

§ ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

Коноплева Т.В.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОВЕСТКА ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ (ФОИВ) НА ПРИМЕРЕ МИНЮСТА РОССИИ

Аннотация: *Автором рассмотрен процесс и особенности формирования информационной повестки дня, выявлена зависимость информационной повестки дня от политической повестки и общественно-важных событий, определена роль традиционных СМИ и новых медиа в данном процессе. Представлена информационная повестка дня федерального органа исполнительной власти – Минюста России. В результате анализа теорий сделаны выводы об ограниченности внимания аудитории. В ходе исследования предложена позиция, что в эпоху переизбытка информации и дефицита внимания реципиентов, коммуникатору необходимо обладать навыками создания историй, технологиями продюсирования, которые завоевывают внимание аудитории и используют общественные ценности для трансформации имеющихся в обществе установок. Рассмотрены новые формы взаимодействия органов власти с гражданским обществом на примере Минюста России. При этом подчеркивается, что при создании новых форм подачи информации, необходимо учитывать запросы реципиентов конкретного канала коммуникации. Представлены рекомендации управления по связям с общественностью федеральных органов исполнительной власти. Выводы, полученные в ходе исследования, могут быть использованы для дальнейшего изучения диалоговых форм взаимодействия государственных органов власти и общества, а также при формировании информационной повестки дня политического субъекта.*

Review: *The author evaluates the process and specific features of the formation of the information agenda, as well as dependency of the information agenda from the political agenda and socially important events, the role of traditional and new mass media in this process. The author analyzes the information agenda of the federal executive body – the Ministry of Justice of the Russian Federation. As a results of the theoretical analysis, the author draws the conclusion on the limitations to the attention of the audience. This study supports the position that at the time of overflow of information and attention deficit of its recipients, a communicator needs to have the story-making skills and production technologies, which would gain attention of the audience and use social values in order to transform the existing positions in the society. The author analyzes the novel forms of interaction of the government bodies and the civil society, taking the Ministry of Justice of the Russian Federation as an example. It is pointed out that when forming new information channels, one should take into account the interests of the recipients of that particular information channel. The article contains propositions to the public relations divisions of the federal executive bodies. The conclusions of this study may be used for the further analysis of the dialogue forms of interaction between the state government bodies and the society, as well as for the formation of the information agenda of a political subject.*

Ключевые слова: *редакторский фильтр, медиаповестка, информационная повестка дня, политическая повестка дня, установление повестки дня, новые медиа, масс-медиа, экономика внимания, гражданское общество, концепция открытости*

Keywords: *publisher's filter, media summons, information agenda for the day, political agenda for the day, establishing agenda, new media, mass media, attention economics, civil society, openness concept.*

Государство и гражданское общество

В эпоху экономики внимания, пришедшей на смену информационной экономике, становится ограниченным ресурс человеческого внимания. В экономике внимания конкурируют не каналы коммуникации, а истории, управляющие общественным интересом во всех сферах: от культуры и искусства до бизнеса и политики.

Экономика внимания является предметом исследований зарубежных (Г.Саймон, М.Голдхейбер, Р.Ланхэм, А.Исколд, Р.МакМанус) и российских (И.И.Засурский) исследователей.

Первым ввел понятие «экономика внимания» американский политолог Г.Саймон, определив, что в информационно богатом мире, изобилие информации означает дефицит чего-то другого, нехватку того, что поглощает информацию. Довольно очевидно, что информацию поглощает внимание. Переизбыток информации рождает нехватку внимания и необходимость более эффективного перераспределения внимания между многочисленными источниками информации¹. Его исследования были дополнены М.Голдхейбером, который предположил, что в ситуации, когда информации в избытке, а внимание потребителей высоко ценится, актуальными становятся иные экономические законы, ученый утверждает, что внимание зачастую сильнее информации, поскольку информации слишком много². Также экономике внимания посвящены труды Р.Ланхэма. Американский исследователь А.Аскольд рассматривает экономику внимания исключительно с практической точки зрения, утверждая, что основной целью экономики внимания является создание рынка (информационного), на котором и потребители довольны и бизнесы^[14]. Аскольд выделяет факторы привлечения потребителей и технологии продаж пользователям продукции он-лайн путем использования персональных данных в сети Интернет о предпочтениях покупателей.

