

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

ФИЛИППОВА Виктория Александровна

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ
В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАСФЕРАХ
(НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И БРАЗИЛИИ 2010-2014 гг.)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Санкт-Петербург

2016

Работа выполнена в Санкт-Петербургском государственном университете.

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор Гавра Дмитрий Петрович, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета.

Официальные оппоненты:

Гайнутдинов Рашид Ибрагимович, доктор политических наук, доцент, профессор кафедры культурологии искусств и гуманитарных наук Частного образовательного учреждения высшего образования «Русская христианская гуманитарная академия»;

Шилина Марина Григорьевна, доктор филологических наук, доцент, доцент Департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова».

Защита состоится 9 февраля 2017 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, дом 26, ауд. 304.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9).

Материалы по диссертации В.А. Филипповой размещены на сайте СПбГУ (<http://jf.spbu.ru/about/4321/6774.html>).

Автореферат разослан: « ____ » _____ 2016 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность темы исследования. В последние годы изменился и продолжает изменяться характер современной медиасферы и ключевые характеристики формирования политической повестки дня в условиях медиатизации политики.¹ Формирование параллельных информационных потоков со стороны новых медиа, представителей гражданской журналистики, личных аккаунтов лидеров мнений в социальных сетях изменяют роль СМИ в процессе создания общенациональной и локальной повестки дня. Имеет место гибридизация медиасистем,² и это меняет сам характер формирования политической повестки дня. Появляются новые акторы и инструменты.

Актуальность данной работы связана, таким образом, с изменениями в современной медиасфере, что определяется трансформацией характера социальных связей в информационном обществе в целом. Это в свою очередь актуализирует изучение социально-политической динамики в рамках медиасистемы как одной из подсистем социума. Усиливающаяся значимость информационных процессов в политическом развитии общества формирует необходимость пересмотра характеристик интерпретации структурно-функциональных параметров динамики повестки дня.

Развитие технологий, формирование сетевого общества³ неизбежно влияет на сложившуюся систему акторов коммуникации, на структуру политической повестки дня и на роль традиционных СМИ в ее формировании. Социально-политические трансформации оказывают воздействие на структурные и функциональные аспекты формирования политической повестки дня и политического фрейминга в медиасистемах современного типа, находящихся в

¹ Бодрунова С.С. Медиакратия. Атлантические подходы к определению термина // Матер. междунар. науч. конф. «Медиафилософия. Границы дисциплины». СПб., 2013. С. 91–105

² Chadwick, A. The Hybrid Media System: Politics and Power Oxford 2013 P.27

³ Castells M. The Theory of The Network Society, Great Britain by MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall, 2006

фазе гибридизации. Неоинституциональный подход к анализу современной медиасферы России и Бразилии представляет интерес, в первую очередь, с теоретико-методологической точки зрения, позволяя проанализировать характеристики национальных вариантов реализации медиасистемы в разных политических реалиях.

Актуальность исследования связана и с практическим применением, поскольку относительное сходство политического устройства и темпов экономического и политического развития России и Бразилии позволяют рассчитывать на то, что результаты работы могут внести вклад в методическое обеспечение налаживания информационного и политического партнерства двух стран.

Степень научной разработанности темы. В отечественной и зарубежной литературе выбранное направление исследования в узком смысле - изучение медиасферы и процессов формирования и функционирования политической повестки дня в контексте гибридизации – представлено крайне ограничено, что затрудняется и динамичностью объекта исследования. За последнее время защищены ряд диссертаций (важную роль для нас сыграли работы Е.Е. Даниловой, А.Д. Дедюхиной и А. Дмитриевой⁴), изданы монографии и другие научные труды по вопросам новых понятийных подходов к описанию медиасферы⁵, формированию новых моделей функционирования повестки дня⁶,

⁴ Данилова Е.Е. Деятельность СМИ в условиях открытого, закрытого и переходного обществ: методологический анализ: автореф. дис. ... канд. филол.наук. М., 2004; Дедюхина А.Д. Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ : на примере Великобритании, Германии и Италии : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009; Дмитриева А. «Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ (на примере Великобритании, Германии и Италии)»// Дисс. Канд. Фил. Наук – М., 2009

⁵ Больи, Н. Азбука медиа. М., 2011. с.15

⁶ Быкова, Е.В. Формирование повестки дня в социальной сети в аспекте текстовых категорий // Слова ў кантэксте часу : да 85-годдзя прафесара А.І.Наркевіча: зб. навук. прац / пад агул. рэд. В.І. Іўчанкава. – У 2-х т. Т. 1. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2014. – 576 с. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/106210/1/Bykava.PDF>

изменению роли СМИ в политической жизни общества,⁷ однако изучение национальных вариантов реализации медиасистемы в разных странах с учетом процессов гибридизации до настоящего времени отсутствует.

Теоретической базой диссертационного исследования выступают исследования в области теории журналистики и массовых коммуникаций, в частности, на стыке с исследованиями в области социологии, политологии, философии и экономической политики.

Теоретической и методологической основой исследования служат монографии зарубежных и отечественных авторов. Теоретические аспекты повестки дня и фрейминга рассмотрены в трудах таких исследователей, как У. Липпман, М. МакКомбс, Э. Лопес-Эскобар⁸, Э. Роджерс, Дж. Дириг⁹, М. Минский¹⁰, М. Бастос¹¹, Ш. Айенгар, Ч. Филлмора¹², Р. Бэр¹³, В. Северин, Р. Энтман¹⁴. Изучением влияния СМИ на общественное мнение занимались такие ученые, как Б. Коэн, В. Цукер и Д. Шоу, П. Палмгрин и П. Кларк¹⁵, С. Ву¹⁶, Д. Хофман, Е. Дьякова, С.И. Шелонаев¹⁷.

