



ЖУРНАЛИСТИКА
ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ МЕДИА
JOURNALISM
HISTORY AND THEORY OF MEDIA

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-1-134-150

EDN: SSSXOWS

УДК 16.77:001.8:070:001.8

Научная статья / Research article

**Представленность президентов
Российской Федерации и США в англоязычных
онлайн-источниках в 2024–2025 гг.**

А.В. Шариков 

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

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, проведенного в Высшей школе экономики в 2025 г. с целью рассмотреть, как в глобальном информационном онлайн-пространстве показаны три мировых лидера: Президент Российской Федерации В.В. Путин и два президента США – Д.Дж. Трамп и Дж.Р. Байден в течение 2024 и начала 2025 г. Исследование проводилось с помощью информационно-аналитической системы Factiva, позволяющей вести частотный и сентимент-анализ на больших массивах данных. Было обработано около 120 млн текстовых материалов на английском языке, расположенных на онлайн-ресурсах более чем 100 стран, в числе которых сайты ведущих мировых СМИ, а также значительное количество сайтов аналитического и статистического содержания. Проведенное исследование показало, что три лидера, выбранных для анализа, действительно оказались среди наиболее часто упоминаемых в англоязычных материалах глобального информационного онлайн-пространства в течение 2024 и первого квартала 2025 г. Помимо этих трех лидеров, высокую частоту упоминания обнаружил премьер-министр Индии Н. Моди. Все четверо также находились в числе наиболее часто встречающихся персон в 2022–2023 гг., несколько меняясь местами от одного года к другому, но не выходя из первой пятерки лидеров. Данные факты, с точки зрения теории установления повестки дня, свидетельствуют о высокой значимости четырех политиков для мировой общественности. Упоминание лидеров чаще происходило в текстах нейтральной тональности. Текстов позитивной тональности с их упоминанием было

© Шариков А.В., 2026



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

меньше, чем текстов негативной тональности, то есть во всех четырех случаях зафиксирован негативный тональный баланс, причем сильнее он был выражен у двух американских президентов.

Ключевые слова: В.В. Путин, Д.Дж. Трамп, Дж.Р. Байден, Н. Модди, глобальное информационное онлайн-пространство, теория установления повестки дня, сентимент-анализ, тональность текста, тональный баланс

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

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 2025 г.

История статьи: поступила в редакцию 9 июля 2025 г.; отрецензирована 10 сентября 2025 г.; принята к публикации 25 октября 2025 г.

Для цитирования: Шариков А.В. Представленность президентов Российской Федерации и США в англоязычных онлайн-источниках в 2024–2025 гг. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 1. С. 134–150. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-134-150> EDN: SSXOWS

Media Coverage of Russian and US Presidents in English-Language Online Sources in 2024–2025

Aleksander V. Sharikov 

HSE University, Moscow, Russian Federation

✉ asharikov@hse.ru

Abstract. The article presents the results of a study conducted at the Higher School of Economics in 2025, which aimed to examine the media coverage of three world leaders in the global online information space: Russian President V.V. Putin and the two US Presidents, D.J. Trump and J.R. Biden, during 2024 and early 2025. The study utilized the Factiva information and analytical system to conduct frequency and sentiment analysis on a large dataset of approximately 120 million English-language texts from online resources in over 100 countries, including major global media outlets and analytical websites. The findings show that the three leaders consistently ranked among the most frequently mentioned figures in the English-language global information space throughout 2024 and Q1 2025. Indian Prime Minister N. Modi also exhibited a high mention frequency. All four figures remained in the top five most mentioned persons since 2022–2023, with their rankings shifting annually. From the perspective of agenda-setting theory, this indicates their high significance to the global community. Mentions of the leaders occurred most frequently in neutral-toned texts. The proportion of positive-toned texts was lower than that of negative-toned texts, resulting in a negative sentiment balance for all four cases, which was more pronounced for the two American presidents.

Keywords: Vladimir Putin, Donald Trump, Joseph Biden, Narendra Modi, global online information space, agenda-setting theory, sentiment analysis, text tonality, tonal balance

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

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 Higher School of Economics, Moscow, in 2025.

Article history: submitted July 9, 2025; revised September 10, 2025; accepted October 25, 2025.

For citation: Sharikov, A.V. (2026). Media Coverage of Russian and US Presidents in English-Language Online Sources in 2024–2025. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(1), 18–38. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-134-150> EDN: SSXOWS

Введение

Настоящее исследование, выполненное в Высшей школе экономики, развивает подходы более ранних работ (Быстрицкий, Шариков, 2021; Шариков, 2022; 2024) к анализу представленности России в мировом медиапространстве. В фокусе данного этапа проекта – сравнительная репрезентация трех мировых лидеров (В.В. Путин, Д.Дж. Трамп, Дж.Р. Байден) в глобальном информационном поле в течение 2024 и начале 2025 г.