Как отмечает И.И. Засурский, Интернет становится катализатором экономического роста, открывая бескрайние просторы для экономической активности, освоения новых рынков и аудиторий, одновременно уве-

личивая свободу выбора для потребителя и создавая платформу для мелкого и среднего бизнеса³.

В настоящее время коммуникатору для того, чтобы привлечь внимание реципиентов необходимо обладать навыками создания историй, технологиями продюсирования – перевода идей и образов в реальные проекты, завоевывающие внимание аудиторий и использующие общественные ценности для трансформации имеющихся в обществе установок.

Подобные технологии, на наш взгляд, были приняты во внимание служащими Минюста России при создании фильма «Технологии справедливости» к юбилею Министерства юстиции РФ, сюжетная линия фильма была построена на основе человеческих историй, и зритель мог увидеть отношение к работе, качества характера служащих ведомства и подведомственных служб, «пережить день» вместе с людьми, которые каждый день совершают подвиги, отдают свои жизни на благо страны. И через призму и видение конкретного человека дает возможность понять особенности и направления деятельности Минюста России.

Представляется, что в современном мире каналы коммуникации настолько обширны, и количество источников информации постоянно увеличивается, что приводит к потере доверия со стороны аудитории к информации, а, следовательно, и уровню доверия к организациям, институтам власти. Задача специалиста по связям с общественностью в данном случае сводится к поиску новых решений донесения важной информации до граждан, форм трансляции информации через «истории», привлекающие внимание людей, касающиеся насущных проблем и повседневной жизни граждан, отвечающие ценностям, существующим в современном обществе.

Американский политолог, футуролог Ф.Фукуяма видит составляющими сильного государства наличие в стране (как и на уровне корпорации, компании) трех капиталов – материального, человеческого и социального. Основой социального капитала является доверие, и если наступает кризис доверия, то от этого страдает государство (корпорация, компания). В частности, Фукуяма сравнивает уровни доверия разных стран, отмечая довольно низкий уровень доверия в России. Представляется необходимым повышать доверие на уровне государственного органа власти, и в

¹ Iskold A. The Attention Economy: An Overview, March 1st, 2007. [Электронный ресурс] // URL.: http://readwrite.com/2007/03/01/attention_economy_overview (дата обращения 05.06.2013)

² Goldhaber M. H. The attention economy and the Net. Number 4 – 7.1997 [Электронный ресурс] // URL.: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/519/440> (дата обращения 12.06.2013)

³ Засурский И.И. Экономика внимания. Рунет в России в 2004 году (по данным рейтинга Rambler's Top 100), Информационное общество № 1, 2005, С. 27-31.

Политика и общество 8 (104) • 2013

стране в целом. Необходимо преодолевать кризис доверия к информации, и, как следствие к людям, организациям, институтам власти.

Еще одним важным, на наш взгляд, моментом, является вопрос обратной связи с аудиторией, которая зачастую отсутствует при рассмотрении информационной деятельности федеральных органов исполнительной власти (ФОИВ). Так, для преодоления отсутствия обратной связи Правительством Москвы был создан дополнительный телеканал (Москва-24), чтобы население Москвы было в курсе происходящих событий и нововведений в городе. Канал обладает удобствами с точки зрения обратной связи форматами коммуницирования с жителями города – зритель может, позвонив или написав электронное сообщение «сделать новость сам», пожаловаться на работу ЖКХ или плохие дороги. Представляется возможным организовать подобные форматы и в Минюсте России – посредством собственного интернет-канала, канала на youtube.com, а также официального Интернет-сайта обеспечить возможность гражданам комментирования проектов нормативных правовых актов. Создав страницу на facebook.com и выкладывая видеозаписи с комментариями представителей Минюста России к инициативам ведомства, возможно транслировать нововведения в области законотворчества, получать комментарии граждан и профессионального сообщества, тем самым поддерживая обратную связь с аудиторией и привлекая гражданское общество к решению государственных вопросов.

