

DOI: 10.14515/monitoring.2014.6.07

УДК 339.52ВТО:316.654(470+571)

А.Д. Казун (Коробкова)

ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ВСТУПЛЕНИЮ РОССИИ В ВТО

ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ВСТУПЛЕНИЮ
РОССИИ В ВТО

*КАЗУН (КОРОБКОВА) Анастасия Дмитриевна
— аспирант НИУ ВШЭ. E-mail: korobkova-
n@yandex.ru*

Аннотация. Предпринята попытка использовать новый тип данных (информацию ресурса Google Trends) — статистику поисковых запросов по ключевым словам. Проанализирован опыт применения данного метода за рубежом. В фокусе исследования — интерес (число поисковых запросов) и отношение населения к произошедшему в августе 2012 г. вступлению в ВТО. Анализ проведен на трех уровнях: заинтересованность в информации о ВТО в мире, в России и в отдельных регионах. Сделаны выводы о влиянии СМИ на интерес населения к деятельности торговой организации, а также на формирующиеся надежды и опасения, связанные с вхождением в ее состав. Продемонстрированы различия в интересе к «торговому клубу», обусловленном такими экономическими факторами, как экспортно-импортная структура экономики регионов. Анализ показал наличие связи между экономическими показателями регионов и заинтересованностью населения в информации относительно ВТО. Так, наибольший интерес к организации проявили граждане экономически активных регионов, активно участвовавших в международной торговле и получивших высокие объемы субсидий и иностранных инвестиций. При этом на основании динамики поисковых запросов и данных о странах, проявлявших наибольшее внимание к этой организации, можно

PUBLIC ATTITUDES TOWARDS RUSSIA`S WTO
ACCESSION

*KAZUN (KOROBKOVA) Anastasiya Dmitrievna
— postgraduate student, National Research
University - Higher School of Economics. E-
mail: korobkova-n@yandex.ru*

Abstract. The author uses new data type (Google trends) representing search queries statistics and provides the analysis of how this method is used abroad.

The study is focused on the people`s interest (number of search queries) and attitudes towards Russia`s WTO accession that took place in August 2012. The analysis has three stages: interest in getting information about the World Trade Organization globally, in Russia and in the regions. The author describes how mass media influences the people`s interest in this organization by shaping hopes and fears regarding country`s accession. The article outlines different types of concernment depending on economic factors such as export/import structure of regional economies.

The study reveals that there is a relationship between economic indicators of the regions and public concernment in getting information about the World Trade Organization. Thus, those who are most concerned are residents of economically active regions that took part in the international trade and got big subsidies and foreign investments. At the same time, the analysis of the search queries and information about the countries that paid highest attention to this organization shows that the WTO`s prestige is going down internationally.

выдвинуть предположение, что в мире в целом статус ВТО снижается.

Ключевые слова: Россия, ВТО, СМИ, пресса, конструктивизм, Google Trends, интернет, поисковые запросы

Keywords: Russia, WTO, mass media, press, constructivism, Google Trends, internet, search queries

Вступлению России в ВТО предшествовали 18 лет переговоров. Однако исследований того, как новость о присоединении к «всемирному торговому клубу» была воспринята в обществе фактически не проводилось. В августе-сентябре 2012 г., после ратификации протокола о присоединении к организации, были проведены несколько опросов общественного мнения. Их результаты представлены в виде ранжированного списка популярных среди населения надежд и опасений относительно перспектив членства России в ВТО. Попыток объяснить, с чем могли быть связаны те или иные ожидания и почему данная тема привлекла внимание людей, не предпринималось.

Мы постарались заполнить «белые пятна»: сделать некоторые выводы касательно отношения общественности к ВТО в целом и вступлению России в данную организацию в частности, проанализировав динамику поисковых запросов в интернете относительно ВТО в мире, в России и в ее отдельных регионах.

Теоретические предпосылки исследования: влияние СМИ на общественное мнение. Формирование общественного мнения по тому или иному вопросу происходит под влиянием множества факторов, причем наиболее значимым из них можно считать публичную дискуссию. Ю. Хабермас подчеркивал, что кристаллизация общественного мнения происходит в ходе свободной дискуссии по проблемному вопросу [14]. Это не означает фокусировку только лишь на дискуссии в СМИ. Говоря о публичном дискурсе, мы имеем в виду коммуникацию в рамках широкого спектра дискуссионных площадок: СМИ, интернет, открытые заседания органов власти, профессиональные конференции и т.д. Необходимо принимать во внимание и контекст, в который дискурс вписан, среду формирования понимания проблемы [14].

Нельзя отрицать, что СМИ являются одним из ведущих каналов формирования общественного мнения. Первые социологические теории массовой коммуникации были даже склонны к абсолютизации ее значения. Согласно им, массовая коммуникация всегда достигает цели [18]. В дальнейшем оценки влияния данного института смягчились. Было выдвинуто предположение о не менее высокой значимости межличностной коммуникации, что стало основой теорий многоступенчатой коммуникации. Речь уже не идет о линейной передаче информации реципиенту посредством СМИ, мы предполагаем более сложную ее циркуляцию.

В этой логике формируется концепция «лидеров мнений» П. Лазарсфельда [16], а также некоторые ее модификации [21], согласно которым СМИ выступают лишь в качестве поставщика информации, тогда как отношение к продукту или ситуации формируется преимущественно в ходе межличностной коммуникации. Причем, после того как мнение сформировано, человек может обращать внимание главным образом на сообщения СМИ, которые соотносятся с его взглядами. Многоступенчатая модель коммуникации, с одной стороны, постулирует, что значение СМИ в формировании общественного мнения не является абсолютным, с другой — подчеркивает важность первого впечатления от

столкновения с проблемой. Исходя из этого влияние СМИ сложно считать ограниченным межличностными контактами.

