**А. Д. Коробкова**

**магистрант факультета социологии**

**НИУ - Высшей школы экономики**

**Вступление России в ВТО: дискуссия в прессе**

Данный доклад будет содержать анализ дискуссии по вопросу вступления России в ВТО в прессе за три года (с декабря 2010 г. по декабрь 2013 г). Таким образом, в фокусе нашего внимания находятся два периода: полтора года до и полтора года после официального присоединения РФ к торговой организации. Методом исследования в данном случае стал контент-анализ статей в популярных массовых, деловых и общественно-политических изданиях. Выборка газет и журналов была сформирована на основе рейтинга TPR. Итоговый массив включает 397 статей.

Интерес печатных изданий к деятельности ВТО зависел от множества факторов: близость вступления в организацию, состояние мировой экономики (в период экономического кризиса 2008 г. интерес к ВТО существенно снизился), успех или неудача одного из этапов ведения переговоров, наличие конкурирующих тем, которые могут переключить внимание СМИ на себя.

Противники вступления России в ВТО чаще всего подчеркивали, что данное решение влечет за собой риски для экономики в целом и для отдельных ее отраслей, а также неконкурентные условия, в которых находятся российские производители. Тогда как сторонники данного шага указывали на то, что вступление в торговую организацию может стать стимулом к развитию для отечественных предприятий, открыть для них выход на международные рынки, а также привести к снижению цен.

Что касается позиций сторон дискуссии, можно выделить следующие закономерности. В период предшествующий вступлению, политики и чиновники наиболее часто использовали следующие аргументы: вступление в ВТО приведет к увеличению объемов иностранных инвестиций, послужит стимулом к развитию отечественного производства и снижению цен и т.д. Единственный негативный эффект, который признавался представителями данной группы – снижение налоговых поступлений. Представители бизнеса оперировали преимущественно аргументами экономического характера. Аргументы журналистов были наиболее абстрактны, что заставляет усомниться в их компетентности по отношению к данной теме.

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

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