

УДК 32.019.52

DOI 10.18413/2075-4574-2019-38-4-573-583

**К ВОПРОСУ О ФРАГМЕНТАЦИИ  
СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ:  
АНАЛИЗ ТЕКСТОВ СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

**FRAGMENTATION OF THE MODERN AGENDA:  
ANALYSIS OF THE TEXTS OF THE MASS MEDIA AND SOCIAL MEDIA**

**Д.И. Каминченко  
D.I. Kaminchenko**

Национальный исследовательский Нижегородский  
государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
Россия, 603950, г.Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod  
23 Gagarin Avenue, Nizhnij Novgorod, 603950, Russia

E-mail: ert1fg2@rambler.ru

**Аннотация**

Процесс формирования информационной повестки дня претерпевает серьезные изменения в условиях современного информационного общества. Это воздействие сказывается как на поведении субъектов данного процесса, так и на содержании самой повестки дня. Влияние сетевизации общества на процессы формирования информационной повестки дня, особенно в части изменения её свойств и характеристик, до сих пор недостаточно изучено. Автором рассмотрено проявление в содержании информационной повестки дня традиционного и современного СМИ и социальных медиа такого свойства, как фрагментарность. На основе наблюдения и контент-анализа новостных заголовков информационного массива разнотипных СМИ, а также социальных медиа формируется показатель фрагментарности информационной повестки дня. С помощью сравнительного анализа в работе сопоставляются значения показателей фрагментарности разных медийных повесток дня. В результате анализа динамики изменений значений показателя фрагментации информационных повесток дня в течение рассматриваемого периода сделан вывод об устойчивости и проявлении ситуативности в содержании повесток дня. Выявлено, что уровень общей фрагментации медийного информационного массива является умеренным и устойчивым. Полученные результаты дополняют существующую систему знания о современной информационной повестке дня, процессе её установления, её свойствах и характере.

**Abstract**

The process of the society, political actors and the media agenda-setting significantly changes in the conditions of the modern information society. This impact affects both the behavior of the subjects of this process and the content of the agenda itself. The digitalization of communicative processes can affect the character and features of the agenda. The influence of society networking on the processes of agenda-setting, especially in terms of changing its properties and characteristics, is still not well explored in modern science. This study examines the display in the content of the agenda of traditional and modern media agenda, and social media agenda of such a characteristic as fragmentation. The research forms an indicator of the agenda fragmentation based on the observation and content analysis of news headlines of the information array of different types of media, as well as social media. With the help of a comparative analysis, the paper compares the values of the fragmentation indicators of different media agendas. Due to the analysis of the dynamics of changes in the values of the indicator of agendas fragmentation during the period of time considered in the paper, the author makes a conclusion about the sustainability and display of situationality in the content of agendas. The results of the study showed that the level of general



fragmentation of the media information array is moderate and stable. The obtained results complement the existing system of knowledge about the modern agenda, the process of its setting, its properties and nature.

**Ключевые слова:** сеть, СМИ, медиа, повестка дня, новости, политика, государство, общество.

**Keywords:** network, media, agenda, news, politics, state, society.

---

## Введение

Современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) играют важную роль в функционировании политико-коммуникативного пространства. Эффект от их воздействия проявляется как в действиях субъектов политической коммуникации, так и на содержательно-смысловом уровне интеракций в политическом пространстве. Одна из сфер, где подобное влияние проявляется особенно наглядно, связана с процессом установления информационной повестки дня. Активность субъектов установления информационной повестки дня, выбираемые ими стратегии и модели поведения, а также инструменты их реализации в политико-коммуникативном пространстве зачастую связаны с интенсивным использованием современных ИКТ.

Благодаря цифровизации общества расширяется набор возможностей для участия в формировании повестки дня и, как результат, растет число участников этого процесса, выражающих тем самым свои интересы и ценности, а сам процесс приобрел структурно-сетевые черты. В этой связи в данной предметной области возникает ряд крайне актуальных и ещё не до конца изученных вопросов. Одним из них становится вопрос о свойствах современной информационной повестки дня на содержательно-смысловом уровне: стала ли она более разнообразной и фрагментарной или, наоборот, она стала представлять собой скорее некий консенсусный конструкт с минимальным количеством тем, которые при этом выражают интересы большей части общества. Если современная информационная повестка дня является более фрагментарной или, наоборот, консенсусной, то возникает вопрос, вызвано ли это ролью цифровых технологий или же это является, например, отражением специфики сложившейся в обществе политической культуры. Вызывает интерес также и то, как подобные свойства, связанные с разнообразием тем, выражены в разных повестках: медийной, общественной, политической. Целесообразным представляется проведение сравнительного анализа информационных повесток дня различных традиционных и современных СМИ, а также социальных медиа, содержание информационной повестки дня которых зачастую тематически крайне схоже с содержанием общественной повестки дня.

