
В ЗЕРКАЛЕ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

Патриотизм, лоббизм, демонстративность... Фреймирование импортозамещения в российских печатных СМИ

А.Д. КАЗУН*, О.Е. ДОРОФЕЕВА**

***Анастасия Дмитриевна Казун** – младший научный сотрудник, Лаборатория экономико-социологических исследований; преподаватель, кафедра экономической социологии факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 110100, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: adkazun@hse.ru

****Оксана Евгеньевна Дорофеева** – стажер-исследователь, Лаборатория экономико-социологических исследований; студент, факультет социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 110100, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: odorofeeva@hse.ru

Цитирование: Казун А.Д., Дорофеева О.Е. (2019) Патриотизм, лоббизм, демонстративность... Фреймирование импортозамещения в российских печатных СМИ // Мир России. Т. 28. № 3. С. 132–154. DOI: 10.17323/1811-038X-2019-28-3-132-154

В статье анализируется дискуссия в российской прессе по вопросу импортозамещения в период с августа 2014 по декабрь 2016 года. Отбор новостных сообщений производился с использованием базы печатных изданий «Интегрум». По итогам анализа 269 статей, опубликованных в «Российской газете», «Новой газете», «Комсомольской правде», «Коммерсанте», были выделены восемь основных фреймов, посредством которых конструировалась дискуссия: антизападный, патриотичный, «последствия», ностальгический, сентиментальный, «индивидуальные интересы», эгоистичный и демонстративный. Наиболее популярными оказались патриотичный фрейм и фрейм «последствия», при этом спектр используемых фреймов различался в зависимости от издания. На основании проведенного качественного анализа публикаций в СМИ был сформулирован список ключевых слов, которые использовались для определения места импортозамещения в сетевой повестке дня. Исследование совместных упоминаний этих слов в российской прессе позволило выделить три крупных кластера в публичной дискуссии по экономическим вопросам: экономико-политический, патриотично-эгоистичный и кластер протекционизма. По итогам исследования сделан вывод, что в дискуссии об импортозамещении сочетаются как экономические, так и политические аргументы, а СМИ, в свою очередь, часто прибегают к идеологическим конструктам для обоснования того или иного отношения к импортозамещению.

Ключевые слова: импортозамещение, продовольственная безопасность, фрейминг, СМИ, медиа, пресса, сетевая повестка дня, экономические санкции, протекционизм

Введение

Продовольственная безопасность неоднократно привлекала общественное внимание после утверждения соответствующей концепции в 2010 г. [Барсукова, Дюфи 2016]. Одним из триггеров публичной дискуссии по этому вопросу стало вступление России в ВТО, четко поставившее вопрос о развитии и защите отечественного производства [Барсукова, Коробкова 2014]. Однако наибольший интерес продовольственная безопасность и идея импортозамещения [Троцук, Никулин, Вегрен 2018] вызвали под влиянием экономических санкций, введенных против России после присоединения Крыма, и российского продовольственного эмбарго. Ограничение на ввоз отдельных категорий продовольственных товаров из стран, наложивших санкции, в значительной степени интерпретировалось как мера, которая может стать стимулом для развития отечественного производства [Казун 2016].

Опросы общественного мнения показали, что россияне поддерживают идею импортозамещения¹ и ограничение на ввоз ряда продуктов (контрсанкции)². Значительная часть населения (42%) полагает, что отечественные продукты превосходят по качеству зарубежные, а 63% опрошенных считает контрсанкции полезными для страны в целом³. Причем, несмотря на возросшую к 2017 г. долю россиян, отмечавших негативные последствия продовольственного эмбарго, одобрение этой меры остается стабильно высоким. Подобные тенденции хорошо коррелируют с идеей ностальгического потребления [Кусимова, Шмидт 2016], которая, однако, не может полностью объяснить причины такой значительной поддержки импортозамещения гражданами.

Отчасти позитивное оценивание продовольственного эмбарго и различных программ поддержки отечественного производителя россиянами может быть связано с особенностями конструирования данного вопроса в СМИ. Несмотря на отдельные исследования, утверждающие, что общественное мнение по экономическим вопросам формируется в первую очередь под влиянием личного опыта [Grant 2014; Haller, Norpoth 1997; Lee, Kim, Scheufele 2016], полностью отрицать роль массовых коммуникаций было бы преждевременно. Проблема поддержки отечественного производителя, выбора между протекционизмом и реализацией политики свободной торговли сложна для понимания, и позиции по этому вопросу едва ли могут быть в полной мере сформированы только на основании ассортимента продуктов, который люди наблюдают на магазинных полках. Ранее уже было отмечено, что влияние СМИ на общественное мнение оказывается наиболее сильным в случае, когда у людей отсутствует личный опыт по обсуждаемому

¹ https://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=1010&q_id=69474&date

² Российские контрсанкции: держим оборону! (2017) // ВЦИОМ. 24 марта 2017 // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116127>

³ Продовольственные контрсанкции России: за и против (2015) // ВЦИОМ. 16 декабря 2015 // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115517>

вопросу [McCombs, Graber, Weaver 1981], но в случае с импортозамещением это не совсем так. Тем не менее опыт людей в данной области оказывается ограниченным, не позволяя оценивать ситуацию в стране в целом [Ju 2014]. Кроме того, импортозамещение, являясь экономическим вопросом, представляет собой идеологически окрашенный сюжет, в дискуссию о котором оказываются вовлечены различные группы интересов – от политиков до представителей бизнеса, которые, отстаивая различные позиции, стремятся сформировать желаемое понимание проблемы. Априорные представления населения о более высоком качестве отечественных продуктов питания могут только усиливать воздействие массовых коммуникаций, позволяя аргументам в пользу импортозамещения попадать в благодатную почву [Festinger 1962; DeFleur, Ball-Rokeach 1989].

В настоящем исследовании проанализированы фреймы, используемые в дискуссии об импортозамещении в российской прессе, а также место импортозамещения в сетевой повестке дня.

Обзор литературы

Исследователи массовых коммуникаций традиционно уделяли большое внимание анализу влияния СМИ на общественное мнение. Со временем оценки этого влияния существенно менялись [Cacciatore, Scheufele, Iyengar 2016]: на заре исследований медиадискуссий авторы были склонны абсолютизировать их роль, впоследствии оценки воздействия СМИ трансформировались волнообразно – то постулируя практически полную зависимость взглядов людей от массовых коммуникаций, то подчеркивая ограниченность такого влияния. В данном исследовании мы будем опираться на две теории медиаэффектов – теорию повестки дня и фрейминг.

Теория фреймов в медиаисследованиях основывается на предположении, что при освещении различных вопросов журналисты могут делать более заметными одни аспекты, отвлекая внимание читателей от других, а также влиять на восприятие информации аудиторией посредством используемых формулировок [Entman 1993; Nisbet, Brossard, Kroepsch 2003]. Фреймы формируются на основании господствующих социальных и политических взглядов [Pavik 2001, p. 312] и передаются через общие для автора и аудитории смыслы [Pavik 2001], что часто способствует поддержанию существующих стереотипов. Подобная расстановка акцентов в информационных сообщениях может влиять на мнение о ситуации, которое складывается у потребителей контента [Kahneman, Tversky 1984; Entman 1993], при этом сами журналисты также не свободны от влияния фреймов [Gitlin 1980, p. 7].

Хотя исследования медиафреймов фокусировались преимущественно на политических вопросах, в последние годы внимание привлекли дискуссии по разнообразным темам: изменения климата [Dusyk, Axsen, Dullemond 2018], проблема ожирения [Atanasova, Koteyko 2017], терроризм [Kwon, Chadha, Pellizzaro 2017], репрезентация ЛГБТ [Chang, Ren 2016; Семькина 2017], разоблачения Сноудена [Qin 2015] и т.д. Такая вариативность сюжетов, в отношении которых применяется рассматриваемая теория, отчасти обуславливает высокое разнообразие методологических подходов в подобных исследованиях [Matthes 2009]. Наиболее часто

анализ медиафреймов осуществляется индуктивным путем, т.е. смысловые рамки выделяются исследователями на этапе обработки сообщений СМИ [Matthes, Kohring 2008]. Таким образом, заранее неизвестно, какие именно фреймы будут обнаружены при работе с эмпирическим материалом и сколько их будет. Индуктивное выделение фреймов может осуществляться различными способами: посредством качественного анализа текстов информационных сообщений [Coleman, Dysart 2005], через лингвистический анализ выбора слов и структуры предложений [Pan, Kosicki 1993] или же исходя из совместной встречаемости отдельных слов [Carragee, Roefs 2004]. Каждый из этих методов позволяет решать определенный тип задач, но при этом имеет и свои ограничения. Альтернативой индуктивному выделению фреймов является дедуктивный подход, требующий наличия проведенных ранее исследований по теме, которые должны позволить аналитически выделить смысловые рамки, которые могут быть использованы в сообщениях СМИ, до перехода к эмпирической части исследования [Semetko, Valkenburg 2000].