В связи с признаваемым большинством исследователей влиянием СМИ на общественное мнение возникает ряд теорий, анализирующих перспективы формирования последнего, используя массовые коммуникации. Предложены различные техники влияния: предоставление слова меньшинству вместо большинства [9], преувеличение и эмоциональное воздействие [15]. Словом, допускается возможность стороннего управления процессом формирования оценок различных событий и фактов.

Ответом различным теориям пропаганды и новым веянием в исследованиях массовой коммуникации стало замечание Б. Коэна о том, что пресса не может диктовать людям, что им думать, однако способна формировать в их сознании иерархию вопросов, о которых им думать [11]. Таким образом, публичная дискуссия не только и не столько формирует понимание проблемы, сколько повышает интерес к ней и способствует представлению об актуальности вопросов.

Проблематизация отдельных вопросов в рамках конструктивистского подхода к анализу публичных дискуссий понимается как деятельность индивидов и групп, выражающих недовольство и выдвигающих требования относительно каких-либо фактов и условий [22]. Очевидно, что именно в такой логике строилась публичная дискуссия по вопросу присоединения России к ВТО. Преследуя собственные цели, представители разных сфер (власть, эксперты-экономисты, предприниматели и т.д.) пытались повлиять на сложившуюся ситуацию и изменить ее в свою пользу. При этом возможность для такого влияния у представителей различных групп была неодинакова.

Деятельность акторов, заинтересованных в продвижении определенного понимания потенциальных последствий присоединения к торговой организации, осуществлялась в рамках широкого спектра публичных дискуссионных площадок. Примерами такой деятельности можно считать мероприятия, организуемые объединением АнтиВТО, дискуссии в Государственной Думе, проведение отраслевых конференций. Впрочем, информация о происходящем на данных площадках тем не менее поступала к широким массам при посредстве СМИ.

В дальнейшем при развитии конструктивистского подхода было доказано наличие связи между степенью сложности вопроса и силой влияния, оказываемого СМИ на формирование его оценок. Данная идея состоит в констатации того, что обычно наблюдается высокая корреляция между интересом СМИ к проблемам, относительно которых у населения отсутствует личный опыт, и силой воздействия дискуссии на общественное мнение [4]. Иначе говоря, если люди не имеют альтернативного источника информации, проблема сложна и незнакома для них, интерес СМИ к вопросу придает ему ореол значимости, формируя отношение к проблеме. В логике, предложенной П. Лазарсфельдом концепции, это означает более значимую роль массовой коммуникации в связи с отсутствием фильтра, которым могла бы стать коммуникация межличностная.

В рамках данной работы мы исходим из следующих посылок.

- 1 Общественное мнение формируется и кристаллизуется в ходе публичной дискуссии.
- 2 Значительная часть публичной дискуссии происходит или репрезентируется в СМИ.

- 3 СМИ не только и не столько формируют оценки отдельных вопросов, сколько повышают интерес населения к ним.
- 4 Сообщения СМИ создаются и воспринимаются в контексте, включающем как широкий спектр географических, экономических, социальных условий, так и деятельность групп интересов, предпринимающих попытки переопределить ситуацию.
- 5 В случае с вступлением России в ВТО в связи со сложностью вопроса значение СМИ при формировании общественного мнения было особенно велико.

Методология исследования

Эвристический потенциал использования данных Google Trends

Одним из основных источников данных для настоящей работы стал ресурс Google Trends, предоставляющий информацию относительно поисковых запросов по различным ключевым словам. Сами по себе данные о статистике интернет-запросов не слишком информативны. Потенциал для исследований состоит в их сопоставлении с новостными событиями, характеристиками исследуемого объекта и экономическими показателями.

Впервые метод использован в исследованиях в сфере здравоохранения: предпринимались попытки, анализируя запросы, связанные с симптомами заболевания, прогнозировать эпидемии [26]. Эти исследования увенчались успехом: в 2008 г. создан ресурс Google Flu Trends [13], прогнозирующий эпидемии гриппа на основании динамики интернет-запросов [12]. За время его существования не зафиксировано серьезных несовпадений прогнозов и официальной статистики. В настоящее время ресурс работает в 29 странах мира, включая Россию.

Наличие взаимосвязи между поисковыми запросами в сети интернет и реальной ситуацией продемонстрировано американскими исследователями на нескольких примерах. Так, отмечалось наличие связи между числом запросов «God» (Бог) и долей верующих, а также запросами «Gun» и процентом людей, владеющих огнестрельным оружием. Аналогичные выводы можно сделать и относительно национального состава штата: есть связь между числом запросов, содержащих упоминание национальности, и долей представителей данной национальности в общей численности населения [23].

Существуют примеры использования статистики поисковых запросов в политических и маркетинговых исследованиях. Так, К. Олдс исследовал влияние высказываний президента США на внимание общества к разного рода экономическим вопросам, основываясь на данных Google Trends [19]. Изучалась взаимосвязь поисковых запросов в сети и продаж автомобилей [20]. Однако в российских исследованиях этот метод еще не распространен, нам не удалось обнаружить опубликованных в российских научных изданиях статьи, использующие подобные данные.

