



DOI: 10.22363/2313-1438-2020-22-2-222-230

Научная статья / Research article

Образ России в СМИ стран ЕАЭС: медиаметрический анализ

М.А. Савельева

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Российская Федерация, 119192, Москва, Ломоносовский проспект, 27, корп. 4
mashtaler_94@mail.ru

The Image of Russia in the Media of the EAEU Countries: the Mediametric Analysis

M.A. Savelyeva

Lomonosov Moscow State (Russia)
27-4 Lomonosovskiy Prospect, Moscow, 119192, Russian Federation
mashtaler_94@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию образа России в СМИ стран Евразийского экономического союза на основании показателей информационно-аналитической системы «Россия в мире» МИА «Россия сегодня». В центре внимания автора находятся активность и тональность информационных ресурсов в Армении, Беларуси, Казахстане и Кыргызстане, индекс их «агрессивности» по отношению к России. С помощью экспертного опроса выявлена проблематика формирования медиаобраза России и даны рекомендации по его улучшению. Анализ эмпирических данных позволил определить характер позиционирования России в материалах СМИ каждой из стран, составить статистику с учетом позитивных, нейтральных и негативных показателей. Результаты исследования позволяют говорить об уровне информационной активности изучаемых стран, о том, какие факторы влияют на динамику отношения к России в их медиаполе, а также о наличии в пропаганде некоторых государств ЕАЭС антироссийских тенденций.

Ключевые слова: евразийская интеграция, ЕАЭС, медиаметрический анализ, СМИ, пропаганда, образ России

История статьи: Поступила в редакцию 29.01.2020. Принята к публикации 14.02.2020.

Для цитирования: Савельева М.А. Образ России в СМИ стран ЕАЭС: медиаметрический анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2020. Т. 22. № 2. С. 222–230. DOI: 10.22363/2313-1438-2020-22-2-222-230

© Савельева М.А., 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Abstract. This article is dedicated to study the image of Russia in the media of Eurasian Economic Union countries based on the informational-analytical system “Russia in the world” of “Russia Today”. The author focuses on activity and tonality of information resources in Armenia, Belarus, Kazakhstan and Kyrgyzstan, moreover the index of their “aggressiveness” in relation to Russia. With the help of an expert survey, the problems of forming a media image of Russia in the EAEU countries were identified and recommendations were made for its improvement. The analysis of empirical data allowed the author to determine the nature of Russia’s positioning in the media coverage of each country, to compile statistics taking into account positive, neutral and negative indicators. Results of the study show the level of information activity in these countries, the factors influencing dynamics of attitude towards Russia in their media fields, as well as presence of anti-Russian tendencies in propaganda of some EAEU states.

Keywords: Eurasian integration, EAEU, media-metric analysis, media, propaganda, image of Russia

Article history: Submitted on 29.01.2020. Accepted on 14.02.2020.

For citation: Savelyeva M.A. The Image of Russia in the Media of the EAEU Countries: the Mediametric Analysis. *RUDN Journal of Political Science*. 2020; 22 (2): 222–230. DOI: 10.22363/2313-1438-2020-22-2-222-230

Введение

СМИ с каждым днем увеличивают свое влияние на общественное мнение, выступая не только в качестве источника информации, но и как важнейший коммуникативный фактор, влияющий на формирование образа государства [10, с. 26–44]. Большинство стран мира стремятся к созданию позитивного образа. Обладая им, государство усиливает свою конкурентоспособность и облегчает взаимодействие с иными субъектами международной системы. Как справедливо отметила К.О. Перцовская, именно восприятие страны становится основой для формирования внешнеполитических и экономических отношений с мировым сообществом [6, с. 189–203]. Поэтому для дальнейшего развития евразийской интеграции особенно актуально исследовать медиаобраз России в странах – участницах ЕАЭС.

В обновленной «Концепции внешней политики Российской Федерации» от 30 ноября 2016 года сказано о приоритете информационного сопровождения внешнеполитической деятельности страны, для которой характерно добиваться объективного восприятия России в мире¹. Проблематику исследования обуславливает активная информационная работа представителей прозападной и националистической оппозиции изучаемых стран, которые создают отрицательный образ России, как государства, стремящегося посредством ЕАЭС «колонизовать» – Армению, Беларусь, Казахстан и Кыргызстан [1, с. 123–138].

