| Оппозиция | 3,57 |
| Экономика и промышленность | 2,78 |
| Реформа политическая | 2,26 |
| Законопроекты | 2,17 |
| Церковь и религия | 2,01 |
| Общество и социальная политика | 1,86 |
| Кадры | 1,59 |
| Коррупция | 1,49 |
| Криминал и преступность | 1,08 |
| Реформа | 0,94 |

*Окончание таблицы 3*

| | |
|---|---|
| Здравоохранение | 0,82 |
| Суды и судебная система | 0,74 |
| Спорт | 0,72 |
| Образование и наука, культура, СМИ, персоны, сельское хозяйство, безопасность, интернет, форумы и саммиты, парламент, наркотики, регионы (персоны), занятость, бюджет, история, расизм, футбол, кино, экология, бизнес, безработица, молодежь, повестка дня, работа профсоюзов, рынок труда, энергетика | 0,61 |

Что касается внешней политики, то большинство твитов, как и в случае с внутренней политикой, имеют характер личных мнений (1,15% твитов). Второе и третье место занимают географические соседи и экономически и политически важные игроки для экономики Бразилии – Уругвай и Куба. Далее следуют Евросоюз (ЕС), Африканский регион и США (все данные представлены в табл. 4). В целом, еще два латиноамериканских государства: Боливия и Венесуэла, а также Латинская Америка в целом, входят в топ-10 тем в структуре внешнеполитической повестки дня.

Если составлять общий топ-10 тем повестки дня, то его структура по Бразилии будет выглядеть следующим образом:

1. Персоны (в т.ч. Дилма Русеф).
2. Партии (преимущественно региональная деятельности).
3. Регионы.
4. Выборы (федеральные 2010 года и региональные).
5. Оппозиция.
6. Экономика и промышленность.
7. Реформа политическая.
8. Законопроекты.
9. Церковь и религия.
10. Общество и социальная политика.

Группируя темы по аналогии с Россией, стоит отметить отсутствие тем внешней политики в топе-10. Лидирует тема персон (особенно первого лица государства с 2011 г. Дилмы Русеф). Верхние строчки занимают региональные темы (партийная активность, узкие темы регионов, выборы (в отличие от России). Тем не менее, вместе с темой персон и федеральными выборами, большинство тем (оппозиция, экономика и промышленность, политическая реформа, законопроекты, церковь и религия, федеральная социальная политика) носят преимущественно общефедеральный характер.

*Таблица 4*

**Количество топ-твитов по поводу внешней политики – Бразилия, %**

| | |
|---|---|
| Внешняя политика | 1,15 |
| Уругвай | 0,96 |
| Куба | 0,90 |
| ЕС | 0,74 |
| Африка | 0,56 |
| США | 0,55 |
| Япония | 0,46 |
| Боливия | 0,43 |
| Венесуэла | 0,37 |
| Латинская Америка | 0,31 |
| Великобритания | 0,31 |
| Конференция/Саммит/Форум | 0,28 |
| Европа | 0,28 |
| Бельгия | 0,28 |
| Южная Америка | 0,19 |
| Книги | 0,18 |
| Турция | 0,18 |
| Канада, Израиль, БРИКС, Чили, ООН, рейтинг страны, Германия, Аргентина, права человека, Всемирный банк, Гаити, инвесторы, Ливия, Россия, Экономика, Индия (ядерная энергия) | 0,13 и менее |

***Твиттер как инструмент: Россия или регионы?***

Обсуждая эффективность Твиттера как инструмента массовых коммуникаций, невозможно обойти вопрос региональной принадлежности аккаунтов и региональной направленности Твиттера. Мы проанализировали нашу выборку твитов на предмет принадлежности аккаунтов авторов этих твитов к тому или иному региону.

Важно подчеркнуть, что указание региона – процесс не автоматический, а добровольный и на данный момент неконтролируемый. Любой пользователь может указать в профиле любой город – и Москву, и Токио – исходя из своих интересов. Тем не менее, согласно нашим данным, выделяется сразу несколько тенденций, отраженных в табл. 5 (указаны только регионы, которые упоминаются в статистике 2 раза и более).

