



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121

EDN: KEALPU

УДК 16.77:001.8:070:001.8

Научная статья / Research article

Репрезентация России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве и на российских и американских ресурсах

А.В. Шариков 

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20*

 asharikov@hse.ru

Аннотация. Впервые рассматривается количественная репрезентация России и США в 2021 г.: на корпусе текстов мониторинговой системы Factiva, насчитывающем свыше 106 миллионов публикаций, размещенных на более чем 23 тысячах онлайн-ресурсов на 26 языках; на подкорпусе российских СМИ на русском языке (свыше 1000 онлайн-ресурсов); на подкорпусе американских СМИ на английском языке (свыше 5000 онлайн-ресурсов). Обнаружено, что в текстах на 26 языках чаще всего встречались публикации с упоминанием России, публикации с упоминанием США на втором месте. С точки зрения теории повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу) данный факт трактуется как проявление более высокой значимости России для мировой прессы, чем США. В подкорпусе российских русскоязычных текстов данная тенденция сохранилась. В подкорпусе американских англоязычных текстов на первом месте оказались США, Россия заняла 13 место, что указывает на ее сравнительно невысокую значимость для американской прессы. Установлены тематические направления, которые чаще всего связывались с Россией и США. Factiva в значительной степени ориентирована на экономическую информацию, и потому совокупно на 26 языках чаще всего в ней встречались такие темы, как профили компаний, корпоративные и отраслевые новости. Далее следуют материалы о внутренней политике стран. Аналогичные тенденции наблюдаются и в анализируемых подкорпусах текстов из российских и американских ресурсов. Есть асимметричность в тематике материалов с упоминанием России и США. В российских источниках на русском языке Россия чаще упоминается в контексте материалов экономического содержания, а США чаще связываются с международной политикой. В американских источниках на английском языке упоминание США чаще встречается в экономическом контексте, Россия же фигурирует в материалах, связанных с научно-техническими разработками, а также с внутренней и внешней политикой.

Ключевые слова: Россия, США, репрезентация России, репрезентация США, онлайн-пространство, глобальное информационное онлайн-пространство, теория повестки дня

Благодарности и финансирование. Работа выполнена в рамках научно-исследовательского проекта «Трансформация картины мира в глобальном информационном онлайн-пространстве под влиянием эпидемии COVID-19» на факультете коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ. Автор выражает глубокую признательность Андрею Сенуку, официальному представителю компании Dow Jones в России, за консультации в процессе подготовки статьи.

© Шариков А.В., 2023



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

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 18 сентября 2022 г.; отрецензирована 20 октября 2022 г.; принята к публикации 3 ноября 2022 г.

Для цитирования: Шариков А.В. Репрезентация России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве и на российских и американских ресурсах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 108–121. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121>

Representation of Russia and the USA in the global online information space and on Russian and American resources

Alexander V. Sharikov 

*National Research University Higher School of Economics,
20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation*

✉ asharikov@hse.ru

Abstract. For the first time the quantitative representation of Russia and the USA in 2021 is considered: in the global online information space on the corpus of texts of the monitoring system Factiva, numbering over 106 million publications, posted on more than 23 thousand online resources in 26 languages; on the sub-corpus of Russian media in Russian (over 1,000 online resources); on the sub-corpus of American media in English (over 5,000 online resources). It was found that in the texts in 26 languages publications mentioning Russia were the most frequent, publications mentioning the USA came second. In terms of agenda theory (M. McCombs, D. Shaw), this fact is interpreted as a manifestation of a higher importance of Russia for the world press than the USA. In the sub-corpus of Russian Russian-language texts, this trend has been maintained. In a sub-corpus of US English-language texts, the US was on the first place, while Russia was ranked only 13th, which indicates a relatively low importance of Russia for the US press. The thematic areas that were most frequently associated with Russia and the US in 2021 were established. Factiva is strongly oriented towards economic information, and therefore topics such as company profiles, corporate and industry news were the most frequently encountered in a total of 26 languages. Next in line are stories about the domestic politics of countries. Similar trends can be observed in the analysed sub-corpus of texts from Russian and US resources. At the same time, there is an asymmetry in the topics of materials mentioning Russia and the United States. Thus, in Russian sources in Russian language Russia is more frequently mentioned in the context of economic content, while the US is more frequently linked to international politics. In the US sources in English the US is more frequently mentioned in the economic context, while Russia is more frequently mentioned in the materials related to scientific and technical developments, as well as domestic and foreign policy.

Keywords: Russia, USA, representation of Russia, representation of the USA, online space, global online information space, agenda-setting theory

Acknowledgements and Funding. The work was carried out as part of the research project “Transformation of the worldview in the global online information space under the influence of the COVID-19 epidemic” at the Faculty of Communications, Media and Design, National Research University Higher School of Economics. The author expresses his deep gratitude to Andrey Senuk, the official representative of Dow Jones in Russia, for consultations provided during the writing.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted September 18, 2022; revised October 20, 2022; accepted November 3, 2022.