В рамках данной работы проводится сравнительный анализ уровня фрагментации информационных повесток дня традиционного СМИ, современного СМИ и социальных медиа.

## Теоретические основания

Темы, связанные с изучением процессов установления и изменения информационной повестки дня, анализом её содержательно-смысловой и нарративной составляющих, а также её структурной специфики в условиях цифровизации общества и политической сферы также нередко находятся в центре внимания научных исследований. Говоря об определении понятия «информационная повестка дня», А.С. Сумская и П.Ф. Сумской пишут: «Перечень включённых продюсерами тем в программы принято называть "информационной повесткой дня", это своеобразное "информационное меню" для аудитории» [2018, с. 585]. По мнению Ю.Ю. Лекторовой, формирование информационной повестки дня представляет собой один «из способов структурирования огромного массива цифровой коммуникации» [Лекторова, 2011]. Сложившееся в науке представление о том, что подразумевает под собой процесс установления повестки дня,

приводит в одной из своих работ А.А. Казаков: "фокусирование средств массовой коммуникации на вполне определенных темах"». [Казаков, 2013, с. 55]. Как видим, в определениях, связанных с таким явлением коммуникативного процесса, как информационная повестка дня и процедурами её установления, делается акцент на содержательном (относящимся к представленным в ней темам) и инструментальном (проявляющемся, например, в изучении действий определенных субъектов, принимающих участие в установлении повестки дня) аспектах.

На степени изученности обозначенных аспектов (содержательном и инструментальном) необходимо остановиться чуть подробнее. Изучение основных свойств содержательно-смысловой составляющей современной информационной повестки дня на сегодняшний день является одним из наиболее актуальных направлений исследования данной предметной области. Ученые отмечают, что «информационная повестка дня становится все более размытой и несинхронизированной с потребностями времени» [Гайдук, Лукьянцев, 2015, с. 34]. На фрагментарность информационной повестки дня обращает внимание Е.С. Дорожук: «Существенной является фрагментарность повестки, соответствующая мозаичной картине мира, способствующая альтернативному выбору аудиторией своей темы и проблемы» [2019, с. 97]. Как отмечают Дж. Эди и С. Мейрик, рост числа СМИ совпадает с таким явлением, как фрагментация общественной повестки дня [Edu, Meirick, 2018, p. 676], что подразумевает под собой отсутствие согласия относительно значимости и приоритета различных тем [Edu, Meirick, 2018, p. 662]. По мнению Ю.Ю. Лекторовой, «в условиях электронных технологий информационные повестки дня не знают границ и временных рамок» [2011]. Таким образом, в науке отмечаются такие свойства современной информационной повестки дня, как фрагментарность, мозаичность, размытость, надтерриториальный характер и т.д. Повторимся, одним из крайне актуальных вопросов в этой связи является вопрос о факторах, влияющих на формирование подобных свойств. Одним из таких факторов является стремительное распространение цифровых технологий и средств массовой коммуникации. Вместе с тем, указанный фактор не является единственным и должен рассматриваться в комплексе с другими факторами, такими, например, как специфика политической культуры и т.д.

Безусловно, особое внимание ученых отводится и исследованию процессов установления информационной повестки дня в условиях современного общества и роли различных участников (общественные, политические, медийные) этого процесса. Е.Г. Дьякова пишет: «Повестка дня возникает на пересечении усилий различных СМИ, государства, других социальных и политических институтов и групп влияния и при этом подвержена воздействию неконтролируемых событий и внезапных кризисов» [2003, с. 10]. Говоря о субъектах, формирующих разные повестки дня, А.А. Казаков отмечает, что «публичная "повестка дня" складывается преимущественно под воздействием СМИ, а политическая – под влиянием интересов и намерений руководства государства либо же сил, способных диктовать ему свои условия» [2012, с. 140.].

