

## ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

Л. В. Богомазова

# Экономический кризис в российских СМИ: конструирование и деконструирование проблем



**БОГОМАЗОВА**  
**Людмила Вадимовна** — студентка магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социальных наук, стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** lbogomazova@hse.ru

*В данной статье анализируется процесс конструирования представлений об экономическом кризисе в российских онлайн-изданиях. Важность обращения к подобной теме объясняется повышением внимания аудитории к экономическим дискуссиям в СМИ в период экономической нестабильности и соответственно увеличением влияния средств массовой информации на восприятие ситуации в стране.*

*В качестве теоретической рамки исследования используется конструктивистский подход к анализу социальных проблем — именно в терминах этого подхода рассматривается в проведённом исследовании экономический кризис. Для выявления стратегий депроблематизации экономического кризиса применяется классификация контрриторических стратегий П. Ибарры и Дж. Китсьюза.*

*Для достижения поставленной цели применён содержательный контент-анализ, включающий подсчёт упоминаний и тематический анализ, а также новый и развивающийся в медиаисследованиях сетевой метод.*

*В результате исследования было выявлено, что наибольшее внимание в онлайн-изданиях уделяется антироссийским санкциям, инфляции и курсу рубля. В то же время социальные последствия кризиса, такие как бедность и безработица, представлены в медиа в значительно меньшей степени. Сетевой анализ также продемонстрировал, что в СМИ делается акцент на курсе рубля и доллара, санкциях и кредитах. Согласно теории сетевой повестки дня, эти «связки» экономических событий в публикации способны сформировать у аудитории определённые ассоциации относительно причин кризиса, его виновников и последствий. Так, рост цен может быть вызван ослаблением курса рубля, а санкции — являться одной из причин кризиса.*

*Что касается депроблематизации экономического кризиса, то контрриторические стратегии (декларация бессилия, перспективизация, опровергающие истории, контрриторика неискренности) были выявлены лишь в массовом онлайн-издании.*

**Ключевые слова:** СМИ; экономический кризис; экономические проблемы; информационная повестка дня; социальные проблемы; депроблематизация; сетевой подход.

## Введение

Во второй половине 2014 г. Россия столкнулась с рядом экономических трудностей, которые впоследствии привели к событиям «чёрного вторника» — обвальному падению курса рубля по отношению к доллару США и евро. В числе факторов, оказавших влияние на экономический спад в России, — снижение мировых цен на нефть, введение антироссийских санкций как ответная реакция на присоединение Крыма к России, а также несостоятельность сырьевой модели развития экономики в целом [The Economic and Financial Crisis... 2015]. В результате данные изменения экономической ситуации оказались в фокусе внимания российских СМИ.

Ожидание роста потребительских цен и страх потери сбережений стали основными причинами ажиотажного спроса населения на товары длительного пользования в предкризисный период. Индекс потребительского доверия в первом полугодии 2014 г. составил 47 пунктов, продемонстрировав резкое падение почти в три раза в начале 2015 г. [Индекс потребительского доверия 2015]. Позднее стратегия «бегство от денег» начинает использоваться реже ввиду ухудшения материального положения населения. По данным Росстата, реальные располагаемые доходы населения устойчиво снижались [Реальные располагаемые денежные доходы... 2017]. Такие экономические показатели, как темпы роста ВВП и объём промышленного производства, уровень инфляции и безработицы [Российская экономика 2016], также свидетельствуют об экономическом спаде в России в 2015–2016 гг. Кроме того, в рассматриваемый период значительно возрастает доля бедных людей [Овчарова 2017].

На субъективные оценки населения относительно экономической ситуации в стране влияют не только личный опыт взаимодействия с проблемой, но и средства массовой информации. Именно в периоды экономического спада повышаются внимание и интерес аудитории к экономическим новостям [Wu et al. 2002]. Являясь посредником между властью и обществом, СМИ способны транслировать взгляды не только самих журналистов, но и иных групп интересов, в том числе представителей политической элиты [Кольцова 2000]. Например, позитивные публикации о выходе России из кризиса или аргументы, подчёркивающие благоприятность текущей ситуации, могут способствовать депроблематизации происходящего и оказывать при этом воздействие на общественное мнение [Ибарра, Китсьюз 2007]. Кроме того, основываясь на ряде медиаисследований [Media Coverage... 2015; Wu et al. 2002], можно сделать вывод о том, что СМИ способны влиять на социальное самочувствие населения, потребительские и сберегательные настроения. Особенно заметной роль массовых коммуникаций становится в период экономической нестабильности, когда у населения отсутствуют альтернативные источники информации о быстро изменяющейся реальности. Например, именно панические публикации, посвящённые обвалу курса рубля, способствовали росту потребления товаров длительного пользования зимой 2014 г. [Россияне на фоне ослабления рубля... 2014].

Таким образом, фокусом данного исследования является конструирование образа экономического кризиса с середины 2014 г. по конец 2016 г. в российских онлайн-изданиях. Полученные результаты позволяют определить интенсивность освещения экономических проблем России, их место в информационной повестке дня, а также способы смягчения восприятия экономической ситуации.

## Теоретическая основа исследования

### *Социальная проблема с точки зрения конструктивистского подхода*

В данном исследовании экономический кризис рассматривается как социальная проблема с точки зрения конструктивистского подхода. Традиционно природа социальных проблем объясняется с опорой на подход социальной дезорганизации и функционалистский подход [Ясавеев 2006]. Общей чертой

этих подходов является приверженность объективизму: социальные проблемы воспринимаются как некоторые существующие в реальности условия, ситуации. Яркими представителями первого подхода являются У. Томас и Ф. Знанецкий, понимающие под социальной дезорганизацией снижение значения существующих в обществе правил и норм поведения для отдельных индивидов [Томас, Знанецкий 2001]. С точки зрения функционалистского подхода под социальной проблемой понимается некоторая дисфункция, отклонение от «нормального» состояния, приводящее к нарушению функционирования общества. Основная задача социологии, согласно данному подходу, заключается в выявлении и изучении этого разрушительного поведения.

Одними из первых среди теоретиков указали на значение не только объективного условия, но и субъективного определения социальной проблемы Р. Фуллер и Р. Майерс [Фуллер, Майерс 2001]. Согласно им, одна и та же неблагоприятная ситуация может по-разному восприниматься индивидами, поэтому для идентификации социальной проблемы становится важным её *признание* таковой большинством людей. За этапом осознания социальной проблемы следует определение политики по её устранению — обсуждаются средства достижения целей, обостряется конфликт ценностей, затем осуществляется заданный курс.

Становление конструктивистского подхода, в основе которого лежит субъективный компонент проблемных ситуаций, происходило в работах Г. Блумера, М. Спектора и Дж. Китсьюза начала 1970-х гг. (см. подробнее: [Schneider 1985]).

Основываясь на идее коллективного определения социальных проблем [Блумер 2001], можно сделать вывод о том, что чёткие критерии причисления тех или иных объективных условий к пагубным отсутствуют. По этой причине задача социологии заключается в изучении «процесса, посредством которого общество признаёт социальные проблемы» [Блумер 2001: 152]. Блумер выделяет пять основных стадий определения социальной проблемы: (1) возникновение проблемы; (2) легитимация проблемы; (3) мобилизация действий; (4) формирование официального плана действия; (5) трансформация действия в ходе реализации. Особое внимание социолога обращено ко второму этапу, поскольку далеко не все проблемы получают общественное признание. Большое значение в данном случае имеют влиятельные организации и группы интересов, прилагающие усилия для легитимации проблемных ситуаций. Они же могут оказывать влияние на изменение заданного плана решения проблемы.

Фокус внимания Спектора и Китсьюза, вслед за Блумером, перемещается к субъективному восприятию социальных проблем [Спектор, Китсьюз 2001]. За определение социальной проблемы, согласно этим авторам, отвечает не общество в целом, а его отдельные группы, недовольные текущим положением дел. Они осуществляют деятельность по выдвижению утверждений требовательного характера (*claims-making activity*), которая подразумевает ответную реакцию институтов и органов государственной власти в виде мер по устранению *предполагаемой* неблагоприятной ситуации. Примерами утверждений-требований служат такие виды гражданской активности, как участие в протестах и митингах, публикации в СМИ, петиции и обращения в суд. При этом ввиду многочисленных способов трактовки социальной проблемы существует конкуренция за контроль над её определением, и влиятельные группы оказываются в более благоприятном положении. Однако деятельность по выдвижению утверждений-требований не всегда приводит к реагированию на них со стороны правительства. Этому могут способствовать так называемые контрриторические стратегии, нацеленные на отрицание наличия социальной проблемы или отказ от принятия политики по ее устранению. П. Ибарра и Дж. Китсьюз выделяют две группы подобных стратегий — сочувствующую (признание ситуации в качестве проблемной, но отказ от ее решения) и несочувствующую контрриторику (дискредитация выдвигаемых утверждений требовательного характера, отказ от признания проблемы как таковой) [Ибарра, Китсьюз 2007]. Данная классификация будет использована в работе для выявления способов смягчения восприятия экономической ситуации в российских СМИ (см. табл. 1).

