



ЖУРНАЛИСТИКА
ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ СМИ
JOURNALISM
HISTORY AND THEORY OF MEDIA

DOI: 10.22363/2312-9220-2024-29-3-534-550

EDN: GCFGRA

УДК 16.77:001.8:070:001.8

Научная статья / Research article

**Представленность России в британских
онлайн-источниках в 2022 г.**

А.В. Шариков 

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Российская Федерация*
✉ asharikov@hse.ru

Аннотация. Выявлены особенности репрезентации России в британских онлайн-источниках в 2022 г., когда началась специальная военная операция на Украине. Автор использовал статистический анализ на основе мониторинговой системы Factiva: база данных содержит около 4,5 млн текстов, опубликованных на 416 британских онлайн-ресурсах с 1 января по 31 декабря 2022 г. Для определения тональности сообщений использовался сентимент-анализ (версия системы Factiva). Обнаружено, что в 2022 г. Россия заняла четвертое место по количеству статей с ее упоминанием в анализируемом корпусе текстов, уступив Великобритании, США и Украине. С точки зрения теории установления повестки дня, данный факт свидетельствует о высокой значимости России для СМИ Великобритании. Чаще всего материалы с упоминанием России публиковали национальные издания Financial Times, The Independent и The Times. На региональном уровне наибольшее количество текстовых материалов с упоминанием России обнаружено: в Англии – на сайте радиостанции City AM Online; в Северной Ирландии – на сайте Lurgan Mail; в Уэльсе – на сайте The Western Mail; в Шотландии – на портале thescottishsun.co.uk. Британские СМИ в большей степени были сосредоточены на освещении не военных аспектов СВО, а политических и экономических проблем. В целом преобладала нейтральная тональность, что объясняется доминированием коротких безоценочных информационных сообщений. Это справедливо как для национальных, так и для региональных изданий. При этом, когда речь заходит о России, материалы негативной тональности преобладают над позитивными. Выявлено различие в интенсивности

© Шариков А.В., 2024



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

негативного освещения России в национальных и региональных онлайн-источниках Великобритании. Наиболее жесткую позицию занимают национальные источники, среди региональных велика негативная направленность на онлайн-ресурсах Англии, а источники Шотландии и Северной Ирландии демонстрируют наименьшую негативную тональность.

Ключевые слова: репрезентация России, британские онлайн-ресурсы, британские СМИ, теория повестки дня, сентимент-анализ, тональность текста

Благодарности и финансирование. Работа выполнена в рамках научно-исследовательского проекта «Медиадинамика в глобальном информационном онлайн-пространстве: медиаштормы и долговременные тенденции» на факультете креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в 2023 г.

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 20 мая 2024 г.; отрецензирована 3 июня 2024 г.; принята к публикации 22 июня 2024 г.

Для цитирования: Шариков А.В. Представленность России в британских онлайн-источниках в 2022 г. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2024. Т. 29. № 3. С. 534–550. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2024-29-3-534-550>

Representation of Russia in the British online sources in 2022

Alexander V. Sharikov 

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

✉ asharikov@hse.ru

Abstract. The article examines peculiarities of representation of Russia in British online sources in 2022, when Russia launched a special military operation in Ukraine. The author used a statistical approach to analysis based on the Factiva monitoring system, the database of which contains about 4.5 million texts published on 416 British online resources from January 1 to December 31, 2022 at both national and regional levels. Sentiment analysis (Factiva version) was used to determine the tone of the messages. The analysis showed that in 2022, Russia ranked fourth in terms of number of articles with its mention in the analyzed corpus of texts, the first being the United Kingdom itself, the second, the United States, and the third, Ukraine. From the point of view of the agenda-setting theory (McCombs, Shaw), this fact indicates the high importance of Russia for the UK media. Most often, materials mentioning Russia on British online resources in 2022 were published by the national editions of “The Financial Times”, “The Independent” and “The Times”. At the regional level, the largest number of text materials mentioning Russia was found: in England – on the website of the radio station “City AM Online”; in Northern Ireland – on the website of “Lurgan Mail”; in Wales – on the website of “The Western Mail”; in Scotland – on the portal “thescottishsun.co.uk”. The British media were more focused on covering the non-military aspects of the Russian-Ukrainian conflict, mainly, on political and economic

problems. In general, the neutral tone of this set of materials prevailed, that is explained by the absolute dominance of short non-evaluative information messages in it. This is true for both national and regional publications. At the same time, materials of a negative tone prevail over positive ones when it comes to Russia. A difference was found in the intensity of negative coverage of Russia in national and regional online sources in the UK. The most rigid position is taken by national British sources. Among the regional ones, the negative focus on online resources in England is greater, and sources in Scotland and Northern Ireland show the least negative tone.

Keywords: Russia, United Kingdom, representation of Russia, British online resources, British media, agenda theory, sentiment analysis, tone of the text

Acknowledgements and Funding. The work was carried out within the framework of the research project “Media Dynamics in the global online information space: media storms and long-term trends” at the Faculty of Creative Industries of the National Research University Higher School of Economics, Moscow, in 2023.

