

**М.З. Вуйович, И.Ж. Милосавлевич,
Н.М. Симеунович Баич**

**РОССИЯ НА ПОРТАЛЕ СЕРБСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОЙ
ВЕЩАТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ¹**

***Аннотация.** Историческая, религиозная и культурная близость России и Сербии, а также политическая и экономическая зависимость Сербии от России, вдохновила авторов посвятить свое исследование вопросу освещения России на платформе государственного СМИ «Радио и телевидение Сербии», в разделах «Мир» и «Регион», в период с февраля по март 2020 г. Для исследования был разработан кодовый набор, а для обработки данных статистический метод. В рамках исследования изучалось в какой степени освещаются темы о России на платформе «Радио и телевидение Сербии» по отношению к освещению тем, связанных с другими странами, какой является форма текстов, какие темы чаще всего поднимались в текстах, в каком контексте пишут о России и о каких личностях чаще всего идет речь. В статье подчеркиваются определенные закономерности и преобладающие критерии, на которые опирается платформа общественного СМИ Сербии при отборе и создании новостей о России. Значение освещения российской тематики особо проявляется в период таких кризисов, как вспышка эпидемии вируса КОВИД-19 в Сербии. В результате исследования авторы приходят к выводу, что Россия занимает важное место в сербском общественном дискурсе, а также в новостях общественного СМИ Сербии. Исследование ограничено достаточно коротким периодом времени и могло бы стать отправным пунктом для более широкого и глубокого изучения этой темы.*

***Ключевые слова:** Сербия; Россия; представленность в СМИ; портал радиотелевидения Сербии; вещание о загранице; значение новостей.*

**Мария З. Вуйович – доктор наук в области искусства и медиа,
доцент факультета философии Университета Ниша. Сербия, Ниш.
E-mail: marija.vujovic@filfak.ni.ac.rs**

1. Это исследование было поддержано Министерством образования, науки и технологического развития Республики Сербия (контракт № 451–03–9 / 2021–14 / 200165).

Илија Ж. Милосављевић – магистр в области коммуникации,
младший научный сотрудник факультета философии
Университета Ниша. Сербия, Ниш.
E-mail: ilija.milosavljevic@filfak.ni.ac.rs

Наташа М. Симеуновић Баич – доктор политических наук,
доцент факультета философии Университета Ниша. Сербия, Ниш.
E-mail: natasa.simeunovic.bajic@filfak.ni.ac.rs

Vujović M., Milosavljević I., Simeunović Bajić N. The representation of Russia on the Serbian public media service²

***Abstract.** The historical, religious, and cultural affinity between Russia and Serbia, as well as the political and economic dependence of Serbia on Russia, encouraged the authors to investigate how the public media service of Serbia (RTS) reports on Russia. By applying quantitative-qualitative content analysis, journalistic texts published on the RTS website in the «World» and «Region» sections during February and March 2020 were analyzed. During the analysis, a special code sheet was used and a statistical method was used to process the results. The research questions were: to what extent is Russia reported on the RTS website in relation to other countries, what is the form of texts, what topics are covered most frequently, in what context are articles written about Russia and which individuals are covered most often. The article highlights certain patterns and prevailing criteria that the Serbian public media platform relies on in selecting and creating news about Russia. The importance of covering topics that are happening in or around Russia is especially evident during times of crisis such as the outbreak of COVID-19 in Serbia. As a result of the study, the authors come to the conclusion that Russia occupies an important place in the Serbian public discourse, as well as in the news of the Serbian public media. The research is limited to a fairly short period of time and could be a starting point for a broader and deeper study on this topic.*

***Keywords:** Serbia; Russia; representation in the media; Serbian radio television portal; broadcasting about abroad; the meaning of news.*

Marija Vujović – PhD Arts and Media, Assistant Professor
at Faculty of Philosophy, University of Nis. Serbia, Nis.
E-mail: marija.vujovic@filfak.ni.ac.rs

Ilija Ž. Milosavljević – M.A. Communicology, Junior Researcher
at Faculty of Philosophy, University of Nis. Serbia, Nis.
E-mail: ilija.milosavljevic@filfak.ni.ac.rs

2. This study was supported by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia (Contract No. 451-03-9/2021-14/200165).