Несомненное преимущество анализа поисковых запросов — возможность получения информации об изменении уровня интереса населения к тем или иным вопросам в динамике. Но необходимо учитывать ряд ограничений, с которыми связано применение данного метода. Следует принимать во внимание уровень интернетификации в стране. Доля россиян, ежедневно выходящих в интернет, достаточно высока (46%), а различия между федеральными округами по уровню проникновения интернета не так значительны [5]. Возможны сложности в интерпретации результатов в том случае, если слова поиска не

имеют однозначной трактовки. Однако в рамках нашей работы такой проблемы не было, поскольку значение аббревиатуры ВТО конкретно и ясно.

Характер используемых данных

Для использования информации ресурса Google Trends необходимо не только осознавать возможности и ограничения, связанные с применением такого рода данных, но и понимать их специфику, в частности единицу измерения. Следует учитывать, что данные Google Trends масштабируются: доступные данные отражают отношение запросов определенного типа в текущий период к максимальному числу аналогичных запросов за все время наблюдений в рамках рассматриваемого региона или страны (умноженное на 100). Таким образом, число запросов является относительным и изменяется от 0 до 100. При этом значение, равное 0, не означает полного отсутствия запросов, а лишь демонстрирует, что интерес к предмету крайне низок. Представление данных в таком виде позволяет отчасти решить проблему неуклонно растущего числа пользователей сети интернет и сделать возможным анализ ситуации в динамике. Кроме того, несмотря на то что Google не предоставляет информацию об общем числе запросов, мы можем оценить его, воспользовавшись данными Yandex Wordstat. Согласно информации с этого ресурса, за декабрь 2013 г. информацию относительно ВТО искали более 100 тысяч раз.

Мы анализируем число поисковых запросов относительно ВТО в динамике (по месяцам), в региональном и межстрановом разрезе. Отметим, что колебания их числа значительны, однако наблюдаемая неоднородность интереса к деятельности «всемирного торгового клуба», к примеру в регионах России, не является следствием численности населения данных образований. Так, наибольшее число запросов зафиксировано в Республике Марий Эл и Калининградской области, где проживают 696 459 и 941 873 человек соответственно. Это далеко не самые густонаселенные субъекты Федерации. Для сравнения: Владимирская область с численностью населения 1 443 693 человек и Пензенская область (1 386 186 человек) характеризуются крайне низким числом запросов по ВТО [10]. Кроме того, если бы основным фактором, определяющим число поисковых запросов по определенным ключевым словам в регионе, была его численность населения, максимальный уровень заинтересованности в любом изучаемом вопросе демонстрировался бы одними и теми же субъектами Федерации. Однако списки регионов с высоким числом запросов кардинально отличаются в зависимости от исследуемого вопроса.

При анализе мы опираемся на данные об экономической структуре региона: его участие в мировых торговых отношениях и особенности поступления средств в регион. Источником информации об экономических показателях стала база данных Международного центра изучения институтов и развития [1]. Интерес к этим показателям связан со спецификой ВТО как организации. Вхождение в «торговый клуб» должно было наиболее существенно отразиться на данных сферах экономической деятельности. Характеристика используемых данных представлена в таблице 1.

Как видно из таблицы, нормирование экономических показателей не проводилось. Очевидно, что экспорт, импорт, объемы иностранных инвестиций и государственных субсидий обуславливаются структурой экономики региона, а не численностью населения или числом предприятий. Таким образом, нормирование показателей логически необоснованно.

Таблица 1 Характеристика используемых данных

	Показатели	Индикаторы	Нормировка
Заинтересованность в Информация о ВТО	Уровень заинтересованности в России	Число запросов «ВТО» в месяц	Процент от максимального зафиксированного числа запросов (в России) за весь период наблюдения
	Уровень заинтересованности в регионах	Число запросов «ВТО» в регионах	Процент от максимального зафиксированного числа запросов в регионах
	Уровень заинтересованности в мире	Число запросов «ВТО»	Процент от максимального зафиксированного числа запросов за весь период наблюдения
Экономическая Структура региона	Участие в мировой торговле	Экспорт в СНГ на 2011 г. в стоимостном выражении	-
		Экспорт в страны дальнего зарубежья на 2011 г. в стоимостном выражении	-
		Импорт из стран СНГ на 2011 г. в стоимостном выражении	-
		Импорт из стран дальнего зарубежья на 2011 г. в стоимостном выражении	-
	Приток денежных средств в регион	Прямые иностранные инвестиции на 2011 г. в стоимостном выражении	-
		Государственные субсидии на 2011 г. в стоимостном выражении	-

Помимо данных Google Trends, мы опираемся на результаты опросов, проведенных ВЦИОМ и ФОМ в 2012 г. непосредственно после присоединения России к ВТО, а также на результаты собственного исследования дискуссий о ВТО в прессе.

Анализ интереса и отношения населения к ВТО

Интерес к ВТО и статус организации

Прежде чем перейти к анализу интереса к деятельности в ВТО на уровне России и отдельных регионов страны, рассмотрим степень заинтересованности в информации о «торговом клубе» в мире и различных странах, а также сделаем некоторые выводы об интересе к иным международным организациям (МВФ, ООН).

Количество запросов «WTO» в Google устойчиво снижается (рис. 1). При этом для других международных организаций аналогичная тенденция не просматривается. К примеру, число запросов относительно ООН (UN) в англоязычном интернете устойчиво росло на протяжении всего периода наблюдений. Колебания интереса к деятельности МВФ (IMF) имеют более сложный характер, однако тенденции к снижению интереса здесь тоже не наблюдается. Вспышки внимания к информации относительно МВФ наблюдались в 2008 и 2009 гг. на фоне мирового финансового кризиса — тогда кредиты, выдаваемые организацией, и условия их получения привлекли внимание общественности. Максимальное число запросов «IMF» зафиксировано в 2011 г. в связи со скандалом, участником которого

стал Д. Стросс-Кан, директор-распорядитель МВФ с 2007 по 2011 г. Повышенный интерес населения и СМИ к конфликтам, связанным с организацией, а не к ее деятельности и позиции, не вызывает удивления. Аналогичный эффект отмечался и относительно ВТО: большая часть публикаций содержит информацию о протестах, которыми сопровождалась саммиты организации, а не о результатах самих встреч [24].