Вице-президент «ПрофМедиа ТВ», телеканала «Пятница» С.Евдокимов, рассматривая вопрос противодействия новых медиа и традиционных СМИ одной из ключевых задач в работе в Интернет-пространстве, выделяет необходимость возвращения к спикеру в Интернет-сети. Таким образом, аудитория и СМИ нуждаются в наличии конкретного лица, транслирующего позицию ведомства, поскольку обезличенность сообщений в Интернет-пространстве приводит в замешательство и опять же к кризису доверия со стороны аудитории. Необходимо чтобы срабатывала идентификация спикера и деятельности ФОИВ, тем самым повышающая доверие к источнику информации. Представляется возможным из информации, регулярно поступающей от профильных Департаментов Минюста России об основных событиях по направлениям деятельности, формировать цитаты, и предлагать СМИ через новостную ленту на официальном сайте Минюста России высказывания конкретных лиц – спикеров

– директоров Департаментов, заместителей Министра и Министра.

Новые медиа и традиционные СМИ, на сегодняшний день, борются за способ донесения контента до аудитории. Так, при наличии одинакового новостного контента Минюста России через телевидение, официальный Интернет-сайт, периодические издания, социальные сети (необходимость присутствия в социальных сетях также представляется неотъемлемой частью работы, направленной на позиционирование Минюста России в публичном пространстве) стоит первоочередная задача создания новых форм подачи информации с целью привлечения внимания реципиентов именно данного канала коммуникации. Особенность различных каналов коммуникации заключается в том, что контекст, который будет воспринят в Интернете, не будет воспринят на телевидении, и наоборот.

Представляется необходимым использование управления по связям с общественностью федеральных органов исполнительной власти новых медиа. Новыми медиа называют множество современных медиаплатформ, объединяемых общими признаками – цифровым форматом, конвергентностью, интерактивностью, существованием в сетевом пространстве⁴. Вин Кросби рассматривает новые медиа как коммуникацию «многих со многими»⁵. Говоря о взаимоотношениях информационного общества и новых СМИ, Я.Засурский акцентирует внимание на трёх аспектах, определяя новые медиа как:

- возможности СМИ на современном этапе развития информационно-коммуникационных технологий и Интернета;
- традиционные СМИ в условиях «интернетизации»;
- новые средства массовой информации⁶.

Т. Сазонов в своем исследовании видит в появлении новых медиа коренную перестройку самой модели функционирования информации в обществе и

⁴ Сазонов Т. Информационная повестка дня: блоги приходят на смену традиционным СМИ? Научно-культурологический журнал №15 [213] 01.10.2010. [Электронный ресурс] // URL.:<http://www.relga.ru/Envion/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2743&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.06.2013)

⁵ Crosbie, V. What is New Media? Retrieved from, 2002[Электронный ресурс] // URL.: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (дата обращения 07.06.2013)

⁶ Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации, Информационное общество №2, 2001. С. 24-27.

Государство и гражданское общество

рассматривает блогосферу с точки зрения теории установления информационной повестки дня. Исследователь полагает, что блоги меняют принцип подачи новостей, способствуют сжатию новостного цикла. При этом социальные медиа, обладая важным в данном случае параметром моментальности подачи новости в медийное пространство, изменяют принцип формирования информационной повестки дня. Т. Сазонов подчеркивает, что «информационные агентства уже не борются за право быть первыми в подаче новостей, а направляют усилия лишь на проверку достоверности данных»⁷. Можно высказать предположение, что авторы социальных медиа не достаточно компетентны в подаче новостей в отдельных сферах деятельности, поскольку не обладают профильным и журналистским образованием, и видят проблему поверхностно. А информационные агентства и периодические печатные издания (например, газета «Известия», на страницах которой не редко появляются официальные документы из служебной переписки с ФОИВ) по-прежнему, являются первоисточниками политических, экономических событий, что подтверждается индексом цитирования. Топ индекса цитирования в апреле 2013 г., подготовленного системой мониторинга и анализа СМИ ООО «Медиалогия», среди газет возглавила газета «Известия» (ИЦ-4478,25), на втором месте рейтинга – газета «Коммерсантъ» (4434,90)⁸. При этом к плюсам блогосферы, безусловно, относится то, что к обсуждению событий привлекается довольно широкая аудитория, до появления блогов участие гражданского общества в формировании повестки дня было практически исключено.