⁷ Lee, B., Lancendorfer, K., Lee, K. J. Agenda-setting and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 15, 57-71, 2005

⁸ Lopez-Escobar, E., Llamas, J. P., McCombs, M. E., & Lennon, F. R. Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections. *Political Communication*, 15(2), 225-238, 1998, p.322

⁹ Dearing J., Everett M. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA: SAGE, 1996. p. 53

¹⁰ Minsky, M. A Framework for Representing Knowledge <http://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html>

¹¹ Bastos, M.T. Public Opinion Revisited: The propagation of opinions in digital networks, *Journal of Arab & Muslim Media Research*. Jul2011, Vol. 4 Issue 2&3, p185-201; Bastos, M.T., Galdini Ralmundo, R.L., Travitzki, R. *Gatekeeping Twitter: message diffusion in political hashtags* Media, Culture and Society, 2013

¹² Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания. – В кн.: *Новое в зарубежной лингвистике*, вып. XXIII. М., 1988

¹³ Behr, R. L., Iyengar, S. News, Real--World Cues, and Changes in the Public Agenda. // *The Public Opinion Quarterly*, 49.1 (1985): 38-57

¹⁴ Entman, R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm

¹⁵ Palmgreen, P., Clarke, P. Agenda-setting with local and national issues. *Communication Research*, 4, 435-452. 1977

¹⁶ Wu S., Hofman J.M., Mason W.A. et al. Who says what to whom on Twitter. In: *Proceedings of the 20th ACM International World Wide Web Conference*, Hyderabad, India, 28 March–1 April 2011

¹⁷ Шелонаев, С.И. Влияние социальных институтов на повестку дня // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*

Среди фундаментальных работ по социальным системам в рамках нашей темы важную роль играют труды Т. Парсонса¹⁸. Среди исследований по гибридизации медиасистем стоит выделить работы М. Маклюэна¹⁹, А. Чедвика, И. Блауберга и Г. Рекены. Из российской научной школы важно отметить работы В.Г. Афанасьева, Е.Л. Вартановой²⁰, С.Г. Корконосенко, Ю.Е. Прохорова, С.С. Бодруновой²¹.

Понимание сетевой теории представлено в работах М. Кастельса,²² А. Чедвика,²³ И.В. Блауберга²⁴, М. Гранноветтера, Х. Квака, С. Ли.²⁵ Изучению влияния фактора гибридизации медиасистемы на процессы формирования повестки дня посвящены исследования Р. Коэна²⁶, С. Данна²⁷, С. Фокса²⁸

Также в работе использованы труды ученых Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, например, статьи Е.В. Быковой, Д.П.

¹⁸ *Parsons T.* The Social System. Glencoe, Ill., 1951

¹⁹ *McLuhan, H.M., McLuhan E.* Laws of Media: The New Science; University of Toronto Press, 1992.

²⁰ *Вартанова, Е.Л.* О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. Вып. 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/521>

²¹ *Корконосенко, С. Г.* Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2003; Бодрунова С. С. Медиакратия. Атлантические подходы к определению термина // Матер. междунар. науч. конф. «Медиафилософия. Границы дисциплины». СПб., 2013. С. 91–105

²² *Castells, M.* The Theory of The Network Society, Great Britain, Bodmin, Cornwall, 2006

²³ *Chadwick, A.* The Hybrid Media System: Politics and Power Oxford 2013

²⁴ *Блауберг, И.В.* Целостность и системность. – В кн. Системные исследования. М., 1977г.

²⁵ *Kwak H, Lee C, Park H et al.* (2010) What is Twitter, a social network or a news media? In: Proceedings of the ACM WebSci '11. New York: ACM, pp. 591–600.

²⁶ *Cohen, R.* New tweets, old news. The New York Times. 2009 Retrieved from <http://www.nytimes.com/2009/09/10/opinion/10iht-edcohen.html> Retrieved February 13, 2014

²⁷ *Dunn, S.C* (2005) Candidate and media agenda setting in the 2005 Virginia gubernatorial election. Unpublished master's thesis, Virginia Tech, Blacksburg. URL: <https://theses.lib.vt.edu/theses/available/etd-04212006-115449/unrestricted/ScottWDunnThesis.pdf> Retrieved February 13, 2014

²⁸ *Fox S, Zickuhr K., Smith A* Twitter and Status Updating, Fall 2009. Available at: http://www.pewinternet.org/Experts/~link.aspx?id=6C747837133C4A54A4D0351E2683478B&;_z=z (consulted 13 October 2011) Retrieved February 13, 2014

Гавры²⁹, В.А. Сидорова³⁰ и рабочие материалы проекта Media Systems in Flux: The Challenge of the BRICS Countries – Project 2012-2016.³¹

В качестве **объекта исследования** выступает политическая повестка дня в гибридных медиасистемах России и Бразилии.

Предметом исследования является процессы формирования и структурные параметры политической повестки дня в современных гибридных медиасистемах России и Бразилии.

Цель исследования – выявить характеристики процесса формирования политической повестки дня в медиасистемах современного типа, проходящих стадию гибридизации и рассмотреть структурные параметры этого процесса на примере России и Бразилии.

Для достижения обозначенной цели поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотреть историю и современное состояние теории повестки дня;
- дать характеристику категориям «медиафера» и «медиасистема» в контексте процессов гибридизации;
- описать современные медиасистемы России и Бразилии (2010-2014 гг.);
- выявить методологические возможности Твиттера как инструмента для измерения и изучения повестки дня в гибридных медиасистемах;
- изучить структуру политической повестки дня в современных гибридизированных медиасистемах и акторов, формирующих повестку дня;
- определить роль и соотношение традиционных СМИ и новых медиа как субъектов в процессе формирования повестки дня в России и Бразилии (2010-2014).

²⁹ Быкова, Е. В., Гавра, Д. П. Коммуникативные стратегии в оппозиционном дискурсе // Успехи современной науки и образования. 2016. № 1. С. 122–129

³⁰ Сидоров, В.А. Публичный дискурс и медиафера: условия и субъекты функционирования URL: <http://journals.tsu.ru/uploads/import/946/files/02-01-015.pdf>

³¹ <http://uta.fi/cmt/tutkimus/BRICS.html>

Гипотеза данной работы состоит в том, что применительно к медиасистемам России и Бразилии имеет место взаимозависимость между повесткой дня, отраженной в публикациях в Твиттере, и повесткой дня традиционных СМИ, более того, мы полагаем, что Твиттер способен выступать репрезентативным инструментом измерения динамики повестки дня на национальном уровне.

Методология и методы исследования. Исследование реализовано на основании классической методологии - от общего к частному, от теории к практике. Исходя из цели нашей работы и поставленных задач, в данной работе мы будем рассматривать современные медиасистемы России и Бразилии исходя из общей теории систем³².