Nataša Simeunović Bajić – PHD Political Science, Assistant Professor
at Faculty of Philosophy, University of Nis, Serbia, Nis.
E-mail: natasa.simeunovic.bajic@filfak.ni.ac.rs

Введение

Ускорение распространения и обмена информацией на глобальном уровне, обусловленное цифровыми технологиями, повысило информированность общественности о событиях в мире. Можно говорить о том, что реализовалась концепция Маршалла Маклюэна [McLuhan 1964] о глобальной деревне. Однако несмотря на массовое распространение доступности информации, ни одно отдельное СМИ не в состоянии следить и вещать о всех событиях в мире ежедневно. Причины этому можно найти во временных и пространственных ограничениях, самой природе СМИ, ограничениях кадрового состава, работающего в СМИ, а также финансовых возможностях, которыми СМИ располагают. Эти условия в значительной степени качественно и количественно ограничивают вещание некоторых СМИ о мировых событиях.

Онлайн-порталы характеризует кратчайший и простейший путь вещания, начиная с приобретения информации о событиях, и заканчивая информированием общественности, поэтому они в большей степени в состоянии информировать о событиях в мире, чем традиционные СМИ. По этой причине во многих странах мира именно онлайн-порталы привлекают все более широкую публику [For Local News 2019, s. 13; Реутов, Тришина 2015]. Особую роль в информировании граждан в Сербии играет общественная вещательная компания Радиотелевидение Сербии³. На портале Радиотелевидения Сербии трудятся примерно 40 человек. Об этом ресурсе можно сказать, что он является самым влиятельным и самым богатым в информативном смысле, не только в стране, но и в регионе. То же самое относится и к новостной программе, сообщающей о событиях в мире, которая представлена в виде двух разделов на портале Радиотелевидения Сербии: «В мире» и «Регион».

Так как порталы не в состоянии передать новости об абсолютно всех мировых событиях, при отборе новостей, о которых будет написано, применяются разные критерии и фильтры, согласно которым определяется приоритет некоторых событий в мире. При таком отборе большая степень внимания СМИ уделяется географически и культурно близким нациям, а также тем,

3. Вещательная система Сербии представляет собой двойную систему, охватывающую как коммерческие, так и государственные СМИ. В Общественную вещательную компанию Сербии входят Радиотелевидение Сербии и Радиотелевидение Воеводины. Преобразование Радиотелевидения Сербии из государственной в общественную компанию было осуществлено в 2006 г. [Vujović, Mihajlov Prokopenić 2013].

которые в большей степени влияют на мировую политику, и которые зачастую определяются как «элитные» нации. Поттер эту проблему называет «географическим направлением», под которым подразумевает более выраженное присутствие некоторых стран в дискурсе определенных СМИ [Potter 2011, s. 266]. Одна из стран, которая с этой точки зрения занимает особо значимое место в Сербии, – Российская Федерация. Речь идет о стране, которую кроме статуса одной из самых влиятельных стран в области мировой политики, характеризуют еще и значимые исторические, культурные, религиозные и эмоциональные связи с сербским народом [Кау 2014].

Россия часто воспринимается в народе как великий друг Сербии, важный политический и экономический союзник, близкий внешнеполитический партнер, поэтому нам хотелось определить в какой степени вещание об этой стране на портале Радиотелевидения Сербии отражает такое отношение общественности. Кроме того, целью данной работы было установить, в какой степени и каким способом Россия присутствует на портале общественной вещательной компании Сербии, какие темы, лица и события чаще всего освещаются, в какой форме и каким образом они представлены.

Критерии вещания о загранице

Определенные параметры события, происходящего в мире, могут придать ему преимущество по отношению к другим при отборе для освещения в СМИ. Говоря о новостных ценностях, Галтунг и Руж еще в 1965 г. отмечали 12 важных критериев, влияющих на то, как событие в мире будет передано в новостях. Этими критериями являются: частотность, интенсивность, однозначность, осмысленность, созвучие, неожиданность, преемственность, состав события, связь с элитными нациями, элитными людьми, участие определенных лиц и негатив [Galtung, Ruge 1965]. Согласно этим критериям, о событии расскажут, если оно произошло в элитной, более крупной и глобально значимой стране, тогда как в случае менее значимых стран условием интереса к вещанию будет исключительный негатив новости, ее отчетливость и серьезные последствия. Когда речь идет о конкретных странах и отношениях между ними, которые влияют на представленность в СМИ, Шумейкер, Даниельян и Бредлингер подчеркивают, что важными аспектами новостных ценностей являются: политическая, экономическая, культурная и коммуникационная близость [Shoemaker, Danielian, Brendlinger 1991]. Чем больше близость и зависимость между двумя странами выражена, тем больше и вероятность того, что тексты об одной из стран будут присутствовать в СМИ другой страны.

