

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В ФОРМИРОВАНИИ НОВОСТНОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕОРИИ AGENDA-SETTING

Анализируются основные направления критики теории agenda-setting, обусловленные растущим влиянием Интернета на формирование общественного мнения. В частности, Интернет изменяет не только способ получения информации, но и ее источник: технологии Web 2.0 массово вовлекают «рядовых» пользователей сети в процесс agenda-setting. Интернет-сообщество, наравне с традиционными СМИ, может влиять на появление различных тем в общественном дискурсе и отражение их в политических решениях.

Ключевые слова: agenda-setting; Интернет; СМИ; повестка дня; цифровой разрыв.

В 1968 г. два профессора журналистики Университета Северной Каролины в Чапел-Хилл, Максвелл Маккомбс и Дональд Л. Шоу (M. McCombs, D.L. Shaw), впервые проверили и подтвердили гипотезу о том, что средства массовой информации имеют большое влияние на проблемы, которые общественность считает важными [1]. Изучая роль СМИ в президентских выборах в США, Маккомбс и Шоу установили, что зрители часто судят о важности новости, основываясь на том, как часто и подробно эта новость освещается в СМИ. Тем самым их исследование показало, каким образом СМИ формирует общественное мнение.

Описываемые процессы отбора новостей для освещения со стороны СМИ в данной работе получили название функции «agenda-setting», изучение которой в дальнейшем оформилось в самостоятельную теорию с одноименным названием. В русскоязычной теории используются несколько переводов данного термина: «повестка дня», «установление повестки дня», «навязывание повестки дня», «формирование повестки дня». Также принят вариант без перевода – «agenda-setting». Мы будем использовать последний вариант ввиду многозначности его толкования в литературе. Работа Маккомбса и Шоу стала своего рода отправной точкой в целом направлении исследований, посвященных вопросам о том, каким образом через отбор новостей СМИ формируют общественное мнение города, региона, страны, мира.

За четыре десятилетия разработки теории agenda-setting в ее рамках оформились пять основных направлений исследования: анализ сущности базовых эффектов agenda-setting; изучение атрибутов объектов, описываемых в повестке дня; изучение психологических аспектов agenda-setting; изучение источников, устанавливающих повестку дня не-печатных СМИ. Последнее направление – анализ так называемых последствий – сформированных agenda-setting отношений и мнений по какому-либо вопросу [2]. Однако в последние годы ряд исследователей все чаще подвергает критике базовые определения и характеристики данной теории, утверждая, что распространение Интернета, онлайн и социальных медиаплатформ ставит под вопрос продуктивность различных аспектов теории в объяснении процесса agenda-setting в виртуальном публичном пространстве [3]. В данной статье к рассмотрению предлагаются основные

направления критики «классической» теории agenda-setting, появившиеся под влиянием изучения процессов, происходящих в интернет-пространстве.

Рассмотрим (напомним) базовую установку теории agenda-setting. М. Маккомбс и Э. Рейнолдс (M. McCombs, A. Reynolds) в работе «Влияние новостей на нашу картину мира» [4] заключают, что agenda-setting – это способность СМИ влиять на определение важности тех или иных тем в «общественной повестке дня». Иначе говоря, если определенная новость часто обсуждается в СМИ, то аудитория (общество) будет рассматривать этот вопрос как наиболее важный, чем другой, менее (или совсем) не освещаемый. Процесс agenda-setting значим не только для средств массовой информации, но и в рамках определения его как социального процесса, указывающего на взаимозависимые связи между проблемами, которые генерируются в социальной среде и переходят на уровень принятия государственных решений.

Как было сказано выше, в рамках теории agenda-setting изучение этого вопроса исторически начиналось с анализа действия традиционных СМИ. Но с развитием и распространением Интернета исследователи стали признавать его значимость как канала коммуникации, влияющего на agenda-setting. Как заявляют авторы, с развитием Интернета стало очевидным «генерирование проблем социальной средой», а именно массовое вовлечение общества в agenda-setting. Йохай Бенклер, американский профессор права и исследователь, заключает, что потенциал Интернета – в его возможности «сделать каждого памфлетистом» («to make everyone a pamphleteer») [5. С. 10]. Эта фраза указывает нам на одну из ключевых характеристик Интернета, объясняющего его популярность как социально-технологического феномена: технологии Web 2.0 позволяют каждому пользователю становиться со-автором разнообразного контента, который будет доступен Другому.

В продолжение этой идеи Ким и Ли (S.T. Kim, Lee) в своих исследованиях об особенностях формирования повестки дня в Интернете отмечают, что agenda-setting в Сети отличается от традиционной agenda-setting тем, что Интернет находится в конкуренции с традиционными средствами массовой информации, поскольку имеет огромный потенциал в плане пользовательской интерактивности и интерак-

тивности содержания (возможности изменения, скорости появления и объема информации) [6].