Впрочем, значение имеют не только используемые при освещении тех или иных вопросов лексика и расстановка акцентов, но и связи обсуждаемых сюжетов между собой в самой медиадискуссии [McCombs, Shaw, Weaver 2014]. Исследования, выполненные в этом ключе, относятся к одной из современных модификаций теории повестки дня – сетевой повестке. Первые работы, изучающие повестку дня, имели локальный характер и основывались на сравнительно небольшом числе единиц анализа [Guo 2012]; в дальнейшем метод стал применяться при рассмотрении ситуации в стране в целом. Исследователи анализировали внимание СМИ и населения к основным проблемам общества, среди которых были экономика, политика, национальная безопасность, окружающая среда и взаимосвязи между этими проблемами [Vu, Guo, McCombs 2014]. Большая часть исследований сетевой повестки дня основывались на материалах американских СМИ, однако взаимосвязи различных сюжетов в СМИ анализировались также в Китае [Cheng 2016] и России [Казун А.Д., Казун А.П. 2017].

Методология

В настоящем исследовании мы анализировали публикации об импортозамещении в четырех печатных изданиях – «Российской газете», «Новой газете», «Комсомольской правде» и «Коммерсанте» – за период с августа 2014 г., когда было введено российское продовольственное эмбарго, по декабрь 2016 г. Эти газеты были отобраны в связи с их влиятельностью, высокими тиражом и цитируемостью сообщений другими СМИ⁴. Хотя в России зарегистрировано множество печатных изданий, значительная их часть не производит собственного контента, а, скорее, заимствует повестку дня у более крупных СМИ. Ранее исследования интермедийной повестки дня (*intermedia agenda-setting*) продемонстрировали, что наиболее влиятельные печатные издания, такие как «Нью-Йорк Таймс» (*New York Times*), могут оказывать существенное влияние на повестку менее крупных СМИ [Gilberg, Eyal, McCombs, Nicholas 1980; Golan 2006]. Следовательно, авторы посчитали целесообразным

⁴ Например, согласно рейтингу TPR (*Title Popularity Ranking*).

фокусироваться на контенте крупных газет вместо того, чтобы случайным образом отбирать для анализа информационные сообщения из всех зарегистрированных федеральных изданий, и неслучайная выборка в данном случае имела свои преимущества. Кроме того, рассматриваемые печатные издания разнородны с точки зрения идеологической ориентации (правительственная «Российская газета» и оппозиционная «Новая газета») и целевой аудитории (деловая газета «Коммерсантъ» и массовая «Комсомольская правда»). Подобное многообразие явилось особенно ценным доводом при проведении качественных исследований, направленных, например, на выявление фреймов в дискуссии, поскольку позволяло охватить различные точки зрения.

Отбор релевантных для настоящего исследования статей производился с использованием базы печатных изданий «Интегрум», индексирующей материалы около 500 российских журналов, более 250 центральных и 1000 региональных газет. На первом этапе осуществлялся поиск в отобранных для анализа газетах информационных сообщений, содержащих термин «импортозамещение» (всего было обнаружено 1845 статей). Мы исключили из анализа публикации законов и распоряжений правительства, выступлений государственных лиц, которые приводились без редакторских комментариев, а также тексты с эпизодическим упоминанием импортозамещения, посвященные другой теме. Кроме того, в настоящей работе не рассматриваются статьи, анализирующие импортозамещение в других странах, публикации на правах рекламы и материалы, посвященные импортозамещению в военно-промышленном комплексе (ВПК), поскольку эта отрасль практически не касается жизни рядового гражданина и потребителя. Проанализированные публикации содержали позиции по импортозамещению в таких областях, как сельское хозяйство и производство продуктов питания, фармацевтика, IT и машиностроение. Общее число таких статей составило 269.

Выделение фреймов производилось в качественной методологии в соответствии с индуктивным подходом, когда внимание фокусируется на метафорах (сравнения), исторических примерах и броских фразах, присутствующих в тексте [Gamson, Modigliani 1989], особенно если они содержатся в заголовках или подзаголовках. За единицу анализа брались не высказывания и не публикации, а мнения – таким образом, одна статья могла содержать в себе несколько фреймов. Мы не выдвигали заранее предположение, что каждая статья должна содержать какой-либо фрейм – и, действительно, в части публикаций, которые можно назвать скорее информационными, фреймы обнаружены не были.

Импортозамещение в СМИ

Интенсивность дискуссии

Вопросы, связанные с поддержкой отечественного производителя, неоднократно становились сюжетом публичных обсуждений в 2010-е гг. – например, после утверждения концепции продовольственной безопасности в 2010 г. или на фоне вступления России в ВТО в 2012 г., однако сам концепт импортозамещения в этих

дискуссиях фактически не фигурировал (рисунки 1). Данный термин, на первый взгляд, являющийся экономическим, в действительности представляет собой скорее идеологический конструкт. Подобный вывод можно сделать хотя бы исходя из того, что эта тема долгое время не поднималась в СМИ. В публичной дискуссии проблема импортозамещения появилась только в 2014 г. на фоне введения первых санкций против России после присоединения Крыма и практически моментально была подхвачена печатными изданиями. Хотя поддержка отечественного производителя и проблема продовольственной безопасности обсуждались в СМИ ранее, сам термин «импортозамещение» возник в результате политических процессов.

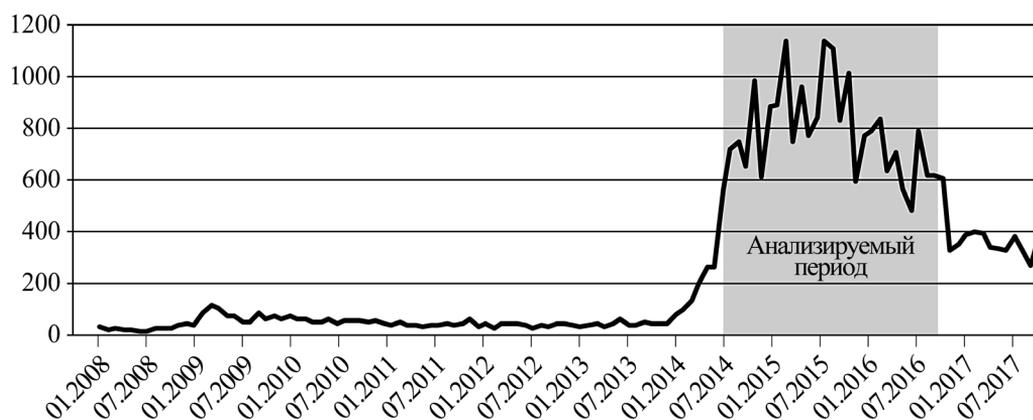


Рисунок 1. **Число публикаций об импортозамещении в федеральных печатных изданиях**

Примечание: построено авторами на материале ресурса «Интегрум»; серым цветом на графике обозначен период, за который анализируются фреймы.

Если мы последуем за конструктивистами, утверждающими, что социальные проблемы являются результатом коммуникации и коллективного определения ситуации как неблагоприятной [Blumer 1971; Spector, Kitsuse 1987], мы сможем с уверенностью утверждать, что проблемы импортозамещения до 2014 г. не существовало. Под влиянием обострения отношений с западными странами возникла необходимость в депроблематизации происходящего, демонстрации возможности (и в некотором смысле желательности) более обособленного развития национальной экономики. Концепция импортозамещения оказалась удобным способом достичь этой цели, и давно витавшая в воздухе идея протекционизма по отношению к отечественному производителю получила новое емкое наименование.

В начале 2017 г. импортозамещение потеряло свою актуальность и обсуждалось уже значительно менее активно, чем в предшествующий период. Идеологический конструкт оказался выброшенным в повестку дня, однако за три года

активной общественной дискуссии интерес к нему начал угасать⁵. Поэтому наш анализ фреймов охватывает весь период наиболее интенсивной дискуссии об импортозамещении в российской прессе.