Академических публикаций на русском языке, посвященных нынешнему Президенту Российской Федерации, довольно много¹. Первые датируются 2000 г. (Брим, Косова, 2000; Киктева, 2000). Далее выделяются те, которые рассматривают когнитивные и риторические основы выступлений российского лидера и аспекты формирования его образа, имея при этом высокую цитируемость (Гаврилова, 2004; Евгеньева и др., 2008; Малинова, 2018). Из числа работ, опубликованных в последние годы, отметим некоторые статьи (Каримова, 2023; Мальченков, 2022; Ращупкин, 2022; Чэнь, 2023), а также кандидатскую диссертацию Н.Ф. Ехлаковой (2023), в которой приводится сравнительный анализ выступлений В.В. Путина и Д. Трампа.

Научные публикации на русском языке, которые затрагивают фигуру Трампа, также многочисленны². Первыми публикациями на русском языке, которые можно назвать научно-прикладными, стали две переводные монографии о Трампе-миллиардере, а не о политике (Росс, 2008; Росс, Мак-Лин, 2008). К этому моменту Трамп был известен в России как эксцентричный бизнесмен, автор книги «Искусство заключать сделки», переведенной на русский язык³. На Трампа-политика обратили внимание в 2015 г. с началом президентской предвыборной кампании (Оганесян, 2015). С этого момента он часто оказывался объектом изучения (Кузнецов и др., 2020; Пирожкова, 2025; Соловей, 2017; Шишкина, 2022; Яковлев, 2020). Особенно привлекали его политические выступления (Воейкова и др. 2022; Лежнина, 2022; Менщикова, 2022).

Джозеф Робинетт Байден впервые попал в поле зрения российской академической науки в 2009 г., когда занял пост вице-президента при Бараке Обаме

¹ Запрос по ключевому слову «Путин» в системе РИНЦ от 27.06.2025, когда готовилась настоящая статья, выдал 8613 публикаций, где запрошенное слово упоминалось в названиях книг, кандидатских и докторских диссертаций, статей, а также в аннотациях и/или ключевых словах к ним.

² Запрос по ключевому слову «Трамп» в системе РИНЦ от 27.06.2025 выдал 4376 названий работ.

³ *Трамп Д.Дж.* Искусство заключать сделки / пер. с англ. Н. Захарович. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 280 с.

(Фоменко, 2009). Интерес к Байдену также оказался высоким, хотя и меньшим в сравнении с публикациями, связанными с Путиным и Трампом, если судить по количеству опубликованных научных работ⁴. Однако в этом множестве оказалось не так много текстов, рассматривающих коммуникационные аспекты в деятельности 46-го президента США (Данкова, 2021; Крутова и др., 2022; Менщикова, 2022; Цыбина, 2023 и др.).

В работах, связанных с тремя президентами, доминирует качественный подход: анализируются их выступления, деятельность в рамках внутренней и внешней политики, подходы к вопросам безопасности, в том числе информационной, и др. Однако без внимания оставался вопрос количественной представленности трех лидеров в СМИ во всемирном масштабе. Как часто они упоминаются в информационном пространстве? В каком тональном контексте это происходит?

Цель статьи – выявить количественные тенденции в репрезентации трех мировых лидеров (В.В. Путина, Дж.Р. Байдена, Д.Дж. Трампа) в глобальном англоязычном информационном пространстве в течение 2024 и начале 2025 г. Для этого применялся статистический анализ больших данных, оценивалась частота упоминаний и тональность текстов на релевантных интернет-ресурсах. Подобное масштабное статистическое исследование впервые проводится в российской академической практике.

Проверялись четыре гипотезы.

1. В 2024 и первом квартале 2025 г. Д.Дж. Трамп и Дж.Р. Байден упоминались в англоязычных ресурсах чаще других мировых персон.

2. Упоминания американских президентов преимущественно имели нейтральную тональность, при этом позитивных оценок было больше, чем негативных.

3. В.В. Путин упоминался реже, чем американские лидеры, но чаще, чем лидеры других стран.

4. Упоминания российского президента также в основном были нейтральными, однако доля негативных оценок преобладала над позитивными.