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted May 20, 2024; revised June 3, 2024; accepted June 22, 2024.

For citation: Sharikov, A.V. (2024). Representation of Russia in the British online sources in 2022. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 29(3), 534–550. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2024-29-3-534-550>

Введение

Настоящая статья продолжает серию публикаций о представленности России в мировом информационном пространстве – проект, стартовавший в 2021 г. (Быстрицкий, Шариков, 2021; Шариков, 2021; Шариков, 2022; Шариков, 2023). На этот раз фокус внимания направлен на британские онлайн-СМИ образца 2022 г., когда Россия начала специальную военную операцию (СВО) на Украине.

Представленность нашей страны в британской прессе активно изучается российскими исследователями: за последние 25 лет вышло около 200 публикаций на эту тему. Здесь можно условно выделить, по меньшей мере, четыре направления. Первое связано с понятием «образ России» в социально-политическом аспекте, где акцент делается на модальность подачи материала (Будаев, 2007; Громыко, 2008; Желтухина, Парамонова, 2020; Красильникова, 2007; Постерняк, 2021 и др.). Второе направление – лингвистическое, в центре внимания находятся языковые средства, используемые для описания образа России (Зарубина, 2018; Карпухина, 2019; Ковязина и др., 2018; Кошкарлова, 2019 и др.). Третья группа публикаций рассматривает культурологические аспекты репрезентации России в британских СМИ (Пчелкина, 2015; Соколов, 2010; Ужегова, 1999 и др.). Наконец, четвертое направление связано с контекстом информационных войн (Коцюбинская, 2017; Кушнерук, 2018; Кушнерук, 2023, Тагильцева, 2018 и др.).

Наблюдается тенденция к расширению корпусной базы исследования – от анализа публикаций в отдельно взятой газете *The Independent* (Рассоха, 2006) до использования корпуса материалов из 18 периодиче-

ских изданий (Боева-Омелечко, Постерняк, 2021). В настоящем исследовании анализируемый корпус британских источников (онлайн-СМИ) расширяется до 416, что позволяет вести корректный статистический анализ не только на уровне лексических единиц и материалов в пределах одного издания или небольшого числа СМИ, но и на уровне подсчета количества изданий. Еще одна особенность настоящего исследования – введение в рассматриваемый корпус текстов материалов изданий регионов Великобритании: Англии, Северной Ирландии, Уэльса и Шотландии.

На протяжении многих лет Великобритания выступает одним из основных и наиболее жестких оппонентов России на международной арене. Начиная с 2008 г. и особенно после 2014 г., российско-британские отношения пришли к весьма плачевному состоянию. Это не могло не проявиться в публикациях британских СМИ. Возникает множество вопросов, в пределах статьи ограничимся тремя. Какое место занимала ранее и занимает теперь Россия в британских СМИ? Какова доминирующая тональность освещения ими событий в России в 2022 г.? Есть ли различия в представленности России в национальных и региональных СМИ Великобритании?

Методика

Для ответа на обозначенные вопросы в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) было проведено специальное исследование на основе мониторинговой системы Factiva: был получен доступ к базе данных текстовых материалов на большом количестве онлайн-ресурсов глобального интернета, в том числе в британских онлайн-источниках. При этом важно подчеркнуть, что сервис Factiva, принадлежащий компании Dow Jones, в наибольшей степени ориентирован на работу с источниками экономической и политической информации.

Анализ проведен в 2023 г. Были отобраны материалы за период с 1 января по 31 декабря 2022 г. (основной массив), к которым иногда добавлялись материалы других временных интервалов. Общее число доступных британских онлайн-ресурсов составило 416 (4,5 млн публикаций). Анализ велся, во-первых, по всему корпусу текстов; во-вторых, отдельно для национальных британских (59) и обобщенно для региональных (357) источников; в-третьих, отдельно для четырех регионов Великобритании (Англия – 246, Северная Ирландия – 31, Уэльс – 24, Шотландия – 56).

Для предварительного выявления особенностей тональности информационных материалов британских источников применялся сентимент-анализ с использованием системы Factiva. По всему корпусу текстов в 2022 г. абсолютно преобладало нейтральное освещение событий (99,2%), что объясняется доминирующим количеством информационных сообщений в общем массиве анализируемых публикаций. При этом положи-

тельно окрашенные материалы составили 0,49 %, отрицательно окрашенные – 0,29 %. Для удобства анализа нами был введен вспомогательный параметр, названный «тональный баланс текстов», обозначенный литерой «В» – разность процентов положительно и отрицательно окрашенных материалов в заданном корпусе текстов. Таким образом, тональный баланс британских источников, содержащихся в базе мониторинговой системы Factiva в 2022 г., равен $0,49 \% - 0,29 \% = 0,20 \%$. Величина «В» положительна, значит, в заданном корпусе текстов положительно окрашенные материалы преобладают над отрицательно окрашенными.