Фреймирование импортозамещения в СМИ

В дискуссии об импортозамещении были выделены восемь фреймов. Антизападный фрейм акцентирует внимание на негативном влиянии США и ЕС на экономику России и представляет импортозамещение средством защиты экономических интересов страны. Разумеется, в этом случае оно освещается в положительном ключе. У данного фрейма есть две разновидности: первая свидетельствует о пагубности экономического пути либерализма и специализации, который избрала Россия под влиянием «вашингтонских советников»; такая экономическая политика России продиктована доверием к рекомендациям, которые работают исключительно в интересах Запада, но никак не России. В статьях с этим типом антизападного фрейма могут также содержаться указания, что западные страны (в первую очередь США) посредством своего влияния склоняют другие государства к определенной экономической политике, однако сами своим рекомендациям не следуют. Эту идею СМИ иллюстрируют историческими примерами. Авторы подобных статей отмечают, что, хотя сейчас развитые страны Запада могут позволить себе открытую экономическую политику, начиналось их лидерство на мировом рынке со старого доброго экономического протекционизма. Далее отмечается, что российская экономика еще не готова к мерам, предложенным западными странами. Статьи с антизападным фреймом рекомендуют перестать верить советам Запада и начать защищать свои интересы, в том числе посредством импортозамещения.

«Либеральные экономисты долго нас учили: мол, в современных условиях каждая страна в мире должна выбрать специализацию. Есть у вас нефть? Вот и продавайте ее. Нет нефти? Тогда крутитесь, как японцы, технологии разрабатывайте. Тоже дело хорошее. А все остальное купите у зарубежных партнеров. Как-никак международное разделение труда. Но нынешний конфликт между Россией и Западом заставил пересмотреть эти [азбучные истины – авторы] вашингтонских советников. Тем более что развитые страны во всем мире и во все века импортному продукту предпочитали свой, родной. Следуй не совету американцев, а их примеру»⁶.

Другая разновидность этого фрейма представляет западные санкции как попытку уничтожить российскую экономику, а импортозамещение – как своеобраз-

⁵ Возможно, что это судьба всех высокоидеологизированных экономических сюжетов: например, вопросы, связанные с нанотехнологиями, согласно «Интегруму», в 2006 г. в федеральной прессе освещались только в 615 статьях, а в период с 2007 по 2010 г. ежегодное число публикаций по этим темам превышало 2000. Однако в 2014 г. интерес к этой теме вернулся к показателям 2006 г. и сохраняется на этом (даже немного более низком) уровне до настоящего времени.

⁶ Замещай и властвуй (2014) // Комсомольская правда. 15 сентября 2014.

ный «ответ Чемберлену», т.е. меру, которая поможет нашей экономике не только выстоять, но и стать лучше, и, возможно, сделает Россию серьезным конкурентом западным странам.

«В этом смысле выяснение отношений с Россией по поводу Украины и введенные санкции могут в конечном итоге стоить Европе гораздо больше, чем сегодняшние или будущие упущенные продажи европейских продуктов в России. Они могут привести к воскрешению сверхдержавы на рынке продовольствия, которая составит конкуренцию ЕС на глобальных экспортных рынках»⁷.

Этот тип антизападного фрейма депроблематизирует санкции [Ibarra, Kitsuse 2003; Казун 2016], отмечая их положительные стороны – основание «пересмотреть эти [азбучные истины – авторы] вашингтонских советников» и пойти по правильному пути импортозамещения, а также риск больших потерь для применивших санкции западных стран. Конструирование подобных фреймов, указывающих на противостояние страны враждебному (или, по крайней мере, действующему исключительно в собственных интересах) «Другому», нередко становится выгодным для представителей власти. Примером могут служить санкции, наложенные ООН на Эритрею в 2009 г. [Hirt 2015]. Несмотря на серьезные экономические последствия этих мер, властям удалось добиться консолидации общества против внешнего врага и в некотором смысле даже упрочить свою позицию. Наличие противника может способствовать возникновению эффекта «объединения вокруг флага» – роста поддержки национального лидера в сложных для страны обстоятельствах [Dinesen, Jæger 2013; Mueller 1970]. Таким образом, образ импортозамещения как реакции на навязываемую извне экономическую политику и наложенные на Россию санкции может оказаться очень удобным для некоторых групп интересов.

Патриотичный фрейм привлекает внимание к богатствам России (в качестве которых выступают природные ресурсы, в первую очередь земля), подчеркивая, что страна должна самостоятельно обеспечивать себя продовольствием. Предполагается, что в такой ситуации импорт продовольствия – позор для великой державы, которая может и должна сама обеспечивать себя необходимыми продуктами.

«Сельское хозяйство России продолжает ставить всевозможные рекорды. Хотя еще совсем недавно ситуация с продовольствием была, скажем прямо, позорной. Крупнейшая страна мира с богатейшими сельскохозяйственными ресурсами (плодородная почва, доступ к воде, огромные регионы с благоприятным климатом) не могла себя прокормить!»⁸.

⁷ Американский эксперт: Покупать российское скоро станет модно во всем мире (2015) // Комсомольская правда. 8 августа 2015 // <https://www.kp.ru/daily/26415/3289437/>

⁸ Рукобратский В. (2016) Елена Скрынник: «Россия впервые перестала зависеть от импортного продовольствия» // Комсомольская правда. 21 декабря 2016 // <https://www.kp.ru/daily/26623.3/3639530/>

В рамках патриотичного фрейма может также подчеркиваться более высокое качество отечественных продуктов и отсутствие необходимости в импорте. При этом чиновники или население страны в целом упрекаются в неверии в способность России произвести тот или иной товар (например, вино). Патриотичный фрейм представляет импортозамещение в позитивном ключе и может содержать утверждения о том, что подобные меры необходимо было предпринять давно, однако в отличие от антизападного фрейма промедление не вменяется в вину каким-либо конкретным лицам. Санкции в этом фрейме могут упоминаться как стимул начать активное импортозамещение и поэтому освещаются в основном в позитивном тоне.

На первый взгляд, идеи патриотичного фрейма должны быть близки аудитории. Так, по данным Левада-Центра, в ноябре 2017 г. 82% россиян были согласны, что «Россия должна сохранить за собой роль великой державы», и только 13% не считали это необходимым⁹. При этом, если в опросе предлагалась дихотомия «великая держава» или «высокий уровень жизни», первый вариант получал поддержку только 42% опрошенных. Применительно к проблеме импортозамещения это означает, что, хотя потребление людей может быть политически мотивированным [Романова 2018], личное благосостояние и экономическое благополучие страны нередко волнуют население больше, чем место государства на мировой арене. Проведенные ранее опросные эксперименты (напр., [Lockerbie, Borrelli 1990]) также отмечали, что указание в формулировке вопроса на возможные негативные последствия для экономики страны того или иного решения в области внешней политики значимо снижает поддержку этого решения. Таким образом, фрейм «последствия» в дискуссии об импортозамещении может быть даже более убедительным для населения. Этот фрейм часто выделяется при анализе публичных дискуссий [Semetko, Valkenburg 2000; Kostadinova, Dimitrova 2012]: он обращает внимание на результаты импортозамещения и введения продовольственного эмбарго, указывая на возможные выгоды и потери. Статьи об импортозамещении преимущественно делают акцент на потерях, которые (по)несут потребители. Дорожающие продукты питания, недоступность необходимых лекарств или вынужденное использование их некачественных аналогов, отсутствие выбора при покупке техники – все это представляется как потери конечных потребителей от продовольственного эмбарго и политики импортозамещения. Подобный фокус дискуссии позволяет выдвинуть тезис, что импортозамещение проводится за счет потребителя.

«Вы, правда, думаете, что мы как пациенты сможем в такой ситуации спокойно отнестись к импортозамещению на рынке лекарств? Чтобы вы, дорогие отечественные фармы, сначала лекарства импортозаместили, а потом – прраз! – и бросили нас всех на произвол судьбы?»¹⁰.

При этом потребители далеко не всегда предстают пострадавшей стороной в сообщениях СМИ. Анализ дискуссии об импортозамещении позволяет пред-

⁹ Общественное мнение-2017. Ежегодник (2018). М.