Материалы и методы

Проверка гипотез осуществлялась с помощью информационно-аналитической системы Factiva компании Dow Jones. Было обработано около 120 млн текстовых материалов на английском языке, расположенных на онлайн-ресурсах более чем 100 стран, в числе которых сайты ведущих мировых СМИ, а также значительное количество сайтов аналитического и статистического содержания. Система дает возможность вести на английском языке частотный анализ текстов с упоминанием тех или иных персон и сентимент-анализ, позволяющий определять тональную направленность публикаций: нейтральную, позитивную или негативную.

⁴ Запрос по ключевому слову «Байден» в системе РИНЦ от 27.06.2025 выдал 1403 названий публикаций.

2024-й год ознаменовался большим количеством важных политических событий, происходивших в мире. В марте в Российской Федерации прошли президентские выборы, завершившиеся победой В.В. Путина. В течение года весь мир следил за предвыборной кампанией в США, которая в ноябре закончилась победой Д.Дж. Трампа. Параллельно продолжалась специальная военная операция России на Украине. Возвращение Трампа в Белый дом в январе 2025 г. привело к резким переменам в геополитике, что вызвало бурную реакцию в мировом информационном пространстве. Этим обусловлен выбор хронологических рамок исследования – с 1 января 2024 по 31 марта 2025 г.

В качестве теоретической рамки были выбраны теория установления повестки дня (McCombs, Shaw, 1972; Kosicki, 1993) и концепция тональности текста, на основе которой в свое время был разработан метод измерения тональности публикаций, получивший название сентимент-анализ (Ермаков, Ермакова, 2012; Посевкин, Бессмертный, 2015; Liu, 2020).

Частота упоминаемости некоторого объекта в СМИ, согласно теории установления повестки дня, является индикатором его социальной значимости. Применительно к настоящему исследованию это означает, что чем чаще упоминается некоторая персона в англоязычном корпусе ресурсов, тем более значима она для англоязычного сообщества, в пределах которого происходит распространение данной информации. Поэтому президенты США обычно имеют наибольшее значение именно в источниках США, а значит, и частота их упоминания на американских ресурсах будет выше. Что касается российского президента, то о нем чаще всего будут писать в российских источниках на русском языке. Отсюда априори сравнительно невысокая вероятность того, что частота упоминания В.В. Путина на английском языке в глобальном интернете будет выше, чем частота упоминания Д.Дж. Трампа и Дж.Р. Байдена. Однако следует принять во внимание, что англоязычный интернет не сводится к ресурсам исключительно англоязычных стран, поскольку английский сегодня – это язык международного общения, и практически все мировые информационные агентства, а также многие ресурсы из разных стран работают именно на английском языке. Поэтому вопрос о частоте упоминания любой персоны на глобальном уровне в англоязычной зоне выводит нас на понимание глобальной значимости изучаемой персоны.

Концепция тональности рассматривает стилистические особенности текста на основе анализа лексического материала, наличия имплицитных оценочных элементов в тех или иных лексических единицах и их сочетаниях. Традиционно выделяют три типа тональности текста: позитивную (одобряемую в некотором социальном пространстве); негативную (социально не одобряемую); нейтральную (безоценочную). Настоящее исследование проводилось на корпусе материалов прежде всего информационных агентств, где жанры подачи информации априори предполагаются безоценочными, а значит, нейтральными. Тем не менее часть материалов содержит оценочные лексические единицы – их наличие позволяет определить тональность конкретного текста. Такая оценочность, очевидно, связана с редакционной политикой

изданий и в политическом поле отражает позицию редакции. Учитывая специфику событий 2024 г. в США, где проходила крайне жесткая борьба за президентское кресло, информационное пространство было поляризовано, часть интернет-ресурсов первоначально откровенно поддерживала Дж.Р. Байдена, представителя Демократической партии, а другая часть – Д.Дж. Трампа, представителя Республиканской партии. В результате возникла неопределенность в знаке суммарной оценки, и баланс сил менялся в процессе предвыборной кампании. Что касается текстов, в которых упоминался В.В. Путин, то для каждой страны также наблюдалась неоднозначность в оценках. Отсюда и возникает неопределенность в понимании того, как, в каких масштабах освещалась деятельность российского президента, разрешить которую и предполагается в настоящем исследовании.