Таблица 1

## Виды контрриторических стратегий

Вид контрриторики	Комментарий
Сочувствующая контрриторика	
Натурализация	Отрицается необходимость исправления социальной проблемы; проблематизируемое условие представляется как естественное и неизбежное.
Контрриторика затрат исправления	Решение социальной проблемы невозможно ввиду высоких издержек.
Декларация бессилия	Решение социальной проблемы невозможно ввиду отсутствия необходимых для этого ресурсов — времени, бюджета, власти.
Перспективизация	«Утверждения-требования» — точка зрения и (или) мнение людей, не отражающие действительность.
Критика тактики	Отрицаются сами способы выдвижения «утверждений-требований» «недовольными» группами.
Несочувствующая контрриторика	
Антитипизация	Выдвигаемые «утверждения-требования» относятся к отдельным и редким инцидентам.
Опровергающие истории	Приведение аргументов против существования социальной проблемы.
Контрриторика неискренности	Группа, выдвигающая «утверждения-требования», обвиняется в извлечении выгоды от признания социальной проблемы.
Контрриторика истерии	Группа, выдвигающая «утверждения-требования», обвиняется в приверженности своим «ложным» представлениям, в действиях под влиянием эмоций.

Источник: составлено автором статьи на основе: [Ибарра, Китсьюз 2007].

Основываясь на представленных выше работах, мы будем придерживаться конструктивистского подхода к анализу природы и развития социальных проблем и учитывать возможность влияния определённых групп и организаций на их определение.

### Роль СМИ в установлении информационной повестки дня

Особое место в определении социальной проблемы занимают средства массовой информации. Являясь ареной публичного дискурса, они способны не только привлечь внимание к конкретной ситуации, но и сформировать у аудитории определённое мнение о ней. Содержательно близкой к конструктивистскому подходу оказывается теория повестки дня, предложенная М. Маккомбсом и Д. Шоу [McCombs, Shaw 1972]. По их мнению, СМИ не только предоставляют информацию аудитории, но и формируют представления о степени важности тех или иных проблем. Издания могут замалчивать какие-то события или акцентировать внимание аудитории на определённых темах, устанавливая тем самым информационную повестку дня. Эмпирическим подтверждением служит проведённое этими авторами исследование выборов в США 1968 г. В результате исследования была получена высокая связь между освещаемыми в СМИ темами и представлениями избирателей об основных проблемах на момент проведения исследования. В дальнейшем разрабатывается подход установления повестки дня второго уровня (см.: [Kiousis, McCombs 2004]), подразумевающий обращение не к объектам (политики, события, проблемы), а к их атрибутам (черты, мнение, квалификации) и анализ влияния тона освещения этих атрибутов на восприятие объектов аудиторией. Несколько позже была также предложена теория

сетевой повестки дня [McCombs, Shaw, Weaver 2014], согласно которой СМИ освещают не отдельные объекты и их атрибуты, а связки этих событий, благодаря чему они вызывают у населения определённые ассоциации.

Помимо СМИ, на формирование общественного мнения оказывает воздействие личный опыт. Вопросы, в отношении которых у населения отсутствует личный опыт, были названы ненавязчивыми (*unobtrusive issues*); навязчивыми (*obtrusive issues*), соответственно, являются проблемы, с которыми население сталкивалось непосредственно [McCombs, Graber, Weaver 1981]. Применяя данную классификацию к экономическим процессам, ненавязчивыми мы будем считать вопросы макроэкономики (например, ВВП), навязчивыми — потребительские цены. При наличии у человека опыта взаимодействия с теми или иными проблемами влияние СМИ на общественное мнение по данным вопросам оказывается ниже.

### **Влияние СМИ на экономическое поведение населения**

Особенностью экономических дискуссий в СМИ является преобладание негативного тона [Harrington 1989; Nadeau, Niemi, Amato 1999; Blondheim, Segev, Cabrera 2015], что соответствует критериям отбора вопросов для освещения. Согласно теории публичных арен [Хилгартнер, Боск 2008], сочетание факта и эмоций, наличие драмы — ключевые показатели высокой вероятности включения социальной проблемы в публичную повестку дня. Анализ публикаций информагентства ВВС в период мирового экономического кризиса 2008 г. [Schifferes, Coulter 2012] продемонстрировал негативный уклон в освещении новостей на протяжении всего рассматриваемого периода. Исключением стало начало экономических трудностей, когда «отсутствовало чёткое понимание глубины и масштабов кризиса» [Schifferes, Coulter 2012: 244].

Полнота и содержание новостей об экономическом кризисе может варьироваться в зависимости от типа СМИ. По данным некоммерческой организации Pew Research Center, печатным и онлайн-изданиям свойственно обеспечение баланса мнений и привлечение большого количества источников [How Economic Coverage... 2009]. В более трети газет за рассмотренный период на первой полосе опубликован материал о текущей экономической ситуации в стране. Фокусом внимания телевидения стали последствия кризиса для населения, в то время как радио сосредоточилось преимущественно на политических аспектах рецессии.

Освещение экономических новостей в СМИ является хорошим предиктором восприятия экономической ситуации во время кризиса [Wu et al. 2002]. При этом в период стабилизации экономики связь между общественными оценками, реальной экономической ситуацией и её освещением печатной прессой может отсутствовать.

Влияние СМИ на экономику не ограничивается микроуровнем; инвесторы, например, редко принимают решения о сделках, полагаясь лишь на собственные оценки активов [Yang, Lin, Yi 2017]. Особое значение приобретают внешние источники информации, в числе которых сообщения в СМИ. Эти последние, в частности — деловые и бизнес-издания, распространяют специализированные знания и способны отчасти сгладить проблему асимметрии информации. Влияние СМИ на принятие решений инвесторами при этом оказывается неравномерно: на растущем рынке они в большей мере уделяют внимание оптимистичным новостям, игнорируя негативный уклон, тогда как в отношении падающих рынков верно обратное. Внимание СМИ к деятельности корпораций также находит отражение в политике этих компаний и их дальнейшей рыночной деятельности [Довбыш 2011]. Так, достоверные публикации о злоупотреблениях фирмы способны негативно сказаться на её репутации, прибыли и положении на рынке в целом, поэтому СМИ в данном случае могут оказаться эффективным механизмом «исправления ошибок» корпораций.



## Методология исследования

В данном исследовании мы проанализируем процесс конструирования представлений об экономическом кризисе в российских онлайн-изданиях на протяжении двух с половиной лет (с августа 2014 г. по декабрь 2016 г.).

Выбор начальной границы временного интервала объясняется несколькими причинами. Во-первых, в рассматриваемом году наблюдалось падение темпа роста ВВП по сравнению с 2013 г. [Российская экономика 2016]. Во-вторых, именно во второй половине 2014 г. был введён пакет санкций в отношении российских предприятий [Казун 2016]. Наконец, для анализируемого года характерно снижение цен на нефть, которое наблюдалось до начала 2016 г. [Динамика цен... 2017]. Таким образом, несмотря на то что «чёрный вторник» произошёл в декабре 2014 г., экономические проблемы в стране начались несколько раньше, поэтому в анализе учитывается предшествующий кризису период. Выбор конечной точки анализируемого периода связан с относительной стабилизацией экономической ситуации в стране к концу рассматриваемого периода, что подтверждается макроэкономическими показателями [Российская экономика 2016].

В рамках данного исследования будут решаться три задачи:

- *задача 1*: проанализировать динамику освещения отечественными онлайн-изданиями<sup>1</sup> экономических проблем в России в 2014–2016 гг.;
- *задача 2*: определить место различных экономических проблем, упоминаемых российскими онлайн-изданиями (безработица, инфляция, курс рубля, доходы населения, потребительские цены), и представителей власти в информационной повестке дня;
- *задача 3*: выявить преобладающие стратегии депроблематизации экономического кризиса в российских онлайн-изданиях различной информационной направленности (массовые, деловые, общественно-политические).

Информационная база исследования основывается на материалах таких ресурсов, как «Медиалогия», «Интегрум» и «Фактива». Каждый из указанных источников информации имеет свои преимущества и позволяет получить данные о том или ином аспекте освещения экономического кризиса.

В российскую базу данных «Медиалогия» входят более 40 тыс. российских источников. Путём машинной обработки рассчитывается МедиаИндекс, учитывающий такие характеристики, как влияние СМИ, место и размер публикации, а также её тон. Таким образом, при необходимости «Медиалогия» позволяет отобрать наиболее заметные позитивные и негативные упоминания исследуемого объекта, а также проследить динамику изменения отношения к нему в наиболее влиятельных СМИ.

База данных «Интегрум» также включает более 60 тыс. источников — федеральных и региональных изданий, телеканалов, радиостанций. Обращение к данной базе будет осуществлено с целью построения матрицы взаимных упоминаний экономических проблем в федеральной прессе и её визуализации (сетевой подход).

---

<sup>1</sup> Выбор именно онлайн-изданий объясняется их растущим влиянием. Согласно опросу Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), за последние пять лет доля людей, узнающих новости преимущественно на новостных сайтах, заметно увеличилась [Источники информации... 2017].

«Фактива» — один из наиболее крупных глобальных цифровых бизнес-агрегаторов в мире; содержит широкий набор источников, включая сообщения около 33 тыс. зарубежных и российских СМИ.

Динамика освещения экономических проблем в России будет прослеживаться в пяти наиболее цитируемых российских онлайн-изданиях. Именно такие источники оказываются наиболее влиятельными и соответственно формирующими информационную повестку дня. Согласно рейтингу «Медиалогии» [Топ-10 самых цитируемых... 2018], в 2018 г. наиболее влиятельными СМИ являются «Известия», «Коммерсантъ», «Ведомости», «Российская газета», «Комсомольская правда». Для обеспечения гетерогенности выборки выявление стратегий депроблематизации будет осуществляться в следующих онлайн-изданиях различной информационной направленности: «Известия» (общественно-политическое), «Коммерсантъ» (деловое) и «Комсомольская правда» (массовое). Количество отобранных для анализа публикаций в них составляет 86, 124, 75 соответственно.