¹⁰ Мурсалиева Г. (2016) Под песни о патриотизме умирают люди // Новая газета. 3 февраля 2016 // <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/02/03/67277-171-pod-pesni-o-patriotizme-umirayut-lyudi-187>

положить, что феномен ностальгического потребления возникает в России не на пустом месте, и ностальгический фрейм явно выделяется в дискуссии. Впрочем, определить, что в данном случае выступает причиной, а что – следствием (возникает ли ностальгическое потребление под влиянием публичной дискуссии, или же журналисты успешно эксплуатируют уже сложившиеся в обществе настроения), не представляется возможным. Так или иначе ностальгический фрейм хорошо соотносится с интересами и убеждениями населения. Как правило, в рамках данного фрейма необходимость импортозамещения демонстрируется через сопоставление ситуации в современной России с положением дел в СССР. В ряде случаев информационные сообщения такого рода освещают деятельность отдельного завода или отрасли, где во времена Советского Союза дела шли значительно лучше, чем в настоящее время. Этот фрейм делает акцент на упущенном или утраченном в 1990-е гг., ошибках, которые были сделаны, и именно импортозамещение должно помочь вернуться к желаемым показателям; «выход на уровень СССР» по производству в этом фрейме представляется как цель, которой необходимо достичь.

«СССР был одним из ведущих производителей станков в мире, поставляя их даже в развитые страны – Японию, ФРГ, США, Канаду. Но с развалом Советского Союза отечественное станкостроение потеряло свои позиции. Предприниматели сделали ставку на закупку импортного оборудования»¹¹.

Впрочем, в некоторых случаях при демонстрации успехов импортозамещения внимание обращается на те показатели, по которым Россия перегнала СССР, и, вероятно, СССР в этом случае выступает как некий ориентир, превзойти который – грандиозный успех.

«Комплексная работа уже дает свои результаты. В этом году в крае собран хороший урожай зерновых: общий сбор превысил прошлогодние показатели от 10 до 30 процентов, регион вышел на самообеспечение картофелем, а урожай сои составил 270 тысяч тонн, что более чем в два раза выше рекордов времен СССР»¹².

При этом в рамках этого фрейма могут содержаться указания на то, что импортозамещение – не признак возврата к СССР в политическом смысле (изоляция, «железному занавесу»). Сообщения в СМИ подчеркивают, что современная Россия должна стремиться брать только лучшее от СССР: развитое производство и сельское хозяйство, экспорт своей продукции в другие страны. Таким образом, конструируя ностальгию по советскому, СМИ пытаются избежать возможного возникновения негативных ассоциаций с данным историческим периодом. Есть, однако, и единичные случаи использования отсылок к советскому опыту при

¹¹ Скрипов А. (2014) Интеллект металла // Российская газета. 7 ноября 2014 // <https://rg.ru/2014/11/07/klaster.html>

¹² Дробышева И. (2014) Новый взгляд на Восток // Российская газета. 17 декабря 2014 // <https://rg.ru/2014/12/17/vzglyad.html>

упоминании об импортозамещении в негативном ключе. Такие информационные сообщения сравнивают меры, проводимые в рамках политики импортозамещения сейчас, с аналогичными действиями во времена СССР, которые привели к неблагоприятным последствиям.

Еще один фрейм, который удалось выделить в ходе исследования, был обозначен как сентиментальный, представляющий импортозамещение как угрозу для каких-либо объектов, которые должны вызывать симпатию у читателя, например, больных детей или детенышей животных. Дискуссия при этом ведется очень эмоционально, в результате чего у аудитории формируется отрицательное отношение к политике импортозамещения.

«Провозгласив импортозамещение, власти готовы возродить варварские промыслы. Зверобойка – так называют промысел тюленей и нерп – может принять в России промышленные масштабы. <...> Убивать тюленей легко и просто. Они прекрасно плавают, но не могут без суши. А на ней они беспомощны. Тюленьи же малыши, бельки, и вовсе первое время не умеют нырять и плавать, они просто лежат в снегу на льдинах, стараясь быть незаметнее. Но их выдают черные, большие, как у детей, всегда печальные глаза и любопытные носы. И, как дети, бельки столь же доверчивы, людей не боятся. <...> А тем, кто наверху, хорошо известно, как торговать квотами (безразлично на что, хоть и на заготовку тюленины) и получить медальки за креативность и трудовую доблесть на ниве импортозамещения»¹³.

Этот фрейм представляет импортозамещение в невыгодном ключе. Можно предположить, что истории такого рода оказывают значительное влияние на общественное мнение. Исследования демонстрируют, что негативные новости, а также информационные сообщения с использованием ярких образов и метафор сильнее воздействуют на взгляды людей [*de Vreese, Boomgaarden, Semetko 2011; Williams 2013*].

Еще один фрейм, основанный на частных историях, однако не предполагающий наличие вызывающего симпатии объекта, – «индивидуальные интересы» (в литературе его называют *human interest*) [*Semetko, Valkenburg 2000; Kostadinova, Dimitrova 2012*]. В данном случае читателю рассказывают историю конкретного человека в рамках определенного события (в нашем случае, импортозамещения), показывая, как оно на нем отразилось, а читатель, в свою очередь, судит по истории одного человека об эффектах события в целом. В дискуссии об импортозамещении самый популярный тип персонажа – это фермер. Причем в случае с героем-фермером импортозамещение может освещаться как в позитивном тоне (успешный фермер, которому продовольственное эмбарго и политика импортозамещения открыли новые возможности), так и в отрицательном (фермер сталкивается с препонами или даже преследованиями властей, связанными с проведением политики импортозамещения).

¹³ Тарасов А. (2014) Тюленина под санкциями. И другие рецепты новейшей русской кухни (2014) // Новая газета. 3 декабря 2014 // <https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/12/03/62187-171-tyulenina-pod-sanktsiyami-187-i-drugie-retsepty-noveyshey-russkoy-kuhni>

«Договариваясь с Сергеем о встрече, я планировал написать: российское импортозамещение существует. Но Сергей, выслушав меня, сказал: “Встретимся, если согласитесь написать о моих проблемах. Ферму хотя бы уничтожить”»¹⁴.

В тех случаях, когда фрейм «индивидуальные интересы» используется в позитивном ключе, дискуссия фактически превращается в попытку депроблематизации ситуации экономических санкций и продовольственного эмбарго. В терминах П. Ибарры и Дж. Китсьюза [Ibarra, Kitsuse 2003], предложенную риторическую стратегию можно отнести к «опровергающим историям», когда один успешный кейс должен убедить аудиторию в том, что проблема в целом отсутствует или стоит не слишком остро.

Два оставшихся фрейма, напротив, скорее, проблематизируют сложившуюся в российской экономике ситуацию, акцентируя внимание на деятельности групп интересов, вовлеченных в реализацию программы импортозамещения. Так, эгоистичный фрейм указывает, что политика такого рода создает возможность для извлечения личной выгоды отдельными людьми или организациями. Это может быть вымогательство государственной поддержки предпринимателями или целыми секторами экономики, часто в ущерб другим важным статьям расходов, или же наращивание объема власти и контроля государственными органами под эгидой импортозамещения. Наиболее часто эгоистичный фрейм встречается в публикациях газеты «Коммерсантъ» и относится к сельскому хозяйству¹⁵. Он зачастую не предполагает прямой критики импортозамещения или вообще не содержит оценочных суждений относительно такой политики, а негативное впечатление создается за счет указания на то, как некто с выгодой для себя пожинает плоды импортозамещения¹⁶.

Если эгоистичный фрейм подчеркивает попытки эксплуатации идеи импортозамещения бизнесом, то на профанацию данной политики со стороны чиновников указывает демонстративный фрейм. В этом случае импортозамещение освещается как способ для чиновников и госкорпораций заявить о своей лояльности режиму, зачастую противореча здравому смыслу, т.е. занимаясь импортозамещением в тех областях, где оно невозможно или не нужно.

«Импортозамещение – способ показать лояльность, выслужиться перед властью. И не важно, что это противоречит здравому смыслу»¹⁷.

В рамках демонстративного фрейма в СМИ освещаются кейсы, которые вряд ли можно назвать репрезентативными, однако они создают у читателя представление

¹⁴ Жилин И. (2016) Устрицы против Родины // Новая газета. 14 марта 2016 // <https://novayagazeta.livejournal.com/4602823.html>

¹⁵ Впрочем, одним из наиболее ярких примеров попытки извлечь из идеи импортозамещения прибыль стало намерение Никиты Михалкова открыть в России отечественную сеть ресторанов быстрого питания.

