

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-1-119-125
УДК 316.442(045)

Направления и технологии формирования конструктивного образа России в национальных сегментах массмедиа стран бывшей Югославии

М. Шундич

Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются возможности формирования конструктивного образа Российской Федерации в национальных сегментах массмедиа постюгославских — Сербии, Хорватии и Черногории. Методологическая основа работы — неoinституциональный подход, позволивший проанализировать институциональные конфигурации политических акторов стран бывшей Югославии в исторической перспективе и поместить в исторический контекст стратегию формирования образа России в национальных сегментах этих государств. Методом ивент-анализа были изучены причины, цели, возможности и стратегии генераторов массмедийных публикаций о России в национальных сегментах Сербии, Хорватии и Черногории. В статье представлены данные авторского автоматизированного контент-анализа материалов СМИ стран бывшей Югославии начиная с 2022 г. и по настоящее время.

Ключевые слова: массмедиа; Россия; Украина; Балканы; постюгославские государства; образ страны; медиаконтент

Для цитирования: Шундич М. Направления и технологии формирования конструктивного образа России в национальных сегментах массмедиа стран бывшей Югославии. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(1):119-125. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-1-119-125

ORIGINAL PAPER

Trends and Technologies for Russia's Constructive Image in the Mass Media National Segments Over the Former Yugoslavia Area

M. Shundich

Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The research examines the strategies and historical context of forming a constructive image of the Russian Federation in the national segments of the post-Yugoslav mass media — Serbia, Croatia and Montenegro. The work uses a neo-institutional approach to analyze the institutional configurations of political actors in the former Yugoslavian countries. Applying the event analysis method, the author conducted a study on mass media publications about Russia, examining the reasons, goals, opportunities, and strategies. The paper presents data from the author's automated content analysis of media materials from the countries of the former Yugoslavia from 2022 to the present.

Keywords: mass media; Russia; Ukraine; Balkans; post-Yugoslav states; country image; media content

For citation: Shundich M. Trends and technologies for Russia's constructive image in the mass media national segments over the former Yugoslavia area. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta. Humanitarian and social sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(1):119-125. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-1-119-125

ВВЕДЕНИЕ

Проблема взаимного восприятия Российской Федерации и западного мира имеет многовековую историческую традицию. Образ любого государства является важным инструментом «мягкой силы» и формируется сложным многофакторным путем, совокупностью вербальных, визуальных и политических стереотипов. Именно от этого образа во многом зависит общественное мнение как внутри страны, так и за ее пределами. С одной стороны, образ государства может положительно влиять на развитие и укрепление многосторонних отношений и интеграции, поддерживать конструктивное развитие международных связей на глобальном уровне, с другой — стереотипизация способна негативно влиять на восприятие информации, распространять предрассудки и препятствовать конструктивным взаимоотношениям между государствами.

Существует много способов социальной стигматизации людей, общностей и целых наций и государств на основе предписанных им характеристик. Например, Европу часто делят на «старую» и «новую», «бедную» и «богатую», «трудодобивую» и не очень. Формирование образов государств, которые по каким-либо критериям отличаются от других, не всегда основывается на достоверных фактах или личном опыте общения.

Говоря о современной Европе, один из лучших примеров такого обобщения можно найти в ее символическом разделении на Восток и Запад. На самом деле четкого определения этому не существует, поскольку в различных подходах применяются разные географические, политические, культурные, социально-экономические и другие критерии. Однако очень часто уровень социально-экономического развития государства становится решающим, когда речь заходит о его ассоциации с Востоком или Западом.

Существует образ богатого и хорошо развитого Запада и бедного, менее развитого Востока. В то время как Запад или Западная Европа ассоциируются с современными структурами, такими как ЕС, НАТО, и высоким уровнем экономического, политического и культурного развития, Восток или Восточная Европа связаны с Восточным блоком, бывшим Советским Союзом и довольно низким уровнем достижений во всех сферах жизни. Так называемые «новые государства ЕС» (Чехия, Польша, Словакия, Венгрия), которые в прошлом были сателлитами СССР, в настоящее

время полностью интегрированы в европейские политические и экономические структуры.