For citation: Sharikov, A.V. (2023). Representation of Russia and the USA in the global online information space and on Russian and American resources. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 108–121. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121>

Введение

Проблеме репрезентации России и США в средствах массовой информации посвящено немало научных работ. Так, запрос «репрезентация России, репрезентация США» в системе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) в начале сентября 2022 года выявил 10 162 публикации за период с 1967 по 2022 год. С 2020 года – 2213 публикаций.

В этом обширном поле текстов можно выделить три группы. В первую поместим публикации, касающиеся особенностей освещения СССР/России в СМИ США, как правило, в крупнейших газетах и/или на ведущих телеканалах (Виноградова, 2010; Дубровская и др., 2017; Журавлева, 2012; Корнюкова, 1991; Марущак, 2012; Панова, 2020; Пензина, 2017; Пойгина, 1990; Шампарова, 2020 и др.). Вторая группа, менее многочисленная в российской академической литературе, содержит публикации, посвященные репрезентации США в средствах массовой информации (Конев, Федосов, 2022; Титова, 2003; Турусова, 2020 и др.). Третья группа включает в себя работы компаративного характера, в которых сравниваются репрезентации (образа, имиджа и т. п.) СССР/России и США в СМИ (Арфикян и др., 2021; Бородавкина, Пчегатлук, 2014; Клещина, 2017; Колесниченко, 2020; Моисеева, 2007; Панов, 2020; Пшенкин, 2006 и др.). Особенность всех трех групп публикаций состоит в том, что изучение представленности СССР/России и США велось на совокупности материалов сравнительно небольшого количества СМИ, измеряемого единицами. Эти исследования, как правило, носили качественный характер.

Начиная с 2000-х годов в распоряжении исследователей появились аналитические инструменты с мощными программными средствами, дающие возможность обрабатывать тексты, размещенные в интернете. Возникли мониторинговые системы, оперирующие миллионами текстов на десятках тысяч онлайн-ресурсов на многих языках. Открылись перспективы рассмотрения проблемы в глобальном измерении с помощью методов компьютерного анализа и выхода на количественные результаты (Быстрицкий, Шариков, 2021; Казун, 2018; Казун, Казун, 2019; Шариков, 2021, 2022 и др.). В такой логике проводилось описываемое далее исследование. Его цель – сравнить представленность России и США в публикациях онлайн-СМИ. Данная цель объективируется в трех задачах, трех аспектах рассмотрения: во-первых, в глобальном интернете; во-вторых, на российских онлайн-ресурсах на русском языке; в-третьих, в американских онлайн-медиа на английском языке. Для реализации задач выбран статистический подход: проведен частотный анализ на большом корпусе текстовых материалов, опубликованных в течение 2021 года.

Частотный анализ выполнялся с помощью мониторинговой системы Factiva (проект американской компании Dow Jones). В 2021 году общее количество материалов, доступных автору с ее помощью, составило более 106 миллио-

нов на 26 языках, которые были размещены на более чем 23 тысячах онлайн-ресурсов из многих десятков стран. Данная выборка хорошо репрезентирует глобальное информационное онлайн-пространство материалов по вопросам политики, экономики и социальной сферы, что позволяет вести обоснованный статистический анализ.

Обсуждение

Место России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве

Масштабы оперируемой информации позволяют определить на глобальном уровне, как часто упоминались те или иные страны в 2021 году. На полном корпусе публикаций ресурсной базы системы Factiva лидировала Россия – количество материалов с ее упоминанием совокупно на 26 языках составило 14,64 % от общего числа обрабатываемых текстов. Материалов с упоминанием США примерно в полтора раза меньше – 8,79 %. Лидерство России проявлялось не только в публикациях на русском языке, где процент материалов с ее упоминанием составил 76,39 % среди всех русскоязычных текстов, но и в англоязычной зоне. Там количество материалов с упоминанием России 16,71 %, тогда как для США эта величина равнялась 16,22 %. Этот факт заслуживает особого внимания, поскольку принято считать, что о США на английском языке пишут больше, чем о какой-либо другой стране. При этом следует учесть, что почти две трети контента в интернете представлено именно на английском языке на ресурсах более 100 стран. Так, по данным портала W³Techs, по состоянию на 1 января 2021 года 60,4 % ресурсов Сети были представлены на английском языке, в то время как на русском языке, занимающем в интернете второе место, – 8,6 %¹. Следовательно, материалы с упоминанием России доминируют в глобальном виртуальном пространстве за счет нескольких языковых зон.

В теории медиа принято интерпретировать частоту упоминания некоторого объекта в прессе как индикатор его значимости для общества (McCombs, Show, 1972; Kosicki, 1993; Show, McCombs, 2008; Guo, Hong Tien Vu, McCombs, 2012 и др.). Следовательно, для глобального сообщества в 2021 году значимость России была выше значимости США.