Отдельно остановимся на степени изученности роли СМИ, как традиционных, так и современных, в формировании информационной повестки дня. Как отмечает Б.А. Бовшик, СМИ формируют «виртуальную реальность (квазиреальность) посредством отбора определенных событий для сообщений, предлагая якобы свойственные обществу модели поведения, ценности, формируя повестку дня» [2018, с. 12]. Подчеркнем, в процессе установления информационной повестки дня СМИ активно взаимодействуют с общественными и политическими субъектами этого процесса. А.Е. Демина обращает внимание на то, что СМИ «аккумулируют вопросы и проблемы публичной и формальной повесток дня, систематизируют их, наделяют дополнительными смыслами и т.д.» [2015,



с. 165]. Средства массовой информации, по мнению А.В. Россошанского, «формируют новостную повестку дня, целенаправленно воздействуют на общественное мнение, программируют не только настоящее, но (в определенной степени) и будущее поведение политических акторов» [2013, с. 89].

Заметную роль в формировании современной информационной повестки дня играют и социальные медиа, которые, по мнению ряда ученых, представляют собой «многогранный инструмент для поддержания контактов с уже имеющимся друзьями, установления новых взаимоотношений, а также для того, чтобы быть в курсе текущих событий и проявления индивидуальности» [Lane et al., 2016, p. 1]. Социальные медиа, с одной стороны, воздействуют на информационную повестку дня различных политических акторов и СМИ, а, с другой стороны, сами могут оказаться под влиянием указанных акторов. Говоря о социальных медиа в контексте общественной повестки дня, необходимо отметить, что информационные повестки общества и социальных медиа весьма близки между собой. Более того, возможно содержание повестки дня социальных медиа подробно отражает повестку дня общества. Неслучайно, исследователи сравнивают современные социальные медиа с такими формами выражения общественного мнения, как общественные собрания и гражданские ассоциации [Anstead, O'Loughlin, 2015]. Социальные медиа способны выступать проводником общественного мнения [Каминченко, 2016] и представляют собой «один из важнейших институтов современного общества, который способствует агрегации и артикуляции общественных интересов» [Балуев, Каминченко, 2017].

Таким образом, СМИ, как и общественные, и политические субъекты являются одним из важнейших участников установления информационной повестки дня, причем, речь идёт не только непосредственно о медийной повестке дня, но и об общественной и политической повестках.

В рамках данной работы мы сосредоточимся на изучении фрагментарности информационных повесток дня традиционного (на примере новостных заголовков одного из телевизионных каналов) и современного сетевого СМИ (на примере новостных заголовков одного из интернет-изданий), а также социальных медиа (на основе наиболее популярных в социальных медиа новостных заголовков).

### Методология

Для изучения содержания информационных повесток дня СМИ и социальных медиа задействуется контент-анализ, благодаря которому можно выявить основные для изучаемых медийных повесток дня темы. Отдельно должны быть сделаны выводы о политическом содержании медийных повесток дня. Кроме того, после проведения контент-анализа необходимо установить, насколько фрагментарным является содержание рассматриваемых информационных повесток дня: на наш взгляд, ответ на данный вопрос заключается в измерении доли уникальных тем среди всей совокупности новостных заголовков, составляющих повестку дня изучаемого СМИ в течение рассматриваемых промежутков времени. При этом каждый новостной заголовок должен быть отнесен только к одной теме. Измеряемая доля уникальных тем по отношению к общему числу новостных сообщений, как мы полагаем, может свидетельствовать о степени фрагментарности информационной повестки дня. В этой связи допустимо и целесообразно обозначить этот показатель как уровень фрагментации информационной повестки дня, который может принимать значения от 0 до 1: чем выше числовое значение этого показателя, тем выше уровень фрагментации информационной повестки дня и наоборот. После проведения соответствующих измерений целесообразно осуществить

сравнительный анализ различных информационных повесток дня на основе такого критерия, как уровень фрагментации информационной повестки дня.

Необходимо привести некоторые методологические уточнения технологического и содержательного свойства. Во-первых, наблюдение за основными новостными заголовками СМИ и социальных медиа, которое позволит сформировать необходимый для осуществления контент-анализа информационный массив, будет проводиться ежедневно в течение 7 дней (указанная длина временного промежутка, на наш взгляд, достаточна для получения необходимых данных) в утреннее (с 8:00 до 9:00) и вечернее (с 21:00 до 22:00) время, что позволит говорить о комплексной дневной информационной повестке, когда соотношение доли уникальных тем к общему количеству новостных заголовков будет производиться на основе анализа утреннего и вечернего контента в целом. Во-вторых, повторимся, вычисление уровня фрагментации информационной повестки дня подразумевает соотношение числа уникальных тем (в данном случае тема представляет собой общую смысловую идею новостного заголовка) к общему числу новостных заголовков. Мы полагаем, что в данном анализе важно отнести каждый новостной заголовок только к одной, подразумеваемой в первую очередь по отношению к заголовку теме (а не к нескольким), так как отнесение даже одного новостного заголовка к ряду тем может существенно исказить точность данных.