Исходя из снижающегося числа запросов по ВТО в англоязычном сегменте интернета и отсутствия аналогичных тенденций для других крупнейших международных организаций, можно предположить, что ВТО переживает не лучшие времена, стагнирует. Это предположение не противоречит экспертным оценкам и даже официальной позиции руководства организации. Согласно мнению Генерального директора ВТО Р. Азеведо «многосторонняя торговая система в настоящее время переживает сложный период. Развитие системы и существующего в ВТО порядка осложнено серьезными препятствиями, которые еще не были преодолены членами ВТО. Система должна быть реформирована, в противном случае в скором будущем она будет неспособна справиться с вызовами измененного сегодняшнего мира» [7].

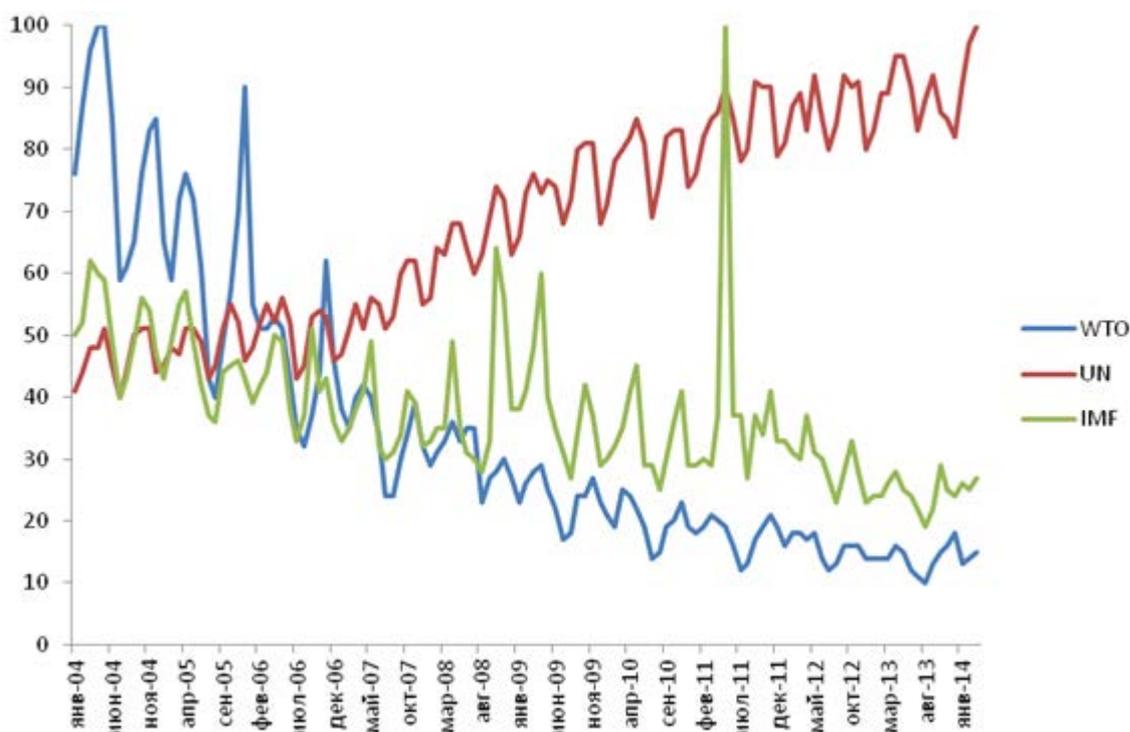


Рисунок 1 - Динамика поисковых запросов относительно ВТО (WTO), ООН (UN) и МВФ (IMF) в мире

Примечание: источник – Google Trends. Рассчитано автором.

В настоящее время предпринимаются попытки вернуть организации былой авторитет. Вероятно, эту цель преследовал пакет документов, представленный на Балийском саммите. Была предложена первая масштабная реформа организации с момента ее создания в 1995 г.

Максимальную заинтересованность в информации о «всемирном торговом клубе» демонстрируют страны, недавно в него вступившие или находящиеся на стадии вступления. Наибольшее число запросов приходится на Лаос (член организации с 2013 г.). Повышенное

внимание также проявляют представители Эфиопии, которая состоит при ВТО страной-наблюдателем. Россия присоединилась к «торговому клубу» только в 2012 г., наши граждане равнодушны к темам, связанным с ним.

Влияние дискуссии в СМИ на интерес и отношение к ВТО

Согласно многочисленным опросам, предшествовавшим вступлению России в ВТО, население было мало осведомлено о том, что именно представляет собой данная организация. Так, ВЦИОМу в 2012 г. 21% опрошенных сообщили, что впервые слышат это название, 39% отметили, что они знают только аббревиатуру, но не владеют информацией относительно того, чем данная организация занимается [6]. Однако, несмотря на низкую осведомленность, тема была популярна среди пользователей сети интернет.