В рамках данного исследования применён содержательный контент-анализ, включающий подсчёт упоминаний и тематический анализ. Выбранный метод обусловлен наличием обширного по объёму не-систематизированного материала по изучаемой тематике и определённой частотой упоминания экономического кризиса в СМИ.

Единица анализа — публикация в онлайн-издании, посвящённая экономическому кризису 2014–2016 гг. в России.

Анализ публикаций будет осуществлён с применением как манифестного кодирования [Семёнова, Корсунская 2010], нацеленного на подсчёт количества публикаций с упоминанием ключевых слов, так и латентного кодирования, позволяющего определить неявные значения и смыслы анализируемых публикаций (стратегии депроблематизации).

Поиск публикаций для анализа различается в зависимости от задач исследования. Так, для задачи 1 будет осуществлён запрос экономических проблем — «инфляция» или «рост цен», «безработица», «доходы населения», «бедность», «курс доллара» или «курс евро», «цены на нефть», «санкции» или «антироссийские меры» с целью отслеживания динамики их упоминаний.

Для решения задачи 2 будет использован относительно новый в медиаисследованиях сетевой метод. Первые работы, выполненные в русле теории сетевой повестки дня, появились только в 2014 г. [McCombs, Shaw, Weaver 2014]. Построение сети будет осуществлено в программе Gephi.

Для задачи 3 будет применён поиск публикаций по запросам «экономический кризис» или «кризис и экономика» или «рецессия» или «стагнация» или «спад», так как внимание в данном случае обращено к конструированию именно экономического кризиса. Отбор публикаций для этих задач основан на следующих критериях: соответствие статей выбранному временному интервалу и тематике (речь в публикации идёт об экономическом кризисе) и отношении к экономической ситуации именно в России. Статьи, не подходящие по заданным параметрам, будут исключены из дальнейшего анализа.

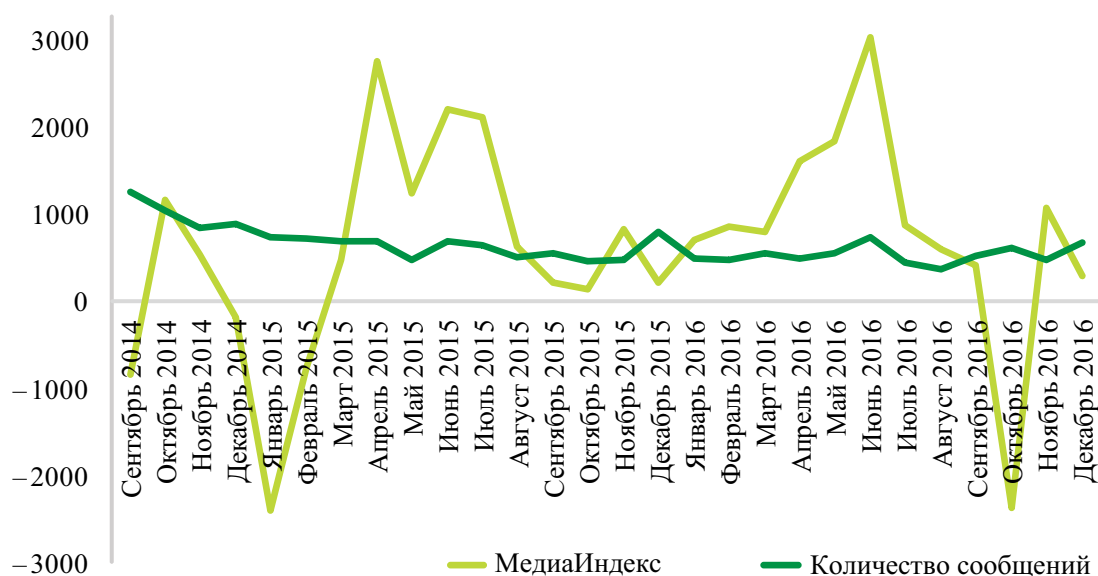
## **Освещение экономического кризиса в российских СМИ**

### *Динамика упоминания российскими онлайн-изданиями экономических проблем в России*

Экономические проблемы России на несколько лет оказались в фокусе внимания онлайн-изданий («Известий», «Коммерсанта», «Ведомостей», «Российской газеты» и «Комсомольской правды»). Сравнивая

количество сообщений с упоминанием важнейших событий 2015–2016 гг. для россиян<sup>2</sup>, можно сделать вывод о том, что высокий интерес российских СМИ привлекли санкции и инфляция; количество публикаций об этих трудностях российской экономики является наибольшим среди всех рассмотренных в настоящем исследовании проблем (см. табл. 2). Максимальное число сообщений приходится на август 2014 г., что объясняется мерами в отношении российских предприятий именно во второй половине рассматриваемого года (см. рис. 1). При этом в течение двух месяцев (январь 2015 г. и октябрь 2016 г.) наблюдалось отрицательное значение МедиаИндекса, достигшее осенью 2016 г. минимального значения (– 2365), что свидетельствует о негативном освещении санкций влиятельными онлайн-изданиями в данный период. Негативный тон при их упоминании, вероятно, объясняется освещением пагубных последствий антироссийских мер для экономики страны.

Что касается роста цен, то наибольшее количество сообщений с его упоминанием приходится на первый квартал 2015 г. — период первых последствий «чёрного вторника» (см. рис. 2). Самой заметной стала статья «Комсомольской правды», в которой рассматривались причины, по которым падение цен на нефть не приводит к снижению стоимости бензина в России.



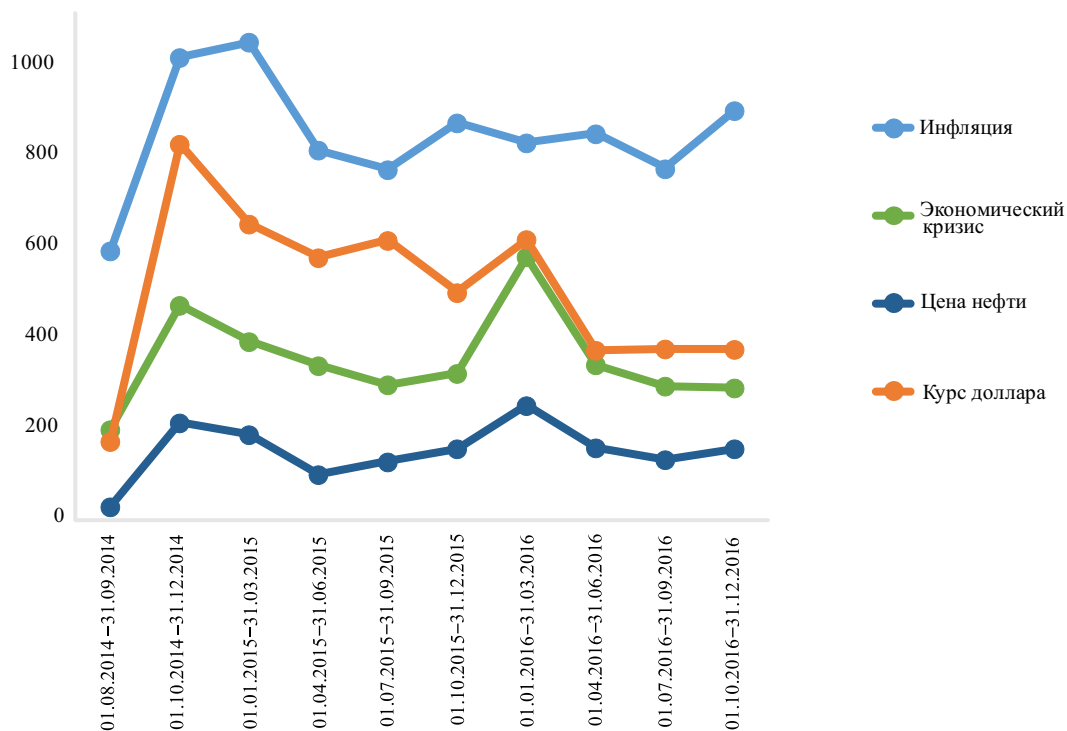
Источник: База СМИ «Медиалогия».

**Рис. 1.** Количество сообщений с упоминанием санкций и значение МедиаИндекса в российских онлайн-изданиях

Такие социальные проблемы, как безработица и бедность, за рассматриваемый период упоминались в публикациях онлайн-изданий равномерно, и серьёзных колебаний в изменении количества сообщений, в которых присутствовали данные категории, было всего несколько (см. рис. 3). Незначительное повышение внимания к теме бедности наблюдалось в октябре 2016 г., что может быть обусловлено освещением предложения Минфина о введении соответствующего пособия в России. Второй точкой заметного роста интереса СМИ была зима 2016 г. Именно в этот период активно обсуждалось увеличение уровня бедности в стране [Голодец заявила о росте... 2016].