В-третьих, относя новостной заголовок к той или иной теме, мы обобщаем смысловую компоненту текста заголовка, и здесь актуализируется вопрос о необходимой и допустимой степени обобщения текста, например, если новостной заголовок тематически содержит в себе информацию о внешнеполитических отношениях России с одним из зарубежных государств, то подобный заголовок может быть отнесен как к теме отношений России с данным, указанным в тексте заголовка, государством, так и к теме российской внешней политики в целом. В этом случае, по нашему мнению, глубина обобщения будет зависеть от цели исследования: если она заключается в том, чтобы проанализировать весь информационный контент (без детального изучения какой-либо отдельной сферы, например, политической) и выявить общий уровень фрагментации повестки дня, то достаточным для выполнения подобной цели является второй вариант степени обобщения (тема российской внешней политики); если цель исследования состоит в выявлении уровня фрагментации конкретного содержания информационной повестки дня (например, политического), то здесь приоритетным выглядит первый вариант обобщения (тема отношений России с данным, указанным в тексте заголовка, государством). В рамках нашего исследования мы отдельно проанализируем общий уровень фрагментации информационной повестки и фрагментацию её политического содержания, используя при этом разные уровни обобщения.

## Результаты

Наблюдение за новостными заголовками, представленными в разделе «Новости» на сайте телеканала «НТВ»<sup>1</sup> и в ленте новостей интернет-издания «Lenta.ru»<sup>2</sup>, а также анализ наиболее популярных новостных заголовков в социальных медиа (по данным официального сайта «MediaMetrics»<sup>3</sup>) проводились в течение 7 дней, с 8 по 14 июля, ежедневно, два раза в день: в утреннее (с

<sup>1</sup> Официальный сайт телекомпании «НТВ». URL: <https://www.ntv.ru> (дата обращения: 15.07.2019).

<sup>2</sup> Официальный сайт Интернет-издания «Lenta.ru». URL: <https://lenta.ru> (дата обращения: 15.07.2019).

<sup>3</sup> Официальный сайт телекомпании «MediaMetrics». URL: <https://mediametrics.ru/rating/ru/online.html> (дата обращения: 15.07.2019).



8:00 до 9:00) и вечернее (с 21:00 до 22:00) время. Анализировались десять первых новостных заголовков в утренние и вечерние часы. За весь период наблюдения в целом и по каждому из дней наблюдения в отдельности (по каждому из рассматриваемых СМИ и социальным медиа) составлен общий информационный массив и установлены основные обобщенные темы (к которым могли быть отнесены как один, так и целый ряд новостных заголовков, что и позволяло обозначить эти темы как уникальные для новостного информационного массива в тот или иной период времени). На основании имеющихся данных производилось вычисление показателя фрагментации информационной повестки дня путем деления числа уникальных (обобщенных, основных) тем на общее число новостных заголовков (в случае с общим за весь период наблюдения) показателем фрагментации суммарный показатель уникальных тем за весь период наблюдения делился на общее количество новостных заголовков за весь период наблюдения, а в случае с показателем фрагментации по каждому из дней в отдельности аналогичные вычисления производились с количественными данными, полученными в тот или иной день наблюдения (при этом статистические данные за утренние и вечерние часы суммировались). Общий показатель фрагментации информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа представлен в табл. 1. Показатель фрагментации информационной повестки дня по каждому из дней наблюдения в отдельности представлен в табл. 2.

Таблица 1

Table 1

Общий показатель фрагментации информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа за весь период наблюдения  
The overall index of fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media over the entire observation period

Представитель СМИ, социальные медиа	Показатель фрагментации информационной повестки дня
Телекомпания «НТВ»	0,5
Интернет-издание «Lenta.ru»	0,5
Социальные медиа (по данным «MediaMetrics»)	0,4

Таблица 2

Table 2

Показатель фрагментации информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа по каждому из дней наблюдения  
The index of fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media for each of the days of observation

Представитель СМИ, социальные медиа	Показатель фрагментации информационной повестки дня						
	8 июля	9 июля	10 июля	11 июля	12 июля	13 июля	14 июля
Телекомпания «НТВ»	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6
Интернет-издание «Lenta.ru»	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5	0,4
Социальные медиа (по данным «MediaMetrics»)	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5

Динамика изменений значений показателя фрагментации информационной повестки дня по каждому из дней наблюдения в отдельности представлены на рис. 1.