Для решения наших задач мы будем использовать, прежде всего, общенаучные методы анализа и синтеза, методы системного анализа и компаративный метод как основные подходы при сравнении изучаемых процессов в медиасистемах России и Бразилии. Эмпирическими методами исследования выступают PEST-анализ, контент-анализ публикаций в СМИ и Твиттере, контент-анализ аккаунтов авторов, сравнительный анализ основных показателей медиасистем России и Бразилии и метод кросс-корреляции Roselle-Campbell.

При изучении связей и взаимодействий между различными элементами в процессе формирования политической повестки дня мы опираемся на работы Д. Хоманса, П. Блау³³ и М. Кастельса.³⁴

Эмпирическую базу диссертационного исследования составляют медиатексты, формирующие политическую повестку дня в медиасистемах России и Бразилии: материалы национальных российских и бразильских СМИ различной политической направленности, а также публикации в Твиттере.

³² Блауберг И. В., Садовский В. Н., Юдин Э. Г. Системные исследования и общая теория систем // Системные исследования. Ежегодник. — М.: Наука, 1973.— С. 11.

³³ Homans G. Social Behavior as Exchange. N. Y., Harcourt, 1974. P. 12. 4; Blau P. Exchange and Power in Social Life. N. Y.: Wiley, 1986. P. IX.

³⁴ Castells, M. The Theory of The Network Society, Great Britain by MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall, 2006

Цель эмпирического исследования – выявить структуру политической повестки дня России и Бразилии, акторов, формирующих повестку дня, определить роль и соотношение традиционных и новых медиа и, в частности, апробировать инструментарий Твиттера для изучения медиасферы и повестки дня.

Хронологические рамки исследования охватывают период с января 2010 года по декабрь 2014 года. Данные временные рамки выбраны исходя из того, что применительно к объектам исследования именно в этот период влияние новых медиа в соотношении с традиционными СМИ качественно и количественно изменилось. В то же время стадия активного роста социальных медиа и их интенсивная интеграция в существующие медиасистемы замедлилась. Это позволяет нам описывать и изучать процессы формирования политической повестки дня на конкретной стадии развития современных медиасистем – в контексте их гибридизации.

Научная новизна.

1. С помощью подходов теории журналистики и политологии определено и представлено авторское понимание соотношения категорий «медиасфера» и «медиасистема» в контексте формирования повестки дня в условиях формирования информационного сетевого общества.

2. Дана обобщающая характеристика современных медиасистем России и Бразилии.

3. Выявлены структурные параметры политической повестки дня в России и Бразилии. На базе проанализированных эмпирических материалов определена предметная структура политической повестки дня России и Бразилии.

4. Описаны уровни проникновения традиционных СМИ и новых медиа, представлены медиапредпочтения и доверие к СМИ в России и Бразилии в 2010-2014 годах (изменяющиеся параллельно с развитием Твиттера и новых СМИ), а также основные показатели рекламного рынка этих стран.

5. Подтверждена гипотеза о большей открытости повестки дня в современных гибридизированных медиасистемах на стадии перехода, по сравнению с их стабильным состоянием.

6. Подтверждена гипотеза о наличии взаимного межмедийного влияния на повестку дня радиционных и новых СМИ.

7. На основании проанализированных эмпирических материалов обоснованы пределы методологических возможностей использования исследований Твиттера в качестве инструмента количественной оценки в медиалогии в условиях гибридизации медиасистем.

Теоретическая значимость исследования.

1. На основании синтеза представленных в научной литературе подходов уточнено понимание категории «медиафера».

2. Впервые рассмотрена интеграция новых медиа в классическую схему функционирования СМИ в контексте модели 4-х этапов интеграции Кастельса.

3. Уточнен подход к пониманию процессов формирования политической повестки дня на современном этапе развития медиасистем, предложены сравнительные параметры, которые позволяют соотнести факторы, определяющие функционирование медиасистем на современном этапе.

4. Обоснована репрезентативность публикаций в Твиттере в качестве выборки медиатекстов современной медиаферы, отражающей актуальную политическую повестку дня.

5. Уточнена роль традиционных СМИ и новых медиа в процессах формирования повестки дня в гибридизированных медиасистемах на примере России и Бразилии.

Практическая значимость исследования. Основные результаты диссертационного исследования могут быть использованы при дальнейших исследованиях в области теории повестки дня и при изучении медиасистем; в политических и социальных исследованиях России и Бразилии в условиях схожих темпов гибридизации медиасистем и медиатизации политики, а также

для налаживания информационного и политического партнерства этих стран; при подготовке бакалавров и магистров по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью».

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Диссертация выполнена с использованием классических общенаучных методов, что позволяет сделать вывод о достоверности результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации докладывались на заседаниях кафедры связей с общественностью в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, на конференциях IMS-2014 в ИТМО в Санкт-Петербурге (Россия), на IV Conferência ICA América Latina в Бразилиа (Бразилия) и на Media & Governance in Latin America 2015 (Шеффилд, Великобритания).

Промежуточные и итоговые результаты исследования отражены в научных публикациях, четыре из которых опубликованы в изданиях, включенных в список ВАК.

Структура диссертации. Исследование состоит из введения, трех глав, тринадцати параграфов, заключения, списка литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, рассматривается степень ее научной разработанности, дается общая характеристика используемых источников, формулируются объект и предмет, цели и задачи исследования, теоретико-методологическая и эмпирическая база, научная новизна, положения, выносимые на защиту, научная и практическая значимость, отражается апробация результатов диссертационного исследования.

Первая глава **«Теоретические подходы к формированию политической повестки дня в современном обществе»** содержит обзор и анализ общетеоретических подходов к исследованию политической повестки дня в медиасфере в контексте ее гибридизации.

В первом параграфе «**Медиафера и медиасистема как категории современной теории массовой коммуникации**» проанализированы актуальные подходы зарубежных и отечественных исследователей к определению медиаферы и медиасистемы (экономический, институциональный и пространственный, выделены характерные особенности существования повестки дня в медиафере и медиасистеме, сформулировано авторское определение понятий «медиафера» и «медиасистема». Исследованы группы факторов, влияющие на функционирование современных медиасистем в контексте формирования повестки дня: социальные, экономические, технологические и политические факторы.