С какой тематикой были связаны материалы с упоминанием России и США в 2021 году? Следует принять во внимание, что мониторинговая система Factiva в значительной степени ориентирована на экономическую информацию, важную для бизнеса. По всей рассматриваемой информационной базе на 26 языках чаще всего были представлены такие темы, как профили компаний (8,42 %), корпоративные и отраслевые новости (8,22 %) и внутренняя политика стран (8,14 %)².

¹ Historical yearly trends in the usage statistics of content languages for websites // W³Techs. 2021, January 1. URL: https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language/ms/y (дата обращения: 09.09.2022).

² Здесь и далее используется тематическая классификация мониторинговой системы Factiva.

В материалах, где упоминается Россия, наблюдался схожий набор приоритетной тематики, но с гораздо большей степенью количественной выраженности: профили компаний – 44,64 %, прибыль – 20,53 %, корпоративные и отраслевые новости – 3,69 %, политические и общие новости – 3,63 %. В материалах, в которых упоминаются Соединенные Штаты Америки, пропорции и приоритеты были несколько иными: корпоративные и отраслевые новости – 11,35 %, внутренняя политика стран – 9,92 %, новости рынков акций – 8,33 %, вспышки заболеваний/эпидемии – 8,26 %. Интересно также отметить, по каким экономическим направлениям различались публикации. В материалах с упоминанием России чаще всего речь шла о взаимных фондах, инвестиционных трастах, банковском деле, ценных бумагах. В материалах же с упоминанием США в фокусе внимания чаще находились фармацевтические препараты, вакцины, биотехнологии, энергетика. Таким образом, в глобальном измерении большое количество публикаций о России в 2021 году было связано преимущественно с экономическими вопросами и в гораздо меньшей степени с политикой и даже коронавирусной пандемией, хотя эпидемия COVID-19 еще не закончилась.

Представленность России и США в публикациях русскоязычных российских онлайн-ресурсов

В период проведения исследования (первое полугодие 2022 года) российский сегмент ресурсной базы насчитывал 1052 онлайн-источника. В него вошли сайты всех крупнейших газет федерального уровня, ведущих информационных агентств, крупнейших федеральных телеканалов, большое количество сайтов региональных изданий, а также сетевые издания, специализирующиеся на экономической, политической и юридической тематике. В целом в 2021 году в российских русскоязычных источниках 88,89 % материалов были с упоминанием России – она лидировала среди различных стран мира. На втором месте оказались США (0,93 %). Далее Украина (0,66 %), Белоруссия (0,31 %), Китай (0,28 %) и Германия (0,27 %).

В табл. 1 представлены десять наиболее часто освещаемых тем, связанных с Россией, и столько же связанных с США в материалах российских онлайн-ресурсов на русском языке.

Первое, на что следует обратить внимание, тематика публикаций о России в рассматриваемом сегменте касается экономики – наибольшее количество составляют материалы о профилях компаний (37,6 %), прибыли (16,0 %) и банкротствах (5,8 %). Когда же речь заходит о США, то на первое место выходят международные отношения (23,6 %), а в экономическом поле – информация о ценных бумагах (12,5 %) и новости товарных рынков (9,5 %). При этом волновавшие всех в 2020 году темы коронавирусной эпидемии и новых штаммов коронавируса отошли на второй план. Среди материалов с упоминанием России эти темы собирают 3,0 и 2,9 % соответственно, а среди материалов с упоминанием США 5,3 и 4,9 %.

Рассмотрим теперь первую десятку российских онлайн-ресурсов на русском языке, в которых в 2021 году чаще всего упоминалась Россия, и аналогичную десятку, где за тот же период чаще всего упоминались США (табл. 2). В корпусе российских русскоязычных источников Россия чаще всего упоминает-

ся на двух ресурсах – «ИНФО-РЛ: Профили российских компаний» (22,4 % от всех материалов данного корпуса с упоминанием России) и «ИНФО-РЛ: Краткая информация о российских компаниях» (11,4 %). Третью позицию занимает портал SKRIN (6,2 %), на котором публикуется информация о компаниях, представленных на фондовых рынках. И только после них следуют информационные агентства ТАСС (2,8 %), PRIME (2,8 %), «Новости» (1,5 %). В десятку также вошли: «АиФ онлайн: российские регионы» (1,4 %), REGNUM (1,2 %), АК&М (1,0 %) и «Российская газета» (0,5 %). Таким образом, высокая упоминаемость России на русском языке в российской зоне интернета связана в большей степени с ресурсами экономического содержания, что хорошо согласуется с данными о тематике, в контексте которой упоминается Россия.