¹⁶ Аналогичные идеи озвучивались российскими СМИ в дискуссиях о вступлении страны в ВТО [Барсукова, Коробкова 2014] и экономических санкциях [Казун 2016].

¹⁷ Петунин С., Воронов А., Козлов В. (2015) Facebook и Twitter отчисляют из саратовских вузов // Коммерсантъ. 11 июля 2015 // <https://www.kommersant.ru/doc/2766693>

об импортозамещении в целом как об идее политической и часто неразумной. Также в некоторых статьях подчеркивается, что государственные компании в импортозамещении участия не принимают либо же имитируют участие, поскольку в действительности в такой политике не заинтересованы: они обходят формальные требования по импортозамещению, покупая импортное сырье и оборудование через посредников или дочерние фирмы, чтобы выполнить государственные требования или продемонстрировать согласие с решениями властей.

«Минпромторг же предлагает обязать компании ТЭК согласовывать с комиссией закупки оборудования, которое приобретается не только напрямую у иностранных компаний, но и через посредников. “Это не позволит компаниям использовать, по сути, обход проектов импортозамещения”, – отметил министр»¹⁸.

Проблемы в области правоприменения в России делают борьбу за удобные для бизнеса правила игры менее актуальной. Если закон применяется избирательно, смысл во вложении сил и ресурсов в продвижение желаемых законов практически отсутствует [Олимпиаева 2007]. Данный пример является одной из многочисленных иллюстраций подобной логики, когда для компаний оказывается более удобным имитировать следование правилам, чем добиваться их изменения.

Представленность фреймов в СМИ

Самым распространенным фреймом в дискуссии об импортозамещении оказался патриотичный: такие публикации встречались во всех изданиях, кроме оппозиционной «Новой газеты». При этом основными источниками этого фрейма послужили «Российская газета» и «Комсомольская правда», в которых также широко был представлен и антизападный фрейм. Значительная поддержка импортозамещения на страницах правительственной «Российской газеты» и фреймы, доминирующие в данном издании, закономерны, т.к. речь идет о мере государственной политики (таблица 1). Вторым по распространенности среди проанализированных публикаций стал фрейм «последствия», который в первую очередь артикулирует проблему роста цен в условиях импортозамещения: он оказался наиболее представленным в газетах «Коммерсантъ» и «Комсомольская правда», освещавших импортозамещение с точки зрения экономики и воздействия на потребителей, при этом вопросы политики и идеологии отодвигались на второй план.

Фреймы, в рамках которых импортозамещение освещается как в позитивном, так и в негативном ключе, представлены средне (в основном «Комсомольской правдой» и в меньшей степени «Новой газетой», если говорить о фрейме «индивидуальные интересы»). «Комсомольская правда», являясь массовым изданием, ориентированным на широкую аудиторию, заинтересована в производстве простого

¹⁸ Крючкова Е. (2016) Импорт пустят в переделку // Коммерсантъ. 26 апреля 2016 // <https://www.kommersant.ru/doc/2973153>

контента, чем и объясняется значительное внимание газеты к историям отдельных людей (преимущественно фермеров), поскольку информационные сообщения, посвященные отдельным кейсам, а не обзору тенденций, являются более понятными для читателей.

Таблица 1. Фреймы в дискуссии об импортозамещении

Фрейм	Идея	Тон	Представленность	Основное издание
Антизападный	импортозамещение как способ защиты экономических интересов страны, необходимость которого связана с негативным влиянием западных стран	+	•••	РГ, КП
Патриотичный	акцент на том, что Россия как крупная и влиятельная страна может и должна обеспечивать себя необходимыми товарами (чаще всего речь идет о продовольствии)	+	•••••	РГ, КП
«Последствия»	анализ экономических последствий импортозамещения, часто с позиции потребителей	-	••••	КП, Ъ
Ностальгический	использование образа СССР как ориентира – эпохи, когда страна обеспечивала себя продовольственными и промышленными товарами	+/-	•••	КП
Сентиментальный	импортозамещение как угроза каким-либо объектам или категориям населения, по определению вызывающим симпатии читателей (тюлени-бельки, дети и т.д.)	-	•	НГ
«Индивидуальные интересы»	акцент на личном (позитивном или негативном) опыте конкретного человека (часто фермера) в контексте программы импортозамещения и продовольственного эмбарго	+/-	••	КП, НГ
Эгоистичный	импортозамещение как основание для вымогательства государственной поддержки предпринимателями	-	•	Ъ
Демонстративный	импортозамещение как способ показать лояльность власти, зачастую вопреки здравому смыслу	-	•	НГ

Примечание: РГ – «Российская газета», НГ – «Новая газета», Ъ – «Коммерсантъ», КП – «Комсомольская правда».

Фреймы, представляющие импортозамещение в наиболее негативном ключе, преобладают в «Новой газете» (сентиментальный и демонстративный), оппозиционном издании, критически оценивающем разнообразные меры экономической политики, и в «Коммерсанте» (эгоистичный фрейм). Впрочем, следует отметить, что эти три фрейма представлены в печатных изданиях значительно в меньшей мере, чем остальные.

Место импортозамещения в сетевой повестке дня

По итогам качественного анализа дискуссии об импортозамещении был сформирован список ключевых слов для изучения сетевой повестки дня и места в ней импортозамещения. Анализ совместных упоминаний этих слов в российской прессе позволил выделить три крупных кластера в публичной дискуссии. Экономико-политический кластер включает такие экономические термины, как «предприниматель», «бизнес», «субсидии», «экспорт» и т.д., причем с этими словами часто упоминаются и должностные лица – «губернатор» и «министр». Вероятно, в данном случае речь идет об обсуждении экономической ситуации на экспертном уровне с анализом текущих процессов и описанием позиций основных групп интересов, вовлеченных в дискуссию (чиновников и представителей бизнеса), однако сам термин «импортозамещение» оказывается в удалении от данного кластера (рисунок 2).

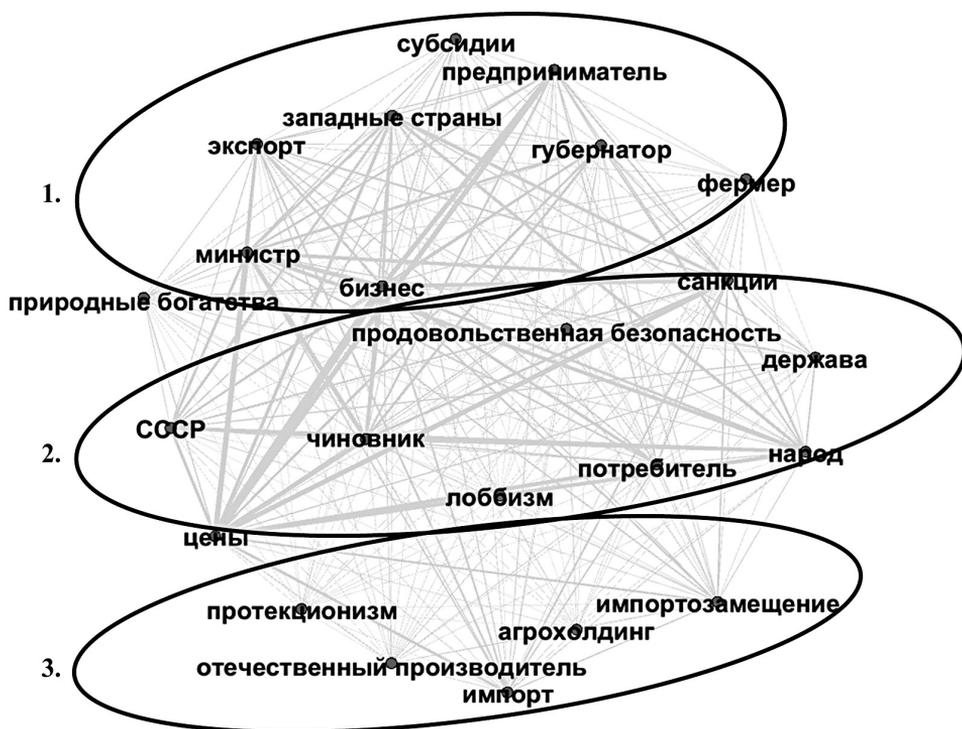


Рисунок 2. Место импортозамещения в сетевой повестке дня федеральных печатных изданий (период с 01.08.2014 по 31.12.2016)

Примечание: построено авторами на основании базы «Интегрум». Толщина линий отражает силу связи (число статей, содержащих совместные упоминания ключевых слов) между сюжетами в федеральной печатной прессе. Объекты, чаще упоминавшиеся одновременно, находятся на рисунке 2 на более близком расстоянии (1 – экономико-политический кластер; 2 – патриотично-эгоистичный кластер; 3 – кластер протекционизма).

