

Секция «Социология»

Дискуссия в российской прессе по вопросу членства России в ВТО

*Коробкова Анастасия Дмитриевна*

*Студент*

*НИУ Высшая школа экономики, Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: korobkova-n@yandex.ru*

Дискуссия относительно рисков и возможных выигрышей для России от такого шага как вступление в ВТО продолжается уже достаточно длительное время, как в СМИ, так и в научном сообществе. Мнения относительно потенциальных последствий данного решения озвучивали политики, представители бизнеса, журналисты и эксперты. Данный доклад будет содержать анализ дискуссии по данному вопросу в печатных СМИ за три года (с декабря 2010 г. по декабрь 2013 г). Таким образом, в фокусе нашего внимания находятся два периода: полтора года до и полтора года после официального присоединения РФ к торговой организации. Точкой, начиная с которой мы будем анализировать дискуссию в СМИ, стало формальное согласие рабочей группы принять Россию в ВТО, а именно 26-ой саммит Россия-ЕС, на котором был подписан Меморандум о взаимопонимании между Россией и Евросоюзом о завершении двусторонних переговоров по вступлению России в ВТО.[1]

Методом исследования в данном случае стал контент-анализ статей в популярных массовых, деловых и общественно-политических изданиях. Выборка газет и журналов была сформирована на основе рейтинге TPR (Title Popularity Ranking)[2]. Данный рейтинг базируется на таких параметрах как тираж издания, цена рекламной полосы и цитируемость другими печатными изданиями. Следовательно, производится оценка популярности газеты или журнала среди населения, рекламодателей и других газет и журналов. Таким образом, анализировалась дискуссия в наиболее влиятельных изданиях. Итоговый массив включает 397 статей: 175 за период предшествующий вступлению и 222 – за последующий период.

В данном докладе предполагается осветить ряд вопросов, связанных с течением дискуссии относительно целесообразности вступления в ВТО и перспектив членства в организации. Прежде всего, приступая к анализу дискуссии в СМИ, имеет смысл оценить ее интенсивность, т.е., в нашем случае, количество публикаций по данному вопросу. Интерес печатных изданий к данной теме зависел от множества факторов: близость вступления в организацию, состояние мировой экономики (в период экономического кризиса 2008 года интерес к ВТО и политике свободной торговли существенно снизился), успех или неудача одного из этапов ведения переговоров, наличие конкурирующих тем, которые могут переключить внимание СМИ на себя.

Далее, обратим внимание на выражение позиций сторон дискуссии. Отметим, что в печатных изданиях преобладали статьи, содержащие поддержку/критику факта вступления в ВТО, а не его условий. В целом, относительная редкость ссылок при аргументации позиции на условия вступления в организацию (конкретные данные о масштабах снижения пошлин, объемах разрешенной государственной поддержки проблемных отраслей и др.) закономерна, поскольку приложения к протоколу о вступлении не были переведены на русский язык. Таким образом, очевидно, значительное число участников дискуссии не было с ним ознакомлено. Кроме того, аргументы сторонников ВТО

являются более абстрактными, реже содержат ссылку на какую-либо фактическую информацию, статистические данные.

Также были выделены наиболее популярные аргументы сторонников и противников присоединения к торговой организации. Так, противники чаще всего подчеркивали, что вступление в ВТО влечет за собой риски для экономики в целом и для отдельных ее отраслей, а также неконкурентные условия, в которых находятся российские производители (дорогие кредиты, высокие затраты на электроэнергию, сложные климатические условия). Тогда как сторонники данного шага указывали на то, что вступление в торговую организацию может стать стимулом к развитию для отечественных предприятий, открыть для них выход на международные рынки, а также привести к снижению цен. Данные аргументы были популярны в оба анализируемых периода (как до, так и после вступления).

Что касается позиций основных участников дискуссии, можно выделить следующие закономерности. Прежде всего, отметим, что с оптимизмом данное решение восприняли представители политической сферы и экспертного сообщества. Тогда как промышленники были настроены по отношению к ВТО крайне негативно. Позицию журналистов же во многом обуславливала ориентация издания.

Если обратить внимание на то, какими аргументами преимущественно пользовались участники дискуссии по вопросу вступления России в ВТО, можно сделать следующие выводы.

В период предшествующий вступлению, политики и чиновники наиболее часто использовали следующие аргументы: вступление в ВТО приведет к увеличению объемов иностранных инвестиций, послужит стимулом к развитию отечественного производства и снижению цен, сформирует понятные и прозрачные правила ведения бизнеса и осуществления торговой деятельности, поднимет престиж страны, ликвидирует отставание от мировых лидеров. Единственный негативный эффект, который признавался представителями данной группы – снижение налоговых поступлений. Представители бизнеса оперировали преимущественно аргументами экономического характера. Аргументы журналистов были наиболее абстрактны, что заставляет усомниться в их компетентности по отношению к данной теме.

В последующий период, ситуация несколько изменилась. Так, представители бизнеса сконцентрировались на эффектах вступления в ВТО для производителя. Журналисты оценивали потенциальные последствия для потребителя (изменение цен и др.). Тогда как политики и эксперты преимущественно говорили о влиянии данного шага на экономику в целом (к примеру, о возможностях роста иностранных инвестиций).

Если обратить внимание на динамический аспект, можно отметить, что в период после вступления дискуссия стала менее эмоциональной. Однако, вместе с тем, наблюдается падение оптимизма по отношению к перспективам членства в организации. Отчасти это может быть обусловлено снижением активности участия в дискуссии представителей политической сферы, которые были наиболее активными сторонниками вступления в ВТО.

[1] Российский информационный сайт о Всемирной Торговой Организации. Режим доступа: [Обращение к документу: 17 марта 2013 г.]

[2] Title Popularity Ranking (TPR): рейтинг популярности российских СМИ. Режим доступа: [Обращение к документу: 4 октября 2013 г.]

### **Литература**

1. Российский информационный сайт о Всемирной Торговой Организации. Режим доступа: [Обращение к документу: 17 марта 2013 г.]
2. Title Popularity Ranking (TPR): рейтинг популярности российских СМИ. Режим доступа: [Обращение к документу: 4 октября 2013 г.]