Джуди МакГрегор добавляет к существующему перечню еще некоторые более актуальные и понятные критерии значимости мировых новостей:

1) визуальность – потребность СМИ предоставить наряду с информацией и соответствующие фотографии и съемки, влияет на отбор событий, о которых будет написано;

2) эмоции – события, вызывающие более сильную эмоциональную реакцию у публики, имеют больше шансов стать новостями;

3) конфликт – подвид негатива в качестве критерия, подразумевающего существование двух конфликтующих сторон;

4) честование журналистов – развивается как важный критерий, с нарастающей ролью журналистов в событии и его толковании [Mcgregor, 2002].

Все перечисленные механизмы, сознательно или бессознательно используемые сотрудниками СМИ, однозначно указывают на то, что предположение об отражении СМИ полной и объективной реальности – это заблуждение. Процесс отбора направляет внимание общественности только на отдельные части мира, отдельные события и действующие лица, тогда как другие остаются невидимыми в информационном потоке.

Однако нужно отметить еще и то, что критерии не влияют не только на отбор новостей, но и на способ вещания о событиях в выбранных странах. Речь идет о медийном изображении, которое представляет собой «процесс производства, обмена и толкования значения в определенном общественном, культурном и историческом контексте» [Vučković 2016, s. 9]. Это означает, что изображение определенного события в СМИ никогда не бывает выборочным, ограниченным и кадрированным сообщением. Изображение события в СМИ односторонне (освещено только с одной точки зрения) и создается в результате автоматической обработки или посредничества [Mek Kvin 2000, 181].

Это изображение обусловлено большим количеством факторов, и по своей природе не является случайным или произвольным. Способ изображения определенного события напрямую зависит от восприимчивой способности аудитории, тенденции журналистов упростить и объяснить сложное событие, самой природы СМИ, культурных представлений, доминирующих в обществе. Поэтому по своей сути «медийное изображение всегда идеологически окрашено. Изображение, как построение реальности, подразумевает постоянное существование идей, интересов, стремлений и идеологии» [Vučković 2016, s. 86]. Идеологические, политические и культурные положения и стремления страны будут неизбежно отражаться в способе оформления средствами массовой информации содержания новостей, и в случае внутривнутриполитической, и в случае внешнеполитической тематики. С точки зрения вещания о событиях в мире Герман и Хомский иллюстрируют вышеупомянутое рассказом об «обоснованных» и «необоснованных» жертвах. Согласно этому рассказу, возникающие в результате деятельности страны или близких ей стран жертвы будут представлены в СМИ этой страны как «обоснованные», тогда как жертвы, вызванные акциями вражеских стран всегда будут освещаться как

«необоснованные» [Herman, Chomsky 2008, s. 37–38]. Такое вещание никогда не является нейтральным, а идеологически окрашенным, и за ним стоят определенные стремления и цели.

А значит, и за самим отбором событий, о которых будет написано, и за контекстуализацией и ее оформлением, стоят многие факторы, которые определяют эти процессы. Путем анализа текстов в СМИ и определения этих факторов, можно отметить идеологический, культурологический и политический климат и преобладающие в обществе мнения в отношении определенной страны.

Россия в сербских СМИ

Историческая, религиозная и культурная взаимосвязь и близость Сербии и России, а также значительная политическая и экономическая зависимость Сербии от России, привели к тому, что в новостях Россия занимает значительное место в сербских СМИ. Таким образом, в первую неделю апреля 2017 г. на портале сербской ежедневной газеты «Вечерние новости»⁴ новости из России занимали ведущее место среди всех стран, опережая даже новости из Черногории и таких мощных стран, как Соединенные Штаты Америки и Великобритания. В этот период тема России в большинстве текстов этого СМИ была представлена в положительном контексте, тогда как сравнительное исследование в тот же период показало, что Россия на хорватском портале 24 часа.hr (24 sata.hr) и боснийском портале Независимые.ком (Nezavisne.com) была представлена положительно в значительно меньшем количестве текстов [Milosavljević 2019, p. 47–49].

В исследовании сайта Медиаметр (www.medijametar.rs) о вещании печатных СМИ в Сербии за последний квартал 2019 г., процентное соотношение новостей, относящихся к России и отношениям с Россией, достигало 3,77% от общего количества новостей. В том же исследовании было установлено, что 47,67% этих текстов можно было характеризовать как положительные, 50% как нейтральные, и всего 2,33% как отрицательные. Для сравнения, в тот же период о Европейском союзе в положительном оценочном контексте было написано всего 1,69% от общего количества текстов, тогда как в отрицательном контексте ЕС был изображен в случае 25,42% текстов [Kvartalni medijametar 2019, b. 51–52].

Однако исследование отбора и контекстуализации зарубежных новостей одного из самых серьезных и читаемых сайтов Сербии, который одновременно, так же как и общественная вещательная компания, является ответственным

4. Согласно исследованию рейтингов [Domains], портал этой ежедневной газеты входит в десятку самых читаемых в Сербии.