Результаты и обсуждение

В Великобритании 2022 г. ознаменовался рядом важных внутриполитических и экономических событий. На фоне продолжавшейся эпидемии COVID-19 Великобритания дважды за год пережила правительственный кризис. В июле подало в отставку правительство Б. Джонсона. В сентябре его сменило правительство Э. Трасс, которое продержалось совсем недолго: в октябре было сформировано новое правительство под руководством Р. Сунака. В сентябре скончалась королева Великобритании Елизавета II. Ее преемником на троне Соединенного Королевства стал принц Чарльз, которого стали именовать королем Карлом III. Экономика Великобритании в 2022 г. испытывала сложности: резко выросли цены на энергоносители, рухнул фунт стерлингов по отношению к доллару США и евро, инфляция достигала двузначных значений в процентном выражении (до 11,1 % в октябре¹), понизился уровень жизни. Это привело к массовому недовольству населения, начались забастовки железнодорожников, сотрудников королевской почты, медсестер. Звучавшая в адрес властей критика привела к расследованию по поводу действий правительства во время эпидемии COVID-19. Затем началась эпидемия оспы обезьян. Страна явно чувствовала себя неблагополучно.

Как эти проблемы отразились в материалах британских СМИ? Запрос в мониторинговой системе Factiva позволил выявить основные тематические направления материалов британских источников в 2022 г. (в оригинальной классификации сервиса). Первая тройка выглядит следующим образом: «политические и общие новости» (11,6 % материалов); «отчетность перед комиссией по ценным бумагам» (10,6 %); «преступления/правосудие» (8,5 %). При этом тема «военные действия» в британских онлайн-источниках по итогам 2022 г. не вошла даже в двадцатку наиболее значимых – процент публикаций по ней составил 1,4 %. Подчеркнем, тема «военные действия» затрагивает не только российско-украинский конфликт: в мире в этот период были и другие военные столкновения.

¹ Инфляция в Великобритании в октябре ускорилась до 11,1 % // Интерфакс. 16 ноября 2022. <https://www.interfax.ru/business/872652>

Как было отмечено выше, в 2022 г. общий тональный баланс всех материалов британских источников, доступных с помощью базы данных Factiva, был положительным. Положительным тональный баланс был и в корпусе региональных источников Великобритании: в Англии +0,29 %, в Северной Ирландии +0,40 %, в Уэльсе +0,28 %, в Шотландии +0,19 %. Если выделить тематику, чаще всего освещаемую в позитивно окрашенном контексте с учетом специфики сервиса Factiva, то это сообщения о хороших экономических показателях в корпоративных и отраслевых новостях, открытие новых предприятий, организация новых рабочих мест и т. п. Негативно окрашенные новости чаще всего связаны с сообщениями о преступлениях, правосудии, правонарушениях, мошенничестве, санкциях и т. п.

Наблюдения за представленностью тех или иных географических объектов в корпусе источников некоторой страны приводят нас к ряду общих закономерностей, вытекающих из теории установления повестки дня (McCombs, Shaw, 1972; Shaw, McCombs, 2008; Guo et al., 2019). Отметим две из них. Первая: совокупно на онлайн-ресурсах данной страны больше всего материалов будет с ее упоминанием. Вторая: чем более значимы внешние государства для рассматриваемой страны, тем чаще о них будет писать ее пресса, тем больше материалов с их упоминанием будет размещаться на ее онлайн-ресурсах.

Мониторинговая система Factiva позволяет вести анализ текстов за довольно большой период времени. Поэтому было решено выявить динамику представленности России на британских онлайн-ресурсах с 2010 по 2022 г. (табл. 1). Приведено процентное количество материалов с упоминанием той или иной страны относительно всех материалов британских онлайн-источников соответствующего периода. Видно, что первое место в обоих случаях, как и ожидалось, занимает Великобритания. При этом процент материалов с ее собственным упоминанием вырос с 47,83 % в 2010 г. до 59,52 % в 2022 г. Это, вероятно, свидетельствует о возрастании внимания британских СМИ к внутренним проблемам страны.

Таблица 1

Страны, наиболее часто упоминавшиеся в британских онлайн-источниках в 2010 и 2022 гг.
(указан процент материалов с упоминанием стран в общем корпусе текстов британских ресурсов сервиса Factiva)

2010			2022		
1	Великобритания	47,83 %	1	Великобритания	59,52 %
2	США	5,67 %	2	США	5,52 %
3	Ирландия	2,49 %	3	Украина	3,51 %
4	Китай	1,22 %	4	Россия	3,18 %
5	Франция	0,98 %	5	Ирландия	1,21 %
6	Германия	0,79 %	6	Китай	1,14 %
7	Индия	0,68 %	7	Австралия	1,13 %
8	Афганистан	0,63 %	8	Франция	0,85 %
9	Австралия	0,55 %	9	Япония	0,61 %
10	Россия	0,52 %	10	Испания	0,56 %

Источник: составлено автором.

Table 1

Countries most frequently mentioned in UK online sources in 2010 and 2022
(the percentage of materials with mentioning countries in the total corpus of texts of British resources of Factiva service)

2010			2022		
1	the United Kingdom	47.83 %	1	the United Kingdom	59.52 %
2	the United States	5.67 %	2	the United States	5.52 %
3	Ireland	2.49 %	3	Ukraine	3.51 %
4	China	1.22 %	4	Russia	3.18 %
5	France	0.98 %	5	Ireland	1.21 %
6	Germany	0.79 %	6	China	1.14 %
7	India	0.68 %	7	Australia	1.13 %
8	Afghanistan	0.63 %	8	France	0.85 %
9	Australia	0.55 %	9	Japan	0.61 %
10	Russia	0.52 %	10	Spain	0.56 %

Source: compiled by the author.