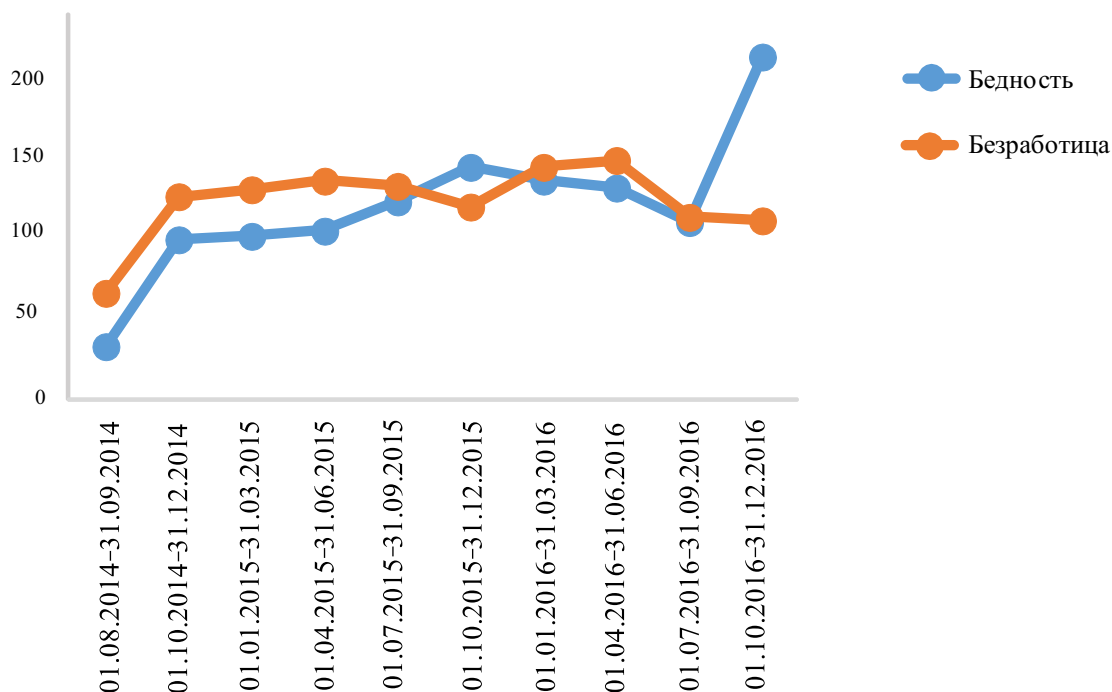
<sup>2</sup> Выбор ключевых слов для рассмотрения наиболее запомнившихся россиянам событий основывается на опросе Левада-Центра [Итоги и самые важные события... 2016].





Источник: База СМИ «Медиалогия».

**Рис. 2.** Количество сообщений с упоминанием инфляции, экономического кризиса, цены нефти и курса доллара в российских онлайн-изданиях



Источник: База СМИ «Медиалогия».

**Рис. 3.** Количество сообщений с упоминанием бедности, безработицы в российских онлайн-изданиях

Стоимость нефти является одной из наиболее редко упоминаемых проблем: число сообщений, содержащих соответствующее ключевое слово, более чем в три раза меньше, чем число публикаций, посвящённых курсу валют. Наибольшее количество статей приходится на период заметного падения нефтяных цен — на декабрь 2014 г. и январь 2016 г. [Динамика цен... 2017]. Значение МедиаИндекса в обоих месяцах приняло отрицательное значение.

Таблица 2

**Количество сообщений с упоминаниями экономических проблем  
и важных событий для россиян в онлайн-изданиях  
(август 2014 г. — декабрь 2016 г.)**

Ключевые слова	Количество сообщений
Санкции	19156
Инфляция	8495
Курс рубля	5104
Курс доллара	5103
Экономический кризис	3544
Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро	1998
Безработица	1700
Доходы населения	1547
Стоимость нефти	1527
Бедность	1119
Война в Сирии	549
Президентские выборы в США	542
Допинговый скандал	526
Арест Улюкаева	254

Источник: База СМИ «Медиаалогия».

Рассмотрев динамику освещения ряда экономических проблем, можно сделать вывод о том, что на протяжении анализируемого периода они оказались наиболее часто упоминаемыми в пяти самых цитируемых российских онлайн-изданиях. Наибольшее число сообщений приходится на антироссийские меры, инфляцию и курс рубля. Интересно, что социальные последствия кризиса, такие как бедность и безработица, представлены в медиа в значительно меньшей степени. Возможно, это связано со сделанным ранее наблюдением, что российские СМИ в большей степени фокусируются на угрозах безопасности (например, на терроризме), а не на социальной проблематике, поскольку подобная повестка более удобна для правящей элиты [Ясавеев 2006; Казун, Казун 2017]. Экономические санкции могут быть удобной темой для власти, способствующей консолидации общества и обосновывающей необходимость «затягивания поясов» [Hirt 2015]. В то же время проблемы бедности и безработицы поднимают вопрос об эффективности проводимой экономической политики, падение цен на нефть доказывает несостоятельность реализуемой в течение длительного периода сырьевой модели экономики. В условиях ограниченной независимости российских СМИ [Кольцова 2000; Индекс свободы прессы... 2016] заинтересованность власти в актуализации одних вопросов и замалчивании других может оказывать значимое влияние на дискуссию.

Рост числа публикаций по экономическим вопросам наблюдался в случае появления важных информационных поводов, будь то предложения по изменению мер социальной политики или колебания на нефтяном и валютном рынках. Таким образом, на протяжении 2014–2016 гг. интерес российских онлайн-изданий к экономической ситуации был непостоянен. Увеличение количества публикаций по

той или иной теме наблюдалось после резкого изменения экономических показателей, а также действий и заявлений политических деятелей, что становится подтверждением ранее проведённых зарубежных исследований [Soroka, Stecula, Wlezien 2015].

### Место экономических проблем в информационной повестке дня

Различные экономические вопросы не только упоминаются независимо друг от друга, но и нередко обсуждаются одновременно, находясь в одной «связке». Так, например, санкции могут освещаться СМИ как причина инфляции. Подобные сконструированные медиа, связи вопросов находят своё отражение в общественном мнении. Кроме того, сюжеты, которые наиболее сильно укоренены в дискуссии и чаще всего ассоциируются с другими актуальными проблемами, способны привлекать большее внимание. Для того чтобы определить силу связей между экономическими вопросами, используется сетевой анализ, графически визуализирующий информацию матрицы взаимных упоминаний экономических проблем и представителей власти (см. табл. П1). Далее будут проанализированы связи экономических вопросов и представителей власти, поскольку именно высокопоставленные лица занимают важное положение как в конструировании, так и в деконструировании проблем.

Для измерения важности той или иной экономической проблемы в сети производилось вычисление меры центральности собственного вектора (*eigenvector centrality*). Высокая центральность означает, что узел связан с другими узлами, которые сами по себе являются центральными. В настоящем исследовании центральность служит индикатором того, насколько хорошо тот или иной сюжет интегрирован в дискуссию по рассматриваемым вопросам, и, следовательно, насколько большую роль он играет в освещении экономических трудностей российскими СМИ.

Первая сеть (см. рис. 4) включает 13 узлов — ключевых слов, имеющих отношение к экономическому кризису в России: экономические проблемы (безработица, инфляция, кризис) и некоторые породившие их причины (цена нефти). Связь между узлами является ненаправленной, а сила связи между узлами представляет собой количество публикаций в российских федеральных изданиях, одновременно упоминающих два ключевых слова. На рисунках 1 и 2 она отображается толщиной линий. Курс рубля упоминается с другими важными узлами сети наиболее часто — его мера центральности равна 1. При этом наиболее сильная связь наблюдается с курсом доллара (0,73) и инфляцией (0,52), что объясняется значительным числом публикаций, соотносящих инфляцию и курс валюты. Высокая центральность и у санкций (0,38), которые тесно связаны с экономическим кризисом и инфляцией. В данном случае антироссийские меры могут рассматриваться как одна из причин дестабилизации экономической ситуации в стране. Что касается упоминаний бедности, безработицы и экономии<sup>3</sup>, то они крайне редки, что подтверждает стратегию замалчивания наиболее острых социальных проблем в СМИ [Ясавеев 2006].

Во второй сети (см. рис. 5), содержащей, помимо экономических проблем, фамилии представителей власти<sup>4</sup>, наибольшая центральность по-прежнему наблюдается у курса рубля. Что касается политических деятелей, то ожидаемо заметное место в сети занимает В. В. Путин (0,68), который наиболее сильно связан в российской прессе с проблемой экономических санкций. Можно предположить, что слабая обеспокоенность россиян международной изоляцией страны в 2016 г. [Санкции Запада... 2016] обусловлена глубокой убеждёностью граждан в правильности внешней политики и высоким доверием к представителям власти.

<sup>3</sup> Ключевое слово используется в контексте снижения затрат денежных средств (бюджета, зарплат), чрезмерной эксплуатации природных ресурсов (нефти, газа, угля).

<sup>4</sup> Для построения сети были отобраны наиболее активные участники дискуссии об экономическом кризисе в России в упомянутых российских онлайн-изданиях.

Вместе с тем опросы общественного мнения показывают сильную обеспокоенность россиян экономическими проблемами [Самые острые проблемы 2017], что может мотивировать политиков чаще комментировать подобные вопросы. Исследования, выполненные в русле теории владения повесткой (*issue ownership*) [Geys 2012; Tresch, Lefevere, Walgrave 2015; Stubager 2017], показывают, что политические деятели, ассоциируемые с актуальными проблемами и воспринимаемые как наиболее компетентные в их решении, получают большее одобрение населения. Соответственно комментирование В. В. Путиным экономических проблем может увеличивать его поддержку, представляя президента как спасителя, способного решить возникшие трудности.