Обратимся непосредственно к роли масс-медиа в установлении повестки дня. Отправной точкой, на наш взгляд, можно считать исследования У. Липпмана, П. Лазерсфельда, Б. Берельсона. Б. Берельсон отмечает, что определенные виды коммуникации по отношению к определенным темам, привлекая внимание определенных групп людей, при определенных усло-

виях способны оказать определенное воздействие⁹. В последствии исследования косвенных эффектов массовой коммуникации были продолжены М. Маккомбсом и Д. Шоу, которые предложили теорию установления повестки дня, подразумевающую, что аудитория воспринимает в качестве наиболее важных и заслуживающих внимания те события и проблемы, которые освещаются СМИ. При этом, как подчеркивает Е.Г. Дьякова, эффект «установления повестки дня» носит достаточно поверхностный характер и не предполагает, что в результате воздействия СМИ в сознании индивидов формируется полное и подробное представление об общественных проблемах. Суть эффекта ограничивается тем, что СМИ способны внушить аудитории, что определенные проблемы существуют и являются весьма важными, но далее этого их влияние не простирается.

М. Маккомбсом и Д. Шоу также были сформулированы базовые разновидности «повестки дня»: личная или внутренняя (intrapersonal) – система приоритетов в отношении наиболее важных для самого индивида социальных и политических проблем; межличностная (interpersonal) – система приоритетов в отношении тех проблем, которые индивид обсуждает с членами своей микрогруппы; и предполагаемая общественная (perceived community agenda) – представления индивида о том, какие проблемы являются наиболее важными для того сообщества, к которому он принадлежит¹⁰. Стоит отметить опять же ограниченность количества тем восприятия реципиентами. Предполагается, что в каждый данный момент внимание аудитории может быть занято только одной или несколькими проблемами, поэтому переход к новой проблеме вызывает неизбежное переключение внимания на нее и потерю интереса к прежним проблемам. Неслучайно, описывая процесс реструктуризации повестки дня, Д. Коген говорит об «обмене» («trade-off») вниманием между проблемами — общий «капитал» внимания так невелик, что оно не может в равной мере распределиться между всеми проблемами¹¹.

⁷ Сазонов Т. Информационная повестка дня: блоги приходят на смену традиционным СМИ? Научно-культурологический журнал №15 [213] 01.10.2010. [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.relga.ru/Enviro/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2743&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.06.2013)

⁸ Рейтинги федеральных СМИ, Медиалогия, апрель 2013. [Электронный ресурс] // URL.: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/ (дата обращения 07.06.2013)

⁹ Berelson B. Communication and Public Opinion // Communications in Modern Society. Urbana, Ill. 1951. P.122.

¹⁰ Казаков А.А. Взаимодействие информационной и политической «повестки дня»: к постановке проблемы, Известия саратовского университета, Серия Социология. Политология. 2011. Т.11, вып.3

¹¹ Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург: УрО РАН, 2002. 299 с.

Политика и общество 8 (104) • 2013

Предметом исследования А.А. Казакова является разделение политической и информационной повесток дня. По мнению исследователя, потенциал для изучения состоит в выявлении факта их пересечения, что может выступать одним из показателей отступления от демократических принципов в государстве (отсутствие независимых СМИ) или определять степень ангажированности СМИ.

Согласно опросу населения, проведенному Фондом общественного мнения (ФОМ)¹², 88% опрошенных получают информацию о последних событиях посредством центрального телевидения, 32% – из сети Интернет. При этом граждане догадываются, что журналисты зачастую подают информацию в искаженном виде (43%), на вопрос о причинах – почему журналисты искажают факты и события 12% полагают, что из коммерческой выгоды (*«Заработать денег»; «кто заплатит больше, о том и пишут, чтобы заработать»; «им за это платят деньги»; «кто платит, тот и заказывает музыку»; «деньги кто платит, того и хвалят»; «когда работают под заказ кого-либо»*), 10% считает, что СМИ искажают факты под давлением властей (*«Идет влияние правительства на СМИ»; «власть не разрешает сообщать правду»; «такой приказ от государства, нет свободы слова»; «правительство диктует, что писать»; «они говорят то, что им диктуют власти»; «потому что власть мешает донести правду до народа»*)

Также опрошиваемых попросили назвать программы (телеканалы), которым они больше доверяют, такими оказались телепередача «Новости» (20%), программа «Вести» (16%), программа «Время» (12%), телеканал «Первый» (8%), телеканал «Россия» (8%), телеканал НТВ (7%).