Автором предложена авторская концепция медиаферы. В диссертации обосновывается понимание медиаферы как особой сферы общественных отношений, складывающейся по поводу производства, распределения, обмена и потребления продуктов медиа – медиатекстов. В субъектную структуру этой сферы входят производители, распространители и потребители медиатекстов. Первые две группы – это некоторая упорядоченная совокупность социальных акторов, как институциональных, так и нет, онтологически и социологически операционализуемых как медиа. Третья группа – представляет аудиторию, представленную классическими и неклассическими общностями. Связаны в единую сферу они пространством медиатекстов с одной стороны и совокупностью регуляторов – законодательных, с одной стороны, иных нормативных и этических, с другой.

При анализе современных процессов в медиафере показано, что технология формирования повестки дня в современных условиях взаимодействия и конкуренции между традиционными СМИ и социальными медиа меняется по сравнению с описанными в классических работах традиционными процессами “agenda setting”³⁵.

³⁵ *McCombs, M. E., Shaw, D. L.* The agenda setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187, 1972

Можно говорить о том, что современная медиасфера ставит СМИ и аудиторию в относительно равные условия, позволяя обеим влиять на медиaprостранство, повестку дня и социальную динамику.

Мы рассматриваем **медиаcистему** как открытую социальную систему, включающую совокупность всех медиа, функционирующих в пределах той или иной социальной системы, ограниченной географически, политически или исторически, аудиторию, связи и отношения между всеми элементами системы. По нашему мнению, медиаcистема является подсистемой социальной системы более общего порядка, образующей социальную целостность в пределах отдельной страны, группы стран, отдельного региона или отдельного исторического периода. В широком плане медиаcистема может рассматриваться и как часть политической системы, функционирующей в пределах информационно-коммуникативной подсистемы политической системы общества

В структуру медиаcистемы входят:

- совокупность традиционных СМИ (печатных и аудиовизуальных) и новых медиа, ограниченных географически, политически или исторически;
- аудитории этих СМИ;
- связи и отношения между СМИ и аудиторией.

Современные медиаcистемы отличаются от традиционных появлением нового элемента – т.н. новых медиа, под которыми мы понимаем интерактивные электронные издания и новые формы коммуникации производителей контента с потребителями. Появление этого элемента заставляет медиаcистему адаптироваться, принципиально меняя характер отношений между СМИ и аудиторией, особенно в формировании повестки дня. Этот процесс называют гибридизацией.³⁶

Во втором параграфе **«Теория повестки дня в развитии»** представлены актуальные подходы к пониманию фрейминга в контексте теории формирования повестки дня, изучены существующие способы оценки медиа-значимости в

³⁶ Chadwick, A. The Hybrid Media System: Politics and Power Oxford 2013 P.27

повестке дня. Дана характеристика феномена межмедийной повестки дня и роли новых медиа, блогов и социальных сетей в формировании повестки дня.

Показана последовательная трансформация концепции общественного восприятия У. Липпмана³⁷ в понимании формирования повестки дня как одной из функций СМИ, которые, посредством повторения новостных тем, повышают значимость той или иной темы в сознании общества³⁸. В работе показано, как селективное восприятие, ограничивающее эффект воздействия на аудиторию³⁹, может учитываться при формировании информационных потоков в гибридизированных медиасистемах современного типа. Например, посредством выбора каналов и конкретных площадок, аккаунтов лидеров мнений, на которые ориентируется нужная политическим акторам аудитория.

В работе показана эволюция содержания понятия «повестка дня». Э. Роджерс и Дж. Диринг обобщили существовавшие на 1987 год подходы к изучению теории повестки дня и составили модель из трех конкурирующих и воздействующих друг на друга повесток дня⁴⁰:

- политическая повестка дня (*political agenda*, в некоторых переводах можно встретить термин «стратегическая повестка дня») – устанавливается государством, в частности, влиятельными политиками)
- повестка дня СМИ (*media agenda*, медиа-повестка), которую устанавливают СМИ
- общественная повестка дня (*public agenda*) – сформированная под воздействием первых двух повесток дня, дополненная влиянием личной повестки дня каждого человека.

Определение фрейминга, рассматриваемое в этом параграфе, – один из дискуссионных вопросов у исследователей, изучающих политическую

³⁷ *Lippmann, W. Public opinion. New York: Macmillan. 1922*

³⁸ *Severin, W.J., Tankard, J.W., Jr. Communication theories. (5th ed.). New York: Longman, 2001*

³⁹ *McCombs, M. Reynolds, A. News influence on our pictures of the world. In J. Bryand & D. Zillmann (Eds), Media Effects (2nd ed., pp. 1-18). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum., 2002*

⁴⁰ *Там же*

коммуникацию. Так, Такешита⁴¹, Ву и Колеман⁴², МакКомбс⁴³ и их сторонники определяют фрейминг как «процесс отбора отдельных аспектов отображаемой журналистами реальности и усиления представленности этих аспектов в целях фиксации определенных причинно-следственных связей, формулирования морально-нравственных интерпретаций и выработки рекомендаций относительно того, как нужно поступать в той или иной ситуации»⁴⁴. В западных исследованиях распространено определение У. Гамсона и А. Модильяни, согласно которым фрейм — это стержневая идея коммуникационного текста, раскрывающая суть и содержание основного сюжета информационного сообщения⁴⁵.

Медийные фреймы в политической коммуникативистике делят на эквивалентные и акцентные. Эквивалентные фреймы (*equivalence frames*) работают за счет использования журналистами определенных фраз и оборотов, которые не порождают логических противоречий и не меняют сути сообщения⁴⁶.