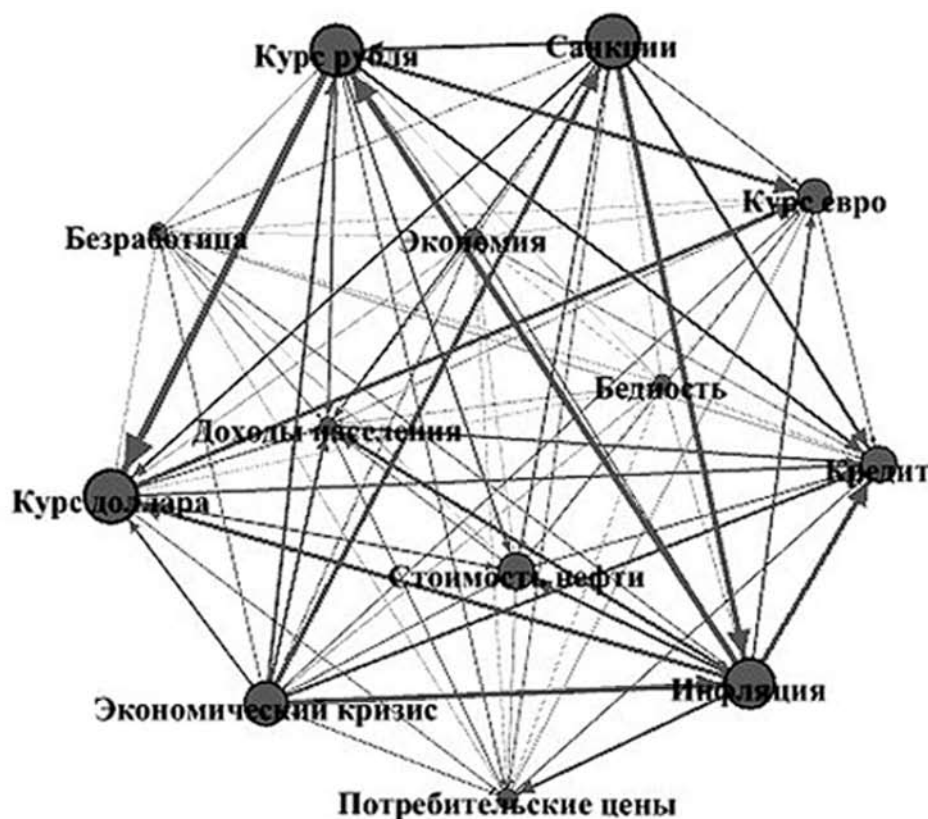
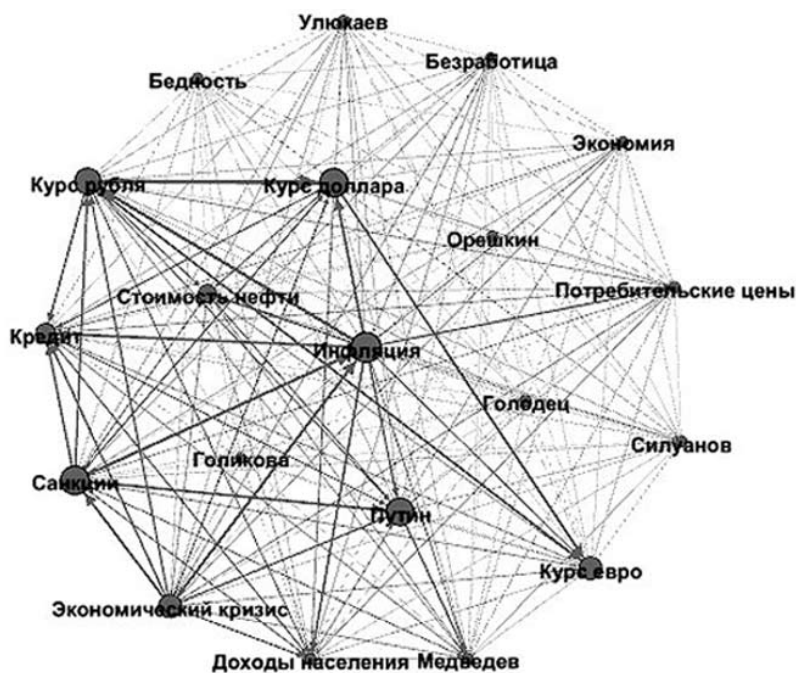


Рис. 4. Место экономических проблем в информационной повестке дня

Примечательна также и относительно высокая частота совместных упоминаний Д. А. Медведева и В. В. Путина в одной и той же публикации: сила связи между ними выше, чем между главой Правительства и экономическими проблемами.

Основываясь на построенных сетях, можно сделать вывод о том, что в рамках экономических дискуссий в российских СМИ редко упоминаются острые социальные проблемы даже в период кризиса. В большей степени внимание акцентируется на курсе рубля и доллара, санкциях и кредитах. Согласно теории сетевой повестки дня [McCombs, Shaw, Weaver 2014], связки этих событий формируют у аудитории ассоциации относительно причин и последствий экономических потрясений в 2014–2016 гг. Так, рост цен может быть вызван ослаблением курса рубля, а санкции — являться одной из причин кризиса. При этом редкое взаимное упоминание представителей власти (за исключением Путина) в контексте экономических трудностей России может объясняться демонстрацией отсутствия их ответственности за случившееся. Предположительно подобное освещение кризиса в СМИ влияет на восприятие действий высокопоставленных лиц населением. Например, рейтинг Путина в условиях экономической нестабильности, вероятно, не сократится и «скорее всего растущие “кризисные претензии” будут в первую очередь нацелены на хозяйственных, а не политических руководителей» (Известия. 2016. 20 января).



**Рис. 5.** Место экономических проблем и представителей власти РФ в информационной повестке дня

### Стратегии депроблематизации экономического кризиса в российских онлайн-изданиях

Политики участвуют не только в комментировании различных вопросов или дистанцируются от них, но и в депроблематизации сюжетов, которые являются нежелательными для освещения. Именно на этом аспекте освещения экономических вопросов мы сфокусируемся далее.

Таблица 3

#### Виды контрриторических стратегий, выявленные в публикациях онлайн-изданий

Вид контрриторики	Иллюстрация
<b>Сочувствующая контрриторика</b>	
Натурализация	Отсутствует
Контрриторика затрат исправления	Отсутствует
Декларация бессилия	«Подготовиться к такому развитию событий (низкой цене на нефть) и модернизировать экономику в правительстве почему-то не смогли. То ли не получилось, то ли плохо пытались» (Комсомольская правда. 2016. 14 января).
Перспективизация	«Я не концентрировалась бы на слове “кризис”». Нашу ситуацию лучше всего описывает термин “новая реальность”» (Комсомольская правда. 2016. 7 апреля).
Критика тактики	Отсутствует
<b>Несочувствующая контрриторика</b>	
Антитипизация	Отсутствует
Опровергающие истории	«Сейчас мы видим, что турбулентность закончилась, рынки успокоились <...> Процентные ставки с большим или меньшим темпом идут вниз. Я считаю, термин “кризис” сейчас неуместен» (Комсомольская правда. 2016. 2 июля).



Таблица 3. Окончание

Вид контрриторики	Иллюстрация
Контрриторика неискренности	<i>«То есть кризис — это предлог больше стащить, и кризис — это предлог не делать свою работу, не более того...»</i> (Комсомольская правда. 2015. 8 сентября).
Контрриторика истерии	Отсутствует

Ориентация на заявления представителей власти, свойственная «Комсомольской правде», отразилась на интерпретации экономической ситуации в стране. Лишь в массовом издании были выявлены контрриторические стратегии, предлагаемые Ибаррой и Китсьюзом [Ибарра, Китсьюз 2007]. Экономические трудности признавались во всех рассмотренных онлайн-изданиях. Вопрос заключается лишь в их трактовке: становится ли падение цен на нефть и ослабление рубля началом кризиса или нового этапа функционирования российской экономики? Если речь шла о втором варианте развития событий, то применялась перспективизация. Данная несочувствующая контрриторика демонстрируется в утверждении, что определённая социальная проблема (в данном случае экономический кризис) представляет собой лишь мнение, с которым можно не согласиться. Тенденции на нефтяном и валютном рынках, по словам Д. А. Медведева и К. В. Юдаевой<sup>5</sup>, свидетельствуют не о кризисе, а о новой реальности, пусть и с низкой стоимостью углеводородов. Подобные заявления могут указывать на то, что к этой реальности необходимо привыкнуть как Министерству экономического развития РФ, занимающемуся поиском новых точек экономического роста, так и населению.

Что касается несочувствующей контрриторики, то в рассмотренный временной период активно применялись опровергающие истории — примеры ситуаций, когда экономический кризис никак не проявляется, представленных при этом как типичные. Опровергать проблемность экономической ситуации могли также текущие экономические показатели, включающие объём производства, уровень инфляции и безработицы.

Контрриторика неискренности, при которой выдвигающая «утверждения-требования» группа обвиняется в извлечении выгоды от признания существования социальной проблемы, проявляется в двух аспектах. Во-первых, российские чиновники опровергают заявления Запада об экономическом крахе страны, указывая на то, что странам-соперникам выгодно нестабильная экономическая ситуация в России. Примером служит заявление Б. Обамы о том, что после введения санкций российская экономика непременно потерпит крах, и ответ на него И. И. Шувалова: «Экономика в ключья не порвана — как бы этого ни хотелось нашим “друзьям”» (Комсомольская правда. 2015. 22 октября). Во-вторых, согласно позиции одного из обозревателей рассматриваемого издания, текущую ситуацию нельзя назвать кризисом ввиду затяжного характера экономических проблем, которые существуют как минимум на протяжении пяти лет: «“Обострение” в форме падения цен на нефть становится выгодным предлогом чиновников для обогащения за счёт увеличения масштабов коррупции — “всё равно скоро все накроется”» (Комсомольская правда. 2015. 8 сентября).