При формировании информационной повестки дня учитывается политика, система функционирования СМИ, когда новостной поток проходит редакторский фильтр, который отбирает новость по значимости и актуальности и т.п. Сегодня непосредственное влияние на формирование информационной повестки дня оказывают департаменты управления информацией высших органов власти, темы, важные к освещению СМИ «спускаются» сверху». Так, например, если руководством страны рассматривается одной из основных проблема пьянства за рулем, то СМИ будут выносить на первый план соответствующие информационные поводы.

¹² О российской новостной журналистике. Опрос «ФОМнибус» 11–12 мая. Доминанты 18-19 от 16 мая 2013 г.

Ю.А. Мартынова полагает, что сегодня вряд ли возможно говорить о решающей роли масс медиа в процессе формирования повестки дня. Информации сейчас чрезвычайно много, и столь же много каналов, по которым она передается. Реальность сегодняшнего дня такова, что СМИ не могут воздействовать на массовое сознание так, как прежде. Поэтому вполне уместно говорить о наличии различных типов «повесток дня», а роль СМИ – в структурировании разрозненного множества «повесток»¹³.

В поддержку блогам и традиционным СМИ сегодня создано множество площадок на сайтах федеральных органов власти, и при их поддержке, при помощи которых граждане могут непосредственным образом повлиять на принятие того или иного закона, решения.

Недавно произошли изменения на официальном сайте Правительства Российской Федерации. В своем видеобращении в связи с открытием нового официального сайта Правительства России 21 мая 2013 года Председатель Правительства Российской Федерации Д.А. Медведев заявил, что впервые на системной основе (*на сайте Правительства РФ*) будут публиковаться данные о выполнении Правительством различных поручений и планов, на сайте будет широко представлена работа федеральных министерств и ведомств и деятельность их руководителей¹⁴. Д.А. Медведев подчеркнул, что новый сайт Правительства задает стандарты информационной работы и открытости для всех органов исполнительной власти. Правительством формируется Концепция открытости ФОИВ, которая направлена на качественное изменение системы современного государственного управления. В ее основе заложены принципы открытости и прозрачности государственного управления, подотчетности и подконтрольности власти гражданскому обществу.

В Концепции прописано, что для реализации качественно новых принципов государственного управления делается акцент на более активное внедрение в практику деятельности ФОИВ современных информационно-коммуникационных технологий, электронного правительства, различных каналов взаимодействия общества и

¹³ Материалы Теоретического семинара, Саратовское региональное отделение Российской ассоциации политической науки, 1 июня 2011 г, Политическое управление: научный информационно-образовательный электронный журнал, № 01 (02), 2012.

¹⁴ Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс] // URL.: <http://government.ru/videos/>

Государство и гражданское общество

государства. Концепция открытости призвана упорядочить и систематизировать деятельность ФОИВ при внедрении идеологии открытости в государственном управлении. Это означает необходимость разработки новых и (или) совершенствование существующих механизмов работы ФОИВ с социально значимой информацией, способов ее раскрытия, а также взаимодействия с профессиональным и экспертным сообществами.

Задачами, поставленными для реализации принципов открытости в системе государственного управления, являются: продолжение внедрения механизмов электронного правительства, организация широкого, многоканального доступа к общедоступным государственным ресурсам, развитие механизмов конкуренции между федеральными органами исполнительной власти, упрощение процесса государственного нормотворчества и др.

На сегодняшний день Минюстом России реализуется, на наш взгляд, довольно закрытая информационная политика. Между тем, стоит отметить внедрение различных форм взаимодействия Минюста с гражданским обществом и введение электронных технологий, в информационную повестку дня Минюста России также входит широкий перечень тем, касающихся непосредственно направлений деятельности ведомства.

Как сказал в своем интервью Министр юстиции Российской Федерации А.В. Коновалов телеканалу «Россия 24», в области электронной юстиции в последние годы были сделаны довольно серьезные шаги¹⁵. С 1 июля 2010 г. в сети публикуются все без исключения, вступившие в законную силу решения судов. В одном из указов Президента РФ В.В. Путина значилась трансляция судебных разбирательств. В этом направлении сейчас также идет работа.

