

УДК 316.442

ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — доктор социологических наук, профессор кафедры политологии Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; aydombrovskaya@fa.ru)

ШУНДИЧ Марияна — аспирант кафедры политологии Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; marijana.sundic9@gmail.com)

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА РОССИИ В МЕДИАСРЕДЕ СТРАН БЫВШЕЙ ЮГОСЛАВИИ

Аннотация. В статье представлены результаты осмысления и интерпретации данных эмпирического анализа информационных потоков о России в медиа стран бывшей Югославии в период с 2014 по 2023 г. Проанализирована база данных кросс-национального опроса граждан Сербии, Черногории и Хорватии об их восприятии России и российской внешней политики, а также проведен ивент-анализ истории социокультурного взаимодействия российского государства и стран бывшей Югославии. Итогом обобщения всех полученных данных стала система условий (предпосылок) формирования позитивного имиджа России в национальных сегментах медиа Сербии, Черногории и Хорватии.

Ключевые слова: социальные медиа, цифровые коммуникации, информационное влияние, предпосылки формирования имиджа государства, медийный имидж России, страны бывшей Югославии

Проблемам формирования позитивного и негативного имиджа России уделяется пристальное внимание в современных социогуманитарных исследованиях, в первую очередь в политической науке. Это продиктовано рядом обстоятельств — все усиливающимся информационным противостоянием России и стран коллективного Запада, необходимостью противоборства с когнитивными технологиями западных информационных акторов, нацеленными на создание деструктивного и стереотипного имиджа РФ в сознании национальных аудиторий стран, прежде всего имеющих общие исторические корни и культурные особенности. Среди таких стран, социокультурная среда которых некогда тесно пересекалась с советской ценностной системой и которые разделяют общее прошлое с Россией как составные части общего советского пространства, особое значение имеют государства бывшей Югославии (далее — СБЮ).

Значимость противодействия такой системе информационных операций Запада в отношении имиджа России определяется важностью сохранения/восстановления/формирования конструктивного и адекватного имиджа РФ в сознании граждан СБЮ, что служит весомой предпосылкой поддержания союзнических отношений России с Сербией и построения стратегического партнерского взаимодействия с остальными странами бывшей Югославии. Это может обеспечить России выход на национальные аудитории, являющиеся частью Европы, что означает достижение российского информационного присутствия и влияния в общем для западных стран медиaprостранстве. Исходя из изложенного выше, значимой научно-практической задачей служит выявление условий (предпосылок) формирования позитивного имиджа России в национальных сегментах медиа Сербии, Черногории и Хорватии.

Исследование основано на методиках анализа цифровых следов социальных и политических процессов, показанных в трудах отечественных исследователей [Ахременко, Петров, Жеглов 2021; Азаров и др. 2013; Бродовская и др. 2023; Домбровская, Огнев 2023; Домбровская и др. 2022; Вилкова, Сулагаева 2023].

Выявление предпосылок формирования позитивного имиджа России в медиа стран бывшей Югославии и в сознании граждан этих государств базировалось на прикладном анализе, эмпирический дизайн которого составили следующие методы сбора информации:

– дискурс-анализ материалов, отражающих имидж России. 30 крупнейших медиа, включая три ведущих государственных медиа Сербии, Черногории и Хорватии – *Radio and TV Serbia, Radio and TV Montenegro, Radio and TV Croatia*: 1 000 публикаций с марта 2014 по декабрь 2023 г., отобранных с учетом релевантности и дискурсивности публикаций (выборка целевая, критерии отбора: соответствие теме исследования и содержательность материала);

– автоматизированный анализ контента о России медиапространства стран бывшей Югославии (глубина анализа: период с 2014 по 2023 г.), всего 10 000 000 документов (парсеры: *GoogleTrends*, сервисы интернет-изданий – эмпирических объектов анализа);

– кросс-национальный опрос в формате онлайн-анкетирования граждан «Образ России и российской внешней политики в сознании аудитории медиа стран бывшей Югославии», проведенный М. Шундич среди 1 067 жителей стран бывшей Югославии (644 гражданина Сербии, 363 гражданина Хорватии и 60 граждан Черногории) с апреля по июнь 2023 г. (выборочная совокупность репрезентирована по численности населения Сербии, Хорватии и Черногории, а также по полу и возрасту граждан СБЮ), ошибка выборки составила 3%.