¹ Концепция внешней политики Российской Федерации от 30 ноября 2016 года. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 10.04.2019).

Целью настоящего исследования является анализ особенностей формирования образа России в медиаполе стран – участниц евразийской интеграции, а также выявление ключевых проблем в позиционировании нашего государства для разработки рекомендаций по созданию его позитивного образа.

Теоретические основания исследования составляют работы специалистов по международным отношениям, которые описывают внешнеполитический контекст формирования образа России в странах ЕАЭС [8, 7, 2]; теоретиков политического восприятия, определяющих ключевые элементы образа государства и то, какие факторы на него влияют [9]. Также важно учитывать практическую значимость политической медиаметрии, которая следит за развитием внешнеполитической и внутривнутриполитической пропаганды России [4], междисциплинарные разработки специалистов медиагеографии [11, с. 97–110], которые помогут понять, в какой степени медиатизация пространства и человеческого мышления, опосредованного медиаобразами, влияет на развитие внешнеполитических отношений на евразийском пространстве.

Материалы и методы исследования

Переходя к характеристике исследования, важно отметить, что его авторскую методику разработали и апробировали российские ученые Центра медиаметрических исследований И.А. Николайчук, М.М. Янглева, Т.С. Якова [5].

В модель данного исследования входит анализ массивов больших данных всех официальных СМИ Казахстана, Кыргызстана, Беларуси и Армении при помощи информационно-аналитической системы с блоком медиаметрии «Россия в мире» МИА «Россия сегодня». Хронологические рамки, заданные системе: с 1 января 2015 года (вступление договора о ЕАЭС в силу) по июнь 2019 года.

Также для выявления проблемного поля медиапозиционирования России и разработки рекомендации по формированию позитивного образа нашей страны в исследовательскую модель входит метод экспертных интервью.

Модель эмпирического исследования включала в себя: медиастатистику СМИ Казахстана, Кыргызстана, Беларуси и Армении, подготовленную информационно-аналитическую систему «Россия в мире» МИА «Россия сегодня»² за указанный период времени, а также 30 экспертных интервью. В экспертную группу вошли специалисты из медиасреды, исследователи интеграционных процессов на постсоветском пространстве, политологи, политпсихологи, журналисты, эксперты в области информационной безопасности, политтехнологи, специалисты из области рекламы и брендинга.

² По материалам ИАС «Россия в мире» МИА «Россия сегодня». URL: <http://gw.rian.ru/> (дата обращения: 15.02.2020).

Интерпретация полученных данных проходила с помощью медиаметрического анализа, автоматически определяющего тональность материалов СМИ, ранжируя ее на позитивную, нейтральную и негативную в процентном соотношении от общего количества публикаций по заданному маркеру. Данные экспертных интервью анализируются по корреляции мнений и высказываний опрашиваемых, схожести прогнозов и оптимальным решениям обозначенных проблем.

В рамках исследования был предложен ряд гипотез в отношении медиаобраза России, формируемого в СМИ стран ЕАЭС:

Во-первых, мы предположили наличие высокого уровня антироссийских материалов в Армении, что связано с фактической сменой ее политического курса после бархатной революции 2018 года, в результате чего к власти пришла новая национальная элита, ориентированная на более глубокую интеграцию с Западом.

Во-вторых, можно ожидать негативизацию образа России в повестке всех изучаемых стран из-за отсутствия внятной стратегии информационной политики России на евразийском пространстве и целенаправленного формирования ее отрицательного образа в мире прозападными СМИ.

В-третьих, в материалах о нашей стране можно ожидать преобладания политизации и персонификации ее образа в лице Президента Путина.

В-четвертых, во всех странах можно предположить спад интереса в отношении евразийской интеграции, что может отразиться в преобладающем числе негативных сюжетов на эту тему.

Результаты исследования

Анализ результатов исследования выявил, что позитивных материалов, посвященных России или отношениям с Россией, крайне мало, в основном в повестке СМИ стран ЕАЭС доминируют нейтральные и отрицательные публикации (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Отношения с Россией / Relations with Russia

(количество публикаций в их процентном соотношении / number of publications in percent)

Тональность / Mood	Армения / Armenia	Беларусь / Belarus	Казахстан / Kazakhstan	Киргизия / Kyrgyzstan
Позитивная / Positive	7%	21%	7%	37%
Нейтральная / Neutral	30%	39%	49%	48%
Негативная / Negative	63%	40%	44%	15%

Источник / Source: составлено автором

Важно отметить, как уровень развития журналистики влияет на тональность материалов в каждой из стран. Безусловным лидером по объему ин-

формационной производительности является Армения. Здесь представлено широкое разнообразие источников, но большинство из них по отношению к России настроены враждебно.