Результаты и обсуждение

Первыми операциями в данном исследовательском проекте стали запросы по годам о количестве материалов с упоминанием персон за период с 2022 по 2024 г. В десятку наиболее часто встречающихся персон (табл. 1) входят лидеры: по одному из Аргентины, Израиля, Индии, Мексики, России, Украины, четверо из Великобритании, пятеро из США. Среди них 14 политиков и один бизнесмен – Илон Маск. Преобладание американцев и британцев объясняется тем, что анализ ведется на материалах англоязычных ресурсов интернета. Из числа граждан США в первые десятки попали два президента (Дж.Р. Байден и Д.Дж. Трамп), кандидат в президенты К. Харрис, госсекретарь Э. Блинкен и И. Маск. Британцы представлены четырьмя премьер-министрами (Б. Джонсон, К. Стармер, Р. Сунак и Э. Трасс). Отчетливо видна тенденция – в целом чаще упоминаются лидеры крупных англосаксонских стран.

В списке постоянно присутствует Н. Моди, премьер-министр Индии, что объясняется значительным весом англоязычных индийских изданий в системе Factiva и интересом прессы к этой персоне в англоязычных СМИ других стран. В 2024 г. по результатам парламентских выборов он вновь занял пост премьер-министра. Кроме него в списке находим лидера Украины В. Зеленского, что обусловлено повышенным интересом мирового сообщества к военному конфликту на Украине, а также И. Маска – самого успешного в мире бизнесмена, эксцентричное поведение которого привлекает прессу. Логичным выглядит и присутствие в списках А. Обрадора – президента Мексики, соседствующей с США. Остальные персоны можно охарактеризовать как значимые для глобального онлайн-пространства, но причины могут быть различными.

Обратим внимание на то, что во всех трех списках в первой пятерке лидеров присутствуют четверо: В.В. Путин, Дж. Байден, Д. Трамп и Н. Моди. Российский президент возглавил список наиболее часто упоминаемых персон в 2022 г., что объясняется началом специальной военной операции, которая спровоцировала мощный медиашторм, перекрывший на длительное время остальную повестку дня мировых СМИ (Шариков, 2022).

Таблица 1. Топ-10 наиболее часто упоминаемых персон в базе данных системы Factiva в 2022–2024 гг.

№ п/п	Персона	Количество текстов с упоминанием политиков, тыс., 2022	Персона	Количество текстов с упоминанием политиков, тыс., 2023	Персона	Количество текстов с упоминанием политиков, тыс., 2024
1	В.В. Путин	357,3	Дж. Байден	256,0	Д.Дж. Трамп	504,2
2	Дж. Р. Байден	316,5	Н. Модри	203,9	Дж.Р. Байден	340,9
3	Д.Дж. Трамп	180,7	В.В. Путин	180,1	Н. Модри	236,7
4	Н. Модри	164,5	Д.Дж. Трамп	177,2	К. Харрис	202,4
5	Б. Джонсон	164,0	Р. Сунак	118,8	В.В. Путин	176,2
6	В. Зеленский	162,0	А. Обрадор	110,6	К. Стармер	134,3
7	А. Обрадор	125,2	В. Зеленский	105,9	И. Маск	119,5
8	Э. Трасс	119,9	И. Маск	94,9	Б. Нетаньяху	119,4
9	Р. Сунак	112,2	Б. Нетаньяху	75,5	В. Зеленский	104,0
10	И. Маск	95,3	Э. Блинкен	69,3	Х.Х. Милей	99,9

Источник: составлено А.В. Шариковым.

Table 1. Top-10 most frequently mentioned persons in the Factiva database, 2022–2024

No.	Person	The number of texts mentioning politicians, thousand, 2022	Person	The number of texts mentioning politicians, thousand, 2023	Person	The number of texts mentioning politicians, thousand, 2024
1	V.V. Putin	357.3	J.R. Biden	256.0	D.J. Trump	504.2
2	J.R. Biden	316.5	N. Modi	203.9	J.R. Biden	340.9
3	D.J. Trump	180.7	V.V. Putin	180.1	N. Modi	236.7
4	N. Modi	164.5	D.J. Trump	177.2	K. Harris	202.4
5	B. Johnson	164.0	R. Sunak	118.8	V.V. Putin	176.2
6	V. Zelenskyi	162.0	A. Obrador	110.6	K. Starmer	134.3
7	A. Obrador	125.2	V. Zelenskyi	105.9	E. Musk	119.5
8	E. Truss	119.9	E. Musk	94.9	B. Netanyahu	119.4
9	R. Sunak	112.2	B. Netanyahu	75.5	V. Zelenskyi	104.0
10	E. Musk	95.3	A. Blinken	69.3	J. Milei	99.9

Source: compiled by Aleksander V. Sharikov.

В списках топ-10 нет ни одного лидера стран Европейского союза, как и лидеров Китая, Японии, Южной Кореи и других стран. Их значимость в англоязычной зоне интернета, согласно теории установления повестки дня, ниже значимости персон, представленных в табл. 1.