Анализ релевантной теоретической литературы и вторичных материалов исследований позволяет автору сформулировать гипотезу о том, что степень интеграции и интерференции традиционных СМИ и социальных медиа⁴⁷ влияет

⁴¹ *Takeshita, T.* Exploring the Media's Roles in Defining Reality: From Issue-Agenda Setting to Attribute Agenda Setting // McCombs M.E., Shaw D.L., Weaver D.H. (eds.) *Communication and Democracy*. — Mahwah 1997

⁴² *Wu, H.D., Coleman R.* Advancing Agenda-Setting Theory: The Comparative Strength and New Contingent Conditions of the Two Levels of Agenda-setting Effects // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 86. № 4, 2009

⁴³ *McCombs, M.E., Shaw, D.L.* The Agenda-Setting Function of Mass Media // *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 36. № 2, 1972

⁴⁴ *Kim, S.H., Scheufele, D.A., Shanahan, J.* Think about It This Way: Attribute Agenda-Setting Function of the Press and the Public's Evaluation of a Local Issue // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 79. № 1, 2002

⁴⁵ *Scheufele, D.A., Iyengar S.* 2013. The State of Framing Research: A Call for New Directions // Kenski K., Jamieson K.H. (eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. — N.Y

⁴⁶ *Scheufele, D.A., Iyengar S.* The State of Framing Research: A Call for New Directions // Kenski K., Jamieson K.H. (eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. — N.Y. 2013

⁴⁷ *Ачкасова, В.А.* Принцип повестки дня как доминанта медийного пространства // Журналистский ежегодник, №1 2012, URL: file:///C:/Users/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%

на значимость традиционных СМИ в формировании повестки дня в современных политических коммуникациях⁴⁸. Через дискуссии и обмен идеями в онлайн-режиме, повестка дня формируется традиционными СМИ параллельно с онлайн-сообществом.

Автор показывает, что повестка дня, существующая в виде медиатекстов в СМИ, и повестка дня, существующая в обществе, не являются идентичными. Если медиаповестка функционирует в медиасистеме (как совокупности медиаорганизаций в узком смысле), то общественная повестка дня функционирует в медиасфере как более широкое образование. Медиаповестка выявляется с помощью анализа медиатекстов, тогда как для определения общественной повестки нужно обращаться к инструментам социологии.

Но поскольку повестка дня – результат общественных информационных процессов, медиаповестка является одним из ключевых источников общественной повестки.

В третьем параграфе **«Сетевая теория, место и роль Твиттера в современных медиасистемах»** анализируется роль новых медиа, социальных сетей и, в особенности, Твиттера в формировании повестки дня в современных медиасистемах (рассматривается период 2000-2014 годов). Особое внимание к Твиттеру связано с нашей гипотезой, о том, что повестка дня Твиттера способна влиять на повестку дня СМИ, и выступать в качестве первичной повестки.

Являясь репрезентативной выборкой активной интернет-общественности, выборка топ-авторов в Твиттере включает в себя и авторов традиционных СМИ, обращающихся к Твиттеру как к источнику информационных поводов, оперативному каналу ньюсмейкинга, как к инструменту оперативной трансляции новостей и как к инструменту ретрансляции контента традиционных СМИ. С определенной стадии развития гибридной медиасистемы, удельный вес обладателей активных Твиттер-аккаунтов среди национальных ньюсмейкеров и

20%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80/Downloads/printsip-povestki-dnya-kak-dominanta-mediynogo-prostranstva.pdf

⁴⁸ Ku, G., Kaid, L.L. Pfau, M. The impact of web site campaigning on traditional news media and public information processing. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80, 528-547, 2003

представителей традиционных СМИ достигает такого уровня, когда Твиттер уже становится не площадкой, конкурирующей и сравниваемой со СМИ, а элементом, интегрированным в медиасистему, расширяющим форматы медиатекстов и возможности их распространения. Изучение этого «порогового» показателя представляет заметный научный интерес для дальнейших исследований.

В четвертом параграфе первой главы **«Твиттер в политических коммуникациях»**, мы привели обзор последних исследований, сфокусированных на Твиттере в дискурсе теорий политических коммуникаций и повестки дня. Выявлено, что, вместо зависимости от традиционных информационных посредников (гейткиперов), обсуждаемые темы, особенно политические, в высокой степени зависят от активности всего нескольких популярных пользователей. Последние влияют на формирование повестки дня за счет продуцирования большого количества ретвитов и распространение хештега. А затем приходит время активности абсолютно любого пользователя, использующего этот, уже ставший популярный хештег, что позволяет в результате той или иной теме попасть в тренд обсуждения.

В первой главе также проиллюстрировано прохождение новыми медиа и Твиттером всех четырех стадий изменения медиасистемы по классической схеме Маклюэна, описывающей любой качественный сдвиг в истории. Описаны все четыре стадии интеграции новых медиа, социальных сетей и Твиттера в современные медиасистемы.

Основываясь на полученных выводах, мы смогли во второй главе **«Современные медиасистемы России и Бразилии в контексте гибридации»** описать современные медиасистемы России и Бразилии и составить программу исследования для изучения процессов формирования повестки дня в этих странах.

Описание современных медиасистем исследуемых государств в контексте их гибридации предполагает их базовое статистическое описание (см. Таблицу

1 и Таблицу 2). Это позволило отразить их структуру и композицию в интересующий нас период 2010-2014 гг.).

Таблица 1. Сводная таблица по структуре медиасистем России и Бразилии: традиционные СМИ России и Бразилии 2014⁴⁹

	Бразилия (количество СМИ)	Россия (количество СМИ)
Газеты (печатные, 1-7 выпусков в неделю)	683 ежедневных изданий 4.213 всего изданий	38.555 изданий
Журналы (еженедельные, ежемесячные и т.д.)	5.779 изданий	33.700 изданий
Радио	9.459 станций (4.409 групп)	2.669 станций
Телевидение	514 каналов	20 федеральных каналов 700 региональных каналов (около 50 с собственными офисами)

Таблица 2. Сводная таблица по структуре медиасистем России и Бразилии: новые медиа России и Бразилии⁵⁰

	Бразилия	Россия
Мобильные телефоны	253 млн. (у 87% среди всех домохозяйств)	225.1 млн. (157% от сим-карт)
Интернет и компьютеры	74 млн. (38% of населения)	70 млн. (49% населения)
Интернет и мобильные телефоны (включая планшеты)	52 млн. (27% населения)	25.7 млн. (18% населения)
Зарегистрированные домены и сайты	3.05 млн. (16 сайтов на 1000 чел.)	4.6 млн. (31.9 сайтов на 1000 чел.)
Аккаунты в социальных сетях	58.7 млн. (69% онлайн-публикаций)	65.8 млн. (46% от онлайн-публикаций)

⁴⁹ Summary tables of preliminary data results. // Итоговый доклад по описанию медиасистем в рамках закрытого рабочего совещания проекта Media systems in flux: the challenge of the BRICS countries <http://uta.fi/cmt/tutkimus/BRICS.html>

⁵⁰ Summary tables of preliminary data results. // Итоговый доклад по описанию медиасистем в рамках закрытого рабочего совещания проекта Media systems in flux: the challenge of the BRICS countries <http://uta.fi/cmt/tutkimus/BRICS.html>

Интернет на компьютерах на 11% более распространен в России, чем в Бразилии (в процентах от населения), а вот интернет на мобильных устройствах, наоборот, на 9% более распространен среди бразильского населения. В России на 1000 чел. зарегистрировано 32 сайта, что вдвое превышает данные по Бразилии – 16 сайтов на 1000 чел. что говорит о заметных процессах гибридизации в медиасистемах этих стран.