Всплески интереса к деятельности ВТО были связаны с различными новостями относительно деятельности организации и этапов переговорного процесса. Коэффициент корреляции между числом публикаций в прессе (согласно данным базы печатных изданий Интегрум) и количеством запросов в сети интернет относительно ВТО, составляет +0,6. Динамика числа публикаций в прессе, посвященных ВТО, и запросов в Google представлена на рисунке 2. Число публикаций в прессе было масштабировано аналогично тому, как масштабируются данные Google Trends. На графике отображено отношение числа публикаций, посвященных ВТО в текущем месяце, к максимальному числу публикаций за весь анализируемый период (с апреля 2005 г. по январь 2014 г.), умноженное на 100. Такие преобразования были проделаны для приведения анализируемых данных к единой шкале.

Мы видим, что изменение интереса населения и прессы к деятельности ВТО шли параллельно: рост числа публикаций в прессе о торговой организации совпадал с увеличением числа запросов о ней в интернете, и наоборот. Непосредственно перед присоединением России к «всемирному торговому клубу», начиная с февраля 2012 г., наблюдается преобладание дискуссии в прессе над интересом населения к данной теме: относительное число публикаций в СМИ начинает превышать относительное число запросов в Google. Можно предположить, что осуществлялась информационная поддержка принятого решения о вступлении в ВТО.

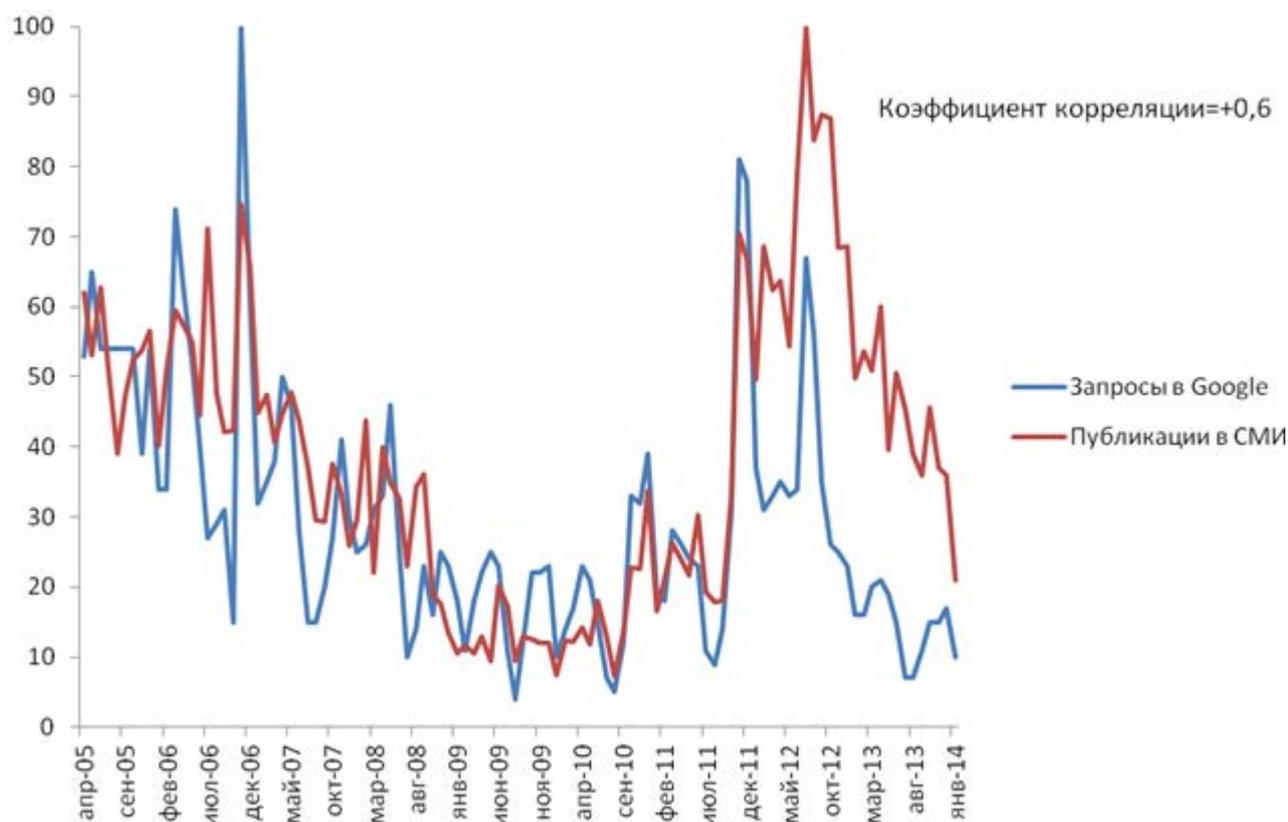


Рисунок 2 - Динамика поисковых запросов «ВТО» и публикаций СМИ относительно организации

Примечание: запросы — источник Google Trends, публикации — источник «Интегрум». Рассчитано автором.

Анализируя особенности переговорного процесса, можно выделить события, способствовавшие резкому повышению внимания населения к этому вопросу. Внимание к ВТО в 2007 г. обусловлено ожиданием скорого вступления в организацию после успеха двусторонних переговоров с США. Интерес общественности ВТО привлек в декабре 2011 г., когда в ходе 8-й Министерской конференции стран — членов ВТО в Женеве был одобрен пакет документов по присоединению России к ВТО, а также в июле 2012 г. в связи с ратификацией данного протокола. Наиболее часто запрос сводился к попытке получить общую информацию о деятельности организации и перспектив, открывающихся перед Россией после вхождения в ее состав. Популярные запросы: «ВТО в России», «Россия ВТО», «ВТО плюсы» и т.д.