Может сложиться впечатление, что, во-первых, высокая частота упоминания личности свидетельствует о ее популярности, то есть о позитивном отношении к ней. Это не совсем так, поскольку лидеры могут часто упоминаться в негативной тональности. Во-вторых, данные, представленные в табл. 1, – это усреднение на многомиллионном массиве. Если провести анализ по ресурсам различных географических зон, то картина будет другой. Эту тенденцию иллюстрирует табл. 2, где приведены списки персон, чаще всего упоминавшихся в источниках пяти англосаксонских стран – США (6,4 млн материалов на 4957 ресурсах), Великобритании (5,8 млн материалов на 424 ресурсах), Канады (1,3 млн материалов на 286 ресурсах), Австралии (1,6 млн материалов на 277 ресурсах) и Новой Зеландии (631 тыс. материалов на 84 ресурсах). Числа табл. 2 показывают процент текстов с упоминанием политиков в каждой стране относительно общего количества текстов из источников соответствующей страны, имеющихся в базе данных системы Factiva за период с 1 января 2024 по 31 марта 2025 г. Отобраны первые 16 персон. Число 16 обусловлено тем, что ставилась задача обнаружить, на каком месте в каждом списке находится Президент Российской Федерации. Оказалось, что во множестве канадских источников В.В. Путин располагается на 16-м месте, а в остальных четырех списках – на более высоких позициях. Значимость российского президента, согласно теории установления повестки дня, в канадских СМИ ниже, чем в других англосаксонских источниках.

Исходя из данных табл. 2, можно сказать, что в каждой стране список возглавляет ее лидер: в США – президент Д.Дж. Трамп, в Великобритании – премьер-министр К. Стармер, в Канаде – премьер-министр Дж. Трюдо, в Новой Зеландии – премьер-министр К. Лаксон. Исключение из правила составила Австралия, где премьер-министр П. Даттон оказался на втором месте, пропустив вперед Д.Дж. Трампа. Второй важный момент связан с тем, что в каждой стране в топ-16 входят большей частью политики и бизнесмены той же страны. Таковых в американских источниках 12, в британских – 9, в канадских – 10, в австралийских – 10. И лишь в новозеландских источниках это число равно 7, то есть в данном списке больше зарубежных лидеров. Когда же рассчитываются ранговые позиции в глобальном масштабе, то те национальные лидеры, которые не имеют большого международного веса, не упоминаются столь же часто на онлайн-ресурсах других стран. Это хорошо видно по данным табл. 2 на примере трех премьер-министров – Дж. Трюдо, П. Даттона и К. Лаксона. Они не фигурируют в списках топ-16 других англосаксонских стран, потому в глобальном измерении их статус оказывается сравнительно невысоким. Мы не видим их и в списке топ-10 наиболее часто упоминаемых политиков за 2024 г. (табл. 1).

Таблица 2. Топ-16 наиболее часто упоминаемых персон за период с 1 января 2024 по 31 марта 2025 г.

№ п/п	США		Великобритания		Канада		Австралия		Новая Зеландия	
	Персона	Упоминание, %	Персона	Упоминание, %	Персона	Упоминание, %	Персона	Упоминание, %	Персона	Упоминание, %
1	Д.Дж. Трамп	3,71	К. Стармер	2,52	Дж. Трюдо	4,22	Д.Дж. Трамп	1,70	К. Лаксон	1,62
2	Дж.Р. Байден	1,94	Д.Дж. Трамп	1,97	Д.Дж. Трамп	4,09	П. Даттон	1,57	Д.Дж. Трамп	1,37
3	К. Харрис	1,25	Р. Сунак	1,18	П. Пулевр	1,69	Дж. Чалмерс	0,97	Дж.Р. Байден	0,89
4	И. Маск	0,85	Р Ривз	1,18	Д. Форд	1,68	Дж.Р. Байден	0,77	У. Питерс	0,83
5	Б. Обама	0,39	Дж.Р. Байден	0,86	Дж.Р. Байден	1,33	К. Миннс	0,48	Н. Моди	0,61
6	В.В. Путин	0,37	В.В. Путин	0,74	К. Фриленд	1,09	К. Харрис	0,47	К. Хипкинс	0,56
7	Б. Нетаньяху	0,33	И. Маск	0,66	М. Смит	0,82	Дж. Аллан	0,47	Д. Сеймур	0,50
8	Р. Десантис	0,32	К. Харрис	0,54	Л. Розен	0,74	И. Маск	0,46	В.В. Путин	0,47
9	Т. Уолц	0,25	В. Зеленский	0,45	Д. Эби	0,71	П. Вонг	0,45	Ш. Рети	0,46
10	Ч. Шумер	0,24	Карл III	0,42	Дж. Сингх	0,69	Р. Марлс	0,32	И. Маск	0,31
11	Р. Кеннеди	0,22	Б. Джонсон	0,41	М. Карни	0,67	В.В. Путин	0,30	Б. Нетаньяху	0,30
12	В. Зеленский	0,22	Б. Нетаньяху	0,38	К. Харрис	0,63	Т. Плибершек	0,28	К. Харрис	0,30
13	М. Рубио	0,22	О. Баденх	0,38	Б. Нетаньяху	0,50	Б. Нетаньяху	0,28	Дж. Коллинз	0,30
14	Г. Ньюсом	0,21	Дж. Хант	0,37	С. Харпер	0,49	С. Майлз	0,27	М. Митчелл	0,28
15	К. Хокул	0,21	Э. Трасс	0,36	М. Джели	0,46	М. Буллок	0,27	А. Гуттериш	0,28
16	Х. Клинтон	0,20	Дж. Суинни	0,34	В.В. Путин	0,45	У. Шортен	0,25	К. Стармер	0,27