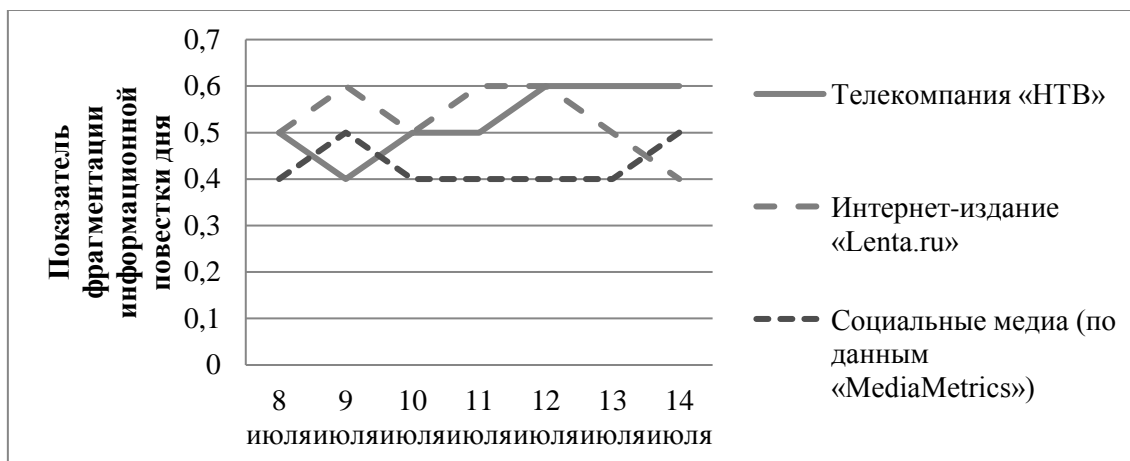


Рис. 1. Показатель фрагментации информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа (по дням)

Fig. 1. The index of fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media

Отдельно был проанализирован информационный массив политического содержания информационной повестки дня изучаемых СМИ и социальных медиа, и вычислены показатели его фрагментации. Общий показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа представлен в табл. 3. Показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня по каждому из дней наблюдения в отдельности представлен в табл. 4.

Таблица 3  
Table 3

Общий показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня телевизионного канала, Интернет-издания и социальных медиа  
The overall index of political content fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media over the entire observation period

Представитель СМИ, социальные медиа	Показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня
Телекомпания «НТВ»	0,8
Интернет-издание «Lenta.ru»	0,8
Социальные медиа (по данным «MediaMetrics»)	0,6

Таблица 4  
Table 4

Показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа по каждому из дней наблюдения  
The index of political content fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media for each of the days of observation

Представитель СМИ, социальные медиа	Показатель фрагментации информационной повестки дня						
	8 июля	9 июля	10 июля	11 июля	12 июля	13 июля	14 июля
Телекомпания «НТВ»	0,6	0,9	0,8	1	1	1	0,6
Интернет-издание «Lenta.ru»	0,6	0,8	0,8	1	1	0,7	0,5
Социальные медиа (по данным MediaMetrics)	0,3	0,9	0,8	0,6	0,6	0,4	0,3

Динамика изменений значений показателя фрагментации политического содержания информационной повестки дня по каждому из дней наблюдения в отдельности представлены на рис. 2.

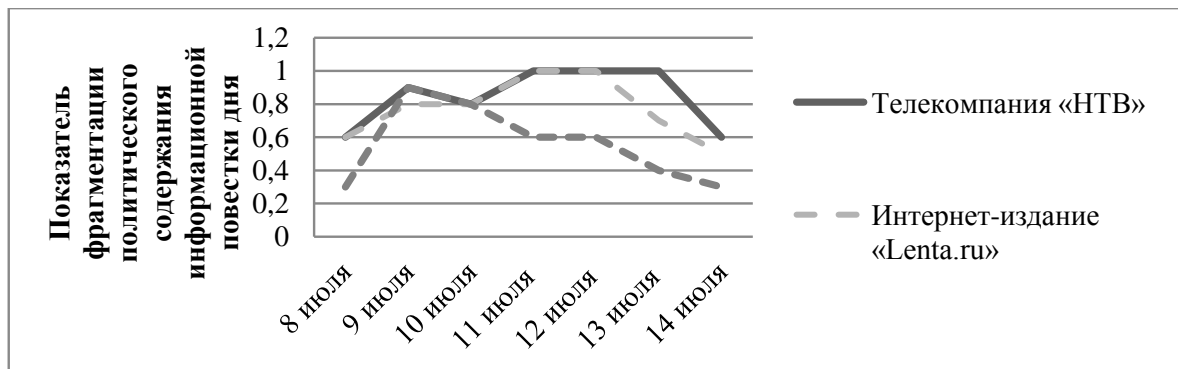


Рис. 2. Показатель фрагментации политического содержания информационной повестки дня телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа (по дням)