Следующее направление обозначено как патриотично-эгоистичное и фактически является комбинацией двух соответствующих фреймов в дискуссии об импортозамещении: с одной стороны, речь идет о России как о державе, попавшей под санкции и столкнувшейся с необходимостью обеспечить продовольственную безопасность страны; в дискуссии используются термины «народ» и «держава», которые сложно назвать нейтральными обозначениями объектов в экономических новостях, и, прибегая к подобным концептам, СМИ формируют эмоциональное отношение к тем или иным процессам в обществе. Релевантным оказывается и пример СССР. С другой стороны, одновременно с указанными терминами в дискуссии фигурирует и такой концепт, как «лоббизм», что говорит о присутствии в ряде публикаций указаний на преследование отдельными группами интересов личных целей.

Импортозамещение соотносится со многими концептами патриотично-эгоистичного кластера, однако лучше всего этот концепт вписывается в дискуссию о протекционизме. Кластер протекционизма состоит из информационных сообщений, упоминающих такие термины, как «протекционизм», «отечественный производитель», «агрохолдинг» и «импорт».

В целом можно сделать вывод, что импортозамещение занимает заметное место в экономической сетевой повестке дня и связано со значительным числом вопросов, широко обсуждаемых в прессе. Впрочем, наиболее сильные связи с другими сюжетами данной сети образует термин «цена», который все же не слишком часто упоминается совместно с импортозамещением и образует сильные связи со словами «предприниматель», «бизнес», «потребитель», «чиновник» и «санкции». Таким образом, несмотря на наличие в экономической дискуссии значительного числа идеологически окрашенных сюжетов, ключевое место в ней занимают наблюдаемые изменения реальной ситуации, примером которых и являются цены.

Заключение

Анализ дискуссии об импортозамещении в российской прессе позволил выделить восемь основных фреймов, посредством которых СМИ формировали общественное мнение по данному вопросу: антизападный, патриотичный, «последствия», ностальгический, сентиментальный, «индивидуальные интересы», эгоистичный и демонстративный. Наиболее популярными были патриотичный фрейм и фрейм «последствия». Интересно, что в анализируемой дискуссии часто происходит апелляция и к идеологически окрашенным сюжетам, и к реальным последствиям реализуемой экономической политики. Таким образом, можно утверждать, что импортозамещение оказывается темой, находящейся на стыке экономики и политики, что приводит к двойственности освещения этого вопроса, когда политики и представители бизнеса отстаивают свои интересы, используя при обосновании своей позиции аргументы как идеологического, так и экономического характера. Вероятно, постоянное смещение акцентов в дискуссии об импортозамещении будет затруднять понимание читателем происходящего в реальности.

Спектр используемых фреймов различается в зависимости от издания: правительственная «Российская газета» конструирует преимущественно позитивный образ импортозамещения через антизападный и патриотичный фреймы, тогда как

оппозиционная «Новая газета» часто подчеркивает возможные негативные последствия данной экономической политики, используя демонстративный и сентиментальный фреймы. Однако различия в данном случае лежат не только в плоскости идеологии: ориентируясь на собственную аудиторию, массовая газета «Комсомольская правда» и деловое издание «Коммерсантъ» также не сходятся в характеристике импортозамещения. Так, в «Комсомольской правде» используется наиболее широкий спектр фреймов, однако информация упрощается, чтобы быть более понятной целевой аудитории, тогда как «Коммерсантъ» ведет дискуссии на экспертном уровне, активно используя эгоистичный фрейм и фрейм «последствия».

Впрочем, следует отметить, что образы импортозамещения, конструируемые различными изданиями, не всегда являются результатом целенаправленных действий журналистов. С одной стороны, диапазон используемых фреймов может быть сформирован под влиянием издателей газет [*Pihl-Thingvad* 2015; *Nord* 2007], но, с другой стороны, журналисты также не свободны от влияния фреймов [*Gitlin* 1980]. Таким образом, дискуссия в СМИ испытывает воздействие субъективных представлений ее авторов; имеют значение также состав участников дискуссии, представленность различных групп интересов и их высказывания [*Барсукова, Коробкова* 2014; *Berry* 2013; *Rafter* 2014]. В результате комплексного воздействия этих факторов и складываются фреймы.

Анализ места импортозамещения в сетевой повестке дня демонстрирует, что эта экономическая мера оказывается связанной в прессе с широким спектром вопросов. Вместе с тем самые сильные связи с рассматриваемыми ключевыми словами имеет категория «цены»: именно этот термин наиболее часто упоминается с такими ключевыми словами, как «предприниматель», «экспорт», «бизнес», «санкции», «потребитель» и «чиновник». Таким образом, хотя многие актуальные для России экономические вопросы оказываются встроенными в идеологически окрашенную дискуссию, реальные последствия тех или иных решений (например, колебания цен) занимают заметное место в печатных СМИ. Переплетение экономики и политики, тем не менее, не позволяет освещать новости такого рода только с позиции патриотизма и ностальгии по давно ушедшему СССР.

Литература

- Барсукова С.Ю., Дюфи К. (2016) Продовольственная безопасность: российский контекст // Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз». № 3(82). С. 71–89.
- Барсукова С., Коробкова А. (2014) Вступление России в ВТО в зеркале российских печатных СМИ // Экономическая социология. № 4. С. 20–40.
- Казун А.Д. (2016) Почему россияне не боятся экономических санкций? Контрриторические стратегии печатных СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 1(131). С. 256–271.
- Казун А.Д., Казун А.П. (2017) Когда беда приходит не одна: освещение трех трагедий в российских СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3(139). С. 128–146.
- Кусимова Т.Б., Шмидт М.А. (2016) Ностальгическое потребление: социологический анализ // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). № 8(2). С. 120–133.

- Олимпиева И.Б. (2007) Борьба с ветряными мельницами? Социально-антропологический подход к исследованию коррупции. СПб.: Алетейя.
- Романова Р.И. (2018) Что политического в потреблении? // Экономическая социология. № 1. С. 168–187.
- Семькина К.С. (2017) Однополые браки в российских медиа: между нейтралитетом и опасением // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 5. С. 329–344.
- Троцук И.В., Никулин А.М., Верген С. (2018) Трактовки и способы измерения продовольственной безопасности в современной России: дискурсивные и реальные противоречия // Мир России. Т. 27. № 1. С. 34–64.
- Atanasova D., Kotevko N. (2017) Obesity Frames and Counter-Frames in British and German Online Newspapers // Health, no 21, pp. 650–669.
- Berry M. (2013) The Today Programme and the Banking Crisis // Journalism, no 14, pp. 253–270.
- Blumer H. (1971) Social Problems as Collective Behavior // Social Problems, no 18, pp. 298–306.
- Cacciatore M.A., Scheufele D.A., Iyengar S. (2016) The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects // Mass Communication and Society, no 19, pp. 7–23.
- Carragee K.M., Roefs W. (2004) The Neglect of Power in Recent Framing Research // Journal of Communication, no 54, pp. 214–233.
- Chang J., Ren H. (2016) Keep Silent, Keep Sinful: Mainstream Newspapers' Representations of Gay Men and Lesbians in Contemporary China // Sociology and Anthropology, no 4, pp. 597–607.
- Cheng Y. (2016) The Third-Level Agenda-Setting Study: an Examination of Media, Implicit, and Explicit Public Agendas in China // Asian Journal of Communication, no 26, pp. 319–332.
- Coleman C.-L., Dysart E.V. (2005) Framing of Kennewick Man against the Backdrop of a Scientific and Cultural Controversy // Science Communication, no 27, pp. 3–26.
- de Vreese C.H., Boomgaarden H.G., Semetko H.A. (2011) (In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union // Communication Research, no 38, pp. 179–205.
- DeFleur M.L., Ball-Rokeach S.J. (1989) Theories of Mass Communication, N.Y.
- Dinesen P.T., Jæger M.M. (2013) The Effect of Terror on Institutional Trust: New Evidence from the 3/11 Madrid Terrorist Attack // Political Psychology, no 34, pp. 917–926.
- Dusyk N., Aksen J., Dullemond K. (2018) Who Cares about Climate Change? The Mass Media and Socio-Political Acceptance of Canada's Oil Sands and Northern Gateway Pipeline // Energy Research & Social Science, no 37, pp. 12–21.
- Entman R.M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication, no 43, pp. 51–58.
- Festinger L. (1962) A Theory of Cognitive Dissonance, Stanford University Press.
- Gamson W.A., Modigliani A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach // American Journal of Sociology, no 95, pp. 1–37.
- Gilberg S., Eyal C., McCombs M., Nicholas D. (1980) The State of the Union Address and the Press Agenda // Journalism Quarterly, no 57, pp. 584–588.
- Gitlin T. (1980) The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left, Berkeley, CA: University of California Press.
- Golan G. (2006) Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage // Journalism Studies, no 7, pp. 323–333.
- Grant D. (2014) What Makes a Good Economy? Evidence from Public Opinion Surveys // Economic Inquiry, no 52, pp. 1120–1136.
- Guo L. (2012) The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration // Journal of Broadcasting & Electronic Media, no 56, pp. 616–631.
- Haller H.B., Norpoth H. (1997) Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion // Public Opinion Quarterly, no 61, pp. 555–575.
- Hirt N. (2015) The Eritrean Diaspora and its Impact on Regime Stability: Responses to UN Sanctions // African Affairs, no 114, pp. 115–135.
- Ibarra P.R., Kitsuse J.I. (2003) Claims-Making Discourse and Vernacular Resources // Challenges and Choices: Constructionist Perspectives on Social Problems (eds. Holstein J.A., Miller G.), Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter, pp. 17–50.

- Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy // *Asian Journal of Communication*, no 24, pp. 441–455.
- Kahneman D., Tversky A. (1984) Choice, Values, and Frames // *American Psychologist*, no 39, pp. 341–350.
- Kostadinova P., Dimitrova D.V. (2012) Communicating Policy Change: Media Framing of Economic News in Post-Communist Bulgaria // *European Journal of Communication*, no 27, pp. 171–186.
- Kwon K.H., Chadha M., Pellizzaro K. (2017) Proximity and Terrorism News in Social Media: A Construal-Level Theoretical Approach to Networked Framing of Terrorism in Twitter // *Mass Communication and Society*, no 20, pp. 869–894.
- Lee B., Kim J., Scheufele D.A. (2016) Agenda Setting in the Internet Age: The Reciprocity between Online Searches and Issue Salience // *International Journal of Public Opinion Research*, no 28, pp. 440–455.
- Lockerbie B., Borrelli S. (1990) Question Wording and Public Support for Contra Aid, 1983–1986 // *Public Opinion Quarterly*, no 54, pp. 195–208.
- Matthes J. (2009) What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals, 1990–2005 // *Journalism and Mass Communication Quarterly*, no 86, pp. 349–367.
- Matthes J., Kohring M. (2008) The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity // *Journal of Communication*, no 58, pp. 258–279.
- McCombs M., Graber D., Weaver D.H. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*, N.Y.: Praeger Scientific.
- McCombs M.E., Shaw D.L., Weaver D.H. (2014) New Directions in Agenda-Setting Theory and Research // *Mass Communication and Society*, no 17, pp. 781–802.
- Mueller J.E. (1970) Presidential Popularity from Truman to Johnson // *The American Political Science Review*, no 64, pp. 18–34.
- Nisbet M.C., Brossard D., Kroepsch A. (2003) Framing Science: The Stem Cell Controversy in an Age of Press/Politics // *Harvard International Journal of Press/Politics*, no 8(2), pp. 36–70.
- Nord L.W. (2007) Investigative Journalism in Sweden: A not so Noticeable Noble Art // *Journalism*, no 8, pp. 517–521.
- Pan Z., Kosicki G.M. (1993) Framing Analysis: An Approach to News Discourse // *Political Communication*, no 10, pp. 55–75.
- Pavik J.V. (2001) News Framing and New Media: Digital Tools to Re-engage an Alienated Citizenry // *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (eds. Reese S.D., Gandy O.H. Jr., Grant A.E.), Routledge, pp. 311–321.
- Pihl-Thingvad S. (2015) Professional Ideals and Daily Practice in Journalism // *Journalism*, no 16, pp. 392–411.
- Qin J. (2015) Hero on Twitter, Traitor on News How Social Media and Legacy News Frame Snowden // *The International Journal of Press/Politics*, no 20, pp. 166–184.
- Rafter K. (2014) Voices in the Crisis: The Role of Media Elites in Interpreting Ireland's Banking Collapse // *European Journal of Communication*, no 29, pp. 598–607.
- Semetko H.A., Valkenburg P.M. (2000) Framing European Politics: a Content Analysis of Press and Television News // *Journal of Communication*, no 50, pp. 93–109.
- Spector M., Kitsuse J.I. (1987) *Constructing Social Problems*, New York: Aldine de Gruyter.
- Vu H.T., Guo L., McCombs M.E. (2014) Exploring “the World Outside and the Pictures in Our Heads”: A Network Agenda-Setting Study // *Journalism & Mass Communication Quarterly*, no 91, pp. 669–686.
- Williams A.E. (2013) Metaphor, Media, and the Market // *International Journal of Communication*, no 7, 1404–1417.

Patriotism, Lobbyism and Demonstration: the Framing of Import Substitution in Russian Print Media

A. KAZUN*, O. DOROFEEVA**

***Anastasia Kazun** – Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, Lecturer, Department of Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20, Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russian Federation. E-mail: adkazun@hse.ru

****Oksana Dorofeeva** – Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology, Student, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics. Address: 20, Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russian Federation. E-mail: odorofeeva@hse.ru

Citation: Kazun A., Dorofeeva O. (2019) Patriotism, Lobbyism and Demonstration: the Framing of Import Substitution in Russian Print Media. *Mir Rossii*, vol. 28, no 3, pp. 132–154 (in Russian). DOI: 10.17323/1811-038X-2019-28-3-132-154

Abstract

This study analyzes the discussion of import substitution in the Russian press from August 2014 to December 2016. By drawing on 269 press media items (obtained from the “Integrum” database and featuring *Rossiyskaya Gazeta*, *Novaya Gazeta*, *Komsomolskaya Pravda*, and *Kommersant*) the authors show that the discussion is being constructed within the following eight frames – anti-Western, patriotic, nostalgic, sentimental, interest-centered, consequence-centered, selfish and demonstrative. The most popular frames are the patriotic and the consequence-centered ones. However, the spectrum of frames most frequently engaged differs across periodicals. For instance, while the pro-state and pro-government *Rossiyskaya Gazeta* constructs a predominantly positive image of import substitution through the use of anti-Western and patriotic frames, the more liberal and oppositional *Novaya Gazeta* often emphasizes the likely negative consequences of such protectionism using the sentimental and demonstrative frames. *Komsomolskaya Pravda* uses the widest range of frames, but presents the information in a more simplified form to make it clearer to its target audience. In contrast, *Kommersant* discusses import substitution at a more expert level and invokes the selfish and the consequence-centered frames. Through the qualitative content-analysis of the selected media the authors have produced a list of keywords that serve to determine the place of import substitution in network agenda-setting. Their joint reference analysis has revealed three large clusters in the public discussion: the economic-political, the selfishly patriotic and the protectionist cluster. The authors conclude that the debate on import substitution combines both economic and political arguments; and the media often resort to ideological constructs to justify their attitude towards import substitution.