Политический имидж государства играет важную роль в сфере международных отношений и мировой политики: от того, каким он будет — позитивным либо негативным — зависит успех в деле реализации внешнеполитических задач (стратегических и тактических), развитие торгово-экономических отношений с разными странами, поддержка экономической деятельности государства, восприятие ее мировым сообществом.

Образ России на протяжении долгого времени претерпевал заметные трансформации в европейских странах, в частности — в Юго-Восточной Европе, которая во многом зависела от российского присутствия в регионе и политической конъюнктуры.

Собирательному образу Российской Федерации посвящен ряд работ отечественных и зарубежных исследователей. Например, С. Ходанович считает, что в большинстве публикаций ведущих мировых СМИ Россия ассоциируется в основном с президентом В.В. Путиным [1]. Фактически именно президент отождествляется с государством. По мнению западных СМИ, президент отвечает за все, что происходит в стране и за ее пределами.

События XXI в. и новейшей истории зачастую демонстрируют, что в настоящее время у России не самый позитивный образ в западных СМИ — возвращаются стереотипы «холодной войны» и происходит демонизация государства, что может стать препятствием для установления торговых, межкультурных и дипломатических связей на международной арене [2].

Что касается технологий и направлений формирования конструктивного образа Российской Федерации в Восточной Европе, то следует рассмотреть основные страны региона: Сербию, Хорватию и Черногорию, которые вместе с другими входили в Югославию, но имели столь большие национальные разногласия, что к началу XXI в., после ряда кровопролитных конфликтов, государство прекратило свое существование.

В современном мире СМИ — основное средство получения актуальной информации о происходящих событиях, так как политическая активность переместилась в виртуальное поле, где одним из основных приоритетов государства является формирование собственного положительного международного образа.

Вопрос имиджа Российской Федерации в иностранных средствах массовой информации обрел особую актуальность с началом специальной военной операции. Репрезентация России в балканских странах через такой инструмент, как массмедиа, позволяет рассуждать о том, какое отношение к ней формируется в общественном сознании рассматриваемых стран.

Как указывает А. В. Марущак [3] при исследовании образа России в американских массмедиа, «медиаобраз — это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ». Такое определение содержит важное указание на то, что медийный образ формируется в первую очередь посредством деятельности средств массовой информации.

АНАЛИЗ СМИ ПОСТЮГОСЛАВСКИХ ГОСУДАРСТВ

Анализ медийного образа Российской Федерации в странах бывшей Югославии следует начать с Сербской Республики. В настоящее время сербская медиасистема значительно отличается от общеевропейской. Без сомнений, сербское государство находится в довольно трудном положении, осложненном европейской повесткой, внутренне- и внешнегосударственными идеологическими спорами, а также украинским кризисом. Сложно утверждать, есть ли у Сербии общие национальные интересы, но существуют основные направления и константы, по которым в стране достигнут консенсус. Во-первых, это мнение по поводу Косово, во-вторых — противодействие вступлению в НАТО и, конечно, — позиция касательно отношений и сотрудничества с Российской Федерацией.

Традиционно страны и регионы с преимущественно православным населением поддерживают политический курс России. Именно к таким государствам относится и Сербская Республика. Несмотря на огромное влияние прозападной пропаганды в сербских СМИ, людей, выступающих за поддержание добрососедских отношений с РФ гораздо больше, чем тех, кто одобряет вступление в НАТО и ЕС (Сербия начиная с 2012 г. является кандидатом в члены ЕС).

Из вышесказанного следует, что образ России в Сербской Республике является той константой, которая (одна из немногих) не изменилась за долгое время. Очевидно, что отношение к РФ

подталкивает сербских политических деятелей на построение особого курса взаимодействия с ней.

Такой пророссийский настрой имеет две основные причины — это, безусловно, историческая и, как бы парадоксально это ни звучало, — западная пропаганда. Исследуя сербские источники, можно заключить, что слушатели и читатели не воспринимают антироссийскую политическую повестку и негативный образ России. Люди будут либо игнорировать такой контент, либо решат, что это положительные новости и «именно так и должно быть» [4]. Прозападным СМИ пришлось изменить тактику и стратегию вещания для Сербской Республики, и они вынуждены выступать с пророссийскими материалами или, по крайней мере, с теми, которые сербское население будет рассматривать как пророссийские.