Fig. 2. The index of political content fragmentation of the agenda of a television channel, Internet media and social media (by days)

### Обсуждение

Полученные результаты позволяют сделать ряд промежуточных выводов. Во-первых, обращают на себя внимание умеренные значения общего показателя фрагментации всего информационного массива, состоящего из новостных заголовков телевизионного канала, интернет-издания и социальных медиа: в случае с первыми двумя представителями СМИ значение этого показателя составило 0,5, а в случае с социальными медиа – 0,4. Отмечаем также близость значений показателей фрагментации разных представителей СМИ и социальных медиа. Во-вторых, говоря о динамике изменений показателя фрагментации всего совокупного информационного массива в течение 7 дней наблюдения, следует отметить, что данные значения в случае с новостными заголовками телевизионного канала и интернет-издания варьировались в промежутке от 0,4 до 0,6 (размах вариации составил 0,2), а в случае с социальными медиа размах вариации значения этого показателя был ещё меньше – 0,1 (значения варьировались от 0,4 до 0,5). Это говорит об устойчивом характере показателя фрагментации информационного массива в течение изучаемого периода времени, причем более устойчивым показатель фрагментации был именно в социальных медиа.

В-третьих, на основе анализа политического содержания информационного массива рассматриваемых СМИ и социальных медиа обращаем внимание на то, что, как и в случае с общим показателем фрагментации всего информационного массива, показатели фрагментации политического содержания новостных заголовков телевизионного канала и интернет-издания одинаковы. Кроме того, как и в случае с общим показателем фрагментации, показатель фрагментации политического содержания контента социальных медиа также меньше аналогичных показателей контента телевизионного канала и интернет-издания. Вместе с тем, в отличие от умеренных значений общего показателя фрагментации всего информационного массива, показатель фрагментации политического содержания только социальных медиа можно также обозначить как умеренный. В свою очередь, показатели фрагментации политического содержания новостных заголовков телевизионного канала и интернет-издания являются высокими.

В-четвертых, говоря о динамике изменений показателя фрагментации политического содержания новостных заголовков изучаемых СМИ и социальных медиа обращает на себя внимание тот факт, что здесь размах вариации значительно шире, чем в случае с динамикой общего показателя фрагментации: значения этого показателя в случае



с телевизионным каналом варьируется в пределах от 0,6 до 1 (размах вариации составляет 0,4), в случае с Интернет-изданием – от 0,5 до 1 (размах вариации – 0,5), а применительно к социальным медиа данный показатель принимает значения от 0,3 до 0,9 (размах вариации – 0,6). Обращает на себя внимание, что в период с 11 по 13 июля показатель фрагментации политического содержания новостных заголовков телевизионного канала принимал максимальные значения, аналогичная ситуация наблюдалась и в случае с новостными заголовками интернет-издания, но только в период с 11 по 12 июля. Кроме того, в отличие от динамики изменения общего показателя фрагментации всего контента показатель фрагментации политического содержания изучаемого информационного массива более устойчив не в социальных медиа, а в новостных заголовках телевизионного канала, менее устойчив данный показатель в контенте интернет-издания, самым же изменчивым стал показатель фрагментации политического содержания популярных новостных заголовков в социальных медиа.

Таким образом, политическое содержание новостного контента более фрагментировано, чем весь информационный массив новостного контента в целом. Это может быть объяснено, например, тем, что в контенте телевизионного канала и интернет-издания (где показатели фрагментации политического содержания информационного массива имеют высокие значения) разные новостные заголовки в ряде случаев посвящены отдельным неповторяющимся темам, а, если учесть, что политические темы составляют только часть всей информационной повестки дня СМИ, то неудивительно, что показатель фрагментации может принимать высокие значения. Если говорить о ситуативном характере современной информационной повестки дня, что подразумевает её крайнюю изменчивость и подверженность воздействию определенных информационных поводов и событий, то результаты исследования могут подтвердить его лишь отчасти, так как выражением ситуативности и изменчивости информационной повестки дня могут быть серьезные колебания уровня её фрагментации. Отталкиваясь от динамики изменений уровня фрагментации политического содержания информационной повестки дня изучаемых СМИ и социальных медиа, можно утверждать о его ситуативности, так как значения показателя фрагментации в течение указанного периода времени претерпевали существенные изменения. Вместе с тем данные о динамике показателя фрагментации всего информационного массива не позволяют сделать выводы о ситуативности повестки дня, так как показатели фрагментации в течение изучаемого периода времени изменялись несущественно. Обращает на себя внимание и тот факт, что, согласно результатам исследования, степень фрагментации и всего совокупного новостного контента, и его политической части в социальных медиа ниже, чем в традиционном и интернет-СМИ. Данная статистическая взаимосвязь, по нашему мнению, требует дополнительного изучения.