Таблица 1

Процентное распределение по темам материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием России и США на русском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году

От всех материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием России, %			От всех материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием США, %		
1	Профили компаний	37,6	1	Международные отношения	23,6
2	Прибыль	16,0	2	Производные ценные бумаги	12,5
3	Банкротство	5,8	3	Новости товарных рынков	9,5
4	Корпоративные и отраслевые новости	5,1	4	Корпоративные и отраслевые новости	8,4
5	Политические и общие новости	4,6	5	Новости энергетических рынков	8,1
6	Финансовые показатели	3,9	6	Новости рынков акций	6,5
7	Вспышки заболеваний/Эпидемии	3,0	7	Военные действия	5,6
8	Новые коронавирусы	2,9	8	Рынки акций	5,5
9	Преступления/Правосудие	2,5	9	Вспышки заболеваний/Эпидемии	5,3
10	Данные о продажах	2,3	10	Внутренняя политика	5,2

Источник: выполнено автором.

Table 1

Percentage distribution by subject of materials of Russian online resources mentioning Russia and the USA in Russian language in Factiva monitoring system in 2021

Of all materials from Russian online resources mentioning Russia, %			Of all materials from Russian online resources mentioning the USA, %		
1	Company profiles	37,6	1	International relations	23,6
2	Profit	16,0	2	Derivative securities	12,5
3	Bankruptcy	5,8	3	Commodity market news	9,5
4	Corporate and industry news	5,1	4	Corporate and industry news	8,4
5	Political and general news	4,6	5	Energy markets news	8,1
6	Financials	3,9	6	Equity market news	6,5
7	Disease Outbreaks/Epidemics	3,0	7	Military action	5,6
8	New coronaviruses	2,9	8	Equity markets	5,5
9	Crime/Justice	2,5	9	Crime/Justice	5,3
10	Sales data	2,3	10	Domestic policy	5,2

Source: performed by the author.

Упоминание США в российских источниках на русском языке чаще всего наблюдалось в материалах информационных агентств ТАСС (15,4 %) и «Новости» (11,2 %). Несколько реже встречаются материалы на сайтах

«Спутник» (8,9 %), REGNUM (6,7 %), PRIME (4,8 %), «Коммерсант» (2,7 %), «АиФ онлайн» (2,5 %), «Эхо Москвы» (2,5 %), «Российская газета» (1,9 %), «Интерфакс» (1,4 %). Материалы с упоминанием США в этом списке в большей степени касаются международной политики.

Таблица 2

Российские онлайн-ресурсы, доступные в мониторинговой системе Factiva (2021), в которых чаще всего публиковались материалы с упоминанием России и США на русском языке

От всех материалов онлайн-ресурсов России с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов России с упоминанием США, %		
1	ИНФО-РЛ: Профили российских компаний	22,4	1	TASS	15,4
2	ИНФО-РЛ: Краткая информация о российских компаниях	11,4	2	РИА Новости	11,2
3	SKRIN	6,2	3	Спутник	8,9
4	TASS	2,8	4	ИА REGNUM	6,7
5	PRIME	2,8	5	PRIME	4,8
6	РИА Новости	1,5	6	Коммерсант	2,7
7	АиФ онлайн: российские регионы	1,4	7	АиФ онлайн	2,5
8	ИА REGNUM	1,2	8	Эхо Москвы	2,5
9	AK&M	1,0	9	Российская газета	1,9
10	Российская газета	0,5	10	Интерфакс	1,4

Источник: выполнено автором.

Table 2

Russian online resources available in Factiva monitoring system in 2021, which most often published materials mentioning Russia and the USA in Russian

Of all materials from Russian online resources with mention of Russia, %			Of all materials from Russian online resources with mention of USA, %		
1	INFO-RL: Profiles of Russian companies	22,4	1	TASS	15,4
2	INFO-RL: Russian Companies Brief	11,4	2	RIA Novosti	11,2
3	SKRIN	6,2	3	Sputnik	8,9
4	TASS	2,8	4	REGNUM	6,7
5	PRIME	2,8	5	PRIME	4,8
6	RIA Novosti	1,5	6	Kommersant	2,7
7	AiF online: Russian Regions	1,4	7	AiF online	2,5
8	REGNUM News Agency	1,2	8	Echo Moskv	2,5
9	AK&M	1,0	9	Rossiyskaya Gazeta	1,9
10	Rossiyskaya Gazeta	0,5	10	Interfax	1,4

Source: performed by the author.

Представленность России и США в публикациях англоязычных американских онлайн-ресурсов

Проведем сходный анализ для СМИ из Соединенных Штатов Америки. В период подготовки данной статьи сегмент ресурсной базы из США насчитывал 5045 онлайн-источников. В него вошли сайты всех крупнейших газет и журналов федерального уровня, ведущих информационных агентств, крупнейших федеральных телеканалов США, большое количество сайтов региональных изданий из всех без исключения штатов, а также сетевые издания, специализирующиеся на экономической, политической, юридической и научно-технической тематике.