Самое дружелюбное информационное поле у Киргизии, характер публикаций в основном нейтрально-позитивный, но активность СМИ там значительно ниже, чем в остальных странах. За 3 года эмоционально окрашенных материалов о России всего 66.

Уровень развития внутренней медиасферы государства можно выделить в качестве фактора влияния на общественное мнение: чем больше информационных источников, причем как официальных, так и «теневых» интернет-ресурсов, тем разнообразнее и противоречивее формируемые ими образы и нарративы, что, естественно, сказывается на восприятии людей.

Центральное место в пропаганде наших союзников занимает образ лидера – Владимира Путина (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Образ Путина / Image of Putin*(количество публикаций в их процентном соотношении / number of publications in percent)*

Тональность / Mood	Армения / Armenia	Беларусь / Belarus	Казахстан / Kazakhstan	Киргизия / Kyrgyzstan
Позитивная / Positive	5%	13%	10%	18%
Нейтральная / Neutral	41%	62%	84%	80%
Негативная / Negative	54%	25%	6%	2%

Источник / Source: составлено автором

Отношение к нему, созданное в СМИ, во многом отождествляется с образом современной России. Такая персонификация происходит под углом зрения властей стран – участниц Евразийской интеграции, т.е. восприятие нашей страны моделируется с помощью информационной подачи медиаобраза ее главы, которая, в свою очередь, подконтрольна элитам стран ЕАЭС и зависит от их личного к нему отношения. По количеству упоминаний маркера «Путин» лидирует Армения, однако у нее же самый высокий процент негативных публикаций – 54%.

Исходя из анализа сюжетов, связанных с упоминанием ЕАЭС, можно сделать вывод, что среднеазиатские страны видят в союзе больше перспектив и относятся к нему позитивнее, чем Беларусь и Армения (табл. 3). Самый высокий процент позитивных публикаций на эту тему у Кыргызстана (22%).

За указанный период (январь 2015 – ноябрь 2018-го) в армянских СМИ можно было наблюдать динамику от положительного интереса в отношении перспектив союзной ассоциации с Россией до стремительного роста агрессии и разочарования после конкретных прецедентов с продажей оружия Азербайджану и очередным этапом Карабахского конфликта (2016–2017 гг.). Об этом свидетельствуют примеры некоторых заголовков: «Путин нас забыл»,

«Путин объявит третью карабахскую войну?», «Армения должна сказать НЕТ России», «Россия продолжит поставлять оружие Азербайджану» и т.д.

Таблица 3 / Table 3

Отношение к ЕАЭС / Attitude towards the EAEU

(количество публикаций в их процентном соотношении / number of publications in percent)

Тональность / Mood	Армения / Armenia	Беларусь / Belarus	Казахстан / Kazakhstan	Киргизия / Kyrgyzstan
Позитивная / Positive	10%	14%	11%	22%
Нейтральная / Neutral	25%	27%	71%	67%
Негативная / Negative	65%	59%	18%	11%

Источник / Source: составлено автором

Об Армении, где в исследовании зафиксирован самый большой процент агрессивно-критических публикаций, посвященных России, нужно сказать отдельно, – негативные настроения, моделируемые в СМИ, уже получили свое отражение в политическом пространстве. Хотя официально протесты 2018 года не носили антироссийский характер, но многие эксперты отмечают, что де-факто нынешняя политическая стратегия Армении отличается от предыдущей, склонной к более тесному сотрудничеству с Россией, что делает затруднительным дальнейшее развитие интеграционных отношений [3, с. 567–573]. Таким образом, гипотеза о том, что именно в Армении сложится самый негативный образ России, подтвердилась.