По результатам интерпретации баз данных указанных методов сбора информации следует сформулировать следующие условия (понимаемые как предпосылки) формирования общественного мнения в Сербии, Черногории и Хорватии по отношению к России.

Первая внешнеполитическая предпосылка включает следующие события и обстоятельства последних десятилетий, репрезентированные в медийных дискурсах о России стран бывшей Югославии: тектонические изменения в социально-политической ситуации в странах Восточной и Юго-Восточной Европы, вызванные распадом СССР и происшедшего вслед за этим отказа от коммунистической идеологии, усугубление кризисных явлений в Социалистической Федеративной Республике Югославии (СФРЮ), отказ России от советского прошлого на международной арене в 1990-х гг., противоречивость межгосударственных отношений этих лет, косовский кризис и последовавшие бомбардировки НАТО в 1999 г., поддержка Москвой Белграда по косовскому вопросу, переориентация Сербии с политических на экономические приоритеты в отношениях с Москвой, возобновление в 2013 г. активного политического диалога РФ и Сербии (в рамках подписания Декларации о стратегическом партнерстве); воссоединение Крыма и Севастополя с Россией в 2014 г. и отказ сербской власти от поддержки санкций против России при параллельной поддержке Сербией территориального суверенитета Украины.

Все эти контексты, формирующие информационное присутствие РФ в медиа стран бывшей Югославии, были нацелены на создание образа России как самостоятельного игрока на Балканах, не зависимо от фарватера аме-

риканской внешней политики. Вместе с тем сопоставление результатов контент-анализа медиапоток о России в странах бывшей Югославии с результатами опроса граждан этих государств показало, что существует несогласование между их установками в отношении РФ и медиаимиджем РФ. Во многом это очевидным образом связано с отсутствием осмысленного выстраивания образа российского государства в национальных медиасегментах Сербии, Черногории и Хорватии, разрозненностью и бессистемностью информационных потоков о России и российской внешней политике, особенно в условиях внешнего западноевропейского давления на балканские национальные медиааудитории. Чрезвычайно значимой задачей представляется формирование альтернативного информационного пространства для граждан СБЮ, способного противостоять деструктивным и стереотипным медийным потокам о российской внешней политике, системно циркулирующим в национальных сегментах Сети этих государств, материалам манипуляционного характера.

Вторая предпосылка формирования имиджа России в медиа стран бывшей Югославии — историческая память граждан Сербии, Черногории и Хорватии. Согласно кросс-национальному опросу граждан стран бывшей Югославии, наиболее позитивными характеристиками отличается историческая память сербов в отношении России. Эти выводы из авторского опроса подтверждаются данными опросов общественного мнения в Сербии, согласно которым сербы из народов «большой восьмерки» лучше всего относятся именно к русским. По шкале от –5 до +5 только русские имеют в сербском представлении значительный плюс [Никифоров 2011]. Объяснить эти факты логично опытом совместной борьбы двух славянских народов в двух мировых войнах и глубоким символическим значением культурных и ценностных связей этих обществ. У черногорского народа также есть положительные исторические интенции в отношении России, связанные с поддержкой, которую оказала Россия Черногории во времена династии Петровичей-Негошей. В Хорватии позитивными признаками общей исторической памяти с россиянами служат памятники деятелям российской культуры.

Сравнение этих данных с итогами проведенного массового кросс-национального опроса показывает, что фактор исторической памяти в системе предпосылок формирования позитивного имиджа России наиболее продуктивен в случае с гражданами стран бывшей Югославии пожилого возраста, разделяющими общее историческое и социокультурное пространство с СССР и его правопреемницей РФ. В отношении молодого поколения данная предпосылка менее действенна, поскольку у балканской молодежи на данный момент наблюдается большая ориентированность на западные ценности, западный образ жизни и несформированность исторической памяти, связанной с общностью российской истории и прошлого стран бывшей Югославии.