В 2021 году на всем многомиллионном корпусе публикаций американских СМИ больше всего материалов встречалось с упоминанием США (57,76 %). Вторым оказался Китай (6,90 %), третьей – Япония (2,07%). Россия на 13-м месте (0,63 %). Вспомним, что в российских СМИ на русском языке США занимали второе место, уступая только России. Отсюда следует вывод: для американских СМИ в 2021 году Россия была заметно менее значима, чем США для российских. Ее значимость была заметно ниже для американских СМИ, чем значимость таких стран, как Китай, Япония, Великобритания, Германия, Канада, Индия, Южная Корея, Италия, Франция, Австралия, Бразилия.

В табл. 3 представлены десять наиболее часто освещаемых тем, связанных с Россией, и столько же связанных с США в материалах американских онлайн-ресурсов на английском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году. Названия тем в табл. 3 сохранены в том виде, в каком они заявлены в базе данных.

Таблица 3

Процентное распределение по темам материалов американских онлайн-ресурсов с упоминанием России и США на английском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году

От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием США, %		
1	Естественные/Гуманитарные науки	21,8	1	Корпоративные и отраслевые новости	14,6
2	Политические и общие новости	18,3	2	Политические и общие новости	9,2
3	Внутренняя политика	14,6	3	Отчетность по ценным бумагам	9,1
4	Исполнительная власть	12,1	4	Вспышки заболеваний/Эпидемии	8,7
5	Химия	11,5	5	Преступления/Правосудие	7,9
6	Международные отношения	10,7	6	Внутренняя политика	7,7
7	Преступления/Правосудие	9,7	7	Новые коронавирусы	7,6
8	Физика	8,5	8	Патенты	7,2
9	Вспышки заболеваний/Эпидемии	6,7	9	Университеты/Колледжи	7,1
10	Корпоративные и отраслевые новости	6,5	10	Прибыль	4,4

Источник: выполнено автором.

Table 3

Percentage distribution by subject of materials of USA online resources mentioning Russia and the USA in English in Factiva monitoring system in 2021

Of all materials from USA online resources with mention of Russia, %			Of all materials from USA online resources with mention of the USA, %		
1	Natural/Humanities	21,8	1	Corporate and industry news	14,6
2	Political and general news	18,3	2	Political and general news	9,2
3	Domestic politics	14,6	3	Securities reporting	9,1
4	Executive power	12,1	4	Disease Outbreaks/Epidemics	8,7
5	Chemistry	11,5	5	Crime/Justice	7,9
6	International relationships	10,7	6	Domestic Politics	7,7
7	Crime/Justice	9,7	7	New Coronaviruses	7,6
8	Physics	8,5	8	Patents	7,2
9	Disease outbreaks/Epidemics	6,7	9	Universities/Colleges	7,1
10	Corporate and industry news	6,5	10	Profits	4,4

Source: performed by the author.

Какие тематические направления чаще всего ассоциировались с Россией? Более всего с ней связаны публикации о науке и технологиях, особенно в области химии и физики. Россия также сравнительно часто упоминается в материалах о политике, как внутренней, так и международной. Кроме перечисленных тематических направлений, она фигурирует в публикациях о преступлениях и правосудии, об эпидемиях, а также в корпоративных и отраслевых новостях и др.

В материалах американских СМИ о самих США на первое место выходят корпоративные и отраслевые, политические и общие новости, а также отчетность по ценным бумагам. Заметное место также занимают такие темы, как эпидемии, преступление и правосудие, внутренняя политика, патенты, университеты и колледжи, прибыль.

Рассмотрим теперь, какие американские СМИ чаще всего публиковали материалы с упоминанием России и США на английском языке в 2021 году. Первая десятка такого рода изданий представлена в табл. 4.

Таблица 4

Американские онлайн-ресурсы, доступные в мониторинговой системе Factiva (2021), в которых чаще всего публиковались материалы с упоминанием России и США на английском языке

От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием США, %		
1	Chemicals & Chemistry	10,7	1	U.S. Securities and Exchange Commission	14,6
2	NewsRx Medical Newsletters	8,7	2	PR Newswire	9,2
3	Physics Week	6,8	3	U-Wire	9,1
4	CNN	6,0	4	US Fed News	8,7
5	Nanotechnology Weekly	4,5	5	NewsRx Medical Newsletters	7,9
6	Platts	4,3	6	Business Wire	7,7
7	The New York Times	4,1	7	Congressional Documents and Publications	7,6
8	Journal of Engineering	4,1	8	GlobeNewswire	7,2
9	Washington Post	3,7	9	Journal of Engineering	7,1
10	The Wall Street Journal	3,2	10	The New York Times	4,4

Источник: выполнено автором.

Table 4

American online resources available in Factiva monitoring system in 2021, which most often published materials mentioning Russia and the USA in English

Of all materials from USA online resources with mention of Russia, %			Of all materials from USA online resources with mention of the USA, %		
1	Chemicals & Chemistry	10,7	1	U.S. Securities and Exchange Commission	14,6
2	NewsRx Medical Newsletters	8,7	2	PR Newswire	9,2
3	Physics Week	6,8	3	U-Wire	9,1
4	CNN	6,0	4	US Fed News	8,7
5	Nanotechnology Weekly	4,5	5	NewsRx Medical Newsletters	7,9
6	Platts	4,3	6	Business Wire	7,7
7	The New York Times	4,1	7	Congressional Documents and Publications	7,6
8	Journal of Engineering	4,1	8	GlobeNewswire	7,2
9	Washington Post	3,7	9	Journal of Engineering	7,1
10	The Wall Street Journal	3,2	10	The New York Times	4,4

Source: performed by the author.