Источник: составлено А.В. Шариковым.

Table 2. Top-16 most frequently mentioned persons' database for the period from January 1, 2024 to March 31, 2025

No.	US		UK		Canada		Australia		New Zealand	
	Person	Mentioning, %	Person	Mentioning, %	Person	Mentioning, %	Person	Mentioning, %	Person	Mentioning, %
1	D.J. Trump	3.71	K. Starmer	2.52	J. Trudeau	4.22	D.J. Trump	1.70	C. Luxon	1.62
2	J.R. Biden	1.94	D.J. Trump	1.97	D.J. Trump	4.09	P. Dutton	1.57	D.J. Trump	1.37
3	K. Harris	1.25	R. Sunak	1.18	P. Poilievre	1.69	J. Chalmers	0.97	J.R. Biden	0.89
4	E. Musk	0.85	R. Reeves	1.18	D. Ford	1.68	J.R. Biden	0.77	W. Peters	0.83
5	B. Obama	0.39	J.R. Biden	0.86	J.R. Biden	1.33	C. Minns	0.48	N. Modi	0.61
6	V.V. Putin	0.37	V.V. Putin	0.74	C. Freeland	1.09	K. Harris	0.47	C. Hipkins	0.56
7	B. Netanyahu	0.33	E. Musk	0.66	M. Smith	0.82	J. Allan	0.47	D. Seymour	0.50
8	R. DeSantis	0.32	K. Harris	0.54	L. Rosen	0.74	E. Musk	0.46	V.V. Putin	0.47
9	T. Waiz	0.25	V. Zelenskyi	0.45	D. Eby	0.71	P. Wong	0.45	S. Reti	0.46
10	C. Schumer	0.24	Charles III	0.42	J. Singh	0.69	R. Marles	0.32	E. Musk	0.31
11	R. Kennedy	0.22	B. Johnson	0.41	M. Carney	0.67	V.V. Putin	0.30	B. Netanyahu	0.30
12	V. Zelenskyi	0.22	B. Netanyahu	0.38	K. Harris	0.63	T. Pilbersek	0.28	K. Harris	0.30
13	M. Rubio	0.22	O. Badenoch	0.38	B. Netanyahu	0.50	B. Netanyahu	0.28	J. Collins	0.30
14	G. Newsom	0.21	J. Hunt	0.37	S. Harper	0.49	S. Miles	0.27	M. Mitchell	0.28
15	K. Hochul	0.21	E. Truss	0.36	M. Joly	0.46	M. Bullock	0.27	A. Guterres	0.28
16	H. Clinton	0.20	J. Swinney	0.34	V.V. Putin	0.45	B. Shorten	0.25	K. Starmer	0.27

Source: compiled by Aleksander V. Sharikov.

Перейдем к проверке гипотез, сформулированных выше, и обратимся к данным табл. 3. На англоязычных ресурсах интернета информационного и аналитического содержания, согласно гипотезе 1, в 2024 и первом квартале 2025 г. в глобальном масштабе среди множества персон чаще всего должны были упоминаться Трамп и Байден. Гипотеза подтвердилась. Добавим к этому, что материалов с упоминанием Трампа оказалось в 2,2 раза больше, чем материалов с упоминанием Байдена. Вывод: Трамп был более значимой фигурой в указанный период времени.