Среди зарубежных государств наибольшую значимость для британской прессы имеют Соединенные Штаты Америки, что сохраняется на протяжении многих лет. Из первой десятки в 2022 г. ушла Германия, которая расположилась лишь на двенадцатом месте: для британских СМИ она оказалась не так важна и интересна, как, например, Украина и Россия.

Россия в 2010 г. занимала десятое место и упоминалась лишь в 0,52 % материалов. В 2022 г. она поднялась на четвертую позицию и упоминалась в 3,18 % всех публикаций. Отсюда следует, что значимость России для британских источников существенно возросла. Причина – СВО России на Украине, начавшаяся 24 февраля 2022 г. Это вызвало настоящий медиашторм в мировой прессе, в том числе в Великобритании. Заметим, что в данном случае значимость России для британских источников не тождественна их позитивному отношению к ней.

24 февраля 2022 г. началась специальная военная операция. Процент материалов с упоминанием России в британских источниках днем ранее, 23 февраля, составлял 6,3 %, а в день начала СВО – примерно вдвое больше (12,7 %). В течение еще трех дней рост продолжился, пока 27 февраля не достиг своего пика в 17,6 %. Такое быстрое нарастание количества публикаций, связанных с определенным объектом (в данном случае, Россией), называют медиаштормом (Бойдстан и др., 2023; Шариков, 2021; Шариков, 2022). Следовательно, СВО вызвало медиашторм в британских СМИ, который продолжался с конца февраля до конца марта 2022 г., постепенно затухая. Отметим также, что медиашторм, связанный с СВО, наблюдался не только в британских источниках – он носил глобальный характер, а его пик в мировом масштабе пришелся на 24 февраля и соста-

вил 25,4 %, что заметно выше британского показателя. Наиболее сильная реакция на это событие наблюдалась в соседних с Россией европейских странах (Шариков, 2022).

На первый взгляд, британские СМИ должны были уделять основное внимание военным действиям. Однако 24 февраля 2022 г., по данным мониторинговой системы Factiva, среди 2 058 материалов британских онлайн-источников, где так или иначе упоминалась Россия, тройка наиболее часто встречающихся тематических направлений выглядела следующим образом: «политические и общие новости» (54,6 %), «исполнительная власть» (43,8 %), «военные действия» (32,7 %). Таким образом, собственно военные действия России на территории Украины были довольно значимой темой, но не были ведущим тематическим направлением. В центре внимания британских СМИ были политические аспекты происходящего, как внешние, так и внутренние, а также их освещение в СМИ.

Британские источники сразу заняли консолидированную антироссийскую позицию в освещении СВО, основные черты которой можно описать следующими тезисами:

- Россия напала на Украину. Россия — агрессор.
- Война носит полномасштабный характер. Это масштабы, которых Европа не знала со времен Второй мировой войны.
- Россия нарушает международные нормы.
- Вторжение России на Украину создает угрозу Третьей мировой войны, где неизбежно будет применено ядерное оружие.
- Война на Украине провоцирует рост цен на энергоносители в мире.
- Все британские компании, ведущие бизнес в России, должны прекратить любые отношения с ней.
- Россия — виновница и должна понести наказание через санкции и изоляцию.
- Запад должен помогать Украине деньгами, оружием, всеми другими способами, но так, чтобы не ввязаться в войну с Россией.

Таким образом, образ России рисуется крупными мазками и для британского обывателя выглядит примерно так: Россия — агрессивная, кровожадная страна, которая напала на несчастную Украину. Украина — невинная жертва. Россию надо заклеить, изолировать и обложить санкциями, и она должна проиграть войну. При этом британские источники не пишут о предыстории и причинах СВО. В их публикациях не отражена связь действий России с атаками украинской армии на города Донбасса, с нарушениями украинскими властями Минских соглашений, притеснением русскоязычного населения Украины и другими фактами. Так, 24 февраля 2022 г. в базе данных Factiva в корпусе британских

онлайн-источников было обнаружено 2 058 текстов с упоминанием России и лишь 26 – с упоминанием Донбасса, т. е. 1,3 %. Это означает, что британскими СМИ практически игнорировали связь «Россия – Донбасс».

Из сказанного следует, что в целом корпус материалов с упоминанием России в британских онлайн-источниках должен иметь негативный тональный баланс. Для проверки данной гипотезы был проведен сентимент-анализ на базе данных Factiva. Гипотеза подтвердилась. Оказалось, что как в целом по стране, так и в ее четырех регионах все приведенные значения тонального баланса отрицательные – СМИ Великобритании придерживались единой установки на негативное освещение событий, связанных с Россией. Сильнее всего негатив был выражен в национальных онлайн-источниках: средний за 2022 г. тональный баланс был равен $-1,27$ %. Среди регионов наблюдалось меньше негатива. Так, на онлайн-ресурсах Шотландии среднегодовой тональный баланс составил $-0,42$ %, а в Северной Ирландии $-0,43$ %. Наиболее сильное смещение в негативную тональность среди регионов наблюдалось в Англии ($-0,81$ %). В Уэльсе данный показатель оказался равным $-0,57$ %. Напомним, что в целом на британских онлайн-ресурсах позитивно окрашенные сообщения преобладали над негативными как на национальном, так и на региональном уровнях.