Материалы с упоминанием России, как было показано выше, связаны с наукой и технологиями. Они чаще всего появлялись в таких изданиях, как *Chemicals & Chemistry* (10,7 % от всех публикаций с упоминанием России), *NewsRx Medical Newsletters* (8,7 %) и *Physics Week* (6,8 %). В первую десятку также вошли *Nanotechnology Weekly* (4,5 %) и *Journal of Engineering* (4,1 %). В первой десятке мы в том числе встречаем ведущие американские СМИ общего характера, такие как *CNN* (6,0 %), *The New York Times* (4,1 %), *Washington Post* (3,7 %), а также издания экономической направленности – *Platts* (4,3 %) и *The Wall Street Journal* (3,2 %).

Первая десятка англоязычных американских онлайн-ресурсов, в которых чаще всего упоминали США в 2021 году, выглядела иначе. Это официальные ресурсы, так или иначе связанные с правительством США: *US Securities and Exchange Commission* (14,6 %), *US Fed News* (8,7 %) и *Congressional Documents and Publications* (7,6 %). Кроме того, это дистрибьютер пресс-релизов *PR Newswire* (9,2 %), междууниверситетский агрегатор *U-Wire*, публикующий новости из нескольких сот университетских онлайн-ресурсов США (9,1 %). К перечисленным добавляются издания о науке и технологиях *NewsRx Medical Newsletters* (7,9 %) и *Journal of Engineering* (7,1 %). В списке также находим *Business Wire* (7,7 %) и *The New York Times* (4,4 %).

Заключение

Проведенный анализ позволил выявить ряд тенденций в представленности России и США в информационном онлайн-пространстве. Основные результаты сводятся к следующему.

В 2021 году *Россия лидировала* по числу материалов с ее упоминанием в глобальном информационном онлайн-пространстве, причем как в целом, так и в двух языковых зонах – русскоязычной и англоязычной, а США и там, и там расположились на втором месте. Следовательно, для глобального журналистского сообщества значимость России велика и превышает значимость как США, так и других стран. *На глобальном уровне чаще всего Россия упоминалась в материалах экономической тематики* (профили компаний, прибыль, корпоративные и отраслевые новости и др.). Та же тенденция наблюдалась и для США. Материалы политической тематики и сообщения о пандемии коронавируса занимали сравнительно небольшое место при упоминании двух стран. В корпусе текстов на русском языке из российских источников преобладают материалы из онлайн-ресурсов, специализированных на экономической информации, и информационных агентств.

При переходе от глобального рассмотрения к национальному наблюдается асимметричность в информационном освещении России и США, причем как по тематическим направлениям в целом, так и по конкретной направленности источников. В корпусе текстов на русском языке из российских источников преобладают материалы с упоминанием России, а материалы с упоминанием США занимают второе место. Тематика публикаций с упоминанием России касается в основном экономики – наибольшее количество составляют материалы о профилях компаний, прибыли и банкротствах. В публикациях с упоминанием США на первое место выходят меж-

дународные отношения, а в экономическом поле – информация о ценных бумагах и новости товарных рынков.

В корпусе американских текстов на английском языке также преобладают материалы специализированных онлайн-ресурсов и информационных агентств. Чаще всего встречаются публикации с упоминанием США. Россия же упоминается реже, чем Китай, Япония, Великобритания, Германия, Канада, Индия, Южная Корея, Италия, Франция, Австралия, Бразилия. Следовательно, в 2021 году для американских СМИ Россия была гораздо менее значима, чем США для российских в ряду других стран. В корпусе американских текстов на английском языке тематика публикаций с упоминанием России чаще касается науки и технологий – наибольшее количество составляют материалы о достижениях нашей страны в области естественных наук – химии, физики, медицины. Значимое количество публикаций посвящено политике, как внутренней, так и внешней. В публикациях с упоминанием США на первые места выходят экономические, политические и общие новости, отчетность компаний по ценным бумагам, материалы об эпидемиях, преступлениях и правосудии, а также о внутренней политике.