В целом тенденция негативизации российской повестки существует везде, кроме Кыргызстана, – на первом месте Армения, как мы сказали выше, следом Беларусь – 40% от общего числа публикаций. Больше нейтральных материалов, но все-таки отрицательный процент тоже существен у Казахстана. Здесь можно отметить, что обозначенная гипотеза подтвердилась частично, все-таки наиболее тревожными показателями обладают не все участники ЕАЭС. Также следует добавить, что пропаганда среднеазиатских стран в отношении евразийской интеграции более благосклонна, чем в Беларуси и Армении, в результате другая гипотеза о снижении интереса к ЕАЭС оправдала себя лишь наполовину.

Подтвердилась гипотеза о персонификации и политизации современного образа России, которая напрямую зависит от отношения к Владимиру Путину, так как именно ему отведено центральное место в СМИ исследуемых стран.

Подводя итоги медиаметрического анализа, важно сказать о том, что наличие антироссийских тенденций в пропаганде Армении, Беларуси и Казахстана определяет необходимость продолжить и углубить исследование данной темы, так как сегодня Россия рискует потерять свое информационное влияние среди стран-союзников.

На основании полученных данных медиаметрического анализа и экспертных интервью были описаны *ключевые проблемы* формирования позитивного медиаобраза России в странах ЕАЭС, учет и устранение которых также поможет решить задачу популяризации идей евразийской интеграции.

Среди слабых сторон были выделены: неразвитость существующих медиаресурсов в исследуемых регионах, халатное отношение к ним со стороны власти; непрофессионализм некоторых российских СМИ, их агрессивные и неосмотрительные высказывания в отношении государств – участников евразийской интеграции (особенно остро дело обстоит с Арменией, многие эксперты говорили о серии случаев на российских телеканалах, содержащих оскорбительные для страны заявления, которые значительно подрывают доверие к России³); снижение русскоязычного поля влияния.

В соответствии с анализом проблемного поля и данными, полученными в экспертных интервью, были составлены некоторые рекомендации по созданию позитивного образа России в медиаполе стран – участниц ЕАЭС.

Пути улучшения образа России в странах ЕАЭС лежат через:

1) формирование нового концептуального пути развития России в условиях евразийской интеграции; отказ от ностальгической стереотипизации «советского прошлого» в пользу продвижения новых смыслов «за мир, солидарность, социальную справедливость, против империализма – с уважением к общему прошлому, строим новое будущее»;

2) усиление межнационального культурно-исторического обмена на евразийской платформе за счет конкретных мероприятий и проектов в кинематографической, телевизионной сфере, в сфере современного искусства и творчества;

3) реализацию проектов по продвижению русского языка и культуры. Например, открытие площадок для бесплатного обучения русскому языку в онлайн и офлайн-среде;

4) увеличение программ по обмену студентов из стран ЕАЭС;

5) создание адекватного законодательства для интернет-среды в России, которое может быть поддержано национальными правительствами стран – участниц ЕАЭС с целью развития единого, открытого интернет-пространства, где будут учитываться национальные особенности и здоровая конкуренция среди операторов связи;

6) создание и развитие новых коммуникативных каналов в интернет-среде (социальные сети, мобильные приложения, мессенджеры).

Выводы

Таким образом, медиаметрический анализ СМИ определил, какой образ современной России сформирован в каждой из стран ЕАЭС. Оказалось, что

³ Армянобандеровцы // Youtube. URL: <https://youtu.be/41MXsR0NkSI> (дата обращения: 12.12.2018).

самым медиаактивным государством стала Армения, у нее количество разнообразных информационных ресурсов и материалов о России за указанный период существенно превышает остальные страны. Однако именно в Армении сложился самый негативный образ России.

Данная модель исследования образа государства позволит в перспективе проводить регулярный анализ изменчивого информационного поля, как внутри страны, так и за ее пределами, чтобы отслеживать с помощью систем с блоком медиаметрии тональность публикаций СМИ в любых регионах и фиксировать ее влияние на развитие политических отношений.

Выявленные ошибки и проблемы в реализации информационной политики России на евразийском пространстве свидетельствуют о необходимости перманентного наблюдения за динамическим процессом внешнего формирования восприятия страны и развития собственной информационной стратегии позиционирования государства.

Рекомендации экспертов по оптимизации информационной пропаганды России в странах ЕАЭС могут быть использованы такими интеграционными объединениями, как Союзное государство Беларусь, Евразийский экономический союз (ЕАЭС), Евразийская экономическая комиссия, Институт ЕврАзЭС, Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ), Содружество Независимых Государств (СНГ), а также СМИ и интернет-ресурсы евразийской интеграции в целях повышения качества работы данных структур.