Очевидно, что конструктивистский тезис о возможности проблематизации отдельных вопросов посредством СМИ и высокой роли массовых коммуникаций при привлечении внимания к разного рода событиям находит подтверждение. Однако встает новый вопрос. Повлияла ли дискуссия в СМИ на мнение населения? Или же она только привлекла внимание общества к деятельности ВТО? Чтобы ответить на них, сопоставим страхи и надежды населения относительно вступления России в ВТО и наиболее популярные аргументы сторонников и противников членства в организации, транслируемые СМИ.

Выполняя такое соотнесение, мы столкнулись с рядом ограничений. С одной стороны, анализировались только печатные издания, не являющиеся единственным источником информации для населения. Телевидение и радио могут иначе освещать процесс вступления

России в ВТО. Обращение именно к печатным изданиям можно оправдать тем, что пресса выстраивает иерархию проблем для освещения, формирует дискуссию по актуальным вопросам, а телевидение лишь подчеркивает, выделяет ее отдельные аспекты [4]. В силу своей специфики как канала коммуникации печатные издания имеют возможность представить более широкий спектр проблем, акцентировать внимание на деталях и тонкостях, тогда как телевидение вынужденно фокусироваться на определенных проблемах и некоторых их сторонах. С другой стороны, общественное мнение не является простым отражением посланий СМИ и имеет собственную логику формирования, учитывающую опыт респондентов, степень доверия к власти, устойчивость к пропаганде и пр.

Исследование показало, что часто на страницах печатных изданий фигурировали такие аргументы противников присоединения России к ВТО, как угроза отдельным отраслям или рынку в целом, а также низкая конкурентоспособность отечественного производителя. Сторонники данного шага были склонны подчеркивать следующие преимущества членства в «торговом клубе»: развитие торгово-экономических отношений, увеличение возможностей для экономического развития России и повышение доступности товаров и услуг [3]. Какова же была позиция населения?

В августе 2012 г. ВЦИОМ [6] и ФОМ [8] провели опросы, оказалось, что в целом россияне склонялись к тому, что негативных последствий от вступления в ВТО будет больше. Характерно, что за прошедшее десятилетие в российском обществе сомнение в выгоды этого шага усилилось. Если 10 лет назад больше половины (56%) поддерживали присоединение к ВТО и только 17% были против, теперь сторонников и противников этого шага – соответственно 30% и 25% [6].

Более всего население опасалось спада экономики, повышения цен и роста некачественного импорта. Те, кто надеялись на лучшее, ожидали снижения цен и развития экономики благодаря росту торгово-экономических отношений (табл. 2).

Таблица 2 Наибольшие опасения и надежды населения в связи с присоединением России к ВТО

Опасения населения		Надежды населения	
по данным ВЦИОМ (% от противников ВТО)	по данным ФОМ (% от всей выборки)	по данным ВЦИОМ (% от сторонников ВТО)	по данным ФОМ (% от всей выборки)
Надо развивать свою экономику (29%)	Спад производства, ущерб для российской экономики (12%)	Развитие торгово-экономических отношений (32%)	Снижение цен на товары (5%)
Мы не готовы к вступлению в ВТО, не можем конкурировать (18%)	Рост цен (7%)	Увеличение возможностей для экономического развития России (15%)	Развитие российской экономики (4%)
Россию завалят некачественными импортными товарами (18%)	Избыток импортных товаров, товаров низкого качества (6%)	Повышение доступности товаров и услуг (9%)	Развитие международной торговли (3%)

Можно сделать вывод, что дискуссия в СМИ не прошла бесследно. Наиболее часто встречаемое в печатных СМИ мнение о том, что членство в ВТО угрожает отечественному производителю, достигло цели: по данным ВЦИОМа и ФОМа, население опасается

негативных последствий присоединения к торговой организации для российской экономики. Однако ожидаемое населением увеличение некачественного импорта не было популярной темой в печатных СМИ. Они вообще не говорили о возможности роста цен как следствия вступления в ВТО. Это еще раз доказывает, что общественное мнение не является простым восприятием и воспроизводством аргументов, транслируемых СМИ. Люди бдительны к угрозам (реальным или мнимым), касающимся их повседневности. Новейшая история России приучила население оценивать любое событие с позиции вероятного изменения цен. А вот обсуждаемое в печати сокращение налоговых поступлений ввиду снижения таможенных пошлин стало для населения абстракцией и не вошло в число опасений. Иными словами, россияне приняли версию печатных СМИ об угрозе ВТО, но скорректировали список угроз с учетом собственного опыта и повседневных забот.

Надежды же населения в связи с ВТО полностью совпадают с печатными версиями в поддержку этого шага. Не имея собственного мнения по данному вопросу, респонденты «под копиру» транслируют риторику публичных сторонников ВТО из печатных СМИ.

При этом, как уже подчеркивалось, общественное мнение имеет сложный механизм формирования. В частности взгляды населения складываются не в вакууме, а под непременным (прямым или опосредованным) влиянием контекста. Поскольку ВТО является экономической организацией, логично предположить, что именно положение дел в экономической сфере воздействовало на формирование оценок перспектив присоединения к организации.

Отчасти влияние экономической конъюнктуры на интерес к проблеме отражено на рисунке 2, демонстрирующем значительное снижения интереса к «всемирному торговому клубу» в России на фоне экономического кризиса в 2008–2009 гг. со стороны прессы и населения. Кризис способствовал снижению энтузиазма по отношению к политике свободной торговли: в ситуации нестабильности для многих отраслей экономики важнее была поддержка государства. Общее настроение выразил В.В. Путин на пресс-конференции, сообщив председателю Еврокомиссии Ж.-М. Баррозу: «Мы со всей душой пытались вступить в ВТО, но, к счастью, вы нас туда не пустили!». Так экономическая ситуация меняет официальный курс, приводя к трансформациям в публичном дискурсе и, следовательно, переключению внимания на иные проблемы.