Сегодня в сети Интернет публикуются проекты нормативно-правовых актов для прохождения антикоррупционной экспертизы и общественного обсуждения. Организован процесс сбора мнений экспертов, это некая негосударственная экспертиза законопроектов. Раньше данная работа проводилась на официальных сайтах ведомств, а с весны 2013 года Минэкономразвития России создан специальный сайт *regulation.gov.ru*, где публикуются тексты законопроектов, и пользователь может ознакомиться с этапами прохождения того или иного законопроекта, направить замечания и предложения.

Минюст также не так давно поменял интерфейс официального Интернет сайта (<http://minjust.ru>), на котором теперь в широком доступе представлены реестр нотариусов, адвокатов, расположен баннер на портал деятельности некоммерческих организаций, где доступна электронная форма регистрации НКО, предусмотрена возможность электронной сдачи отчетности НКО, а также можно получить информацию о работе государственного органа в области юстиции в электронном виде.

Создан портал мониторинга правоприменения – это организованный сбор отзывов людей о том, как работает или не работает тот или иной закон. В данном направлении Минюстом России также организовано взаимодействие с электронными площадками – порталом «Закония» и социальной сетью юристов «Закон».

Отдельно вынесена база нормативно-правовых актов, прошедших регистрацию в Минюсте России, для удобного пользователю поиска.

В информационную повестку Минюста входят государственная программа «Юстиция», включающая в себя отдельные информационные кластеры – реформу адвокатуры, нотариата, федеральную целевую программу «Развитие уголовно-исполнительной системы до 2016 г.». В апреле 2013 года утверждена Правительством РФ государственная программа «Юстиция», целью которой является развитие в обществе правовой модели поведения граждан, преодоление правового нигилизма, повышение качества юридических услуг. К 2016 году запланировано увеличение численности адвокатов и нотариусов. Разрабатываемый Минюстом России закон о нотариате устанавливает требования к качеству оказываемых услуг, доступности этих услуг, а самое главное, закон устанавливает жесткие требования к тарифам на услуги нотариусов.

Как известно, население на всей территории России стало доступна услуга бесплатной юридической помощи. Еще одной новацией предусмотрено создание на официальном сайте Минюста России интерактивной карты с указанием адресов и телефонов центров бесплатной юридической помощи.

К информационной повестке дня Минюста относится реформа уголовно-исполнительной системы, предусматривающая переоборудование мест лишения свободы, мест содержания обвиняемых досудебного разбирательства. По мнению А.В. Коновалова, на сегодняшний день устарела форма коллективного содержания осужденных, традиционная в России, так называемая «система лагерей». Предполагается заменить

¹⁵ Официальный сайт Минюста России [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.vesti.ru/videos?vid=511028&cid=1>

Политика и общество 8 (104) • 2013

ее тюремным заключением. Отдельное внимание реформы уделено социализации бывших заключенных.

Таким образом, государство стремится стать более открытым и прозрачным для общества. При формировании информационной повестки дня стоит учитывать процессы восприятия информации гражданами. Поскольку любое политическое послание и решение, представленное через призму СМИ, воспринимается зрителями подозрительно, уделяется повышенное внимание к набору сюжетов в программе, отслеживанию внутренних противоречий, и определение того кто является заказчиком транслируемой информации. Как отмечает Е. Мицкевич, «зрители по-прежнему с успехом находят за явной повесткой дня скрытую».

Воспринимая информацию, индивид выстраивает приоритетность тем в медиапространстве как социальную приоритетность соответствующих общественно-важных событий. И чем больше публикаций по заданной теме имеется в медиапространстве, чем регулярнее их появление, тем выше социальная значимость этих событий и проблем для аудиторий СМИ. Этот эффект медиаповестки дня лежит в основе коммуникативной технологии «установка медиаповестки дня», которая позволяет влиять на мнение аудиторий СМИ по значимым для них (акторов) темам.

Таким образом, при формировании повестки дня необходимо учитывать политическую повестку дня, чтобы она «вписывалась» в контекст обсуждаемых тем в заданный период и соотносилась с социальным запросом общества.