Ким и Ли исследовали опосредованный характер формирования повестки дня в Интернете путем анализа 10 случаев, имевших большой общественный резонанс в Корее в течение 5 лет (с 2000 по 2005 г.). Исследователи обнаружили следующее: мнение человека, распространяясь через различные интернет-каналы, синтезирует общественное мнение, что, в свою очередь, влияет на освещение новостей тем или иным способом [Там же. С. 176]. Таким образом, их работа показала, что существуют «реверсивные эффекты повестки дня» («reversed agenda effects»), означающие, что общественная повестка дня (обсуждение определенных тем) в Интернете может установить повестку дня другим средствам массовой информации.

Ким и Ли описывают протекание данного процесса в Интернете через следующие шаги: 1) интернет-опосредованный «всплеск» повестки дня («Internet-mediated agenda-rippling»): мнение анонимного пользователя в Сети в виде темы обсуждения, новости становится важной повесткой дня в Интернете через основные интернет-источники информации, такие как блоги, персональные страницы и др.; 2) распространение повестки дня в Интернете («agenda diffusion in the Internet»): новостные сайты транслируют информацию, что приводит к дальнейшему распространению темы среди «интернет-общественности»; 3) интернет-опосредованная реверсивная повестка дня («Internet-mediated reversed agenda-setting»): традиционные СМИ сообщают новость из Интернета, и, таким образом, тема распространяется в он- и оффлайне [Там же. С. 184].

В завершении Ким и Ли говорят о том, что «перетекание» agenda-setting между Интернетом и традиционными СМИ не всегда происходит в последовательном порядке. Например, тема, однажды сообщенная в традиционных СМИ, может спустя какой-то период времени перейти на первый план посредством обсуждений в «онлайне», или приведенные выше три шага могут происходить одновременно в течение короткого периода времени [Там же. С. 201].

Приведем в качестве примера случай, имевший широкий общественный резонанс, произошедший в 2005 г. Исон Джордан (Eason Jordan), 23 года работавший шеф-редактором службы новостей телеканала CNN, подал в отставку после того, как был осужден интернет-сообществом за высказывания о том, что во время войны в Ираке солдаты вооруженных сил Соединенных Штатов получили приказ уничтожить журналистов, находящихся там, и убили около 12 репортеров. Помимо спорности его высказывания, считается, что таким образом Джордан нарушил табу, которое «позволяет критиковать генералов вплоть до главнокомандующего, но категорически запрещает трогать солдат» [7]. Примечательно как раз то, что резонанс этому событию предали именно публикации в Интернете. Газета The New York Times по этому поводу опубликовала статью со ссылкой на Эдварда Моррисси, известного интернет-блогера, где была приведена следующая цитата:

«Мораль этой истории: СМИ не могут просто скрыть правду и надеяться выйти сухими из воды, и журналисты не могут просто разбрасывать вокруг голословные утверждения без обоснования и ожидать, что люди будут верить им и дальше» («The moral of the story: the media can't just cover up the truth and expect to get away with it – and journalists can't just toss around allegations without substantiation and expect people to believe them anymore») [8].

Этот пример свидетельствует о том, что интернет-сообщество, в особенности блоггеры, могут способствовать тому, чтобы их собственные темы обсуждения становились общественно значимыми, т.е. «появлялись в общественной повестке дня», тем самым формировали повестку дня СМИ, а потом отражались в политических решениях.

Рассмотрим следующий аспект agenda-setting в Интернете. Как утверждает Джейкоб Слоэн (Jacob Sloan), американский теоретик журналистики, общество все так же оставляет целые группы граждан «за бортом», хотя Интернет интерактивен и благодаря этому каждый, кто имеет доступ в Сеть, может внести свой вклад в «социальный журнализм». Дело в том, что технологии Web 2.0 в глобальном фокусе все еще недоступны целым слоям населения, тогда как умение (и возможность) ими пользоваться могут существенно помочь гражданам в различных ситуациях, например во время стихийных бедствий, когда нужно передать сообщения о помощи во «внешнюю среду». В таких случаях, помимо возможности определить наличие мест, где можно получить бесплатное питание или одежду, Интернет может быть невероятно мощным ресурсом связи между людьми [9].

Джейкоб Млоэн перечисляет следующие причины невозможности пользования Интернетом: отсутствие компьютеров, незнание языка или «барьеры в знании» (недостаточная «квалификация» пользователя), сопротивление использованию Интернета. Такое явление, в результате которого какая-то часть общества «отрезана» от использования Интернета, называется «цифровой разрыв» («the digital divide») [9]. Очевидно, что он снижает как влияние agenda-setting на данную «отрезанную» от использования Интернета часть аудитории, так и влияние самой данной аудитории на agenda-setting.