Ввиду высокой разнородности экономической ситуации в разных субъектах Федерации имеет смысл рассмотреть проблему и на региональном уровне.

Интерес к ВТО и экономика регионов

В регионах России наблюдаются различия в числе запросов относительно ВТО. Неоднозначность оценок деятельности торговой организации и их связь с экономической ситуацией в регионе можно продемонстрировать на примере США: оценки присоединения Китая к торговой организации в американской прессе различались в зависимости от того, насколько выгодно было данное решение штату, в котором выходит издание [17].

Мы разделили регионы России на две группы: проявлявшие (36 регионов) и не проявлявшие (47 регионов) интерес к теме ВТО. В целом уровень заинтересованности по данной темой можно оценить как высокий. Если обратить внимание на количество запросов в регионах относительно других международных экономических организаций (МВФ, ОЭСР), окажется, что буквально единичные субъекты Федерации демонстрируют

заинтересованность в сведениях о них. В случае с торговой организацией в поиск информации активно вовлечены жители практически половины регионов России.

Графическая визуализация списка регионов с разной степенью заинтересованности в информации относительно ВТО представлена ниже (рис. 3). Исходя из того, что основные надежды и опасения населения относительно ВТО связаны с теми последствиями, с которыми они могут лично столкнуться, можно предположить, что различие в структуре экономики регионов в некоторой степени может влиять на внимание к «всемирному торговому клубу» и оценку его деятельности.

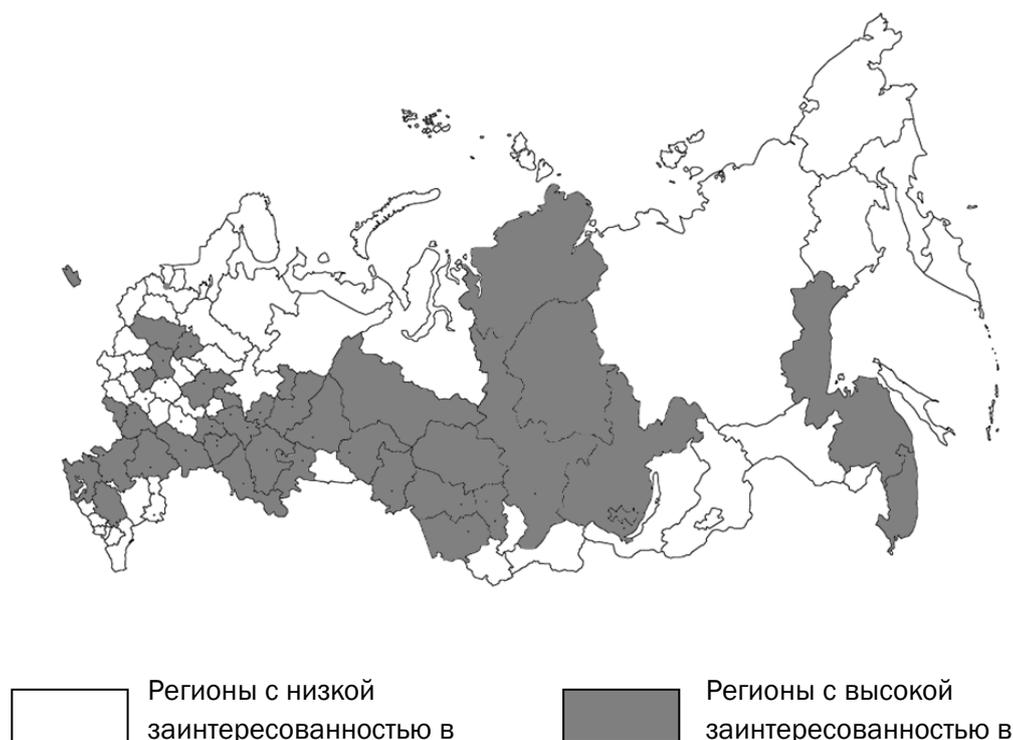


Рисунок 3 - Регионы с высокой и низкой заинтересованностью в информации о ВТО

Поддержка международной торговли между странами — одна из главных декларируемых целей существования ВТО. Поэтому логично обратить внимание на экспорт и импорт товаров в регионах, проявляющих внимание к деятельности ВТО и не заинтересованных в информации о ней. Можно сделать вывод о различиях между ними (т. 2). Так, экспорт регионов с большим числом запросов относительно ВТО в страны дальнего зарубежья в 7 раз превышает аналогичный показатель для регионов с низкой заинтересованностью деятельностью организации. Для экспорта в страны СНГ разрыв еще больше — 10 раз. Аналогичная ситуация и с импортом: регионы с большим числом запросов импортируют в 10 раз больше из стран дальнего зарубежья и в 7 раз — из стран СНГ.

Субъекты Федерации, ведущие активную международную торговлю, проявляли большой интерес к деятельности «всемирного торгового клуба» и перспективах членства в нем для России. Это закономерно, поскольку они должны были выиграть от присоединения к организации: за счет упрощения доступа на международные рынки и снижения импортных пошлин.

Еще одна надежда, связанная со вступлением России в ВТО, — ожидание улучшения инвестиционного климата и, как следствие, рост прямых иностранных инвестиций. Большую заинтересованность проявляли регионы с высокими показателями прямых иностранных инвестиций (в среднем в 5 раз выше, чем для регионов, игнорирующих тему ВТО).