РОССИЯ ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

за информирование граждан о важнейших событиях в мире, на протяжении длительного периода времени до сих пор не проводилось. По этой причине одной из целей данного исследования является более достоверный и конкретный анализ освещения российской тематики на портале сербской общественной вещательной компании.

Методология исследования

Используемыми в исследовании методами являются качественно-количественный анализ содержания и статистический метод. В качестве основной единицы анализа используется журналистский текст, относящийся исключительно к событиям, происшествиям и лицам в зарубежных странах. В работе проанализированы тексты, опубликованные на портале Радиотелевидения Сербии, в разделах «В мире» и «Регион» в период с февраля по март 2020 г.

Искались ответы на такие вопросы:

1. Каков объем и качество вещания о России на портале Радиотелевидения Сербии по сравнению с вещанием о других странах?
2. Какой является форма текстов о России?
3. Какие темы чаще всего рассматриваются в текстах, посвященных России?
4. В каком контексте пишут о России?
5. Какие лица говорят о России, и о каких лицах пишут в текстах о России?

В исследовании использовался специально разработанный аналитический перечень в целях тщательного качественного анализа текстов о России, тогда как тексты о других странах просто отмечены в целях сравнения.

Качественный анализ содержания применяется в первой части исследования, в рамках которого определяется численность текстов, относящихся к России, а также к другим странам региона и мира, и их классификация в зависимости от стран, к которым они относятся.

Количественный анализ содержания применяется в другой части исследования, при определении журналистских текстов, относящихся к России.

Во второй части исследования данные обрабатываются статистически в программном обеспечении «SPSS» (версия 20.0).

Толкование результатов

В период с февраля по март 2020 г. на сайте Радиотелевидения Сербии было опубликовано 1220 текстов в разделах «В мире» и «Регион», из которых 798 опубликовано в феврале, и 422 – в марте. 79 текстов касались российских тем, т.е. 6,47% от общего числа. Большинство текстов на портале Радиотеле-

видения Сербии в этот период относились к Черногории (147), США (113), Боснии и Герцеговины (93) и Хорватии (81), тогда как Россия была на пятом месте по представленности в этом СМИ, опережая Турцию и Китай, о которых было написано 67 раз (см. рис. 1).

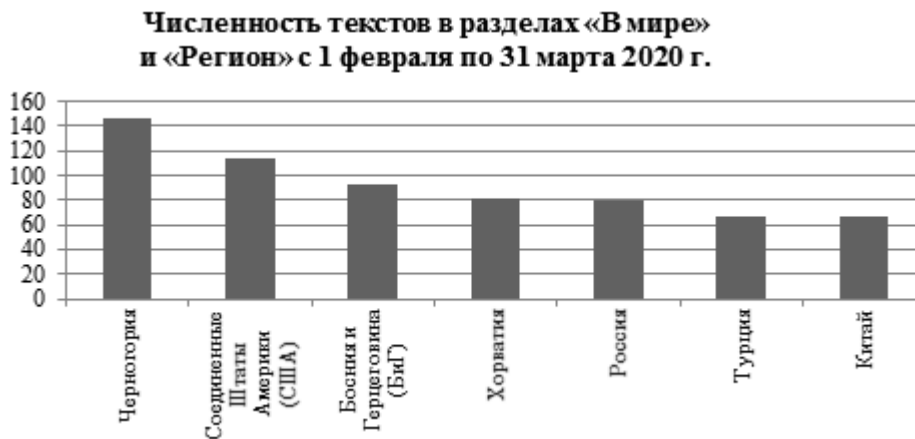


Рис. 1. Численность текстов в разделах «В мире» и «Регион» с 1 февраля по 31 марта 2020 г.

Эти данные свидетельствуют о том, что при отборе новостей, о которых будет сообщаться на портале Радиотелевидения Сербии, большое внимание уделяется факторам близости (культурной и географической), что можно отметить на основе результатов в связи с освещением новостей из Черногории, Хорватии и Боснии и Герцеговины. Важное место также занимают темы из элитных стран, таких как Россия, США и Китай.