Помимо контрриторических стратегий в отношении кризиса предпринимались также попытки депроблематизации влияния стоимости нефти и санкций на экономическую ситуацию в стране. Поскольку наличие попыток смягчения восприятия антироссийских мер в СМИ уже было выявлено эмпирическим путём ранее [Казун 2016], обратимся более подробно к падению цен на углеводороды. Согласно ряду статей, стоимость «чёрного золота» не имеет прямого отношения к ухудшению экономической ситуации, а истинная причина упадка заключается в несостоятельности текущей экономической модели. Определение оптимальных источников экономического роста позволит России не зависеть от

<sup>5</sup> Является первым заместителем председателя Центрального банка России.

колебаний на внешних рынках. Таким образом, произошедшие в 2014 г. экономические потрясения могут восприниматься в позитивном ключе — как уникальный шанс построения «новой экономики» в условиях новой реальности. Помимо данной возможности, СМИ обращают внимание на другие положительные изменения в связи с разразившимся кризисом. Во-первых, сокращение числа мошенников-заёмщиков ввиду повышения внимательности банков при принятии решения о выдаче кредитов физическим лицам. Во-вторых, повышение уровня финансовой грамотности населения, что проявляется не только в субъективных оценках, но и в увеличении доли людей, ведущих учёт доходов и расходов, росте интереса к информационным и аналитическим порталам. В-третьих, снижение числа разводов в период финансовых трудностей. Перечисленные тенденции становятся способом адаптации к меняющейся экономической ситуации, в то же время они могут иметь благоприятные последствия.

Таким образом, следует сделать вывод о том, что, несмотря на освещение экономических проблем во всех выбранных онлайн-изданиях, контрриторические стратегии, служащие способом депроблематизации экономических трудностей, присутствовали лишь в ориентированной на массового читателя «Комсомольской правде». Это может быть связано с высокой цитируемостью в издании заявлений представителей власти, которая в данном контексте представляет собой доминирующую группу интересов: поддержка правящей элиты населением зависит в том числе от её способности решать настоящие проблемы, обеспечивая гражданам достойную жизнь. Наиболее распространённая стратегия депроблематизации в массовом онлайн-издании — перспективизация.

## Заключение

На основе проведённого исследования можно сделать вывод о том, что острые социальные проблемы в контексте экономического кризиса редко находятся в фокусе внимания российских онлайн-изданий. Наиболее активно освещаются санкции, курс валюты и инфляция. При этом несколько экономических событий упоминаются одновременно, формируя у аудитории определённые ассоциации относительно причин, виновников и последствий кризиса. Так, инфляция может быть вызвана ослаблением национальной валюты, а антироссийские меры — являться одной из причин ухудшения экономической ситуации.

Помимо многочисленных публикаций, посвящённых экономическим проблемам России, СМИ предпринимались попытки смягчения остроты восприятия экономической ситуации в стране. Контрриторические стратегии были обнаружены в ориентированной на массового читателя «Комсомольской правде». В издании была выявлена как сочувствующая контрриторика (декларация бессилия, перспективизация), так и несочувствующая (опровергающие истории, контрриторика неискренности). Ключевое положение в подобных дискуссиях занимают представители власти; их интерес в данном случае может объясняться теорией экономического голосования [Elinder, Jordahl, Poutvaara 2015], согласно которой электоральное поведение населения зависит от способности власти обеспечить благоприятную экономическую среду, в том числе для развития бизнеса.

Возможными сценариями дальнейшего изучения экономических дискуссий в СМИ может, во-первых, стать сравнительный анализ конструирования образа экономического кризиса, порождённого различными причинами (циклический и структурный). Во-вторых, данное исследование способно стать основой для выявления особенностей освещения экономических проблем в различных видах российских СМИ. Основываясь на зарубежных исследованиях [Neuman et al. 2014], повестка дня в традиционных и новых медиа различается: телевидению и прессе свойственно обращение к проблемам экономики и вопросам государственной политики, в то время как для блогосферы характерна концентрация на социальной проблематике, недостаточное внимание к которой было выявлено в выбранных для анализа онлайн-изданиях.

**Приложение**

**Количество публикаций в российской федеральной прессе,  
одновременно упоминающих указанные ключевые слова**

Таблица П.1

Ключевые слова	Экономический кризис	Санкции	Безработица	Бедность	Рост цен	Курс рубля	Курс доллара	Курс евро	Цена нефти	Потребительские цены	Доходы населения	Кредит	Экономия	Путин	Улюкаев	Орешкин	Медведев	Голодец	Силуанов	Голикова
1	10779	3114	1423	11986	7511	5727	3119	3501	3318	6713	7945	2837	7305	1725	140	3359	568	1405	306	
2	10779	1969	931	12463	8542	6454	3759	4752	3049	5083	8796	1944	10781	1858	165	4383	528	1597	292	
3	3114	1969	787	3050	1645	1407	827	867	992	2548	1824	756	1371	380	35	774	266	315	59	
4	1423	931	787	1405	779	646	299	333	495	1633	758	381	704	156	26	704	180	157	56	
5	11986	12463	3050	1405	13352	10181	5717	7936	7679	9001	11365	3510	7435	2266	281	4442	720	2090	381	
6	7511	8542	1645	779	13352	16243	10188	5249	3561	5297	7998	1974	4995	1546	200	2812	490	1511	255	
7	5727	6454	1407	646	10181	16243	9909	4755	2682	3957	5886	1362	3541	1203	145	1822	295	1183	176	
8	3119	3759	827	299	5717	10188	9909	3027	1501	2000	3308	924	1986	637	46	1031	181	576	82	
9	3501	4752	867	333	7936	5249	4755	3027	1967	2669	3901	969	5276	1939	248	2869	424	2008	304	
10	3318	3049	992	495	7679	3561	2682	1501	1967	3321	3669	1010	1720	830	110	1226	236	569	110	
11	6713	5083	2548	1633	9001	5297	3957	2000	2669	3321	6090	2010	3519	1107	136	2228	609	1159	304	
12	7945	8796	1824	758	11365	7998	3308	3901	3669	6090	8796	1944	10781	1858	165	4383	528	1597	292	
13	2837	1944	756	381	3510	1974	924	969	1010	2010	2222	2222	1589	362	32	1022	270	803	138	
14	7305	10781	1371	704	7435	4995	1986	5276	1720	3519	5493	1589	2004	2004	138	1468	803	462	313	
15	1725	1858	380	156	2266	1546	1203	830	1107	1310	1310	362	2004	2004	138	1468	338	1197	161	
16	140	165	35	26	281	200	145	248	110	136	97	32	143	138	100	803	21	462	138	
17	3359	4383	774	361	4442	2812	1822	2869	1226	2228	3336	1022	7328	1468	100	803	21	462	138	
18	568	528	266	180	720	490	295	424	236	609	459	270	943	338	21	803	21	462	138	
19	1405	1597	315	157	2090	1511	1183	2008	569	1159	1383	529	1907	1197	162	1515	462	313	313	
20	306	292	59	56	381	255	176	304	110	253	262	140	521	161	22	319	138	313	313	

Примечание: Заливкой выделены ячейки, в которых не может быть значений.

Источник: База «Интерум».

Таблица П.2

**Центральность узлов (экономические проблемы) в сети**

<b>Ключевое слово</b>	<b>Центральность собственного вектора (<i>eigenvector centrality</i>)</b>
Экономический кризис	0,21
Санкции	0,37
Безработица	0,13
Бедность	0,1
Инфляция	0,52
Курс рубля	1
Курс доллара	0,73
Курс евро	0,45
Цена нефти	0,32
Потребительские цены	0,16
Доходы населения	0,14
Кредит	0,23
Экономия	0,2

**Литература**

Блумер Г. 2001. Социальные проблемы как коллективное поведение. Пер. с англ. И. Ясавеева. В сб.: Ерофеев С. А. (отв. ред.) *Контексты современности* — 2. Казань: Изд-во КГУ; 150–159.

Голодец заявила о росте числа бедных в России. 2016. *Известия*. URL: <https://iz.ru/news/652247>

Динамика цен на нефть с 2014 года. *Досье*. 2017. ТАСС.ру. URL: <http://tass.ru/info/3315320>

Довбыш О. С. 2011. Влияние СМИ на поведение корпораций. *Бизнес. Общество. Власть*. 6: 128–164.

Ибарра П., Китсьюз Дж. 2007. Дискурс выдвигания утверждений-требований и просторечные ре-сурсы. Пер. с англ. И. Ясавеева. *Социальные проблемы: конструкционистское прочтение*. Казань: Изд-во КГУ; 55–114.

Индекс потребительского доверия. 2015. *ВЦИОМ*. URL: [https://wciom.ru/news/ratings/indeks\\_potrebitelskogo\\_doveriya/](https://wciom.ru/news/ratings/indeks_potrebitelskogo_doveriya/)

Индекс свободы прессы для России с 2002 по 2015 гг. 2016. URL: <https://rsf.org/en/russia>

Источники информации: мониторинг. 2017. *ФОМ*. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>

Итоги и самые важные события 2015 года. 2016. *Левада-Центр*. URL: <https://www.levada.ru/2015/12/28/itogi-uhodyashhego-goda-i-samyie-vazhnye-sobytiya-2015-go/>

Казун А. Д. 2016. Почему россияне не боятся экономических санкций? Контрриторические стратегии печатных СМИ. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 131 (1): 256–271.