Рассмотрим теперь, какие британские онлайн-ресурсы чаще других публиковали материалы с упоминанием России в 2022 г. Для этой цели на базе данных Factiva был проведен количественный анализ. Были определены источники на английском языке, где имеется больше всего публикаций с упоминанием России в абсолютном выражении. Десять из них приведены в табл. 2. В ней содержатся девять онлайн-ресурсов национального уровня и один – регионального. Лидером оказалась онлайн-версия издания *Financial Times*, где обнаружено 14 397 публикаций с упоминанием России (в среднем 39 в сутки). Кроме нее в первую тройку вошли также онлайн-версии *The Independent* (13 129) и *The Times* (12 869). Из региональных изданий в десятке оказалось издание *Lurgan Mail* из Северной Ирландии.

Отметим, что среди выделенной десятки *Financial Times* отличается наиболее сильное тональное смещение материалов, как в негатив ($4,1$ %), так и в позитив ($0,6$ %), а также наиболее сильный негативный тональный баланс ($-3,5$ %).

Если рассмотреть процентные величины упоминания России, которые дают представление об онлайн-источниках, где наиболее велика концентрация материалов с упоминанием России, то выделяется портал BBC ($30,5$ %) и в особенности составляющий его ресурс *BBC Monitoring Former Soviet Union*, где $99,9$ % материалов так или иначе затрагивают нашу страну.

Таблица 2

Десятка британских онлайн-ресурсов, чаще всего публиковавших материалы с упоминанием России в 2022 г. на английском языке (по данным сервиса Factiva)

	Источник	Количество материалов с упоминанием России	Доля от всех текстов издания, %	Доля в позитивном контексте, %	Доля в негативном контексте, %	Тональный баланс, %
1	Financial Times	14 397	10,4	0,6	4,1	-3,5
2	The Independent	13 129	6,7	0,1	0,9	-0,8
3	The Times	12 869	6,0	0,5	1,7	-1,2
4	express.co.uk	12 732	9,7	0,1	1,7	-1,6
5	Daily Mail	12 678	3,9	0,2	1,0	-0,8
6	BBC (тексты на сайте)	11 258	30,5	0,0	1,0	-1,0
7	The Telegraph	9 418	8,4	0,2	1,3	-1,1
8	The Guardian	4 845	8,0	0,3	2,8	-2,5
9	Mirror.co.uk	3 983	4,5	0,1	0,6	-0,5
10	Lurgan Mail (Северная Ирландия)	3 623	1,1	0	0	0

Источник: составлено автором.

Table 2

Ten British online resources that most often published materials mentioning Russia in 2022 in English (according to the Factiva service)

	Source	Number of materials mentioning Russia	A share of all publication texts, %	A share of positive context, %	A share of negative context, %	Tonal balance, %
1	Financial Times	14 397	10.4	0.6	4.1	-3.5
2	The Independent	13 129	6.7	0.1	0.9	-0.8
3	The Times	12 869	6.0	0.5	1.7	-1.2
4	express.co.uk	12 732	9.7	0.1	1.7	-1.6
5	Daily Mail	12 678	3.9	0.2	1.0	-0.8
6	BBC (texts on the website)	11 258	30.5	0.0	1.0	-1.0
7	The Telegraph	9 418	8.4	0.2	1.3	-1.1
8	The Guardian	4 845	8.0	0.3	2.8	-2.5
9	Mirror.co.uk	3 983	4.5	0.1	0.6	-0.5
10	Lurgan Mail (Northern Ireland)	3 623	1.1	0	0	0

Source: compiled by the author.

Британские региональные онлайн-издания, чаще всего публиковавшие материалы с упоминанием России в 2022 г. на английском языке, по три издания от каждого из четырех регионов Великобритании –

Англии, Северной Ирландии, Уэльса и Шотландии (по данным сервиса Factiva) приведены в табл. 3.

Среди онлайн-изданий Англии лидером оказался сайт лондонской радиостанции City AM Online, на котором в течение 2022 г. было размещено 1485 текстовых материалов с упоминанием России, что составило 8,8 % от всех текстовых материалов данного сайта. Снова мы видим общую тенденцию преобладания негативной тональности материалов, так или иначе связанных с Россией.

Среди онлайн-ресурсов Северной Ирландии наиболее часто Россия упоминалась, как мы видели выше, на сайте Lurgan Mail, издания, в котором в течение 2022 г. зафиксировано 3 623 публикации с упоминанием России (1,1 %). В отличие от источников национального уровня и источников Англии, лидирующие североирландские издания публикуют материалы с упоминанием России в подчеркнуто нейтральной тональности: тональный баланс всех трех изданий равен нулю.