Во второй гипотезе предполагалось, что упоминание двух президентов должно было происходить преимущественно в текстах нейтральной тональности. При этом текстов позитивной тональности должно было быть больше, чем текстов негативной тональности. Гипотеза подтвердилась частично. Действительно, и Трамп, и Байден чаще всего упоминались в текстах нейтральной тональности (91,03 и 90,23 % соответственно) – это следствие жанровой специфики анализируемых источников, где подавляющее большинство текстов – короткие информационные сообщения. Оба президента чаще упоминались в негативном контексте, чем в позитивном. В итоге тональный баланс у них оказался негативным, причем более сильное негативное смещение обнаружили тексты с упоминанием Байдена.

Обратим внимание на то, что последовательность лидеров в табл. 3 немного отличается от последовательности в табл. 1 за 2024 г. Это лишнее свидетельство о высокой динамике процесса появления материалов в глобальном информационном онлайн-пространстве. Так, по итогам 2024 г. Харрис занимала четвертое место по количеству текстов с ее упоминанием (см. табл. 1). При расширении хронологических границ всего лишь на один квартал ее позиция снизилась – она оказалась на шестом месте. Когда она проиграла президентские выборы в США в ноябре 2024 г., интерес прессы к ней резко снизился. При этом Путин поднялся с пятого на четвертое место, а Маск – с седьмого на пятое.

Таблица 3. **Топ-10 наиболее часто упоминаемых персон с 1 января 2024 по 31 марта 2025 г.**

№ п/п	Персона	Количество текстов с упоминанием политика		Тексты нейтральной тональности, %	Тексты позитивной тональности, %	Тексты негативной тональности, %	Тональный баланс, %
		тыс.	%				
1	Д.Дж. Трамп	894,547	1,91	91,03	0,41	8,56	-8,15
2	Дж.Р. Байден	401,280	0,86	90,23	0,18	9,59	-9,41
3	Н. Модри	295,493	0,63	94,38	0,30	5,32	-5,02
4	В.В. Путин	230,655	0,49	92,83	0,13	7,04	-6,91
5	И. Маск	216,977	0,46	92,72	1,08	6,20	-5,12
6	К. Харрис	215,563	0,46	94,44	0,17	5,39	-5,22
7	К. Стармер	185,909	0,40	94,70	0,16	5,14	-4,98
8	В. Зеленский	156,652	0,33	96,18	0,06	3,76	-3,70
9	Б. Нетаньяху	148,586	0,32	92,48	0,04	7,48	-7,44
10	Х. Милей	124,548	0,27	92,87	0,31	6,82	-6,51

Источник: составлено А.В. Шариковым.

Table 3. Top-10 most frequently mentioned persons' database from January 1, 2024 to March 31, 2025

No.	Person	Number of texts mentioning a politicians		Texts in a neutral tone, %	Texts with a positive tone, %	Texts with a positive tone, %	Tonal balance, %
		thousand	%				
1	D.J. Trump	894.547	1.91	91.03	0.41	8.56	-8.15
2	J.R. Biden	401.280	0.86	90.23	0.18	9.59	-9.41
3	N. Modi	295.493	0.63	94.38	0.30	5.32	-5.02
4	V.V. Putin	230.655	0.49	92.83	0.13	7.04	-6.91
5	E. Musk	216.977	0.46	92.72	1.08	6.20	-5.12
6	K. Harris	215.563	0.46	94.44	0.17	5.39	-5.22
7	K. Starmer	185.909	0.40	94.70	0.16	5.14	-4.98
8	V. Zelenskyi	156.652	0.33	96.18	0.06	3.76	-3.70
9	B. Netanyahu	148.586	0.32	92.48	0.04	7.48	-7.44
10	J. Milei	124.548	0.27	92.87	0.31	6.82	-6.51

Source: compiled by Aleksander V. Sharikov.

Частично подтвердилась и гипотеза 3, согласно которой упоминание Путина на англоязычных ресурсах интернета информационного и аналитического содержания в 2024 и первом квартале 2025 г. в глобальном масштабе должно было происходить реже, чем двух американских президентов, но чаще, чем политических лидеров других стран. В самом деле, текстов с упоминанием двух американских президентов оказалось больше – эта часть гипотезы подтвердилась. Но не подтвердилась вторая часть гипотезы, поскольку третью строчку в списке занял Моди.