### Выводы

Одним из основных результатов нашего исследования является установление степени фрагментации информационной повестки дня традиционного СМИ (телевизионный канал), современного СМИ (интернет-издание) и социальных медиа. По данным нашего исследования, уровень общей фрагментации медийного информационного массива (включающего основные новостные заголовки) является устойчиво умеренным. Вместе с тем, уровень фрагментации политического содержания новостного контента СМИ, в целом, можно обозначить как высокий, при этом – неустойчивый, а аналогичный уровень фрагментации политического содержания информационного массива социальных медиа является в целом умеренным, но также – неустойчивым. Обращают на себя внимание одинаково умеренные показатели уровня фрагментации и одинаковые показатели устойчивости разнотипных СМИ (телевизионный канал и интернет-издание) в рамках общего контента их информационной повестки дня, а также одинаково высокие показатели уровня фрагментации и близкие показатели устойчивости изучаемых разнотипных СМИ в рамках непосредственно политического содержания их



информационной повестки дня. Кроме того, информационная повестка дня социальных медиа (как в целом, так и в части её политического содержания) менее фрагментарна, чем повестка дня анализируемых СМИ.

По нашему мнению, полученные в ходе исследования результаты дополняют существующую систему знания о современной информационной повестке дня, процессе её установления, её свойствах и характере.

### Список литературы

1. Балуев Д.Г., Каминченко Д.И. 2017. Отражение ценностей современного российского общества в социальных медиа. Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 3: 5–13.
2. Бовшик Б.А. 2018. «Информационная повестка дня»: медиареальность, профильтрованная через ТВ. Идеи и новации, 2: 9–13.
3. Гайдук В.В., Лукьянцев А.С. 2015. Информационная повестка дня в региональном политическом процессе: от первого шага к уверенному лидерству. Вопросы политологии, 3 (19): 22–38.
4. Дёмина А.Е. 2015. Теория установления повестки дня и ее взаимосвязь со стратегиями функционирования СМИ. В кн.: Научная сессия ГУАП: сб. докл.: В 3 ч. Ч. III. Гуманитарные науки. СПб, ГУАП, СПб: 163–167.
5. Дорошук Е.С. 2019. Повестка дня как фактор формирования лояльности аудитории регионального телеканала: коммуникационный аспект. В кн.: Васильева В.В. Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: сб.матер. Междунар. науч. форума (18–19 апреля 2019 г.). В 2-х томах. Т. 1. СПб, Изд-во С.-Петерб. ун-та: 96–98.
6. Дьякова Е.Г. 2003. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу. Полис. Политические исследования, 3: 109–119.
7. Казаков А.А. 2013. Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня: анализ основных подходов. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, 3: 55–61.
8. Казаков А.А. 2012. Теоретико-методологический потенциал категории «Медийная повестка дня»: возможности и ограничения. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения, 1 (21): 138–143.
9. Каминченко Д.И. 2016. Порядок как ценность в текстах современных социальных медиа. Информационное общество, 2: 39–42.
10. Россошанский А.В. 2013. «Новостные ценности» российских СМИ. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология, 4: 89–92.
11. Сумская А.С., Сумской П.Ф. 2018. Моделирование теленовостей в контексте информационной политики телеканала. Вопросы теории и практики журналистики, 4: 581–598.
12. Anstead N., O'Loughlin B. 2015. Social media analysis and public opinion: The 2010 UK General Election. Journal of computer-mediated communication, 20: 204–220.
13. Edy J.A., Meirick C. 2018. The fragmenting public agenda: capacity, diversity, and volatility in responses to the “Most important problem” question. Public opinion quarterly, 4: 661–685.
14. Lane B.L., Peirce C.W., Carr C.T. 2016. Making it Facebook official: The warranting value of online relationship status disclosures on relational characteristics. Computers in human behavior, 56: 1–8.