Таблица 3

Британские региональные онлайн-ресурсы, чаще всего публиковавшие материалы с упоминанием России в 2022 г. на английском языке (по данным сервиса Factiva)

	Источник	Количество материалов с упоминанием России	в % от всех текстов издания	% в позитивном контексте	% в негативном контексте	тональный баланс
Англия						
1	City AM Online (тексты)	1 485	8,8 %	0,9 %	4,5 %	-3,6 %
2	Evening Standard	851	6,1 %	0,1 %	0,2 %	-0,1 %
3	Yorkshire Post	704	2,4 %	0,1 %	1,3 %	-1,2 %
Северная Ирландия						
1	Lurgan Mail	3 623	1,1 %	0 %	0 %	0 %
2	Mid Ulster Mail	2 907	0,3 %	0 %	0 %	0 %
3	Londonderry Sentinel	1 245	0,3 %	0 %	0 %	0 %
Уэльс						
1	The Western Mail	729	3,7 %	0 %	1,1 %	-1,1 %
2	walesonline.co.uk	587	1,6 %	0 %	0,3 %	-0,3 %
3	Daily Post	335	2,3 %	0 %	0,9 %	-0,9 %
Шотландия						
1	thescottishsun.co.uk	2 464	2,3 %	0 %	0,4 %	-0,4 %
2	Scottish Daily Mail	1 779	4,3 %	0,1 %	0,3 %	-0,2 %
3	The Scotsman	1 080	3,7 %	0,1 %	1,4 %	-1,3 %

Источник: составлено автором.

Table 3

**British regional online resources that most often published materials mentioning
Russia in 2022 in English
(according to the Factiva service)**

	Source	Number of materials mentioning Russia	% of all publication texts	% in positive context	% in a negative context	tonal balance
England						
1	City AM Online (texts)	1 485	8.8 %	0.9 %	4.5 %	–3.6 %
2	Evening Standard	851	6.1 %	0.1 %	0.2 %	–0.1 %
3	Yorkshire Post	704	2.4 %	0.1 %	1.3 %	–1.2 %
Northern Ireland						
1	Lurgan Mail	3 623	1.1 %	0 %	0 %	0 %
2	Mid Ulster Mail	2 907	0.3 %	0 %	0 %	0 %
3	Londonderry Sentinel	1 245	0.3 %	0 %	0 %	0 %
Wales						
1	The Western Mail	729	3.7 %	0 %	1.1 %	–1.1 %
2	walesonline.co.uk	587	1.6 %	0 %	0.3 %	–0.3 %
3	Daily Post	335	2.3 %	0 %	0.9 %	–0.9 %
Scotland						
1	thescottishsun.co.uk	2 464	2.3 %	0 %	0.4 %	–0.4 %
2	Scottish Daily Mail	1 779	4.3 %	0.1%	0.3 %	–0.2 %
3	The Scotsman	1 080	3.7 %	0.1%	1.4 %	–1.3 %

Source: compiled by the author.

Из числа валлийских онлайн-источников, где в 2022 г. обнаружено наибольшее количество публикаций с упоминанием России на английском языке в системе Factiva, лидирует The Western Mail (729 публикаций, 3,7 %). Во всех трех изданиях наблюдается негативный тональный баланс.

Среди шотландских онлайн-ресурсов более всего материалов с упоминанием России зафиксировано на ресурсе thescottishsun.co.uk (2 464 публикации, 2,3 %). Все три издания демонстрируют преобладание негативной тональности над позитивной.

Данные, приведенные в таблице 3, подтверждают отмеченные выше тенденции. Более активно и в то же время жестко о России пишут национальные онлайн-источники Великобритании и издания Англии. В остальных регионах публикации более сдержанные, с тональным балансом, хотя чаще и отрицательным, но меньшим по абсолютной величине. При этом в источниках Северной Ирландии встречаются сбалансированные материалы с нулевым тональным балансом.

Выводы

В последние годы Россия входила в десятку стран, наиболее часто упоминаемых в британских СМИ, что свидетельствует о ее достаточно высокой значимости. В 2022 г. Россию стали упоминать значительно чаще, в результате чего она поднялась на четвертое место, уступая лишь самой Великобритании, а также США и Украине.

Британские СМИ в 2022 г. в большей степени были сосредоточены на освещении не военных аспектов СВО, а внутренних политических и экономических проблем Великобритании. В целом в британских СМИ тема «военные действия» (в классификации сервиса Factiva) занимала лишь 21-е место, а среди материалов с упоминанием России также была не на первом месте: лидировали «политические и общие новости», т. е. в центре внимания находились политические аспекты происходящего. В базе данных сервиса Factiva максимальное число такого рода материалов в абсолютном выражении обнаружено на онлайн-ресурсах Financial Times, The Independent и The Times.