Если отдельно рассмотреть февраль и март 2020 г., какие-то крупные или значительные отличия не наблюдаются. В феврале о России было опубликовано 45 текстов, т.е. 5,46% по отношению ко всем остальным текстам, и в соответствии с этими данными Россия в этот месяц занимала шестое место, о Черногории (110 текстов), США (78), Боснии и Герцеговине (77), Китае (57) и Хорватии (53). В марте наблюдалась немного иная ситуация, так что преобладали тексты о Турции (43), Черногории (37), США (35) и России (34). Несмотря на то, что в марте было опубликовано меньше текстов в обоих рассматриваемых разделах, численность текстов о России составляет более высокий процент в общем количестве по отношению к февралю, – 8,05%. На основе этих результатов можно прийти к выводу о наличии постоянного критерия географической ориентации портала Радиотелевидения Сербии, и что вариации в иерархии стран, о которых идет вещание, зависят от динамики

и типа события, привлекающего внимание общественности. На шкале значимости Россия занимает достаточно высокую позицию и всегда входит в пятерку или шестерку самых значимых стран. Такая позиция, согласно перечисленным факторам, является следствием того, что Россия относится к категории элитных, важных наций, а также существования определенной культурной и политической близости между Сербией и Россией.

Исследование показало, что на портале Радиотелевидения Сербии в марте неожиданно было опубликовано меньшее количество зарубежных новостей, чем в феврале (442 против 798). Причиной тому стал факт, что с 14 марта в Сербии было объявлено чрезвычайное положение из-за эпидемии, вызванной вирусом КОВИД-19. Как общественная вещательная компания, Радиотелевидение Сербии уделило больше внимания внутренним проблемам кризисного положения, в результате численность текстов о событиях в мире значительно уменьшилась. Здесь можно отметить еще некоторые важные факторы, влияющие на отбор зарубежных новостей, – количество актуальных новостей внутри страны и численность свободных журналистских кадров. В течение 18 дней, с 14 по 31 марта, в обоих проанализированных разделах было опубликовано всего 63 текста.

Однако отдельный интерес представляет то, что в тот самый период (14–31 марта) о России было написано 11 раз, – соответственно, этой стране было уделено 17,48% от общего медиапространства, предназначенного для вещания о событиях в мире. По отношению к периоду с 1 февраля по 14 марта, когда из 1157 журналистских текстов 68 было посвящено России, что составляет 5,87%, можно заметить, что в последние 18 дней марта это процентное соотношение увеличилось в 3 раза. В этот период Россия по количеству текстов заняла второе место из наиболее доминирующих в СМИ стран, сразу за Хорватией (15 текстов, 23,81% от общего числа), которая в большей степени привлекала внимание СМИ тем, что там в конце марта произошло сильное землетрясение. Интерес к остальным странам, о которых в большей степени писали на портале Радиотелевидения Сербии до 14 марта, стал сокращаться (рис. 2).

Не стоит предполагать, что в этот период о России появилось больше текстов, чем в феврале или первой половине марта. На самом деле, до провозглашения чрезвычайного положения в Сербии в среднем публиковался 1,58 журналистский текст о событиях в России, тогда как это соотношение в последние 18 дней марта составило 0,64. Однако по отношению к общему числу публикаций, о России писали значительно чаще, и это свидетельствует о том, что, несмотря на снижение объемов новостей из мира, достаточно много внимания в сербской общественной вещательной компании уделяется именно событиям в России, тогда как интерес к событиям в других странах является заметно менее выраженным.

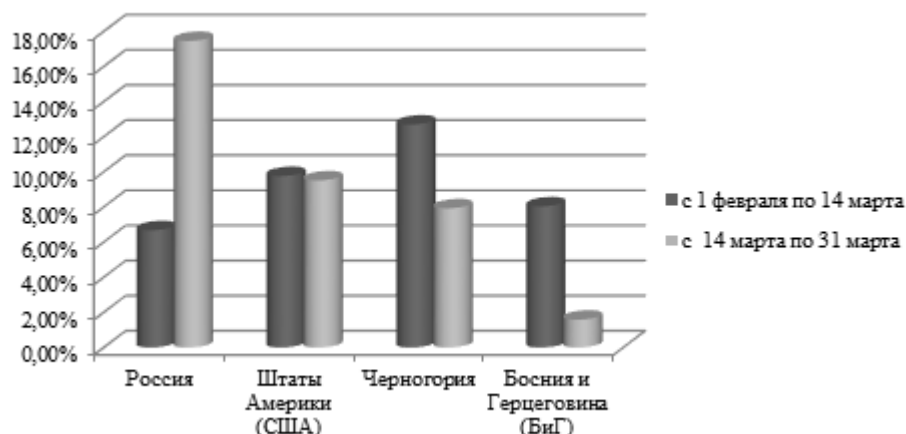


Рис. 2. Сравнение частотности упоминаний стран, доминирующих в вещании общественной вещательной компании Сербии с 1 по 14 марта, и с 14 по 31 марта 2020 г.