Третья предпосылка формирования имиджа РФ в медиа Сербии, Черногории и Хорватии — деятельность западных СМИ. Анализ содержания информационных потоков западных СМИ, таргетированных на медиааудиторию СБЮ, показывает, что они нацелены на формирование паттерна «чуждости» российской культуры в восприятии балканских народов. Информационная политика Запада в отношении Балкан связана с внедрением западных стандартов современных медиа в странах региона, на создание новых национальных источников информации под контролем западных структур. Эти новые балканские СМИ должны были противодействовать российскому информа-

ционному присутствию. В этой связи одной из ключевых мер по созданию позитивного имиджа России на Балканах служит системная и целенаправленная работа российских цифровых акторов по продуктивному противостоянию манипуляциям и когнитивным технологиям, используемым западными информационными агентами против России с целью представить РФ с позиций, выгодных для западных политических элит, и, соответственно, сконструировать в сознании граждан СБЮ деструктивный и неадекватный имидж России.

Четвертая предпосылка формирования имиджа РФ в медиа стран бывшей Югославии — использование русского языка и его изучение в Сербии, Черногории и Хорватии. Согласно данным 2018 г., русский язык является самым распространенным языком в Европе. Об этом свидетельствуют данные рейтинга, составленного популярным приложением для изучения языков *Babbel*, опубликованные Советом Европы на своей странице в *Facebook*. Русский язык считают родным 120 млн чел., проживающих в Европейской части Евразии. Русский язык является официальным языком России и Белоруссии, на нем говорят еще во многих странах Восточной Европы. Несмотря на эти данные, надо отметить, что в целом в Восточной Европе и на Балканах общий интерес к изучению русского языка находится на достаточно низком уровне. Вызвано это в т.ч. глубокими экономическими и социальными трансформациями 90-х гг. XX в. В результате распада СССР традиции изучения русского языка были прерваны, в начальных и средних школах Сербии, Черногории и Хорватии он практически не изучался. Отсюда корень современных проблем с нехваткой учителей русского языка для возобновления более широкой практики изучения языка в школах.

В настоящее время перед Россией стоит острый вопрос сохранения традиций обучения русскому языку. Эту проблему осознает руководство страны. Однако ее разрешение требует самого серьезного внимания и использования всех возможных ресурсов, например, следует оказывать всестороннюю поддержку частным инициативам на местах, что может стать важным элементом гражданской дипломатии, позволяющей России демонстрировать себя в качестве современной страны, имеющей глубокие культурные корни и опирающейся на традиционные связи с балканскими народами, и показывать свои новые достижения в культурной сфере. Это представляется особенно важным, когда поколение людей, имевших возможность изучать русский язык в школе еще в социалистической Югославии, уходит.

Пятая предпосылка формирования имиджа РФ в медиа стран бывшей Югославии — российская диаспора этих государств. Репутационный потенциал диаспорных сетей представляет собой еще одну ключевую возможность для укрепления имиджа страны. В истории есть примеры активного и эффективного взаимодействия между государством и диаспорой. Основная роль по работе с диаспорами возложена на Министерство иностранных дел РФ. В то же время в 2008 г. было специально создано Россотрудничество, чьей миссией стало развитие международного гуманитарного сотрудничества и оказание помощи соотечественникам, проживающим за рубежом. Главная цель организации — создание положительного имиджа страны на основе представлений о ее прошлом и векторе развития в будущем. Необходимо сказать, что в силу последних обстоятельств, связанных с развитием украинского кризиса, так называемые русские дома были вынуждены приостановить свою работу в Словении, Хорватии и других странах ЕС. Но без постоянного эффекта присутствия крайне сложно выстроить должную и кропотливую работу по со-

зданию достойного имиджа России, особенно в период информационной и когнитивной войны Запада с Россией.

Таким образом, содержательные аспекты совершенствования технологий формирования позитивного имиджа России в медиасреде стран бывшей Югославии должны учитывать следующие условия:

– исторические предпосылки формирования имиджа России в медиа стран бывшей Югославии;

– информированность граждан СБЮ об основных принципах внешней политики России;

– необходимость обеспечения солидной представленности альтернативной официальной позиции органов власти СБЮ по отношению к России;

– значимость информационного противодействия безраздельному доминированию смыслов и значений, генерируемых НПО Запада антироссийской направленности, работающих на территории СБЮ.