В целом, на основе собранной статистики, можно говорить о сравнительно схожей активности СМИ, и о вдвойне превышающую российскую активность бразильских Твиттер-пользователей. Общая интернет-активность сопоставима с активностью в Твиттере: 69% от всех онлайн-публикаций в Бразилии приходится на аккаунты в социальных сетях. В России доля таких публикаций составляет лишь 46%.

Если в России уровень грамотности населения, важный для данного исследования как один из факторов потребления информации аудиторией, составляет 99,5%, то в Бразилии он заметно ниже – 90,0%⁵¹. В странах с такими средневысокими показателями газеты остаются продуктом для элиты, а массовая пресса распространяется, как правило, в виде спортивных газет (что особенно актуально для Бразилии), либо в виде бесплатной прессы⁵².

Количество печатных газет в России в 9 раз выше, чем в Бразилии, журналов – в 6 раз выше, чем в Бразилии. Напротив, количество радиостанций в Бразилии в 3,5 раза превышает количество радиостанций в России. Количество общефедеральных каналов в исследуемых автором странах сопоставимо, а вот количество местных телеканалов в России почти в 2 раза превышает количество местных каналов в Бразилии (по данным Таблицы 1).

⁵¹ Newspaper circulation in Brazil grows; Folha takes the lead. Folha de S. Paulo. January 25, 2013

⁵² Медиасистемы России и Бразилии на современном этапе массовой коммуникации // Известия ЮФУ №1, 2015 <http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/view/787>

Средний объем тиража ежедневного выпуска печатных изданий в Бразилии (газет и журналов) – 4,52 млн экз.⁵³. В России этот показатель составляет 21,91 млн экз., что в 5 раз выше⁵⁴.

Гибридизация медиасистем, исходя из современной структуры медиасистем, представленной во второй главе, влияет на изменение общей структуры повестки дня и на процессы ее формирования. Поэтому во второй главе на основе выводов из первой главы, представлены и описаны значимые PEST-факторы, влияющие на функционирование и развитие медиасистемы.

Процессы гибридизации влияют на экономические отношения внутри медиасистемы: как на процессы производства и распространения информации, так и на рекламные возможности (см. Таблицу 3), обеспечивающие существование СМИ с финансовой точки зрения.

Таблица 3 Рекламный рынок традиционных СМИ и новых медиа 2014

Общий рекламный оборот (в долларах)	Сектор	Бразилия	Россия
	Печатные СМИ (Газеты и журналы)	3.2 млрд.	2.6 млрд.
Электронные СМИ (радио и телевидение)	11.4 млрд. (12.1 млрд., включая интернет-телевидение)	4.9 млрд.	
Новые медиа (мобильные услуги, интернет)	868 млн.	23.24 млрд.	
Рекламные доходы	Печатные СМИ (Газеты и журналы)	2.7 млрд.	1.39 млрд.
	Электронные СМИ (радио и телевидение)	10 млрд.	4.91 млрд.
	Новые медиа (мобильные услуги, интернет)	470 млн.	1.44 млрд.

По данным АКАР, крупнейшую долю рекламного рынка России занимает телевидение (156 млрд руб., что закономерно соответствует уровню популярности и доверия к ТВ). На втором месте – интернет (71,1 млрд руб.).

⁵³ Там же

⁵⁴ Годовой тираж газет (изданий) // Росстат <http://cbsd.gks.ru/>

Печатные СМИ занимают 3-е место (37,0 млрд руб., наружная реклама – 40,7 млрд руб., и радио – только 16,5 млрд руб.⁵⁵

В Бразилии доли распределения рекламы по отраслям иная:⁵⁶

1-е место (63,3%) на рекламном рынке 2011 г. занимает телевидение, 2-е место (11,8%) – журналы, 3-е (7,1%) – газеты. Интернет – только 5,1% (прогнозируется рост до 10% к 2016 году), радио – 8,6%.

Показатели общего рекламного оборота электронных СМИ в Бразилии в 2,3 раза превышают объем рекламного оборота электронных СМИ в России. Напротив, объем рекламного оборота в новых медиа в России в 26 раз превышает объем рекламного оборота в бразильских новых медиа.

Состояние рекламного рынка влияет на темпы гибридизации медиасистем, направляя развитие процессов массовой коммуникации в зависимости от экономических реалий и потребностей аудитории. В России доля интернет-рекламы растет и уже составляет высокую долю от общего рекламного рынка, что дает возможности развития новым медиа и ускоряют процессы интеграции традиционных СМИ с интернет-технологиями. В Бразилии доля интернет-рынка рекламы еще сравнительно мала, что, как мы считаем, сдерживает гибридизацию бразильской медиасистемы.

Автором также описаны уровни проникновения традиционных СМИ и новых медиа, представлены медиапредпочтения и доверие к СМИ в России и Бразилии в 2010-2014 годах (изменяющиеся параллельно с развитием Твиттера и новых СМИ. Сравнение показателей самых популярных социальных сетей в России и Бразилии по количеству пользователей, динамике прироста аудитории и активных аккаунтов ежемесячно с 2010 по 2014 г., показывает, что Твиттер с 2013 года является самой динамично растущей сетью. Твиттер, характеризующийся новой структурой гейткippers и инициаторов

⁵⁵ Объемы рекламного рынка по сегментам
http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id4044

⁵⁶ Assis L. O consumo e a publicidade no Brasil em 2016
<http://knowledge.othink.com/index.php/vendas/169-o-consumo-e-a-publicidade-no-brasil-em-2016>

потенциальной повестки дня, высокой активностью публикаций и репостов публикаций из СМИ, тесной интеграцией с поисковой системой Google и социальной сетью Facebook, распространенных как в России, так и в Бразилии, может выступать репрезентативной площадкой для исследования политических коммуникаций и повестки дня как новых медиа, так и традиционных СМИ.