Библиографический список

- [1] *Васильева Н.А.* Глобальный Евразийский регион: опыт теоретического осмысления социально-политической интеграции. СПб., 2012. 423 с.
- [2] *Васильева Н.А.* ЕАЭС: Российские геополитические интересы // *Управленческое консультирование*. 2015. № 4. С. 123–138.
- [3] *Геворгян О.З.* Фактор диаспоры в отношениях Армении с ЕС и США // *Постсоветские исследования*. 2018. Т. 1. № 6. С. 567–573.
- [4] *Николайчук И.А.* Политическая медиаметрия: зарубежные СМИ и безопасность России. М., 2016. 387 с.
- [5] *Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С.* Крылья хаоса. Масс-медиа, мировая политика и безопасность государства. М., 2018. 345 с.
- [6] *Перцовская К.О.* Образ России во внешнеполитическом пространстве // *Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е. Б. Шестопаля*. М., 2008. С. 189–203.
- [7] *Смирнова А.Г.* Образ государства во внешней политике и международных отношениях // *Петербургский государственный университет*. СПб., 2011. № 5. С. 78–89.
- [8] *Цыганков П.А.* Внешняя политика и дипломатия государства в меняющейся системе международных отношений // *Вестник Московского университета*. 2017. № 3. С. 91–93.
- [9] *Шестопаля Е.Б.* Особенности использования психологических методов для изучения политического восприятия. М., 2017. 368 с.
- [10] *Шестопаля Е.Б., Смутькина Н.В.* Факторы восприятия постсоветских стран в современном российском обществе // *Полис*. 2018. № 1. С. 26–44.
- [11] *Янглева М.М., Якова Т.С.* Внешнеполитическая коммуникация и медиагеография: взаимосвязь и взаимозависимость // *Медиаскоп*. 2016. № 4. 97–110 с.

References

- [1] Vasilyeva N.A. *Global Eurasian region: the experience of theoretical understanding of socio-political integration*. SPb., 2012. 423 p. (In Russ.).
- [2] Vasilyeva N.A. EAEU: Russian geopolitical interests. *Management consulting*. 2015; 4: 123–138. (In Russ.).
- [3] Gevorgyan O.Z. The Diaspora Factor in Armenia's Relations with the EU and the USA. *Post-Soviet Studies*. 2018; 1 (6): 567–573. (In Russ.).
- [4] Nikolaychuk I.A. *Political media statistics: foreign media and the security of Russia*. M., 2016. 387 p. (In Russ.).
- [5] Nikolaychuk I.A., Yanglyayev M.M., Yakov T.S. *Wings of chaos. Mass media, world politics and state security*. M., 2018. 345 p. (In Russ.).
- [6] Pertsovskaya K.O. The image of Russia in the foreign policy space. *Images of states, nations and leaders*. Ed. E.B. Shestopal. M., 2008: 189–203. (In Russ.).
- [7] Smirnova A.G. The image of the state in foreign policy and international relations. *Petersburg State University*. St. Petersburg, 2011; 5: 78–89. (In Russ.).
- [8] Tsygankov P.A. Foreign policy and diplomacy of the state in the changing system of international relations. *Moscow University Bulletin*. 2017; 3: 91–93. (In Russ.).
- [9] Shestopal E.B. *Features of the use of psychological methods for the study of political perception*. M., 2017. 368 p. (In Russ.).
- [10] Shestopal E.B., Smulkina N.V. Perception factors of the post-Soviet countries in modern Russian society. *Policy*. 2018; 1: 26–44. (In Russ.).
- [11] Yanglyayev M.M., Yakova T.S. Foreign Policy Communication and Media Geography: Interconnection and Interdependence. *Mediascope*. 2016; 4: 97–110. (In Russ.).

Информация об авторе:

Савельева Мария Анатольевна – аспирантка кафедры социологии и психологии политики, Факультет политологии МГУ имени М.В. Ломоносова (ORCID ID: 0000-0002-7258-5613) (mashtaler_94@mail.ru).

Information about the author:

Maria A. Savelyeva – Postgraduate of the Department of Political Sociology and Psychology, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University (ORCID ID: 0000-0002-7258-5613) (mashtaler_94@mail.ru).