Список литературы

- Арфикиан О.П., Трифонова О.О., Локтионова С.Н.* Формирование образа геополитического соперника посредством СМИ: на примере РФ и США // День местного самоуправления: научная конференция: сборник статей. М.: Российский государственный аграрный университет – МСХА имени Тимирязева, 2021. С. 6–15.
- Бородавкина Е.В., Пчегатлук С.К.* Образ России и США в СМИ: сравнительный анализ // Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса КубГТУ / под ред. М.Б. Щепаккина. Краснодар: Юг, 2014. С. 63–65.
- Быстрицкий А.Г., Шариков А.В.* О представленности России в глобальном информационном онлайн-пространстве // *Международная жизнь*. 2021. № 2. С. 76–93.
- Виноградова Н.С.* Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ (исследование 2008–2009 гг.): автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2010. 26 с.
- Дубровская Л.В., Григорьева Т.А., Овчинникова М.С.* Анализ образа России в печатных СМИ США в период с 2012 по 2016 гг. на примере ведущих американских газет // *The Newman in Foreign Policy*. 2017. № 36 (80). С. 98–102.
- Журавлева В.И.* Понимание России в США: образы и мифы, 1881–1914. М.: РГГУ, 2012. 140 с.
- Казун А.Д.* Глобальный новостной поток: о каких странах говорят российские СМИ и почему? // *Полития*. 2018. Т. 91. № 4. С. 90–105. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-91-4-90-105>
- Казун А.П., Казун А.Д.* Место новостей о России в глобальной повестке дня: сравнительный анализ печатной прессы стран G20 // *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии*. 2019. Т. 128. № 1–2. С. 137–146.
- Клещина Н.Н.* Метафоричность образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ прошлого и настоящего // *Власть*. 2017. Т. 25. № 9. С. 32–36.
- Колесниченко В.Г.* Подходы к репрезентации зарубежных стран в качественной прессе (опыт России и США) // *Медиаальманах*. 2020. № 6 (101). С. 32–42. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2020.3242>
- Конев К.А., Федосов Е.А.* Образно-символическая специфика репрезентации Антанты и США в советской печатной пропаганде периода гражданской войны (1918–1920 гг.) //

- Вестник Томского государственного университета. История. 2022. № 77. С. 20–29. <https://doi.org/10.17223/19988613/77/3>
- Корнюкова В.В. Эволюция образа СССР в американской печати: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1991. 24 с.
- Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.
- Моисеева Т.В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 23 с.
- Панов А.С. Россия и США в последней четверти XVIII – первой трети XIX вв.: опыт взаимных репрезентаций: автореф. дис. ... канд. истор. наук. М., 2020. 26 с.
- Панова Е.Ю. Специфика репрезентации медиаобраза России в печатных СМИ США и Великобритании // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 4. С.126–130.
- Пензина А.И. Образ России в мировых СМИ на примере прессы США // Журналистика и общество: сборник научных трудов. М.: РУДН, 2017. С. 176–183.
- Пойгина Л.Б. Эволюция образа СССР на страницах газеты «Нью-Йорк Таймс»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1990. 21 с.
- Пшенкин А.А. Метафорический образ СССР/России в американском и российском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 146–161.
- Титова А.Л. Роль СМИ в формировании внешнеполитического образа США. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. 41 с.
- Турусова А.Д. Роль СМИ в процессе эволюции образа США в СССР в годы «холодной войны» // Огарев-Online. 2020. № 4. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/rol-smi-v-processe-evolyucii-obraza-ssha-v-sssr-v-gody-xolodnoj-vojny> (дата обращения: 30.10.2022).
- Шамтарова С.И. Образ России в современных американских СМИ // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 1 (26). С. 17–19.
- Шариков А.В. Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020 году: динамические характеристики // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 2. С. 445–463.
- Шариков А.В. Реакция глобального информационного онлайн-пространства на военную спецоперацию на Украине: статистическая медиадинамика // Международная жизнь. 2022. № 4. С. 54–73.
- Guo L., Hong Tien Vu, McCombs M. An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting // *Revista de Comunicación*. 2012. № 11. Pp. 51–68.
- Kosicki G.M. Problems and opportunities in agenda-setting research // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. No. 2. Pp. 100–127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- McCombs M., Show D.L. Agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. No. 2. Pp. 176–187.
- Show D., McCombs M. Agenda setting in the new media landscape: two perspectives and approaches to research. University of North Carolina at Chapel Hill, University of Texas at Austin, 2008. 13 p.

References

- Arfikyan, O.P., Trifonova, O.O., & Loktionova, S.N. (2021). The formation of an image of a geopolitical rival through the media: On the example of the Russian Federation and the United States. *Local Government Day: Scientific Conference: Collection of Articles* (pp. 6–15). Moscow: Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy named after Timiryazev Publ. (In Russ.)
- Borodavkina, E.V., & Pchegatluk, S.K. (2014). Image of Russia and the United States in the media: A comparative analysis. In M.B. Schepakin (Ed.), *Collection of Scientific Arti-*