Следующим аспектом изучения agenda-setting в Интернете становится обсуждение самого наличия влияния – «the agenda-setting effect». В научных дискуссиях становится распространенным утверждение о том, что Интернет может положить конец самому влиянию agenda-setting благодаря собственным характеристикам: широкий доступ, разнообразие источников информации, адаптация пользователя к контенту [10].

Маккомбс в ответ на данное утверждение возражает, что эффекты agenda-setting существуют и в Интернете. Он использует в качестве примера эксперимент Althaus and Tewksbury, в котором изучалось мнение 520 студентов в отношении предпочтений в выборе источников новостей (пресса / телевидение / Интернет) [10]. В рамках данного исследования срав-

нивались эффекты agenda-setting в онлайн- и печатной версии The New York Times. Хотя авторы отмечают, что необходимы повторные исследования в этой области, результаты исследования говорят о том, что повестка дня в интернет-изданиях продолжает оказывать влияние на общественное мнение (однако отметим, что, согласно исследованию, эффекты были сильнее выражены в печатном издании). Влияние agenda-setting в Интернете объясняется благодаря действию нескольких факторов. Во-первых, несмотря на то, что цифровой разрыв все еще существует, использование новостных онлайн-ресурсов растет. Во-вторых, даже принимая во внимание широкое разнообразие новостных интернет-источников, обеспечивающих бесконечный список новостей благодаря наличию ссылок (как следствие – «легкое» переключение с одной новости на другую, ослабление внимания к отдельным новостям), следует учитывать, что аудитория, как правило, продолжает пользоваться сильно ограниченным их количеством (к которым привыкла «уже давно», которым доверяет, следовательно, «откликается» на их новости). Таким образом, электронные медиа продолжают формировать повестку дня для своей аудитории [11].

Обобщая описанные направления критики теории agenda-setting, изначально направленной на описание механизмов действия традиционных СМИ, можно сделать следующие выводы. Интернет изменяет не только способы получения информации, но и характер самих источников: технологии Web 2.0 массово

вовлекают «рядовых» пользователей сети в процесс agenda-setting. Интернет-сообщество, наравне с традиционными СМИ, может способствовать тому, чтобы их собственные темы обсуждения становились общественно значимыми, т.е. «появлялись в общественной повестке дня», оказывались в повестке дня СМИ (традиционных и новых) и благодаря этому отражались в политических решениях. Виртуальное пространство «бесконечных новостей» онлайн-медиа, чередующихся с информацией от частных лиц, все более представляет собой открытую для любого, имеющего выход в Сеть, интерактивную площадку для обсуждения широкого круга новостей и событий. Кроме того, влияние электронных медиа на формирование повестки дня ставит перед пользователями задачу, связанную с использованием онлайн-технологий для решения актуальных проблем, затрагивающих отдельные слои населения или общество в целом. Одной из таких проблем является «цифровой разрыв» – отсутствие у определенных категорий населения возможности посредством создания виртуального дискурса представить свои интересы в общественном пространстве.

Таким образом, базовые установки теории agenda-setting пересматриваются с поправками на протекание данного процесса в виртуальном публичном пространстве, признается важность изучения влияния интернет-СМИ и блогосферы на формирование общественного мнения, функционирования этих феноменов в современном информационном обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *McCombs M.E., Shaw D.L.* The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. P. 176–187.
2. *McCombs M.* A Look at Agenda-setting: past, present and future // *Journalism Studies*. 2005. Vol. 6, № 4. P. 543–557.
3. *Golan G.J.* Agenda-setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2014. Vol. 58:3. P. 476–477.
4. *McCombs M., Reynolds A.* News influence on our pictures of the world // *Media effects: advances in theory and research -2nd ed* : Jennings Bryant & Doli Zillmann editors. 2002. P. 1–19.
5. *Benkler Y.* The wealth of networks: How Social production transforms markets and freedom. New Haven, CT : Yale University Press. 2006.
6. *Kim S.T., Lee.* New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting // *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. 2006. 50 (3). P. 175–205.
7. Глава новостной службы CNN покинул компанию из-за неосторожных слов об американских войсках // *Lenta.ru*. URL: <http://lenta.ru/most/2005/02/12/cnn> (дата обращения: 01.02.2015).
8. *Resignation at CNN Shows the Growing Influence of Blogs* // *The New York Times*. URL: http://www.nytimes.com/2005/02/14/technology/14cnn.html?_r=0 (дата обращения: 01.02.2015).
9. *A New Digital Divide Web 2.0 Leaves Society Behind* // *International Symposium on Online Journalism*. URL: <https://online.journalism.utexas.edu/detail.php?story=153&year=2006> (дата обращения: 01.02.2015).
10. *Althaus Scott L., Tewksbury, David.* Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community // *Political Communication*. 2000. Vol. 17: 1. P. 21–45.
11. *The Agenda-Setting Effects Exist on the Internet, McCombs Confirms* // *International Symposium on Online Journalism*. URL: <https://online.journalism.utexas.edu/detail.php?story=152&year=2006> (дата обращения: 01.02.2015).