В процессе исследования выявились некоторые особенности проявления тональности текстов в материалах британских источников. По всему корпусу текстов в 2022 г. абсолютно преобладало нейтральное освещение событий (99,2 %) из-за абсолютного доминирования коротких безоценочных информационных сообщений. В целом британским медиа был присущ небольшой положительный баланс тональности текстов (+0,20 %) – материалы позитивной тональности количественно преобладают над материалами негативной тональности. Это справедливо как для национальных, так и для региональных изданий. Однако, когда речь заходит о России, процент материалов нейтральной тональности снижается, а негативная тональность начинает преобладать над позитивной. В 2022 г. британские источники заняли консолидированную антироссийскую позицию. Одним предложением эта позиция могла бы быть выражена так: «Россия – это ужасная агрессивная страна, осуществившая военное вторжение на Украину, страна, которую надо наказать с помощью санкций и изоляции».

В целом, внимание к России чаще обнаруживают национальные издания, где среднее за сутки количество материалов с упоминанием нашей страны в 2022 г. составило 8,5. В региональных изданиях это число ниже – 0,35, т. е. публикации, так или иначе затрагивающие Россию, появлялись там примерно два раза в неделю. На региональном уровне наибольшее количество текстовых материалов с упоминанием России обнаружено в следующих изданиях: в Англии – на сайте радиостанции City AM Online; в Северной Ирландии – Lurgan Mail; в Уэльсе – The Western Mail; в Шотландии – thescottishsun.co.uk. Наблюдается различие в интенсивности негативного освещения России в национальных и региональных онлайн-источниках Великобритании. Наиболее жесткую позицию занимают

национальные британские источники. Среди региональных больше негативной направленности на онлайн-ресурсах Англии, а источники Шотландии и Северной Ирландии демонстрируют наименьшую негативную тональность.

Список литературы

- Боева-Омелечко Н.Б., Постерняк К.П.* Трансформация образа-концепта России в британском политическом медиадискурсе: диахронический аспект // Имагология и компаративистика. 2021. № 16. С. 148–173.
- Бойдстан Э.Э., Харди Э., Волгрейв С.* Две стороны медиавнимания: сопоставление новостного освещения в условиях медиашторма и вне его // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2023. Т. 8. № 1. С. 156–194.
- Будаев Э.В.* Постсоветская действительность в метафорах российской и британской прессы. Нижний Тагил: Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт, 2007. 160 с.
- Быстрицкий А.Г., Шариков А.В.* О представленности России в глобальном информационном онлайн-пространстве // Международная жизнь. 2021. № 2. С. 76–93.
- Громыко А.А.* Образы России и Великобритании: реальность и предрассудки. М.: Русский сувенир, 2008. 96 с.
- Желтухина М.Р., Парамонова Д.В.* Образ России в эпоху коронавируса – вербальная американская, британская и испанская медиатрансляция // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2020. № 3. С. 22–32.
- Зарубина Н.Е.* Роль оценочной лексики в формировании образа России в западных СМИ // Вестник Костромского государственного университета. 2018. Т. 24. № 2. С. 244–247.
- Карпущина Т.П.* «Лексика вражды» как манипулятивный ресурс создания образа России в современной англоязычной прессе (в аспекте преподавания английского языка российским студентам) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2019. Т. 21. № 1 (77). С. 212–222.
- Ковязина М.А., Ильющеня Т.А., Хабибуллина С.Б.* Средства выражения отрицательной оценки при описании санкционной политики западных стран в отношении России и российских ответных санкций в текстах британских сетевых СМИ: корпусное исследование // Политическая лингвистика. 2018. № 2 (68). С. 61–67.
- Коцюбинская Л.В.* Информационная атака – понятие и онтологические свойства // Политическая лингвистика. 2017. № 6 (66). С. 106–111.
- Кошкарлова Н.Н.* Лингвопрагматические и жанрово-стилистические особенности репрезентации Чемпионата мира по футболу 2018 г. в британском медиадискурсе // Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. № 3. С. 802–819.
- Красильникова Н.А.* «В плену у русского медведя», или современная Россия в метафорах британских и американских СМИ // Политическая лингвистика. 2007. № 1 (21). С. 92–97.
- Кушнерук С.Л.* Дискурсивный мир информационно-психологической войны в британских интернет-СМИ // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 4 (15). С. 79–91.
- Кушнерук С.Л.* Идеологическое миромоделирование в контексте информационно-психологической войны. М.: Флинта, 2023. 232 с.
- Постерняк К.П.* Динамика вербализации образа-концепта «Россия» в британском медиадискурсе XX–XXI вв.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Белгород, 2021. 183 с.

- Пчелкина Н.М. Образ России и русских через призму британской качественной прессы // Образование. Наука. Научные кадры. 2015. № 1. С. 283–288.
- Рассоха М.Н. Образ России в публицистическом дискурсе Великобритании (по материалам статей Independent) // Новые российские гуманитарные исследования. 2006. № 1. http://www.nrgumis.ru/articles/article_full.php&aid=40
- Соколов В.М. Образ России в британской прессе начала 1990-х гг. (культурологический аспект) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 1 (107). С. 64–69.
- Тагильцева Ю.Р. Стратегии и тактики информационно-психологической войны в контексте российско-британских отношений // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 4 (15). С. 92–104.
- Ужегова З.А. Образ «новой» России на Западе. По материалам американской и британской прессы: дис. ... канд. культурологии: 24.00.02. М., 1999. 228 с.
- 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 РФ на Украине: статистическая медиадинамика // Международная жизнь. 2022. № 4. С. 54–73.
- 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. № 1. С. 108–121.
- Guo L., Tien Vu H., McCombs M. An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting // *Communication. Media. Design*. 2019. Vol. 4. No. 1. P. 62–83.
- McCombs M., Shaw D.L. Agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. No. 2. P. 176–187.
- Shaw D.L., 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