- cles of the Faculty of Economics, Management and Business of Kuban State Technical University* (pp. 63–65). Krasnodar: Yug Publ. (In Russ.)
- Bystritsky, A.G., & Sharikov, A.V. (2021). Russia's representation in the global online information space. *International Affairs*, (2), 76–93. (In Russ.)
- Dubrovskaya, L.V., Grigoryeva, T.A., & Ovchinnikova, M.S. (2017). Analysis of Russia's image in the U.S. print media from 2012 to 2016 by example of leading American newspapers. *The Newman in Foreign Policy*, 80(36), 98–102. (In Russ.)
- Guo, L., Hong Tien Vu, & McCombs, M. (2012). An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicaci3n*, (11), 51–68.
- Kazun, A.D. (2018). Global news flow (what countries Russian media talk about and why?). *Politeia*, 91(4), 90–105. (In Russ.) <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-91-4-90-105>
- Kazun, A.P., & Kazun, A.D. (2019). News about Russia in the global agenda: A comparative analysis of the G20 press. *The Russian Public Opinion Herald. Data. Analysis. Discussions*, 128(1–2), 137–146. (In Russ.)
- Kleshchina, N.N. (2017). Metaphoricity of the Russian image in American mass media and the American image in Russian mass media of the past and present. *Vlast'*, 25(9), 32–36. (In Russ.)
- Kolesnichenko, V.G. (2020). Approaches to representation of foreign countries in the quality press (Russian and USA experience). *The MediaAlmanah*, 101(6), 32–42. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2020.3242>
- Konev, K.A., & Fedosov, E.A. (2022). Figurative and symbolic specifics of the representation of the entente and the United States in the Soviet printed propaganda of the civil war period (1918–1920). *Tomsk State University Journal of History*, 77, 20–29. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/19988613/77/3>
- Korniyukova, V.V. (1991). *Evolution of the image of the USSR in the American press* (abstract of PhD. Philosoph. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Kosicki, G.M. (1993). Problems and opportunities in agenda-setting research. *Journal of Communication*, 43(2), 100–127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- Maruschak, A.V. (2012). Political and social image of Russia in American media space. *Zhurnalistsij Ezhegodnik*, (1), 93–96. (In Russ.)
- McCombs, M., & Show, D.L. (1972). Agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Moiseeva, T.V. (2007). *Metaphorical modeling of the image of Russia in American media and the image of the United States in Russian media* (abstract of PhD. Philol. Sci. Dis.). Ye-katerinburg. (In Russ.)
- Panov, A.S. (2020). *Russia and the USA in the last quarter of the 18th – the first third of the 19th centuries: The experience of mutual representations* (abstract of PhD. Histor. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Panova, E.Yu. (2020). Specificity of Russia's media image representation in print media of the United States and Great Britain. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, (4), 126–130. (In Russ.)
- Penzina, A.I. (2017). The image of Russia in the world media on the example of the US press. *Journalism and Society: Collection of Scientific Works* (pp. 176–183). Moscow: RUDN University. (In Russ.)
- Poigina, L.B. (1990). *Evolution of the image of the USSR in The New York Times* (abstract of PhD. Philol. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Pshenkin, A.A. (2006). Metaphorical image of the USSR/Russia in American and Russian political discourse. *Political Linguistics*, 20, 146–161. (In Russ.)
- Shamparova, S.I. (2020). The image of Russia in modern American mass media. *Current Problems of Our Time: Science and Society*, 26(1), 17–19. (In Russ.)
- Sharikov, A.V. (2021). Global online information space in 2020: Dynamic characteristics. *Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, (2), 445–463. (In Russ.)
- Sharikov, A.V. (2021). The reaction of the global online information space to the military special operation in Ukraine: statistical media dynamics. *International Affairs*, (4), 54–73. (In Russ.)

- Show, D., & McCombs, M. (2008). *Agenda setting in the new media landscape: Two perspectives and approaches to research*. University of North Carolina at Chapel Hill, University of Texas at Austin.
- Titova, A.L. (2003). *Role of mass media in forming foreign-political image of the USA*. Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ.)
- Turusova, A.D. (2020). The role of the media in the evolution of the US image in the USSR during the Cold War. *Ogarev-Online*, (4). Retrieved October 30, 2022, from <https://journal.mrsu.ru/arts/rol-smi-v-processe-evolyucii-obraza-ssha-v-sssr-v-gody-xolodnoj-voyny>
- Vinogradova, N.S. (2010). Political-psychological analysis of the image of Russia in the Anglo-American print media (study 2008–2009) (abstract of PhD. Polit. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Zhuravlyova, V.I. (2012). *Understanding Russia in the United States: Images and myths, 1881–1914*. Moscow: RSUH Publ. (In Russ.)

Сведения об авторе:

Шариков Александр Вячеславович, кандидат педагогических наук, профессор Института медиа, факультет креативных индустрий, академический руководитель образовательной программы «Менеджмент в СМИ», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. ORCID: 0000-0001-6035-5960. E-mail: asharikov@hse.ru

Bio note:

Alexander V. Sharikov, Candidate of Sciences (PhD) in General Pedagogy, History of Pedagogy and Education, Professor of the Institute of Media, Communications, Media and Design Department, the academic supervisor of the master program “Media Management”, National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-6035-5960. E-mail: e-mail: asharikov@hse.ru