Таким образом, показано, что Твиттер является релевантным инструментом для анализа политической повестки дня в современных медиасистемах. Согласно гипотезе автора, повестка дня Твиттера может ретранслировать политическую повестку дня традиционных СМИ и влиять на нее.

Описание методологии, программа и результаты исследования представлены в третьей главе настоящей работы **«Эмпирическое исследование «Структура и динамика политической повестки дня в медиасистемах России и Бразилии (2010-2014гг.)»»**. С учетом выявленной роли Твиттера в современных медиасистемах в третьей главе работы мы акцентировали внимание на анализе структуры повестки дня и особенностей процессов ее формирования в современных гибридных медиасистемах России и Бразилии, а также на взаимодействии повестки дня новых медиа (в т.ч. Твиттера) и повестки дня традиционных СМИ.

В параграфе 3.1 **«Программа эмпирического исследования повестки для в России и Бразилии»** мы обозначили цель и задачи нашего эмпирического исследования, провели теоретическую и эмпирическую операционализацию понятий, обосновали методологию и выборку эмпирического исследования.

Базовая концептуальная основа нашего эмпирического исследования опирается на следующие постулаты. Публикации Твиттера рассматриваются как репрезентативный корпус медиатекстов социальных медиа, составляющих необходимый и растущий по значимости компонент современной медиасферы.

Для изучения структуры повестки дня и структуры лидеров мнений после сбора публикаций согласно нашей выборке, все материалы обрабатывались в программе Yoshikoder для подсчета самых часто используемых слов в

материалах СМИ и твитах. Все слова, встреченные более 10 раз и не носящие общего характера (то есть которые можно отнести к той или иной теме), были распределены в кодировочные книги по группам тем. К обозначенным словам добавлялись сленговые аналоги и возможные неверные и измененные формы написания (при склонении, спряжении или сокращении). Составленные по категориям с группами ключевых слов кодировочные книги загружались в эту же программу, и проводился автоподсчет слов в рамках указанных категорий по всем публикациям. Слова в рамках одной категории учитывались в публикации только один раз, чтобы избежать дублей. Если публикация в СМИ или твит затрагивали несколько категорий тем, учитывалась каждая из них.

Контент-анализ позволяет систематизировать коммуникативные сообщения⁵⁷. При этом он обладает рядом слабых сторон^{58, 59}. Чтобы нивелировать эти слабые стороны контент-анализа, были использованы кодировочные книги (полный метод описан подробно в исследовании Данна)⁶⁰ с соответствующими категориями и уточняющие фильтры при обработке данных в программе. Для изучения взаимодействия повестки дня традиционных СМИ и новых медиа мы использовали метод кросс-корреляции с использованием *Rozelle-Campbell baseline*. *Rozelle-Campbell baseline* — это уровень корреляции, ожидаемый на основе базиса автокорреляций и синхронической корреляции самой по себе⁶¹. Эти показатели считаются надежным основанием утверждать о наличии причинных связей между двумя рядами чисел в течение двух временных периодов.⁶²

⁵⁷ Singletary. *Mass Communication Research: Contemporary Methods and Applications*. NY. 1994

⁵⁸ Stacks, D. W., Hocking, J. E. *Essentials of Communication Research*. New York. 1992

⁵⁹ Singletary. *Mass Communication Research: Contemporary Methods and Applications*. NY. 1994

⁶⁰ Dunn, S.C (2005) Candidate and media agenda setting in the 2005 Virginia gubernatorial election. Unpublished master's thesis, Virginia Tech, Blacksburg.

⁶¹ Lopez-Escobar, E., Llamas, J. P., McCombs, M. E., & Lennon, F. R. (1998). Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections. *62 Political Communication*, 15(2), 225-238, p.322

⁶² Lim, J. (2006). A cross-lagged analysis of agenda setting among online news media. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83 (2), 298-312

В параграфах 3.2 «**Структура повестки дня и акторы в медиасистеме России**» и 3.3. «**Структура повестки дня и акторы в медиасистеме Бразилии**» третьей главы мы представили результаты исследования, смогли выявить предметную и уровневую структуру политической повестки дня, акторов, формирующих повестку дня, выявить роль и соотношение традиционных и новых медиа и, в частности, Твиттера (как представителя новых медиа) в формировании политической повестки дня.

Количество проанализированных автором публикаций СМИ по России: 1479; количество твитов по России: 9673; количество публикаций СМИ по Бразилии: 1516; количество твитов по Бразилии: 94739.

В результате исследования подтвердилась гипотеза автора о том, что в медиасистемах с более высокими темпами гибридизации можно говорить о большей открытости повестки дня, т.е. срок жизни повестки дня меньше и характеризуется воздействием со стороны большего количества потенциальных источников повестки дня.

Определив предметную и уровневую структуру повестки дня, мы выявили, что в структуре повестки дня России отмечается преобладание федеральных тем, за которыми следует группа тем внешней политики. И только в завершении топа-10 располагаются темы региональные. В топе тем бразильской повестки дня, стоит отметить отсутствие тем внешней политики. Лидирует тема персон (особенно первого лица государства с 2011 года Дилмы Русеф). Верхние строчки занимают региональные темы (в отличие от России). Тем не менее, большинство тем в топе-10 носят преимущественно общенациональный характер.

Проведенное исследование также показало, что внутренняя политическая повестка дня в России в 3 раза более обсуждаема, чем внешняя. Внутренняя повестка дня в Бразилии также в разы превышает внешнюю. Только разрыв еще более заметен: 91,5% бразильских публикаций посвящен внутренней политике, и только 8,5% – внешней политике.

Крупные деловые и политические центры страны оказывают заметное влияние в формировании федеральной повестки дня, по сравнению с другими регионами, что подтверждено анализом публикаций за 5 лет.