*Таблица 5*

**Распределение авторов по регионам – Россия**

| | |
|---|---|
| Москва | 159 |
| Не указан | 146 |
| Россия | 54 |
| Санкт-Петербург | 18 |
| Ульяновск | 14 |
| Вена | 7 |
| Краснодар | 6 |
| Париж | 6 |
| Пермь | 6 |
| Тверь | 6 |
| Вашингтон | 5 |
| Копейск | 4 |
| Новосибирск | 4 |
| Омск | 4 |
| Екатеринбург | 3 |
| Киев | 3 |
| Нижний Новгород | 3 |
| Украина | 3 |
| Другие | 47 |

32% аккаунтов среди авторов популярных твитов указывают своим домашним регионом Москву, 4% – Санкт-Петербург и 3% – Ульяновск.

11% предпочитают обобщать регион до России, а 29% и вовсе не указывают свой домашний регион в профиле.

Это подтверждает гипотезу о том, что пока Твиттер – популярная площадка для коммуникации преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге. Кроме того, можно предположить, что он будет эффективен и в регионах, где информационные потоки Твиттера существенно слабее, соответственно, формировать потоки политической информации и управлять повесткой дня, в том числе с помощью технологий фрейминга, должно быть легче.

В общем списке выделяется присутствие иностранных городов в профилях русско-язычного Твиттера, которые также участвуют в обсуждении политических новостей. Среди таких регионов лидируют Вена и Париж (по 3% среди всех аккаунтов выборки), Вашингтон и Нью-Йорк (2% и 1% соответственно) и Украина (1%).

***Твиттер как инструмент: Бразилия или регионы?***

Если обозначить самые важные данные из табл. 6 по региональной представленности авторов топ-твитов Бразилии, 29,6% аккаунтов среди авторов популярных твитов не указывают свой регион, 19,6% (на 8% выше, чем в России), обобщают свой регион до страны в целом – Бразилии.

*Таблица 6*

**Распределение авторов по регионам – Бразилия**

| | |
|---|---|
| Не указан | 21318 |
| Бразилия | 14117 |
| Сан Паулу (Сампа, Кампинас, Карагуататуба, Поа, Кашуэфра-Паулиста, Санту-Андреа) | 9189 |
| Рио де Жанейро (Кабу Фриу, Нитерой) | 4236 |
| Бразилиа | 3713 |
| Парана (Куритиба, Маринга) | 1974 |
| Мату Гроссу (Кампу-Гранди, Куяба) | 1755 |
| Амазония (Манаус) | 1232 |
| Гойас (Анаполис, Гойания) | 1151 |
| Байя (Сальвадор, Понте Аериа) | 1108 |
| Алагоас (Муриси, Масейо) | 924 |
| Сеара (Игуату, Лажес, Форталеза) | 920 |
| Риу ду Сул (Каноас, Риу Гранди, Порту-Алегри, Пасу-Фунду, Пелотас, Сан Леопольдо) | 915 |
| Риу-ди-Норти (Натал, Моссору, Серидо) | 827 |
| Мараньян (Сан Луис) | 811 |
| Санта Катарина (Жарагуа-ду-Сул, Флорианаполис, Флорипа) | 770 |
| Минас Жерайс (Арагуари, Белу Оризонти, Ипатинга, Пирапора, Музамбинью) | 713 |

*Окончание таблицы 6*

| | |
|---|---|
| Пернамбуку (Гояна, Ресифи, Каруару) | 671 |
| Параиба (Пикуи) | 573 |
| Испания (Бильбао, Санта Лусиа) | 438 |
| Аракажу | 423 |
| Риу Бранку | 416 |
| Эспириту Санту (Витория) | 317 |
| Белен | 262 |
| Великобритания (Лондон) | 262 |
| Макапа | 256 |
| Гализа | 204 |
| Пиауи (Терезина) | 110 |
| Естейо | 100 |
| Канада | 80 |
| США (Вашингтон, Нью-Йорк, ЛА, Майами, Сан-Франциско, Санта Роза, Техас) | 56 |
| Аргентина (Буэнос Айрес) | 46 |
| Порту Велью | 23 |
| Мексика (Веракрус) | 22 |
| Португалия (Лиссабон) | 20 |
| Колумбия (Богота) | 12 |
| Другое | 18 |

12,7% назвали своим регионом Сан Паулу – деловой центр Бразилии. С небольшим отрывом следует и Рио де Жанейро (а также его районы Кабу Фриу и Нитерой) – 6%, и бразильская столица Бразилиа (5,1%).