Можно прийти к выводу, что Россия не являлась доминирующей страной по численности текстов на портале Радиотелевидения Сербии, но она все-таки занимает важное место в иерархии значимых стран, которым уделяется внимание СМИ даже в таких случаях, когда вследствие внутренних проблем, многие другие культурно, политически и экономически близкие нации уходят на второй план.

Сами тексты о России в рассматриваемый период были, в основном, написаны в информационном жанре. Больше всего таких текстов было опубликовано в форме новостей, целых 49 из них, что составляет 62,02% всех текстов о России. Вслед за ними публиковались заявления и сообщения в количестве 18 текстов (22,78%), и репортажи – 8 текстов (10,13%). Если говорить о длительности этих текстов, больше всего было опубликовано таких, которые, согласно параметрам исследования, считаются текстами среднего объема, состоящими из двух – пяти абзацев, и более объемных текстов, состоящих из более чем пяти абзацев: 34 текста среднего объема (43,04%) и 31 длинный текст (39,24%). Меньше всего было коротких текстов, до двух абзацев, что свидетельствует о внимании, которое уделяется темам о России на портале общественной вещательной компании Сербии.

Большинство текстов проиллюстрировано фотографиями (54 текста – 68,35%), дополнено ссылками (21 текст – 26,58%). Любопытным можно назвать тот факт, что 14 текстов (17,72%) были опубликованы без иллюстраций, что не является характерным для интернет-порталов СМИ. Однако следует

РОССИЯ ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

отметить, что половина таких текстов (7), у которых не имеется никаких иллюстраций, появились в период после 15 марта, когда внимание к событиям в мире на портале общественной вещательной компании стало значительно сокращаться.

Анализом качественных данных, полученных путем исследования текстов о России, установлено также и то, что за рассматриваемый период на сайте Радиотелевидения Сербии больше всего писали о внешней политике России (36 текстов, 45,57%), о конфликтах и войнах (24 текста, 30,38%), о внутренней политике (14 текстов, 17,72%) и о стихийных и других бедствиях на территории России (11 текстов, 13,92%). На основе этих данных можно прийти к выводу о более выраженном присутствии тем в связи с конфликтами, войнами, бедствиями и катастрофами. Любопытным является и тот факт, что на портале общественной вещательной компании Сербии в рассматриваемый период вообще не было текстов о России с тематикой из области культуры и искусства, науки и образования, спорта (рис. 3).

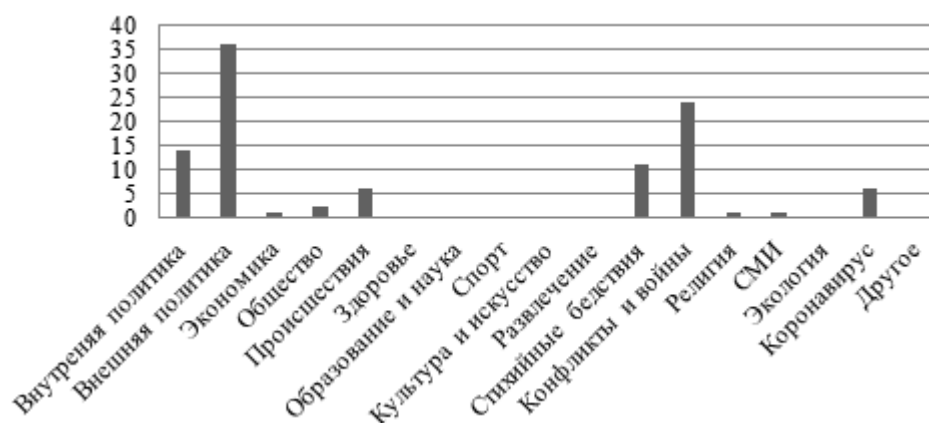


Рис. 3. Виды текстов о России и их представленность в СМИ в рамках исследуемого периода

Отношение к России в журналистских текстах рассматривалось с двух точек зрения: через подход самого автора текста (мнение автора текста или контекст, в рамках которого освещается событие) либо через характер самого события. В большинстве опубликованных о России текстов авторы выражают нейтральное отношение (69 текстов, 87,34%). Положительное отношение к России наблюдается в шести текстах (7,59%), тогда как отрицательное отношение авторы выражают в четырех текстах (5,06%). Новости из России и о России чаще всего негативны: в 46 текстах (58,23%) характер освещаемого

события был в основном отрицателен, тогда как в 21 тексте речь шла о нейтральном характере событий (26,58%). Положительные новости из России отражены только в 12 текстах (15,19%).