### References

1. Baluev D.G., Kaminchenko D.I. 2017. Otrazhenie tsennostey sovremennogo rossiyskogo obshchestva v sotsial'nykh media [The reflection of the values of modern Russian society in social media]. Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Politologiya [Review of Political Science], 3: 5–13.
2. Bovshik B.A. 2018. "Informatsionnaya povestka dnya": mediareal'nost', profil'trovannaya cherez TV["Information agenda": Media reality filtered through TV]. Idei i novatsii. 2: 9–13.
3. Gayduk V.V., Luk'yantsev A.S. 2015. Informatsionnaya povestka dnya v regional'nom politicheskom protsesse: ot pervogo shaga k uverennomu liderstvu [Informational agenda in a regional political process: From the first step to the steady leadership]. Voprosy politologii, 3 (19): 22–38.
4. Demina A.E. 2015. Teoriya ustanovleniya povestki dnya i ee vzaimosvyaz' so strategiyami funktsionirovaniya SMI [Agenda-setting theory and its interrelation with the strategies of the media functioning]. In: Nauchnaya sessiya GUAP: sb. dokl.: V 3 ch. Ch. III. Gumanitarnye nauki [Scientific session: collection of reports: In 3 parts. Part III. Humanitarian sciences]. SPb, GUAP, SPb: 163–167.

5. Doroshchuk E.S. 2019. Povestka dnya kak faktor formirovaniya loyality auditorii regional'nogo telekanala: kommunikatsionnyy aspekt [The agenda as a factor of formation of loyalty of the audience of the regional TV channel: communication aspect]. In: Vasil'eva V.V. Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniya: sb.mater. Mezhdunar. nauch. foruma (18–19 aprelya 2019 g.). [Media in the modern world. The 58th Petersburg Readings: a collection of materials from the International Scientific Forum (April 18–19, 2019). In two volumes. Vol. 1]. SPb, Publishing House of St. Petersburg University: 96–98.

6. D'yakova E.G. 2003. Massovaya politicheskaya kommunikatsiya v teorii ustanovleniya povestki dnya: ot efekta k protsessu [Mass Political Communication in the Agenda-Setting Theory: from Effect to Process]. Polis. Politicheskie issledovaniya, 3: 109–119.

7. Kazakov A.A. 2013. Zapadnaya kommunikativistika ob ustanovlenii informatsionnoy povestki dnya: analiz osnovnykh podkhodov [Western Communication Scholars' View on Media Agenda Setting: Analysis of the Main Approaches]. Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS, 3: 55–61.

8. Kazakov A.A. 2012. Teoretiko-metodologicheskyy potentsial kategorii "Mediynaya povestka dnya": vozmozhnosti i ogranicheniya [The theoretic and methodological potential of the term "mass media agenda": Possibilities and limits]. Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4: Istoriya. Regionovedenie, 1 (21): 138–143.

9. Kaminchenko D.I. 2016. Poryadok kak tsennost' v tekstakh sovremennykh sotsial'nykh media [Order as the value in texts of modern social media]. Informatsionnoe obshchestvo [Information society], 2: 39–42.

10. Rossoshanskiy A.V. 2013. "Novostnye tsennosti" rossiyskikh SMI ["News values" of the Russian mass media]. Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya [Izvestia of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Politology], 4: 89–92.

11. Sumskaya A.S., Sumskoy P.F. 2018. Modelirovanie telenovostey v kontekste informatsionnoy politiki telekanala [Modeling of TV News in the Context of Information Policy of a Television Channel]. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki, 4: 581–598.

12. Anstead N., O'Loughlin B. 2015. Social media analysis and public opinion: The 2010 UK General Election. Journal of computer-mediated communication, 20: 204–220.

13. Edy J.A., Meirick C. 2018. The fragmenting public agenda: capacity, diversity, and volatility in responses to the "Most important problem" question. Public opinion quarterly, 4: 661–685.

14. Lane B.L., Peirce C.W., Carr C.T. 2016. Making it Facebook official: The warranting value of online relationship status disclosures on relational characteristics. Computers in human behavior, 56: 1–8.

### Ссылка для цитирования статьи

#### For citation

Каминченко Д.И. К вопросу о фрагментации современной информационной повестки дня: Анализ текстов СМИ и социальных медиа. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 38 (4): 573–583. DOI: 10.18413/2075-4574-2019-38-4-573-583

Kaminchenko D.I. K voprosu o fragmentatsii sovremennoy informatsionnoy povestki dnya: Analiz tekstov SMI i sotsial'nykh media [Fragmentation of the modern agenda: Analysis of the texts of the mass media and social media]. Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki [Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences]. 38 (4): 573–583 (in Russian). DOI: 10.18413/2075-4574-2019-38-4-573-583