Еще 22 региона Бразилии, а также Испания и Великобритания имеют сравнительно невысокий показатель от 2,7% до 0,1% в формировании повестки дня в Бразилии. Тем не менее, эти данные показывают гораздо более широкую представленность регионов, нежели в России. Что, однако, можно связать с малым количеством твитов российских, попавших в выборку – всего 500 против 72091 бразильских.

Заметная локальная и региональная представленность в бразильском Твиттере может говорить об эффективности Твиттера в регионах, где информационные потоки Твиттера существенно

слабее крупных деловых и политических центров страны, соответственно, формировать потоки политической информации и управлять ими в должно быть легче и в сетевой повестке дня, и в общей повестке дня гибридной медиасистемы Бразилии.

**Интерпретация результатов и выводы**

Полученные нами результаты анализа Твиттера показывают нам репрезентативный срез соотношения общефедеральных и региональных тем в общей повестки дня в современных медиасистемах России и Бразилии. Разделяя позицию Криса Пасадеоса, который отмечал, что Твиттер (который мы воспринимаем как ретранслятор новых медиа и как важный элемент медиасистемы) можно использовать в качестве измерения общественного обсуждения и в этом смысле он схож с исследованиями общественного мнения. (Pasadeos, Y., Phelps, J., Edison, A., 2008: 796) Также им было подтверждено существование активной деятельности СМИ по созданию твитов и установлен эффект формирования повестки дня.

Результаты проведенного исследования на примере современных медиасистем России и Бразилии опровергают универсальность утверждения Палмгрина и Кларка о том, что формирование повестки дня действует слабее для местных новостных сюжетов, чем для тем национального масштаба. Это гипотеза была адекватна традиционным медиа системам XX в., но больше не может служить универсальным утверждением для медиа систем, развивающихся в сторону гибридизации с социальными сетями и новыми медиа, когда сетевая повестка дня может доминировать над повесткой дня СМИ. Проведенная нами верификация этой гипотезы показала, что она остается корректной для медиа системы России, но совершенно не подходит для корректного описания медиасистемы Бразилии.

В структуре повестки дня России отмечается преобладание федеральных тем, за которыми следует группа тем внешней политики. И только в завершении топа-10 располагаются темы региональные.

В топе тем бразильской повестки дня стоит отметить отсутствие тем внешней политики. Лидирует тема персон. Верхние строчки занимают региональные темы. Тем не менее, вместе с темой персон и федеральными выборами, большинство тем из

топа-10 (оппозиция, экономика и промышленность, политическая реформа, законопроекты, церковь и религия, федеральная социальная политика) носят преимущественно общефедеральный характер.

Проведенное исследование также показало, что внутренняя политическая повестка дня в России в 3 раза более обсуждаема, чем внешняя. Внутренняя политическая повестка дня в бразильском Твиттере также в разы превышает внешнюю.

Заметная локальная и региональная представленность в бразильском Твиттере говорит о большей востребованности Твиттера в регионах, по сравнению с крупными деловыми и политическими центрами страны. В России же мнения авторов топ-твитов и экспертов касательно повестки дня регионов в значительной мере совпадают с общефедеральной повесткой дня, почти не уделяя внимания локальным темам.

В российской повестке дня Твиттер, на данный момент, – популярная площадка для коммуникации преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге. С чем связано значительное преобладание федеральной повестки дня в сетевой повестке дня в России – предмет для дальнейших исследований. Среди возможных факторов может быть и слабая распространенность интернета в регионах, и недостаточная интернет-грамотность, и более высокий уровень доверия традиционным СМИ, и некоторая закрытость российской медиа системы на современном этапе развития.

Таким образом, мы видим потребность в развитии и дополнении теории формирования повестки дня на национальном и региональных уровнях. Была подтверждена необходимость актуализации выводов теории Палмгрина и Кларка и важность анализа федерально-региональных взаимодействий и федерализма в процессе формирования повестки дня при сравнительном анализе современных медиа систем, с учетом гибридизации современных медиа систем и их актуальных трансформаций.

**Библиография**

*Андрианов М.С.* Невербальная коммуникация: психология и право. М.: Институт Общегуманитарных Исследований, 2007.

*Бодрунова С.С.* Медиаполитическое взаимодействие или политическая коммуникация? К вопросу о развитии медиаполитологии в России // Медиаскоп. 2014. № 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/1653

*Вартанова Е.Л.* Центробежная и центростремительная: медиасистема России в динамике общенационального и регионального. Пленарный доклад на Междунар. научн-практич. конф-ции «Журналистика в 2013 году: Регионы в российском медиапространстве». Москва, 7–9 февраля 2014 г.