Key words: import substitution, food security, framing, media, press, network agenda-setting, economic sanctions, protectionism

References

- Atanasova D., Koteyko N. (2017) Obesity Frames and Counter-Frames in British and German Online Newspapers. *Health*, no 21, pp. 650–669.
- Barsukova S., Dufy C. (2016) Prodovol'stvennaya bezopasnost': rossijskij kontekst [Food Security: the Russian Context]. *Zhurnal politicheskoy filosofii i sotsiologii politiki "Politiya.Analiz.Chronika.Prognoz"*, no 3, pp. 71–89.
- Barsukova S., Korobkova A. (2014) Vstuplenie Rossii v VTO v zerkale rossijskikh pechatnykh SMI [The Entry of Russia in the WTO in the Perceptions of Russian Print Media]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, no 4, pp. 20–40.
- Berry M. (2013) The Today Programme and the Banking Crisis. *Journalism*, no 14, pp. 253–270.
- Blumer H. (1971) Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*, no 18, pp. 298–306.
- Cacciatore M.A., Scheufele D.A., Iyengar S. (2016) The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, no 19, pp. 7–23.
- Carragee K.M., Roefs W. (2004) The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication*, no 54, pp. 214–233.
- Chang J., Ren H. (2016) Keep Silent, Keep Sinful: Mainstream Newspapers' Representations of Gay Men and Lesbians in Contemporary China. *Sociology and Anthropology*, no 4, pp. 597–607.
- Cheng Y. (2016) The Third-Level Agenda-Setting Study: an Examination of Media, Implicit, and Explicit Public Agendas in China. *Asian Journal of Communication*, no 26, pp. 319–332.
- Coleman C.-L., Dysart E.V. (2005) Framing of Kennewick Man against the Backdrop of a Scientific and Cultural Controversy. *Science Communication*, no 27, pp. 3–26.
- de Vreese C.H., Boomgaarden H.G., Semetko H.A. (2011) (In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union. *Communication Research*, no 38, pp. 179–205.
- DeFleur M.L., Ball-Rokeach S.J. (1989) *Theories of Mass Communication*, N.Y.
- Dinesen P.T., Jæger M.M. (2013) The Effect of Terror on Institutional Trust: New Evidence from the 3/11 Madrid Terrorist Attack. *Political Psychology*, no 34, pp. 917–926.
- Dusyk N., Axsen J., Dullemond K. (2018) Who Cares about Climate Change? The Mass Media and Socio-Political Acceptance of Canada's Oil Sands and Northern Gateway Pipeline. *Energy Research & Social Science*, no 37, pp. 12–21.
- Entman R.M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, no 43, pp. 51–58.
- Festinger L. (1962) *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford University Press.
- Gamson W.A., Modigliani A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, no 95, pp. 1–37.
- Gilberg S., Eyal C., McCombs M., Nicholas D. (1980) The State of the Union Address and the Press Agenda. *Journalism Quarterly*, no 57, pp. 584–588.
- Gitlin T. (1980) *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Golan G. (2006) Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage. *Journalism Studies*, no 7, pp. 323–333.
- Grant D. (2014) What Makes a Good Economy? Evidence from Public Opinion Surveys. *Economic Inquiry*, no 52, pp. 1120–1136.
- Guo L. (2012) The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, no 56, pp. 616–631.
- Haller H.B., Norpoth H. (1997) Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion. *Public Opinion Quarterly*, no 61, pp. 555–575.
- Hirt N. (2015) The Eritrean Diaspora and its Impact on Regime Stability: Responses to UN Sanctions. *African Affairs*, no 114, pp. 115–135.
- Ibarra P.R., Kitsuse J.I. (2003) Claims-Making Discourse and Vernacular Resources. *Challenges and Choices: Constructionist Perspectives on Social Problems* (eds. Holstein J.A., Miller G.), Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter, pp. 17–50.

- Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication*, no 24, pp. 441–455.
- Kahneman D., Tversky A. (1984) Choice, Values, and Frames. *American Psychologist*, no 39, pp. 341–350.
- Kazun A.D. (2016) Pochemy rossiyanе ne boyatsya ekonomicheskikh sanktsij? Kontritoricheskie strategii pechatnikov SMI [Why Are Russians Not Afraid of Economic Sanctions? Print Media Counter-Rhetoric Strategies]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nye peremeny*, no 1, pp. 256–271.
- Kazun A.D., Kazun A.P. (2017) Kogda beda prikhodit ne odna: osveshchenie trekh tragedij v rossijskikh SMI. Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nye peremeny [When Troubles Never Come Alone: the Coverage of Three Tragedies in the Russian Media]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nye peremeny*, no 3, pp. 128–146.
- Kostadinova P., Dimitrova D.V. (2012) Communicating Policy Change: Media Framing of Economic News in Post-Communist Bulgaria. *European Journal of Communication*, no 27, pp. 171–186.
- Kusimova T.B., Shmidt M.A. (2016) Nostal'gicheskoe potreblenie: sotsiologicheskij analiz [Nostalgic Consumption: a Sociological Analysis]. *Journal of Institutional Studies (Zhurnal institucional'nykh issledovanij)*, no 8, pp. 120–133.
- Kwon K.H., Chadha M., Pellizzaro K. (2017) Proximity and Terrorism News in Social Media: A Construal-Level Theoretical Approach to Networked Framing of Terrorism in Twitter. *Mass Communication and Society*, no 20, pp. 869–894.
- Lee B., Kim J., Scheufele D.A. (2016) Agenda Setting in the Internet Age: The Reciprocity between Online Searches and Issue Salience. *International Journal of Public Opinion Research*, no 28, pp. 440–455.
- Lockerbie B., Borrelli S. (1990) Question Wording and Public Support for Contra Aid, 1983–1986. *Public Opinion Quarterly*, no 54, pp. 195–208.
- Matthes J. (2009) What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals, 1990–2005. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, no 86, pp. 349–367.
- Matthes J., Kohring M. (2008) The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, no 58, pp. 258–279.
- McCombs M., Graber D., Weaver D.H. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*, N.Y.: Praeger Scientific.
- McCombs M.E., Shaw D.L., Weaver D.H. (2014) New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, no 17, pp. 781–802.
- Mueller J. E. (1970) Presidential Popularity from Truman to Johnson. *The American Political Science Review*, no 64, pp. 18–34.
- Nisbet M.C., Brossard D., Kroepsch A. (2003) Framing Science: The Stem Cell Controversy in an Age of Press/Politics. *Harvard International Journal of Press/Politics*, no 8(2), pp. 36–70.
- Nord L.W. (2007) Investigative Journalism in Sweden: A Not so Noticeable Noble Art. *Journalism*, no 8, pp. 517–521.
- Olimpieva I.B. (2007) *Bor'ba s vetryanymi mel'nicami? Sotsial'no-antropologicheskij podkhod k issledovaniyu korruptsii* [Fighting Windmills? Socio-Anthropological Approach to the Study of Corruption], Saint-Petersburg: Aletejya.
- Pan Z., Kosicki G.M. (1993) Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, no 10, pp. 55–75.
- Pavik J.V. (2001) News Framing and New Media: Digital Tools to Re-engage an Alienated Citizenry. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (eds. Reese S.D., Gandy O.H. Jr., Grant A.E.), Routledge, pp. 311–321.
- Pihl-Thingvad S. (2015) Professional Ideals and Daily Practice in Journalism. *Journalism*, no 16, pp. 392–411.
- Qin J. (2015) Hero on Twitter, Traitor on News How Social Media and Legacy News Frame Snowden. *The International Journal of Press/Politics*, no 20, pp. 166–184.

- Rafter K. (2014) Voices in the Crisis: The Role of Media Elites in Interpreting Ireland's Banking Collapse. *European Journal of Communication*, no 29, pp. 598–607.
- Romanova R.I. (2018) Chto politicheskogo v potreblenii? [What is Political in Consumption?]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, no 1, pp. 168–187.
- Semetko H.A., Valkenburg P.M. (2000) Framing European Politics: a Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, no 50, pp. 93–109.
- Semykina K.S. (2017) Odnopolye braki v rossijskikh media: mezhdru nejtralitetom i opaseniem [Same-sex Marriages in the Russian Media: between Neutrality and Fear]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, no 5, pp. 329–344.
- Spector M., Kitsuse J.I. (1987) *Constructing Social Problems*, New York: Aldine de Gruyter.
- Trozuk I.V., Nikulin A.M., Vegrem S. (2018) Traktovki i sposoby izmereniya prodovol'stvennoj bezopasnosti v sovremennoj Rossii: diskursivnye i real'nye protivorechiya [Interpretations and the Ways of Measuring Food Security in Modern Russia: Discursive and Real Contradictions]. *Mir Rossii*, no 1, pp. 34–64.
- Vu H.T., Guo L., McCombs M.E. (2014) Exploring “the World Outside and the Pictures in Our Heads”: A Network Agenda-Setting Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, no 91, pp. 669–686.
- Williams A.E. (2013) Metaphor, Media, and the Market. *International Journal of Communication*, no 7, 1404–1417.