Если говорить о рассматриваемом периоде в целом, в качестве говорящего субъекта, чьи слова чаще всего передавались на новостном портале, выступал Президент России Владимир Путин. От общего количества текстов о России (79), в 15 случаях (18,99%) передавались слова президента РФ. В качестве часто говорящих для СМИ субъектов также выступали министр иностранных дел Сергей Лавров и пресс-секретарь Кремля Дмитрий Песков, каждый упоминался в пяти текстах (6,33%).

То, что политические фигуры, и в первую очередь Владимир Путин, являются самыми значимыми факторами отбора новостей с точки зрения общественной вещательной компании Сербии, подтверждают и данные о том, какими являются объекты, т.е. лица, о которых говорили и писали в опубликованных текстах. В этом случае Президент России Владимир Путин выступает в роли лица, о котором чаще всего пишут в рассматриваемый период, – в 14 текстах (17,72%). Сразу за президентом России в новостях больше всего внимания уделялось лидерам Турции и США: Реджепу Эрдогану (7 текстов, 8,86%) и Дональду Трампу (3 текста, 3,8%). Все это свидетельствует о том, что мировая политика и ее представители играют главную роль в вещании сербских СМИ.

Россия как страна элитная и очень близкая Сербии по разным культурологическим, экономическим, историческим и религиозным связям, характеризуется выраженным присутствием в программе общественной вещательной компании Сербии, даже в тот период, когда вещание о мире в целом сокращается. Тексты о России в основном написаны в информативной форме, в рамках которой авторы не выражают свое отношение, что характерно для работы более серьезных информационных порталов. Но это не значит, что это тексты небольшого объема, так как большинство из них состоит из двух до пяти абзацев. При отборе новостей из России преимущество отдается таким, которые освещают отрицательные события, мировую политику и конфликты, в которых в качестве главных субъектов выступают элитные личности из мировой политики, в первую очередь Президент России Владимир Путин.

Выводы

В сербском общественном дискурсе Россия занимает важное место, и этот факт отражается в работе общественной вещательной компании Сербии. Россия широко представлена на портале Радиотелевидения Сербии, и по численности текстов эта страна входит в пятерку самых упоминаемых в СМИ странах. Важность вещания на российские темы особенно замечается в период

кризисов, таких как вспышка эпидемии, вызванная вирусом КОВИД-19 в Сербии. Немалая часть медийного пространства предоставлена России, даже в ситуации, когда ресурсы и внимание общественной вещательной компании Сербии направлены на внутренние вопросы и проблемы. Российские события освещаются в форме новостей, сообщений или репортажей, о них сообщают не просто в кратких чертах, а достаточно подробно, в длинных текстах. Темы, больше всего привлекающие внимание журналистов и редакторов портала Радиотелевидения Сербии, – это в основном негативные новости, такие как конфликты, столкновения, бедствия и т.п., но также и политика. Именно представители политической жизни России, в первую очередь президент Владимир Путин, являются теми, о ком больше всего пишут в новостях.

Причины, по которым Россия в такой степени играет важную роль в информационной политике общественной вещательной компании Сербии можно найти в критерии близости, в том факте, что эта страна и ее политические представители считаются элитными, тогда как связанные с ней события и перспективы воспринимаются как глобально значимые для граждан Сербии, особенно если речь идет об отрицательных событиях. В настоящей работе нам хотелось указать на определенные правила и преобладающие критерии, которые применяются на портале общественной вещательной компании Сербии при отборе и создании новостей о России.

Библиография

- Реутов Е.В., Тришина Т.В. Интернет-практики и информационные предпочтения населения // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 140–148.
- Domains // Gemius. URL: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32> (дата обращения: 19.02.2021).
- For Local News, Americans Embrace Digital but Still Want Strong Community Connection // Pew Research Center. 2019. 26 Mar. URL: <https://www.journalism.org/2019/03/26/for-local-news-americans-embrace-digital-but-still-want-strong-community-connection/> (дата обращения: 02.22.2021).
- Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News // Journal of Peace Research. 1965. № 2(1). P. 64–91.
- Herman E., Chomsky N. Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: The Bodley Head. 2008. URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noam%20Chomsky_%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent_%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20%282008%29.pdf (дата обращения: 03.08.2022).
- Kay C., Nesterov A. Contemporary Russian-Serbian Relations: Interviews with Youth from Political Parties in Belgrade and Vojvodina // Geohistory. 2014. 24 Sep. URL: <https://geohistory.today/russian-serbian-relations-youth/> (дата обращения: 02.25.2021).
- Kvartalni medijametar: analiza štampanih medija u Srbiji / Eds: Vladimir Popović, Velimir Ćurgus Kazimir. Beograd: Institut za javnu politiku, 2019. Godina. 5, B. 4. 77 s. URL: <https://www.medijametar.rs/pdf/MM-04-2019.pdf> (дата обращения: 02.24.2021).
- McGregor J. Restating news values: Contemporary criteria for selecting the news // Proceedings of the Australian & New Zealand Communication Association. 2002. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1046.9609&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 02.24.2021).

McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. London and New York: McGraw-Hill, 1964. URL: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf> (дата обращения: 02.24.2021).

Mek Kvin D. *Televizija*. Beograd: Clio, 2000. 363 p.

Milosavljević, I. Online media reporting about foreign countries in Serbia, Croatia and Bosnia and Herzegovina // *CM: Communication and Media*. 2019. № 12. P. 39–56.

Poter Dž. *Medijska pismenost*. Beograd: Clio. 2011. 201 s.

Scott R.M. All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2010. Vol 87. № 3–4. P. 548–562.

Shoemaker P., Danielian L.H., Brendlinger N. Deviant Acts, Risky Business and U.S. Interests: The Newsworthiness of World Events // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1991. № 68. P. 781–795.

Vujović M. *Komparativna analiza reklamne fotografije i reprezentacije roda u socijalističkoj i tranzicijskoj Srbiji*. Doktorska disertacija. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu. 2016. 28 Dec. URL: <http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/9648> (дата обращения: 02.18.2021).

Vujović M., Mihajlov Prokopović A. *Izazovi transformacije RTS-a u javni servis / Znanje i korist (Nauka i savremeni univerzitet 2): zbornik radova*. Eds: Dimitrijević B. Niš: Filozofski fakultet. 2013. S. 382–395.

References

Domains. Gemius. URL: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32> (date of access: 10.02.2023).

For Local News, Americans Embrace Digital but Still Want Strong Community Connection. Pew Research Center. 26 Mar. 2019. URL: <https://www.journalism.org/2019/03/26/for-local-news-americans-embrace-digital-but-still-want-strong-community-connection/> (date of access: 02.22.2021).

Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*. 1965. N 2(1). P. 64–91.

Herman E., Chomsky N. *Manufacturing Contest. The Political Economy of the Mass Media*. London: The Bodley Head. 2008. URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noam%20Chomsky_%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent_%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20%282008%29.pdf (date of access: 03.08.2022).

Kay C., Nesterov A. *Contemporary Russian-Serbian Relations: Interviews with Youth from Political Parties in Belgrade and Vojvodina*. *Geohistory*. 2014. 24 Sep. URL: <https://geohistory.today/russian-serbian-relations-youth/> (date of access: 02.25.2021).

Kvartalni medijametar: analiza štampanih medija u Srbiji / Eds: Vladimir Popović, Velimir Čurgus Kazimir. Beograd: Institut za javnu politiku, 2019. Godina. 5, B. 4. 77 s. URL: <https://www.medijametar.rs/pdf/MM-04-2019.pdf> (date of access: 02.24.2021).

McGregor J. Restating news values: Contemporary criteria for selecting the news. *Proceedings of the Australian & New Zealand Communication Association*. 2002. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1046.9609&rep=rep1&type=pdf> (date of access: 02.24.2021).

McLuhan M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London and New York: McGraw-Hill, 1964. URL: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf> (date of access: 02.24.2021).

Mek Kvin D. *Televizija*. Beograd: Clio, 2000. 363 p.

Milosavljević, I. (2017). Online media reporting about foreign countries in Serbia, Croatia and Bosnia and Herzegovina. *CM: Communication and Media*. 2019. N 12. P. 39–56.

РОССИЯ ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Poter Dž. Medijska pismenost. Beograd: Clio, 2011. 201 s.

Reutov E.V., Trishina T.V. Internet-praktiki i informacionny'e predpochteniya naseleniya [Internet practices and information preferences of the population]. Sociologicheskie issledovaniya [Sociological research]. 2015. N 4. S. 140–148. (In Russ.)

Scott R.M. (2010). All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 87. N 3–4. P. 548–562.

Shoemaker P., Danielian L.H., Brendlinger N. Deviant Acts, Risky Business and U.S. Interests: The Newsworthiness of World Events. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1991. N 68, P. 781–795.

Vujović M. Komparativna analiza reklamne fotografije i reprezentacije roda u socijalističkoj i tranzicijskoj Srbiji. Doktorska disertacija. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu. 2016. 28 Dec. URL: <http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/9648> (date of access: 02.18.2021).

Vujović M., Mihajlov Prokopović A. Izazovi transformacije RTS-a u javni servis / Znanje i korist (Nauka i savremeni univerzitet 2): zbornik radova. Eds: Dimitrijević B. Niš: Filozofski fakultet. 2013. S. 382–395.