Действительно, если проанализировать, как сербские СМИ освещают сирийский кризис и обстановку на Украине, можно заметить, что это самые объективные и сбалансированные тексты, которые можно найти в зарубежной прессе. Отчасти это связано с тем, что сербские граждане следят за данными событиями, достаточно хорошо осведомлены о них и не воспринимают одностороннюю пропаганду, а прозападные СМИ, чтобы высказать позицию против России (как это принято в Болгарии, Чехии, Словакии или Франции), должны завоевать доверие аудитории.

Если говорить о популярности СМИ, то сербы больше всего читают такие газеты, как Blic (14,5%), Vecernje Novosti (9,0%), Kurir (7,3%), Press (6,6%), Alo! (5,1%), 24 Sata (4,2%), Politika (2,5%). Среди газет, выходящих раз в неделю и раз в месяц, лидируют NIN (0,8%), Vreme (0,4%), Arena 92 (0,3%)¹. Сербские СМИ очень политизированы, потому что основными рекламодателями, как правило, выступают политические партии. Основные темы в прессе распределяются в следующем соотношении: политика и управление — 49%, экономика — 16%, социальная сфера — 17%, науки и здоровье — 6%, преступность и насилие — 8%, звезды, искусство, СМИ и спорт — 4% (см. рисунок).

Следует подчеркнуть, что на данном этапе СВО и в условиях международной обстановки в целом сербские медиа стали относиться к событиям на Украине более нейтрально, отражая в основном мнение своего президента Александра Вучича, который сказал, что «Сербия

¹ URL: <http://www.apr.gov.rs/>

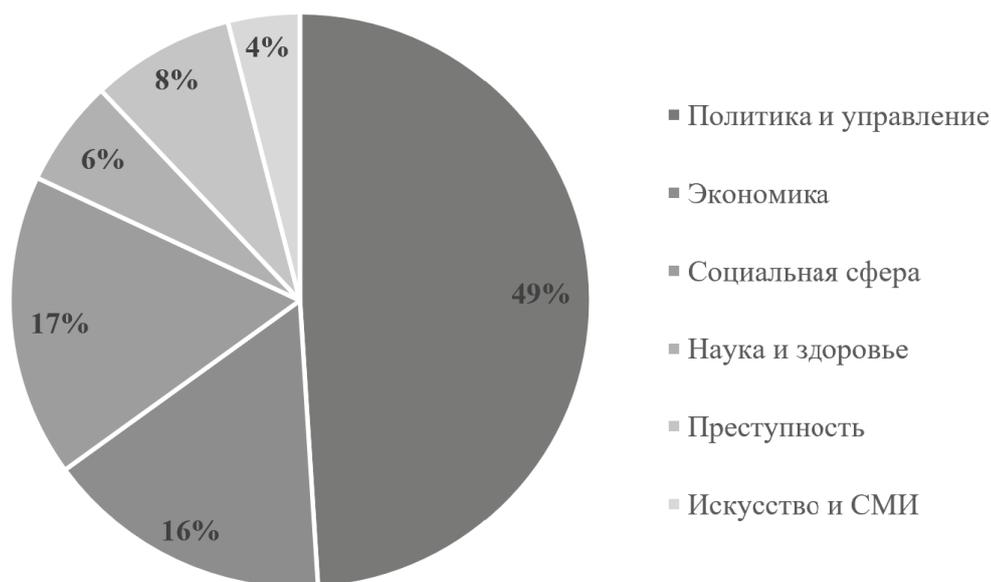


Рис./ Fig. Направленность проанализированных материалов / Focus of the analyzed materials

Источник / Source: Quarterly Mediameter. Analysis of the print media in Serbia – Belgrade: Public Policy Institute. URL: https://www.medijametar.rs/index_eng.html

присоединится ко всем решениям Генассамблеи ООН о нарушении территориальной целостности Украины в конфликте с Россией, но отвергнет все те, которые касаются санкций против России»².