- Казун А. Д., Казун А. П. 2017. Когда беда приходит не одна: освещение трёх трагедий в российских СМИ. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 139 (3):128–146.
- Кольцова О. Ю. 2000. Кто и как влияет на производство новостей в современной России. *Pro et Contra*. 5 (4): 82–108.
- Овчарова Л. Н. (отв. ред.) 2017. Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие. *Мониторинг НИУ ВШЭ*. Итоги года. М.: НИУ ВШЭ.
- Реальные располагаемые денежные доходы населения по Российской Федерации. 2017. *Росстат*. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#)
- Российская экономика. 2016. *Ereport*. URL: <http://www.ereport.ru/>
- Россияне на фоне ослабления рубля скупают холодильники и телевизоры. 2014. *РБК*. URL: <https://ria.ru/society/20141216/1038580067.html>
- Самые острые проблемы. 2017. *Пресс-выпуск ВЦИОМ*. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/31/samye-ostrye-problemy-2/>
- Санкции Запада и продуктовое эмбарго России. 2016. *Левада-Центр*. URL: <https://www.levada.ru/2016/08/18/sanktsii-zapada-i-produktovoe-embargo-rossii/>
- Семёнова А. В., Корсунская М. В. 2010. *Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения*. Под ред. В. А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН.
- Спектор М., Китсьюз Дж. 2001. Конструирование социальных проблем. Пер. с англ. И. Ясавеева. В сб.: Ерофеев С. А. (отв. ред.) *Контексты современности — 2*. Казань: Изд-во КГУ; С.160–163.
- Томас У., Знанецкий Ф. 2001. Понятие социальной дезорганизации. Пер. с англ. И. Ясавеева. В сб.: Ерофеев С. А. (отв. ред.) *Контексты современности — 2*. Казань: Изд-во КГУ; 134–138.
- Топ-10 самых цитируемых газет в соцмедиа — январь 2018. 2018. *Медиалогия*. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5830/#gazeti>
- Фуллер Р., Майерс Р. 2001. Стадии социальной проблемы. Пер. с англ. И. Ясавеева. В сб.: Ерофеев С. А. (отв. ред.) *Контексты современности — 2*. Казань: Изд-во КГУ; 138–141.
- Хилгартнер С., Боск Ч. Л. 2008. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен. Пер. с англ. И. Ясавеева. *Социальная реальность*. 2: 73–94.
- Ясавеев И. Г. 2006. «Социальная проблема» в социологическом лексиконе. *Социальная реальность*. 6: 101–117.
- Blondheim M., Segev E., Cabrera M. Á. 2015. The Prominence of Weak Economies: Factors and Trends in Global News Coverage of Economic Crisis, 2009–2012. *International Journal of Communication*. 9 (22): 46–65.



- Elinder M., Jordahl H., Poutvaara P. 2015. Promises, Policies and Pocketbook Voting. *European Economic Review*. 75: 177–194.
- Geys B. 2012. Success and Failure in Electoral Competition: Selective Issue Emphasis under Incomplete Issue Ownership. *Electoral Studies*. 31 (2): 406–412.
- Harrington D. E. 1989. Economic News on Television the Determinants of Coverage. *Public Opinion Quarterly*. 53 (1): 17–40.
- Hirt N. 2015. The Eritrean Diaspora and Its Impact on Regime Stability: Responses to UN Sanctions. *African Affairs*. 114: 115–135.
- How Economic Coverage Varied by Media Sector. 2009. *Pew Research Center*. URL: <http://www.journalism.org/2009/10/05/how-economic-coverage-varied-media-sector/>
- Kiousis S., McCombs M. 2004. Agenda-setting Effects and Attitude Strength: Political Figures during the 1996 Presidential Election. *Communication Research*. 31 (1): 36–57.
- McCombs M. E., Graber D. A., Weaver D. H. 1981. *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. New York: Praeger Scientific.
- McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. 2014. New Directions in Agenda-setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*. 17 (6): 781–802.
- McCombs M. E., Shaw D. L. 1972. The Agenda-setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. 36 (2): 176–187.
- Media Coverage of Financial Crisis May Explain Why People are not Angrier about Economy, Study Finds. News. 2015. *The University of Sheffield*. URL: <https://www.sheffield.ac.uk/news/nr/speri-newspaper-neoliberal-study-1.534767>
- Nadeau R., Niemi R. G., Amato T. 1999. Elite Economic Forecasts, Economic News, Mass Economic Judgments, and Presidential Approval. *The Journal of Politics*. 61 (1): 109–135.
- Neuman W. R. et al. 2014. The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*. 64 (2): 193–214.
- Schifferees S., Coulter S. 2012. Downloading Disaster: BBC News Online Coverage of the Global Financial Crisis. *Journalism*. 14 (2): 228–252.
- Schneider J. W. 1985. Social Problems Theory: the Constructionist View. *Annual Review of Sociology*. 11 (1): 209–229.
- Soroka S. N., Stecula D. A., Wlezien C. 2015. It's (Change in) the (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion. *American Journal of Political Science*. 59 (2): 457–474.
- Stubager R. 2017. What is Issue Ownership and How Should We Measure It? *Political Behavior*. 40 (2): 345–370.

- The Economic and Financial Crisis in Russia. 2015. *OSW Report*. Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, URL: [https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/raport\\_crisis\\_in\\_russia\\_net.pdf](https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/raport_crisis_in_russia_net.pdf)
- Tresch A., Lefevere J., Walgrave S. 2015. 'Steal Me if You Can!' The Impact of Campaign Messages on Associative Issue Ownership. *Party Politics*. 21 (2): 198–208.
- Wu H. D. et al. 2002. The Conditioned Impact of Recession News: A Time-Series Analysis of Economic Communication in the United States, 1987–1996. *International Journal of Public Opinion Research*. 14 (1): 19–36. URL: <http://deniswu.org/wp-content/uploads/2017/05/IJPOR2002.pdf>
- Yang W., Lin D., Yi Z. 2017. Impacts of the Mass Media Effect on Investor Sentiment. *Finance Research Letters*. 22: 1–4.

## DEBUT STUDIES

Liudmila Bogomazova

# The Economic Crisis in the Russian Mass Media: Constructing and Deconstructing Problems

**BOGOMAZOVA, Liudmila** — MA student, Faculty of Social Science, Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology, The National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

**Email:** [lbogomazova@hse.ru](mailto:lbogomazova@hse.ru)

included the count of mentioned key words and a thematic analysis. Moreover, in order to solve one of the tasks, network analysis was used.

### Abstract

This article discusses the process of constructing the image of the economic crisis in Russian online newspapers. The relevance of such analysis is due to the increasing audience attention toward economic discussions in the media during the period of economic instability and, accordingly, the increasing influence of the media on the perception of the situation in the country. This paper is based on a constructionist perspective for understanding the nature of social problems. Counter-rhetorical strategies, suggested by Ibarra and Kitsuse, are adopted to analyze the de-problematization of the economic crisis in the Russian mass media. The goal of the study was achieved by conducting a content analysis, which

The study demonstrates that online newspapers pay the most attention to the coverage of anti-Russian sanctions, inflation, and the ruble rate. Meanwhile, social consequences of the crisis, such as poverty and unemployment, are represented in the Russian media to a much lesser extent. The network analysis also shows that online newspapers are focused on the ruble and dollar rates, sanctions, and loans. According to the network agenda-setting theory, these «links» of economic events in publications can form certain associations among the audience regarding the causes, perpetrators, and consequences of the crisis. Thus, inflation could be caused by the weakening of ruble rate, and sanctions could be one of the causes of the crisis. Strategies of economic crisis de-problematization or counter-rhetorical strategies were found only in mass online newspapers. There were both sympathetic (e.g., declaring impotence, perspectivizing) and unsympathetic (e.g., counter-rhetoric of telling the anecdote, counter-rhetoric of insincerity) strategies.

**Keywords:** mass media; economic crisis; economic issues; agenda-setting; social problems; deproblematization; network approach.

## References

- Blondheim M., Segev E., Cabrera M. Á. (2015) The Prominence of Weak Economies: Factors and Trends in Global News Coverage of Economic Crisis, 2009–2012. *International Journal of Communication*, vol. 9, no 22, pp. 46–65.
- Blumer G. (2001) Sotsial'nye problemy kak kollektivnoe povedenie [Social Problems as Collective Behavior] (transl. I. Yasaveev). *Konteksty sovremennosti* — 2 [Contexts of Modernity — 2] (ed. S. A. Erofeev), Kazan': KFU, pp. 150–159 (in Russian).
- Dovbysh O. S. (2011) Vliyanie SMI na povedenie korporatsiy [Media Influence on Corporate Behavior]. *Biznes. Obshchestvo. Vlast' = Business. Society. Authority*, no 6, pp. 128–164 (in Russian).