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 26 мая 2015 г.

THE ROLE OF THE INTERNET IN SHAPING NEWS AGENDA: A CRITICAL ANALYSIS OF THE AGENDA-SETTING THEORY

Tomsk State University Journal, 2015, 397, 56–59. DOI: 10.17223/15617793/397/10

Serbina Galina N. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: shadrina.galina92@gmail.com

Keywords: agenda-setting; Internet; media; digital divide.

For four decades, studying the agenda-setting theory has resulted in five main areas of research: the analysis of the basic agenda-setting effects; studying the attribute agenda-setting; psychology of agenda-setting effects; studying sources of the media agenda; studying consequences of agenda-setting effects. However, the number of researchers, criticizing the basic characteristics of the theory, has been increasing in recent years. They argued that the spread of the Internet, online and social media platforms usage brings the efficiency of various aspects of the theory in explaining the process of agenda-setting in the virtual public space into a question. The basis of agenda-setting theory says that agenda-setting is the ability of the media to determine the influence of certain topics in

the “social agenda”. It was described by M. McCombs and A. Reynolds in the “News Influence on Our Pictures of the World”. In other words, if particular news is often discussed in the media, the audience (society) considers this issue to be more important than others less (or not) represented by the media. The process of agenda-setting is important not only for the media, but also within the definition of it as a social process indicating the interdependent relationship between the problems that are generated in a society and then are moved to the level of governmental decision-making process. In this paper, main points of criticism of the “classical” agenda-setting theory are reviewed. These points appeared under the influence of studying the processes occurring in the Internet. The following aspects are described. The Internet is not only changing methods of obtaining information, but also the source specificity. Web 2.0 technologies massively involve network users in the process of agenda-setting. An online community can also help to ensure that their own topics of discussions become public issues, i.e. “appear” in the public agenda, in the agenda of the media (traditional and new) and thus reflect in political decisions. The virtual space of “endless news” of the online media, alternating with information from individuals, is getting an open interactive platform for discussion of a wide range of news and events for anyone having access to the network. The influence of electronic media on agenda-setting sets the problem associated with using online technologies to solve urgent problems affecting some social groups or society as a whole. One of these problems is the “digital divide”: the lack of ability of some social groups to present their interests in the public space through the virtual discourse. Thus, the basic settings of the agenda-setting theory are reviewed, as amended, in the virtual public space; scholars accepted the importance of studying the influence of online media and blogosphere on public opinion formation, the functioning of these phenomena in the modern information society.

REFERENCES

1. McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972) The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 36. pp. 176–187.
2. McCombs, M. (2005) A Look at Agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*. 6 (4). pp. 543–557.
3. Golan, G.J. (2014) Agenda-setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 58:3. pp. 476–477.
4. McCombs, M. & Reynolds, A. (2002) News influence on our pictures of the world. In: Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.) *Media effects: advances in theory and research*. 2nd. ed. Routledge.
5. Benkler, Y. (2006) *The wealth of networks: How Social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
6. Kim S.T. & Lee, Y.H. (2006) New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. 50 (3). pp. 175–205.
7. Lenta.ru. (2005) *Glava novostnoy sluzhby CNN pokinul kompaniyu iz-za neostorozhnykh slov ob amerikanskikh voyskakh* [The head of the CNN news service left the company because of the careless words about American troops]. [Online]. Available from: <http://lenta.ru/most/2005/02/12/cnn>. (Accessed: 01st February 2015).
8. The New York Times. (2005) *Resignation at CNN Shows the Growing Influence of Blogs*. [Online]. Available from: http://www.nytimes.com/2005/02/14/technology/14cnn.html?_r=0. (Accessed: 01st February 2015).
9. Sloan, J. (2006) A New Digital Divide: Web 2.0 Leaves Society Behind. *International Symposium on Online Journalism*. [Online]. Available from: <https://online.journalism.utexas.edu/detail.php?story=153&year=2006>. (Accessed: 01st February 2015).
10. Althaus, S.L. & Tewksbury, D. (2000) Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community. *Political Communication*. 17: 1. pp. 21–45.
11. Huang, J.R.S. (2006) The Agenda-Setting Effects Exist on the Internet, McCombs Confirms. *International Symposium on Online Journalism*. [Online]. Available from: <https://online.journalism.utexas.edu/detail.php?story=152&year=2006>. (Accessed: 01st February 2015).

Received: 26 May 2015