Но Сербская Республика — скорее исключение, в других постюгославских государствах наблюдается совсем другая картина. Например, хорватские СМИ преимущественно негативно освещают образ России и отрицательно оценивают ее действия на Украине. Это связано с тем, что медийное поле Хорватии находится под сильным влиянием политики Европейского союза и Североатлантического альянса.

Несмотря на подписание в 1998 г. Декларации о дружественных отношениях и сотрудничестве между Москвой и Загребом, полноценной кооперации между двумя странами не получилось. Во-первых, это обусловлено традиционным противостоянием Сербии и Хорватии за лидирующие позиции на Балканах, — в Хорватии вся политическая элита рассматривает Россию в качестве союзника Сербии, что автоматически делает ее нежеланным партнером. Во-вторых, хорватская политическая элита выросла на западноевропейских ценностях и придерживается либерально-

демократических взглядов, что подразумевает тесное сотрудничество с Европейским союзом и НАТО.

Известно, что Россия в 1990-е гг. активно поддерживала Сербию, и это привело к охлаждению отношений между Хорватией и Россией и еще большей ориентированности первой на Запад в лице США и таких европейских стран, как Германия и Австрия. Тем не менее красной линией в хорватских СМИ проходит мысль о том, что «Россия не позиционирует себя врагом Запада, не изолирует себя от него, не имеет враждебных намерений по отношению к нему и надеется, что Запад в будущем осознает бесполезность их политического конфликта и сплотится вокруг принципа суверенного равенства и уважения общих интересов. Именно в этом контексте Российская Федерация заявляет, что готова к диалогу и сотрудничеству» [5].

В целом, медийное поле Хорватии находится под большим влиянием политики Совета Европы и Европейского союза. Но транзитный период, который продолжается после отхода от коммунистической модели развития, несет в себе некоторые проблемы в виде столкновения интересов между государством и корпорациями, отсутствия власти у журналистских профсоюзов, политического давления различных властных групп на СМИ [6].

² URL: <https://www.pobieda.me/clanak/vucic-srbija-ce-se-primoziti-odlukama-un-o-krsenju-teritorijalnog-integriteta-ukraïne-ali-ne-i-sankciama-rusiji>

Примечательно, что практически нет статей, которые освещали бы ситуацию в экономической и энергетической сферах России, а также различные гуманитарные и культурные проекты, которые она проводит в Сербии, Черногории и Хорватии.

В. В. Путин отмечал, что образ России за рубежом «часто искажен и не отражает ни реальную ситуацию в нашей стране, ни ее вклад в мировую цивилизацию, науку, культуру, да и позиция нашей страны в международных делах сейчас освещается как-то однобоко... А виноваты мы с вами в том, что мы плохо объясняем свою позицию»³.

Представления о российском государстве в Черногории очень похожи на хорватские. Несмотря на высокий запрос нормализации отношений двух стран со стороны черногорского общества и возвращения их к традиционно дружественным и близким, руководство Черногории поддерживает антироссийские санкции. 76% черногорцев не одобряют практику запрета российских СМИ в стране, а более 66% — антироссийские санкции. В объективность черногорских СМИ верят лишь 23% граждан [4].

Сейчас появляется все больше статей, посвященных военно-техническому комплексу, демонстрации нового вооружения, где фигурирует Россия; множество публикаций затрагивают тему гражданской войны на Украине и ход боевых действий в этом регионе.

Из-за обещаний, данных Черногории, об ее вступлении в Европейский союз, она была вынуждена поддерживать все антироссийские инициативы и создавать в национальных СМИ демонизирующий образ Москвы. Но балканским странам фактически предлагается не полноправное членство, а всего лишь участие в «Европейском политическом сообществе», которое носит идеологизированный и конфронтационный характер, требующий выполнения всех антироссийских инициатив без получения взамен экономических дивидендов. При этом Черногория в своей одержимости евроинтеграцией уже почти 10 лет терпит убытки от присоединения к антироссийским санкциям — только потери туристической индустрии в 2022 г. составили 46 млн евро⁴.

³ URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/15902>.

⁴ URL: https://www.researchgate.net/profile/Natasa-Stanojevic/publication/369440339_Russia_and_Western_Balkans_realized_and_missed_opportunities_in_trade/links/641b585a315dfb4cce9fe034/Russia-and-Western-Balkans-Realized-and-Missed-Opportunities-in-Trade.pdf

Частоту европейских публикаций, где в том или ином ключе освещена Российская Федерация, можно объяснить несколькими политическими факторами. Во-первых, именно в рассматриваемый период Кремль стал играть более активную роль на международной арене. Все это так или иначе связано с развернувшимися и продолжающимися конфликтами в Сирии, на Украине, с ухудшением отношений со странами Европейского союза и США.

Во-вторых, согласно мнению многих экспертов, поворотной точкой в отношениях России и западных стран стал 2014 г., когда произошли события в Крыму. Можно предположить, что эмоции, негодования и раздражительные суждения не явились основной темой сербских и хорватских изданий, поскольку в самом балканском регионе остро стоит проблема Косова, чей политический сценарий похож на крымский. Следовательно, фокус постюгославских СМИ сместился на международные отношения и международную безопасность, ставшие особо напряженными с 2016 г. Надо заметить, что ни одна из постюгославских стран, в отличие от России, не вовлечена в глобальную политическую повестку, максимальный политический охват для них — это региональный и европейский уровни [7].

В-третьих, исходя из новой «Концепции внешней политики РФ» 2023 г., следует отметить усиление внимания к проблеме восприятия России за рубежом⁵. Данный фактор послужил толчком для эффективной реализации политики «мягкой силы» в направлении формирования образа государства на внешнеполитической арене. Именно ради этих целей были созданы «Фонд поддержки публичной дипломатии имени А. М. Горчакова» и «Российский совет по международным делам (РСМД)». Главной функцией указанных структур является всестороннее содействие развитию публичной дипломатии, а также укреплению контактов между представителями СМИ, дипломатами, политическими деятелями международного уровня [8].

Очевидно, что медиаобраз России в балканских СМИ представлен упрощенно и однобоко. Несмотря на то что Россия стремится присутствовать на Балканах в различных ипостасях, восточноевропейские медиаиздания в большинстве случаев освещают международные

⁵ URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/>

события, где Россия присутствует, но не является главным актором.

Удачный выбор внешнеполитического курса — важный, но не единственный определяющий фактор успеха страны на мировой арене. Вместе с ним возросла значимость создания благоприятного имиджа России в целом и ее представителей в частности. Ведущие мировые страны уже давно научились грамотно использовать PR в качестве эффективного инструмента формирования положительного образа страны, который впоследствии помогал им осуществлять те или иные действия [9].

ВЫВОДЫ

Резюмируя основные результаты исследования, перечислим базовые технологии по формированию конструктивного образа РФ в массмедиа стран бывшей Югославии:

1. Сербские медиаплатформы зачастую создают положительный образ Москвы в интересах двух государств, которые представляют единую славянскую нацию. Иногда они прибегают к формированию отрицательного образа, а нейтральное мнение в сербских СМИ звучит крайне редко. Среди технологий следует выделить детализацию имиджа, позиционирование и визуализацию медиа-контента.

2. Что касается медийного поля Хорватии, которое в основном находится под западным и общеевропейским влиянием, здесь используются такие технологии, как мифологизация, метафоризация, демонизация и эмоционализация. Именно эта стратегия способствует еще большему охлаждению двусторонних отношений между Москвой и Загребом и ориентированности последнего на Запад.

3. Методы Черногории мало отличаются от хорватских, также применяются такие технологии, как замена целей, метафоризация, мифологизация. Для укрепления негативного имиджа Россия и поддерживающие ее государства противопоставляются свободе, плюрализму, разделению властей.