- Boeva-Omelechko, N.B., & Posternyak, K.P. (2021). Transformation of the image-concept of Russia in British political media discourse: a diachronic aspect. *Imagology and Comparative Studies*, 16, 148–173. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/24099554/16/10>
- Boydston, A.E., Hardy, A., & Walgrave, S. (2023). Two faces of media attention: media storm versus non-storm coverage. *Communications. Media. Design*, 8(1), 156–194. (In Russ.)
- Budaev, E.V. (2007). *Post-Soviet reality in the metaphors of the Russian and British press*. Nizhny Tagil: Nizhny Tagil State Social Pedagogical Institute 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.)
- Gromyko, A.A. (2008). *Images of Russia and Great Britain: reality and prejudices*. Moscow: Russian Souvenir. (In Russ.)
- Guo L., Tien Vu H., & McCombs M. (2019). An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting. *Communication. Media. Design*, 4(1), 62–83.
- Karpukhina, T.P. (2019). Hate speech as a manipulative means of forming the inimical image of Russia in British and American mass-media (viewed from the aspect of the

- English language taught to Russian students). *Bulletin of Kemerovo State University*, 21(1), 212–222. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2019-21-1-212-222>
- Koshkarova, N.N. (2019). Linguistic, pragmatic, and stylistic peculiarities of 2018 FIFA World Cup representation in British media-discourse. *Russian Journal of Linguistics*, 23(3), 802–819. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-3-802-819>
- Kotsyubinskaya, L.V. (2017). Information attack: definition and essential characteristics. *Political Linguistics*, 6(66), 106–111. (In Russ.)
- Kovязина, M.A., Ilyushchenya, T.A., & Khabibullina, S.B. (2018). Negative evaluative language in description of anti-Russian sanctions policy and of Russian counter-sanctions in British online media discourse: a corpus research. *Political Linguistics*, 2(68), 61–67. (In Russ.)
- Krasilnikova, N.A. (2007). “Captives of Russian bear”: Russia today in UK & USA mass media. *Political Linguistics*, 1(21), 92–97. (In Russ.)
- Kushneruk, S.L. (2018). Discourse-world of information-psychological war in the British online media. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 4(15), 79–91. (In Russ.) <https://doi.org/10.17516/2311-3499-041>
- Kushneruk, S.L. (2023). *Ideological world modeling in the context of information and psychological warfare*. Moscow: Flinta. (In Russ.)
- McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972). Agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Pchelkina, N.M. (2015). The image of Russia and Russians through the prism of the British quality press. *Education. Science. Scientific Personnel*, 1, 283–288. (In Russ.)
- Rassokha, M.N. (2006). The image of Russia in the journalistic discourse of Great Britain (based on materials from Independent articles). *New Russian humanitarian studies*, 1. (In Russ.)
- Sokolov, V.M. (2010). The image of Russia in the British press in the early 1990s. (cultural aspect). *Bulletin of Orenburg State University*, 1(107), 64–69. (In Russ.)
- Posternyak, K.P. (2021). *Dynamics of verbalization of the image-concept “Russia” in British media discourse of the 20th–21st centuries*. (Ph.D. Dissertation). Belgorod. (In Russ.)
- Sharikov, A.V. (2021). Global online media landscape 2020: dynamic characteristics. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2, 445–463. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.2.1926>
- 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.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121>
- Sharikov, A.V. (2022). 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.)
- Shaw, 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.
- Tagiltseva, Yu.R. (2018). Strategies and tactics of the information-psychological war in the context of Russian-British relations. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 4(15), 92–104. (In Russ.) <http://doi.org/10.17516/2311-3499-041>
- Uzhegova, Z.A. (1999). *The image of the ‘new’ Russia in the West. Based on materials from the American and British press*. (Ph.D. Dissertation). Moscow. (In Russ.)
- Zarubina, N.E. (2018). The role of evaluative vocabulary in creating the image of Russia in the Western mass media. *Bulletin of Kostroma State University*, 24(2), 244–247. (In Russ.)

Zheltukhina, M.R., & Paramonova, D.V. (2020). Image of Russia in the Coronavirus era: verbal American, British, and Spanish media broadcast. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 3, 22–32. (In Russ.) <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2020-3-22-32>

Сведения об авторе:

Шариков Александр Вячеславович, кандидат педагогических наук, профессор Института медиа, факультет креативных индустрий, научный руководитель образовательной программы «Медиаменеджмент», 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 Pedagogical Sciences, Professor at the Institute of Media, Communications, Media and Design Department, scientific supervisor of the program “Media Management”, National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-6035-5960. E-mail: asharikov@hse.ru