Среди технологических аспектов конструирования положительного имиджа РФ в медиа Сербии, Черногории и Хорватии можно выделить:

– развитие альтернативных СМИ, в т.ч. новых медиа, транслирующих позицию России по текущей мировой повестке и вовлекающих в онлайн-сети граждан СБЮ;

– сотрудничество с лидерами общественного мнения в онлайн-среде, готовыми участвовать в распространении адекватного и конструктивного образа России в сербском, черногорском и хорватском национальных сегментах медиaprостранства;

– активизация российского информационного присутствия в национальных секторах СБЮ за счет интенсификации и обеспечения равномерности информационных потоков, репрезентирующих официальную позицию России для сербов, черногорцев и хорватов;

– развитие системной работы с представителями российской диаспоры в СБЮ как потенциальными информационными агентами официальной позиции России по текущей ситуации в мире.

Список литературы

Азаров А.А., Бродовская Е.В., Бубнов А.Ю., Глазков А.А., Гибадулин Р.Я., Дмитриева О.В., Долгоруков А.М., Жданов Р.И., Мусина В.Ф., Нечаев В.Д., Огнев А.С., Сироткин А.В., Суворова А.В., Титов В.В., Тулупьев А.Л., Тулупьева Т.В., Фильченков А.А., Юсупов Р.М. 2013. Predictor Mining: применение методов интеллектуального анализа данных в задачах социального компьютеринга. – *Труды СПИРАН*. № 3. С. 136-161.

Ахременко А.С., Петров А.П.Ч., Жеглов С.А. 2021. Как информационно-коммуникационные технологии меняют тренды в моделировании политических процессов: к агентному подходу. – *Политическая наука*. № 1. С. 12-45.

Бродовская Е.В., Парма Р.В., Лукушин В.А., Скларова Н.Ю. 2023. Деструктивное информационно-психологическое воздействие на молодежь России в социальных медиа (по материалам круглого стола). – *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 13. № 2. С. 12-18.

Вилкова А.А., Сулагаева К.Г. 2023. Политико-психологические вызовы информационной войны против российского государства в условиях специальной военной операции. – *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 13. № 1. С. 128-134.

Домбровская А.Ю., Огнев А.С. 2023. Измерение образа будущего Российской Федерации в сознании российской молодежи: когнитивистика и киберметрия

в прикладном политическом исследовании. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 13. № 3. С. 128-134.

Домбровская А.Ю., Огнев А.С., Давыдова М.А., Кашенко Т.Л. 2022. Технологии и приемы ценностного воздействия на российских пользователей в региональных сетях социального недовольства. — *Власть*. Т. 30. № 4. С. 37-42.

Никифоров К.В. 2011. Отношение к русским в Сербии в XX в. — *Образ России на Балканах. Мифологемы, идеологемы, религиозные, исторические и культурные связи*. М.: Институт славяноведения РАН. С. 70-82.

DOMBROVSKAYA Anna Yurievna, Dr.Sci. (Soc.), Professor of the Chair of Political Science, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; an-doc@yandex.ru)

SHUNDICH Mariyana, postgraduate student at the Chair of Political Science, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; marijana.sundic9@gmail.com)

CONDITIONS FOR FORMING A POSITIVE IMAGE OF RUSSIA IN THE MEDIA ENVIRONMENT OF THE COUNTRIES OF THE FORMER YUGOSLAVIA

Abstract. *The article presents the results of comprehension and interpretation of the data of an empirical analysis of information flows about Russia in the media of the countries of the former Yugoslavia in the period from 2014 to 2023, of the database of a cross-national survey of citizens of Serbia, Montenegro and Croatia about their perception of Russia and Russian foreign policy, and also event analysis of the history of sociocultural interaction between the Russian state and the countries of the former Yugoslavia. The result of summarizing all the data obtained is a system of conditions (prerequisites) for the formation of a positive image of Russia in the national media segments of Serbia, Montenegro and Croatia.*

Keywords: *social media, digital communications, information influence, prerequisites for formation of state image, media image of Russia, countries of former Yugoslavia*

Статья поступила в редакцию 06.02.2024; одобрена после рецензирования 26.02.2024; принята к публикации 06.03.2024.