Таким образом, в ходе исследования выявлены особенности формирования и продвижения имиджа Российской Федерации в конвергентных медиа балканских государств — Хорватии, Сербии и Черногории, демонстрирующих положительное (Сербия) и нейтрально-отрицательное (Хорватия, Черногория) отношение к событиям в России и ее внешнеполитическому курсу. Имидж Российской Федерации на Балканах подвержен влиянию широкого спектра стратегий, все еще базирующихся в целом на стереотипизации государства, составивших современную основу материалов пост-югославских медиаплатформ.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ходанович С. Образ России в зеркале западных СМИ. URL: <https://inosmi.ru/20070503/234331.html>
2. Nedeljkovic M. Balkanmedia. Media and Democracy in South East Europe. URL: <http://www.kas.de/wf/en/71.13628/>
3. Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве. *Журналистский ежегодник*. 2012;(1): 93–96.
4. Шундич М. Образ России в хорватских, черногорских и сербских СМИ в период с 24 февраля по 24 августа 2022 года. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. 2022;(3):128–142.
5. Гучкова Д. Образ России и русской культуры в славянском сообществе конца XIX — начала XX века. *Slavica slovasa*. 2013;(48–2):192–203.
6. Атлагич С. Политическая коммуникация: к проблеме имиджа Росси и его роли в процессе реализации ее интересов за рубежом (на примере Сербии). *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология*. 2014;30(8):161–166.
7. Пономарева Е.Г., Рудова Г.А. НАТО — Югославия: перспективы расширения Альянса на Балканах. *Вестник Дипломатической академии МИД России*. Россия и мир. 2020;(1):108–125.
8. Пивоваренко А.А. Современная Россия на Балканах: «мягкая сила» через инвестиции. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/sovremennaya-rossiya-na-balkanakh-myagkaya-sila-cherez-inves/>
9. Репина Л.П. Историческая имагология и проблемы межкультурного диалога. В сборнике: «Свой» / «Чужой» в кросс-культурных коммуникациях Запада и России. СПб.: Алетейя; 2021.

REFERENCES

1. Khodanovich S. The image of Russia in the mirror of Western media. URL: <https://inosmi.ru/20070503/234331.html> (In Russ.).
2. Nedeljkovic M. Balkanmedia. Media and Democracy in South East Europe. URL: <http://www.kas.de/wf/en/71.13628/>
3. Marushchak A.V. Political and social image of Russia in the American media space. *Zhurnalistskij ezhegodnik = Journalistic yearbook*. 2012;(1):93–96. (In Russ.).
4. Shundich M. The image of Russia in Croatian, Montenegrin and Serbian media in the period from February 24 to August 24, 2022. *Izvestiya TulGU. Gumanitarnye nauki = News of Tula State University. Humanitarian sciences*. 2022;(3):128–142. (In Russ.).
5. Hučková D. Russian culture in the Slavic community of the late XIX — early XX century. *Slavica slovaca*. 2013;(48–2):192–203 (in Croatian).
6. Atlagic S. Political communication: to the problem of the image of Russia and its role in the process of realization of its interests abroad (on the example of Serbia). *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istorija. Politologiya = Scientific Vedomosti of Belgorod State University. Series: History. Political science*. 2014;30(8):161–166. (In Russ.).
7. Ponomareva E. G., Rudova G. A. NATO-Yugoslavia: Prospects for Alliance Expansion in the Balkans. *Vestnik Diplomaticheskoy akademii MID Rossii. Rossiya i mir = Bulletin of the Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia. Russia and the World*. 2020;(1):108–125. (In Russ.).
8. Pivovarenko A. A. Modern Russia in the Balkans: “soft power” through investment. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/sovremennaya-rossiya-na-balkanakh-myagkaya-sila-cherez-inves/> (In Russ.).
9. Repina L. P. Historical imagology and problems of intercultural dialogue. In the collection: “Own” / “Alien” in cross-cultural communications of the West and Russia. St. Petersburg: Aletheia; 2021. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Марияна Шундич — аспирант кафедры политологии, Финансовый университет, Москва, Россия
Mariyana Shundich — PhD student, Department of Political Science, Financial University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0009-0008-9880-1936>
 marijana.sundic9@gmail.com

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 20.07.2023; принята к публикации 30.08.2023.
Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.
The article was received on 20.07.2023; accepted for publication on 30.08.2023.
The author read and approved the final version of the manuscript.