*Гарбузняк А.Ю.* Повестка дня СМИ как технология интерпретации // Медиаскоп. 2015. № 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/1684

*Дмитриева А.* Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ (на примере Великобритании, Германии и Италии). Дисс.. канд. филол. наук. М., 2009.

*Дьякова Е.Г, Трахтенберг А.Д.* Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется повестка дня? Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного Университета, 2001.

*Маклюэн М.* Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007.

*Павленко В.В.* Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. Международная научно-практическая конференция «Молодежь в постиндустриальном обществе» 25 декабря 2012 года. Режим доступа: http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf

Рейтинг популярности российских СМИ. Режим доступа: http://www.exlibris.ru/rejting-izdanij/

*Филиппова В.А.* Твиттер как инструмент формирования политической повестки дня в России и Бразилии // Вестник СПбГУ. Серия 9. 2014. № 4. С. 182–195.

ФОМ: Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2014. Режим доступа: http://fom.ru/SMI-i-internet/11740

*Almond G.A., Powell G.B.* Comparative Politics: A Developmental Approach. Boston, 1966.

*Blumler J.G., Gurevitch M.* State of the Art of Comparative Political Communication Research: Poised for Maturity? // Comparing Political Communication: Theories, Cases and Challenges / Ed. by F. Esser, B. Pfetsch. Cambridge, 2004. P. 325–343.

*Easton D.* A Framework for Political Analysis. Englewood Cliffs, 1965.

*Easton D.* The Analysis of Political Structure. New York; London, 1990.

*Münch R.* Elemente einer Theorie der Integration moderner Gesellschaften: Eine Bestandsaufnahme // Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens – zur Konfliktgesellschaft / hrsg. von W. Heitmeyer. Frankfurt a/Main, 1997. S. 66–109.

*Lee B., Lancendorfer K., Lee K.J.* Agenda-setting and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea // Asian Journal of Communication. 2005. № 15, P. 57–71.

*McCombs M., Shaw D.* The agenda-setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. 1972. № 36 (2): 176–187.

Newspaper circulation in Brazil grows; Folha takes the lead. Folha de S. Paulo. January 25, 2013. Available at: http://www1.folha.uol.com.br/internacional/en/business/2013/01/1220366-newspaper-circulation-in-brazil-grows-folha-takes-the-lead.shtml

*Palmgreen P., Clarke P.* Agenda-setting with local and national issues // Communication Research. 1977. № 4. P. 435–452.

*Parsons T.* The Social System. Glencoe, Ill., 1951.

*Pasadeos Y., Phelps J., Edison A.* Searching for our "Own Theory" in Advertising: An Update of Research Networks // Journalism And Mass Communication Quarterly. 2008. № 85(4). P. 785–806.

*Severin W.J., Tankard J.W.* Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media. New York: Addison Wesley Longman, 2001

*Strömbäck J.* Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics // The International Journal of Press/Politics. 2008. № 13 (3). P. 228–246

*Zucker H.G.* The variable nature of news media influence // Communication Yearbook: Vol. 2. / Ed. by B.D. Rubin. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1978.

## References

Almond G.A., Powell G.B. (1966) *Comparative Politics: A Developmental Approach*. Boston.

Andrianov M.S. (2007) *Neverbal'naya kommunikatsiya: psikhologiya i pravo* [Nonverbal Communication: Psychology and Right]. Moscow.: Institut Obshchegumanitarnykh Issledovaniy Publ.

Blumler J.G., Gurevitch M. (2004) State of the Art of Comparative Political Communication Research: Poised for Maturity? In F. Esser, B. Pfetsch (eds.) *Comparing Political Communication: Theories, Cases and Challenges* Cambridge. Pp. 325–343.

Bodrunova S.S. (2014) Mediapoliticheskoe vzaimodeystvie ili politicheskaya kommunikatsiya? K voprosu o razvitii mediapolitologii v Rossii [Media Political Interaction or Political Communication? To a Question of Development of Media Political Science in Russia]. *Mediaskop* 4. Available at: http://www.mediascope.ru/node/1653

Dmitrieva A. (2009) *Razvitie i funktsionirovanie struktury mediasistemy i ee vliyanie na soderzhanie pechatnykh SMI (na primere Velikobritanii, Germanii i Italii)*. Diss... kand. fil. nauk [Development and Functioning of Structure of Media System and its Influence on the Maintenance of Print Media (on the Example of Great Britain, Germany and Italy). PhD Thesis in Philology]. Moscow.