Обнаружено, что поликодовый характер коммуникации, формирующий повестку дня, не имеет национальных предпосылок, а является глобальным трендом. При формировании медиатекстов в современном информационном пространстве хештеги, картинки, видео и ссылки расширяют возможности текстового формата медиатекстов, постепенно привнося в популярные форматы современных медиатекстов формат, интегрирующий возможности всего имеющегося инструментария. Максимальное использование всех форматов медиатекста повышает его шансы попасть в ведущие темы повестки дня. Аудиовизуальные СМИ постепенно расширяют форматы своих материалов хештегами и ссылками на тематические подборки в соцсетях, подтверждая происходящий процесс интеграции.

По результатам проведенного исследования установлено, что характеристики формирования повестки дня для местных и национальных новостных сюжетов как в РФ, так и в Бразилии имеют одинаковый воздействующий эффект, т.е. срок жизни повестки дня и структурно-темпоральные зависимости близки. Соотношение взаимного влияния повестки дня традиционных СМИ и повестки дня новых медиа для местных и национальных тем находится приблизительно на одном уровне.

Подтверждена гипотеза о наличии взаимного межмедийного влияния традиционных и новых СМИ на повестку дня. То есть мы можем говорить о том, что в современных гибридных медиасистемах присутствуют прямые и обратные информационные потоки между традиционными СМИ и новыми медиа, а повестка дня конкретных СМИ носит характер интерференции и высокой открытости для внешнего влияния со стороны других элементов медиасферы.

Обобщив все проанализированные «навязчивые» («obtrusive») темы повестки дня, автором выявил более ярко выраженное влияние повестки дня Твиттера на повестку дня СМИ – по сравнению с общей выборкой всех тем.

Нами были эмпирически определены темпоральные (день и время публикации) и структурные параметры твита (хештег, картинка, ссылка) в новых гибридизированных медиасистемах, которые являются значимыми параметрами, определяющими вероятность превращения этого твита в значимый фактор формирования политической повестки дня.

Это указывает на то, что в гибридизированных медиасистемах растет доля лидеров мнений среди неинституциональных политических акторов, которых мы обозначили в данной работе как топ-спикеры. По итогам эмпирического исследования за 5 лет (2010-2014 гг.), доля топ-спикеров в общей структуре лидеров мнений в России составляет больше половины – 66%, процент в Бразилии также высок и составляет 43%. Связано это, как мы предполагаем, с разными темпами гибридизации медиасистем. Топ-спикеры – это открытая группа лиц, формирующаяся не статусно, а стохастически – по факту влияния в конкретный временной период. Она переменна, открыта, динамична и ситуативна. Научный интерес представляет более глубокое изучение этого аспекта.

В методологическом плане важным результатом исследования стали вывод о том, что оценка количества ретвитов не является надежным количественным инструментом изучения распространенности твита и не является показателем его читаемости. Так, 49,10% топ-твитов по российской и 71% по бразильской повестке дня, согласно проведенному исследованию, не имеют ни одного ретвита. Таким образом, данный инструментальный рекомендуется использовать в практических исследованиях с осторожностью и наравне с другими инструментами количественной оценки.

В Заключении подведены итоги исследования, сформулированы основные выводы, предложены перспективы изучения данной предметной области.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Предложена авторская концепция медиасферы (см. С.12)
2. Сформулировано авторское определение понятия “медиа-система” (См. СС.12-13).
3. Существует взаимное межмедийное влияние на повестку дня между традиционными и новыми СМИ. Повестка дня новых медиа, социальных сетей и Твиттера могут выступать в качестве инициаторов первичной повестки дня.
4. Новые медиа и социальные сети прошли все четыре стадии перелома (которыми сопровождается любое качественное изменение в истории) по системе Маклюэна, что говорит об интеграции новых медиа, социальных сетей и, в частности, Твиттера в современные медиа-системы.
5. Федеральная политическая повестка дня зависит от деловых, экономических и политических центров страны.
6. Внутренняя политическая повестка дня в России и Бразилии в рассмотренный период 2010-2014 гг. более обсуждаема, чем внешняя (в 3 и в 10 раз соответственно).
7. В структуре повестки дня России 2010-2014 гг. отмечается преобладание федеральных тем, за которыми следует группа тем внешней политики. В топе тем бразильской повестки дня стоит отметить отсутствие тем внешней политики.
8. опровергнута универсальность утверждения Палмгрена и Кларка о том, что формирование повестки дня действует слабее для местных новостных сюжетов, чем для тем национального масштаба. Верификация этой гипотезы показала, что она остается корректной для медиа-системы России, но не подходит для медиа-системы Бразилии в ее актуальном состоянии.
9. «Навязчивые» («obtrusive») темы повестки дня характеризуются более ярко выраженным влиянием повестки дня Твиттера на повестку дня СМИ – по сравнению с общей выборкой всех тем.
10. Публикации Твиттера могут являться репрезентативной выборкой медиатекстов современной медиасферы. Публикации Твиттера рассматриваются

как репрезентативный корпус медиатекстов социальных медиа, составляющих необходимый и растущий по значимости компонент современной медиасферы.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ
ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА**

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Филиппова В.А. Твиттер как инструмент формирования политической повестки дня в России 2010-2013 гг. // Вестник СПбГУ сер. 9, вып. 4, 2014 <http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1358479>

2. Филиппова В.А. Медиасистемы России и Бразилии на современном этапе массовой коммуникации" // Известия ЮФУ. Филологические науки №1, 2015

3. Филиппова В.А. Инструментальные возможности Твиттера в исследованиях повестки дня // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки №6, 2016 http://www.online-science.ru/m/products/social_science/gid3705/pg0/

4. Филиппова В.А. Региональная и федеральная повестки дня в России и Бразилии Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, №5, 2016

Публикации в других изданиях:

5. Филиппова В.А. Медиасистемы России и Бразилии на современном этапе массовой коммуникации // Технологии информационного общества в науке, образовании и культуре: сборник научных статей. Труды XVII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2014), Санкт-Петербург, 19 – 20 ноября 2014 г. – СПб: Университет ИТМО, 2014. – 356 с.

6. Филиппова В.А. Медиа-системы России и Бразилии: интернет-элита и ее влияние на процессы формирования и трансляции повестки дня // Сборник статей по итогам VIII Международной мультидисциплинарной конференции "Актуальные проблемы науки XXI века", 31.03.2016.