Присоединение к «торговому клубу» не только сулило России новые возможности, но и угрожало серьезными рисками. Отмечалось, что правила организации существенно ограничивают возможности поддержки государством проблемных отраслей экономики, их субсидирования [2]. Особенно серьезной угрозой необходимость сокращения субсидий стала для аграрного сектора [25]. Исходя из этого наиболее обеспокоены (а следовательно, и заинтересованы) присоединением к ВТО должны были стать регионы, получающие субсидии. Это предположение нашло подтверждение, так в 2011 г. разница в объемах получаемых субсидий в выделенных группах регионов составила 2,3 раза.

Наибольший интерес к ВТО проявляли экономически активные регионы. Число запросов в поисковых системах относительно данной организации могло быть связано с надеждами (повышенный интерес у активных экспортеров-импортеров, у регионов с большим притоком прямых иностранных инвестиций) и опасениями (в регионах, получающих субсидии, внимание к ВТО выше).

Заключение

Позиция населения по отношению к ВТО зависела от множества переменных. Так, СМИ привлекали внимание к деятельности организации и отчасти формировали оценку. На отношение к «торговому клубу» влиял личный опыт населения. Интерес к присоединению к ВТО усиливался в зависимости от рисков и возможностей, связанных с данным шагом для конкретного региона. На основании динамики поисковых запросов и данных о странах, проявлявших наибольшее внимание к этой организации, можно выдвинуть предположение, что в мире в целом статус ВТО снижается.

Литература

- 1 База данных МЦИИР [Международного центра изучения институтов и развития] // Институт анализа предприятий и рынка : [веб-сайт]. URL: <http://iims.hse.ru/csid/databases>.
- 2 Барсукова С. Ю. Присоединение России к ВТО : неизбежные потери и возможные приобретения для агробизнеса // Вопросы статистики. 2013. № 3. С. 76–81.
- 3 Барсукова С. Ю., Коробкова А. Д. Вступление России в ВТО в зеркале российских печатных СМИ // Экономическая социология. 2014. № 4. С. 20–44.
- 4 Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня : от эффекта к процессу // Политические исследования. 2003. № 3. С. 109–119.
- 5 интернет в России: динамика проникновения. Осень 2013 // ФОМ : [веб-сайт]. 2014. 15 янв. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11288>.
- 6 Исследование ВЦИОМ: мнения россиян о Всемирной торговой организации // Центр гуманитарных технологий : [веб-сайт]. 2012. 27 авг. URL: <http://gtmarket.ru/news/2012/08/27/4916>.

- 7 Корчак М. Глобальные вызовы и развитие ВТО: взгляд будущего генерального директора Роберто Азеведо // Россия и ВТО: присоединение и его последствия : [веб-сайт]. 2013. 3 июня. URL: <http://wtoru.ru/analitika/globalnye-vyzovy-i-razvitie-vto-vzgliad-budushchego-general-nogo-direktora-roberto-azevedo/>
- 8 На пороге вступления в ВТО : о положит. и отрицат. последствиях вступления России в ВТО // ФОМ : [веб-сайт]. 2012. 8 авг. URL: <http://fom.ru/Ekonomika/10580#>.
- 9 Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение : открытие спирали молчания : [пер. с нем.] / [вступ. ст. Н. Мансурова]. М. : Прогресс : Весь мир, 1996. 351 с.
- 10 Численность населения регионов России : [по результатам переписи населения России, октябрь 2010 г.] // Всемирная география : [веб-сайт]. URL: <http://worldgeo.ru/russia/lists/?id=23>.
- 11 Cohen B. The press and foreign policy. New York : Harcourt, 1963.
- 12 Detecting influenza epidemics using search engine query data / Ginsberg J., Mohebbi M. H., Patel R. S. [et al.] // Nature. 2009. Vol. 457.
- 13 Flu Trends : [веб-сайт.]. URL: <http://www.google.org/flutrends>.
- 14 Habermas J. Strukturwandel der Öffentlichkeit : Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied am Rhein ; Berlin : Luchterhand, 1962.
- 15 Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda and persuasion. Newbury Park : Sage Publications, 1992
- 16 Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal influence. Glencoe : Free Press, 1955.
- 17 Kong Y. U.S. regional newspapers' coverage on China's entry into the WTO — A regional economy approach. Beijing Normal University, 1997.
- 18 Lasswell H. Propaganda technique in the World War. New-York, 1927.
- 19 Olds C. Assessing presidential agenda-setting capacity : dynamic comparisons of presidential, mass media, and public attention to economic issues // Congress & the Presidency. 2013. Vol. 40, Nr 3. P. 255–284.
- 20 Predicting Consumer behavior with web search / Goel S., Hofman J. M., Lahaie S. [et al.] // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2010. Vol. 107, Nr 41. P. 17486–17490.
- 21 Robinson J. P. Interpersonal influence during election campaigns : twostep flow hypotheses // Public Opinion Quart. 1976. Vol. 40
- 22 Spector M., Kitsuse J. I. Constructing social problems. Menlo Park : Cummings. 1977.
- 23 Stephens-Davidowitz S. The effects of racial animus on a black presidential candidate : using google search data to find what surveys miss. Harvard University, 2012.
- 24 Swinnen J. F. M., Francken N. Summits, riots and media attention : the political economy of information on trade and globalisation // The World Economy. 2006. Vol. 29, Nr 5. P. 637–653.
- 25 Wegren S. The impact of WTO ACCession on Russia's agriculture // Post-Soviet Affairs. 2012. Nr 3. P. 296–318.
- 26 Wilson K., Brownstein J. S. Early detection of disease outbreaks using the Internet // Canadian Medical Association Journal. 2009. Vol. 180. P. 829–831.