Библиография:

1. Гагин А. Экономика внимания. Рост виртуальной экономики конвертируется в рост ВВП, Российская газета, Федеральный выпуск № 3601, 12.10.2004.
2. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург: УрО РАН, 2002. 299 с.
3. Засурский И.И. Экономика внимания. Рунет в России в 2004 году (по данным рейтинга Rambler's Top 100), Информационное общество № 1, 2005, С. 27-31.
4. Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации, Информационное общество №2, 2001. С. 24-27.
5. Казаков А.А. Взаимодействие информационной и политической «повесток дня»: к постановке про-

6. Сазонов Т. Информационная повестка дня: блогги приходят на смену традиционным СМИ? Научно-культурологический журнал №15 [213] 01.10.2010. [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2743&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.06.2013)
7. Рейтинги федеральных СМИ, Медиалогия, апрель 2013. [Электронный ресурс] // URL.: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/ (дата обращения 07.06.2013)
8. О российской новостной журналистике. Опрос «ФОМнибус» 11–12 мая. Доминанты 18-19 от 16 мая 2013 г.
9. Материалы Теоретического семинара, Саратовское региональное отделение Российской ассоциации политической науки, 1 июня 2011 г, Политическое управление: научный информационно-образовательный электронный журнал, № 01 (02), 2012.
10. Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс] // URL.: <http://government.ru/videos/>
11. Официальный сайт Минюста России [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.vesti.ru/videos?vid=511028&cid=1>
12. Berelson B. Communication and Public Opinion // Communications in Modern Society. Urbana, Ill. 1951. P.122.
13. Crosbie, V. What is New Media? Retrieved from, 2002 [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (дата обращения 07.06.2013)
14. Goldhaber M. H. The attention economy and the Net. Number 4 – 7.1997 [Электронный ресурс] // URL.: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/519/440> (дата обращения 12.06.2013)
15. Iskold A. The Attention Economy: An Overview, March 1st, 2007. [Электронный ресурс] // URL.: http://readwrite.com/2007/03/01/attention_economy_overview (дата обращения 05.06.2013)

References (transliteration):

1. Gagin A. Ekonomika vnimaniya. Rost virtual'noy ekonomiki konvertiruetsya v rost VVP, Rossiyskaya gazeta, Federal'nyy vypusk № 3601, 12.10.2004.

Государство и гражданское общество

2. D'yakova E.G. Massovaya kommunikaciya i vlast'. Ekaterinburg: UrO RAN, 2002. 299 s.
3. Zasurskiy I.I. Ekonomika vnimaniya. Runet v Rossii v 2004 godu (po dannym reytinga Rambler's Top 100), Informacionnoe obschestvo № 1, 2005, S. 27-31.
4. Zasurskiy Ya.N. Informacionnoe obschestvo, internet i novye sredstva massovoy informacii, Informacionnoe obschestvo №2, 2001. S. 24-27.
5. Kazakov A.A. Vzaimodeystvie informacionnoy i politicheskoy «povestok dnya»: k postanovke problemy, Izvestiya saratovskogo universiteta, Seriya Sociologiya. Politologiya. 2011. T.11, vyp.3
6. Sazonov T. Informacionnaya povestka dnya: blogi prihodyat na smenu tradicionnym SMI? Nauchno-kul'turologicheskij zhurnal №15 [213] 01.10.2010. [Elektronnyy resurs] // URL.:<http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2743&level1=main&level2=articles> (data obrascheniya 10.06.2013)
7. Berelson B. Communication and Public Opinion // Communications in Modern Society. Urbana, Ill. 1951. P.122.
8. Crosbie, V. What is New Media? Retrieved from, 2002[Elektronnyy resurs] // URL.: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (data obrascheniya 07.06.2013)
9. Goldhaber M. H. The attention economy and the Net. Number 4 – 7.1997 [Elektronnyy resurs] // URL.: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/519/440> (data obrascheniya 12.06.2013)
10. Iskold A. The Attention Economy: An Overview, March 1st, 2007. [Elektronnyy resurs] // URL.: http://readwrite.com/2007/03/01/attention_economy_overview (data obrascheniya 05.06.2013)