D'yakova E.G, Trakhtenberg A.D. (2001) *Massovaya kommunikatsiya: modeli vliyaniya. Kak formiruetsya povestka dnya?* [Mass communication: influence models. How the agenda is formed?] Ekaterinburg: Izdatelstvo Gumanitarnogo Universiteta Publ.

Easton D. (1965) *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs, 1965.

Easton D. (1990) *The Analysis of Political Structure*. New York; London, 1990.

Filippova V.A. (2014) Tvitter kak instrument formirovaniya politicheskoy povestki dnya v Rossii I Brazilii [Twitter as the instrument of formation of the political agenda in]. *Vestnik SPbGU. Series. 9* 4: 182–195.

*FOM: Internet v Rossii: dinamika proniknoveniya. Leto 2014* [The Internet in Russia: dynamics of penetration. Summer 2014]. Available at: http://fom.ru/SMI-i-internet/11740 Available at: February 13, 2015

Garbuznyak A.Yu. (2015) Povestka dnya SMI kak tekhnologiya interpretatsii [Agenda of Mass Media as Technology of Interpretation]. *Mediaskop* 1. Available at: http://www.mediascope.ru/node/1684

Lee B., Lancendorfer K., Lee K.J. (2005) Agenda-setting and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea. *Asian Journal of Communication* 15: 57–71.

McLuhan M. (2007) *Ponimanie Media: vneshnie rasshireniya cheloveka*. [Understanding of Media: External Expansions of the Person. Moscow: Giperboreya; Kuchkovo pole Publ.

Münch R. (1997) Elemente einer Theorie der Integration moderner Gesellschaften: Eine Bestandsaufnahme *// Was hält die Gesellschaft zusammen?: Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens – zur Konfliktgesellschaft* / hrsg. von W. Heitmeyer. [Elements of a Theory of Integration of Modern Societies: An inventory. In W. Heitmeyer (Ed.) *What Holds Society Together? Federal Republic of Germany: On the way from the consensus – conflict society*] Frankfurt a/Main. Pp. 66–109.

Newspaper circulation in Brazil grows; Folha takes the lead. Folha de S. Paulo. January 25, 2013. Available at: Available at: http://www1.folha.uol.com.br/internacional/en/business/2013/01/1220366-newspaper-circulation-in-brazil-grows-folha-takes-the-lead.shtml

Palmgreen P., Clarke P. (1977) Agenda-setting with local and national issues. *Communication Research* 4: 435–452.

Parsons T. (1951) *The Social System*. Glencoe, Ill.

Pasadeos Y., Phelps J. Edison A. (2008). Searching for our "Own Theory" in Advertising: An Update of Research Networks. *Journalism And Mass Communication Quarterly* 85(4): 785–806.

Pavlenko V.V. *Rol' sovremennykh sotsial'nykh setey v sotsial'nykh i politicheskikh tekhnologiyakh*. Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Molodezh' v postindustrial'nom obshchestve» 25 dekabrya 2012 goda [A Role of Modern Social Networks in Social and Political Technologies. International Scientific and Practical Conference «Youth in Post-industrial Society» on December 25, 2012]. Available at: http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf

*Reyting populyarnosti rossiyskikh SMI* [Russian Mass Media Rating of the Popularity]. Available at: http://www.exlibris.ru/rejting-izdanij/ Available at: February 13, 2014

*Severin W. J., Tankard J. W.* (2001) Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media. New York: Addison Wesley Longman.

*Strömbäck* J. (2008) Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics* 13 (3): 228–246.

Vartanova E.L. (2014) *Tsentrobezhnaya i tsentrostremitel'naya: mediasistema Rossii v dinamike obshchenatsional'nogo i regional'nogo*. Plenarnyy doklad na Mezhdunar. nauchn-praktich. konf-tsii «Zhurnalistika v 2013 godu: Regiony v rossiyskom mediaprostranstve». Moskva, 7–9 fevralya 2014 [Centrifugal and centripetal: media system of Russia in dynamics nationwide and regional. The plenary report on the International Scientific Conference «Journalism in 2013: Regions in the Russian media space». Moscow, February 7–9, 2014].

Поступила в редакцию
05.01.2016