- Elinder M., Jordahl H., Poutvaara P. (2015) Promises, Policies and Pocketbook Voting. *European Economic Review*, vol. 75, pp. 177–194.
- FOM (2017) *Istochniki informatsii: monitoring* [The Sources of Information: Monitoring]. Available at: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323> (accessed 15 January 2018) (in Russian).
- Fuller R., Myers R. (2001) Stadii sotsial'noy problemy [Stages of the Social Problem] (transl. I. Yasaveev). *Konteksty sovremennosti — 2* [Contexts of Modernity — 2] (ed. S. A. Erofeev ), Kazan': KFU, pp. 138–141 (in Russian).
- Geys B. (2012) Success and Failure in Electoral Competition: Selective Issue Emphasis under Incomplete Issue Ownership. *Electoral Studies*, vol. 31, no 2, pp. 406–412.
- Harrington D. E. (1989) Economic News on Television the Determinants of Coverage. *Public Opinion Quarterly*, vol. 53, no 1, pp. 17–40.
- Hilgartner S., Bosk C. L. (2008) Rost i upadok sotsial'nykh problem: kontseptsiya publichnykh aren [Growth and Decline of Social Problems: The Concept of Public Arenas] (transl. I. Yasaveev). *Sotsial'naya real'nost' = Social Reality*, no 2, pp. 73–94 (in Russian).
- Hirt N. (2015) The Eritrean Diaspora and Its Impact on Regime Stability: Responses to UN Sanctions. *African Affairs*, vol. 114, pp. 115–135.
- How Economic Coverage Varied by Media Sector. (2009). *Pew Research Center*. Available at: <http://www.journalism.org/2009/10/05/how-economic-coverage-varied-media-sector/> (accessed 18 December 2018).
- Ibarra P., Kitsuse J. (2007) Diskurs vydvizheniya utverzhdeniy-trebovaniy i prostorechnye resursy [The Discourse of Putting Forward Claims and Vernacular Resources.] (transl. I. Yasaveev). *Sotsial'nye problemy: konstruksionistkoe prochtenie* [Social Problems: Constructionist Reading], Kazan': KFU, pp. 55–114 (in Russian).
- Izvestiya (2016) *Golodets zayavila o roste chisla bednykh v Rossii* [Golodets Announced the Increase in the Number of Poor People in Russia]. Available at: <https://iz.ru/news/652247> (accessed 10 May 2018) (in Russian).
- Kazun A. D. (2016) Pochemu rossiyanе ne boyatsya ekonomicheskikh sanktsiy? Kontrritoricheskie strategii pechatnykh SMI [Why are Russians not Afraid of Economic Sanctions? Counterrhetorical Strategies of Print Media.]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, vol. 131, no 1, pp. 256–271 (in Russian).
- Kazun A. D., Kazun A. P. (2017) Kogda beda prikhodit ne odna: osveshchenie trekh tragediy v rossiyskikh SMI [When Trouble does not Come Alone: The Coverage of the Three Tragedies in the Russian Media.]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, vol. 139, no 3, pp. 128–146 (in Russian).
- Kiousis S., McCombs M. (2004) Agenda-Setting Effects and Attitude Strength: Political Figures during the 1996 Presidential Election. *Communication Research*, vol. 31, no 1, pp. 36–57.
- Koltsova O. Y. (2000) Kto i kak vliyaet na proizvodstvo novostey v sovremennoy Rossii [Who and How do Affect the News Production in Contemporary Russia?]. *Pro et Contra*, vol. 5, no 4, pp. 82–108 (in Russian).

- Levada-Center (2016a) *Itogi i samye vazhnye sobytiya 2015 goda* [Results and the Most Important Events of 2015]. Available at: <https://www.levada.ru/2015/12/28/itogi-uhodyashhego-goda-i-samye-vazhnye-sobytiya-2015-go/> (accessed 17 January 2018) (in Russian).
- Levada-Center (2016b) *Sanktsii Zapada i produktovoe embargo Rossii* [Western Sanctions and Russia's Embargo on Food]. Available at: <https://www.levada.ru/2016/08/18/sanktsii-zapada-i-produktovoe-embargo-rossii/> (accessed 12 December 2018) (in Russian).
- Levada-Center (2017) *Samye ostrye problemy. Press-vypusk* [The Most Acute Problems. Press Release]. Available at: <https://www.levada.ru/2017/08/31/samye-ostrye-problemy-2/> (accessed 8 November 2018) (in Russian).
- McCombs M. E., Graber D. A., Weaver D. H. (1981). *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. NY: Praeger Scientific.
- McCombs M. E., Shaw D. L. (1972) The Agenda-setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 2, pp.176–187.
- McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. (2014) New Directions in Agenda-setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, vol. 17, no 6, pp. 781–802.
- Media Coverage of Financial Crisis May Explain Why People are not Angrier about Economy, Study Finds. News. (2015). *The University of Sheffield*. Available at: <https://www.sheffield.ac.uk/news/nr/speri-news-paper-neoliberal-study-1.534767> (accessed 10 November 2018).
- Medialogia (2018) *Top-10 samyh citiruemykh gazet v socmedia — yanvar' 2018* [Top 10 Most Cited Newspapers in Social Mmedia — January 2018]. Available at: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5830/#gazeti> (accessed 18 December 2018) (in Russian).
- Nadeau R., Niemi R. G., Amato T. (1999) Elite Economic Forecasts, Economic News, Mass Economic Judgments, and Presidential Approval. *The Journal of Politics*, vol. 61, no 1, pp. 109–135.
- Ovcharova L. N. (ed.) (2017) *Naselenie Rossii v 2016 godu: dokhody, raskhody i sorsial'noe samochuvstvie*. [Population of Russia in 2016: Income, Expenses and Social Well-Being. *HSE Monitoring. Itogi goda* [HSE Monitoring. Results of the Year], Moscow: HSE (in Russian).
- OSW Report (2015) *The Economic and Financial Crisis in Russia*. Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, Available at: [https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/raport\\_crisis\\_in\\_russia\\_net.pdf](https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/raport_crisis_in_russia_net.pdf) (accessed 9 November 2018).
- Reporters Without Borders (2016) *Indeks svobody pressy dlya Rossii s 2002 po 2015 gg.* [World Press Freedom Index]. Available at: <https://rsf.org/en/russia> (accessed 30 November 2017) (in Russian).
- Rossiyskaya ekonomika [Russian Economics]. (2016) *Ereport*. Available at: <http://www.ereport.ru/> (accessed 18 December 2018) (in Russian).
- Rossiyanе na fone oslableniya rublya skupayut holodil'niki i televizory* [The Russians in the Context of Ruble Weakening are Buying Fridges and TVs] (2014) *RBK*. Available at: <https://ria.ru/society/20141216/1038580067.html> (accessed 20 November 2018) (in Russian).



- Rosstat (2017) *Real'nye raspolagaemye denezhnye dokhody naseleniya po Rossiyskoy Federatsii* [Real Disposable Income of the Population in Russian Federation]. Available at: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#) (accessed 19 November 2018) (in Russian).
- Schiffers S., Coulter S. (2012) Downloading Disaster: BBC News Online Coverage of the Global Financial Crisis. *Journalism*, vol. 14, no 2, pp. 228–252.
- Schneider J. W. (1985) Social Problems Theory: The Constructionist View. *Annual Review of Sociology*, vol. 11, no 1, pp. 209–229.
- Semenova A. V., Korsunskaya M. V. (2010) *Kontent-analiz SMI: problemy i opyt primeneniya* [Content Analysis of Mass Media: Problems and Application Experience] (ed. V. A. Mansurov), Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences (in Russian).
- Soroka S. N., Stecula D. A., Wlezien C. (2015) It's (Change in) the (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion. *American Journal of Political Science*, vol. 59, no 2, pp. 457–474.
- Spector M., Kitsuse J. (2001) Konstruirovaniye sotsial'nykh problem [Construction of Social Problems] (transl. I. Yasaveev). *Konteksty sovremennosti — 2* [Contexts of Modernity — 2] (ed. S. A. Erofeev), Kazan: KFU, pp. 160–163 (in Russian).
- Stubager R. (2017) What is Issue Ownership and How Should We Measure It? *Political Behavior*, vol. 40, no 2, pp. 345–370.
- Tass.ru (2017) *Dinamika tsen na neft' s 2014 goda. Dos'ye* [The Dynamics of Oil Prices Since 2014]. Available at: <http://tass.ru/info/3315320> (accessed 12 March 2018) (in Russian).
- Tomas U., Znanekij F. (2001) Ponyatiye sotsial'noy dezorganizatsii [The Concept of Social Disorganization] (transl. I. Yasaveev). *Konteksty sovremennosti — 2* [Contexts of Modernity — 2] (ed. S. A. Erofeev), Kazan': KFU, pp.134–138 (in Russian).
- Tresch A., Lefevre J., Walgrave S. (2015) “Steal me if you Can!” The Impact of Campaign Messages on Associative Issue Ownership. *Party Politics*, vol. 21, no 2, pp. 198–208.
- Wu H. D., Stevenson R. L., Chen H., Guner N. (2002) The Conditioned Impact of Recession News: A Time-series Analysis of Economic Communication in the United States, 1987–1996. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 14, no 1, pp. 19–36.
- VCIOM (2017) *Indeks potrebitel'skogo doveriya* [Consumer Confidence Index]. Available at: [https://wciom.ru/news/ratings/indeks\\_potrebitelskogo\\_doveriya/](https://wciom.ru/news/ratings/indeks_potrebitelskogo_doveriya/) (accessed 12 November 2017) (in Russian).
- Yang W., Lin D., Yi Z. (2017) Impacts of the Mass Media Effect on Investor Sentiment. *Finance Research Letters*, vol. 22, pp. 1–4.
- Yasaveev I. G. (2006) “Sotsial'naya problema” v sotsiologicheskom leksikone [“Social Problem” in Sociological Lexicon]. *Sotsial'naya real'nost' = Social Reality*, no 6, pp. 101–117 (in Russian).

**Received:** October 22, 2018

**Citation:** Bogomazova L. (2019) Ekonomicheskiy krizis v rossiyskikh SMI: konstruirovaniye i dekonstruirovaniye problem [The Economic Crisis in the Russian Mass Media: Constructing and Deconstructing Problems]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 20, no 1, pp. 123–147. doi: 10.17323/1726-3247-2019-1-123-147 (in Russian).