Полностью подтвердилась четвертая гипотеза, где говорилось о том, что упоминание российского президента должно было чаще происходить в текстах нейтральной тональности. При этом текстов негативной тональности должно было быть больше, чем текстов позитивной тональности. Это видно из табл. 3. Публикаций нейтральной тональности с упоминанием Путина оказалось 92,83 %, а это больше, чем у Трампа (91,03 %) и Байдена (90,23 %). Следовательно, упоминание российского президента подается в текстах с несколько меньшей степенью оценочности, чем упоминание американских президентов. Хотя процент текстов позитивной тональности с упоминанием Путина и невелик (0,13 %), он все же выше, чем аналогичный показатель у Зеленского (0,06 %) и Нетаньяху (0,04 %). Что касается текстов негативной тональности, то их у Президента Российской Федерации меньше (7,04 %), чем у Байдена (9,59 %), Трампа (8,56 %) и Нетаньяху (7,48 %). Добавим к этому, что у всех десяти наиболее часто упоминаемых лидеров, как видно из табл. 3, наблюдается негативный тональный баланс – материалы негативной тональности преобладают над материалами позитивной. Наиболее сильное негативное смещение наблюдается у Байдена.

Заключение

Три лидера, выбранных для анализа, действительно оказались среди наиболее часто упоминаемых в англоязычных материалах глобального информационного онлайн-пространства за изучаемый период. Они также находились

в числе наиболее часто встречающихся персон в 2022–2023 гг., меняясь местами, но не выходя из первой пятерки лидеров. Это свидетельствует о высокой значимости трех президентов для мировой общественности. Кроме них высокую значимость в англоязычной зоне интернета обнаружил премьер-министр Индии Н. Моди.

Полученные данные приводят к более глубокому пониманию того, как возникает глобальная значимость политического лидера. Сначала лидер выходит на высокие должностные позиции внутри своей страны – президента, премьер-министра или другой значимой должности – либо проявляет себя как успешный бизнесмен. Это создает предпосылки для привлечения внимания средств массовой информации к этой персоне, и человек оказывается в числе наиболее часто упоминаемых в национальной прессе. Если лидер сосредоточен исключительно на внутренних вопросах своей страны, то его упоминаемость в СМИ других стран будет невелика. Если же этот человек начинает активно проявлять себя на международном уровне, к нему возникает интерес прессы транснационального характера. Это чаще удается лидерам крупнейших стран, экономически наиболее развитых, хотя это условие и не является обязательным. К этому следует добавить особые случаи, связанные с событийностью. В десятку наиболее часто упоминаемых персон за период с 1 января 2024 по 31 марта 2025 г. вошли три лидера сравнительно небольших стран: Зеленский (Украина), Нетаньяху (Израиль) и Милей (Аргентина). Первые два связаны с активными военными действиями на территории своих и соседних стран, широко обсуждаемыми в глобальном информационном онлайн-пространстве и обусловленными опасениями, что конфликты на Украине и Ближнем Востоке могут перерасти в Третью мировую войну. Милей, президент Аргентины, – одной из стран со сравнительно высокими экономическими показателями, – отличается эксцентричным поведением, привлекающим внимание журналистов, и связью с Трампом. Следует также учесть, что его часто упоминают многочисленные англоязычные источники Латинской Америки.

Таким образом, выдвинутые в начале статьи гипотезы подтвердились либо полностью, либо частично.

Список литературы

- Брим Р., Косова Л. Феномен В. Путина – морфология и семантика массовой популярности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2000. № 3(47). С. 18–22.
- Быстрицкий А.Г., Шариков А.В. О представленности России в глобальном информационном онлайн-пространстве // Международная жизнь. 2021. № 2. С. 76–93.
- Воейкова А.А., Долгова Е.Г., Минова М.В. Средства реализации речевого манипулирования в политическом дискурсе (на примере выступления Д. Трампа у горы Рашмор) // Современное педагогическое образование. 2022. № 1. С. 214–219. EDN: SMKZKB
- Гаврилова М.В. Когнитивные и риторические основы президентской речи (на материале выступлений В.В. Путина и Б.Н. Ельцина). СПб. : Санкт-Петербург. гос. ун-т, 2004. 295 с.

- Данкова Н.С. Речь Дж. Байдена: стратегии и тактики создания положительного имиджа // Политическая лингвистика. 2021. № 6. С. 46–53. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_05
- Евгеньева Т.В., Пищева Т.Н., Нестерова С.В. Образы российской власти: от Ельцина до Путина : монография. М. : Российская политическая энциклопедия, 2008. 416 с. EDN: SNMICV
- Ермаков С.А., Ермакова Л.М. Методы оценки эмоциональной окраски текста // Вестник Пермского университета. Серия: Математика. Механика. Информатика. 2012. № 1(9). С. 85–90. EDN: PCVJRP
- Ехлакова Н.Ф. Стратегия позиционирования и тактика отстройки от конкурентов в дискурсе высших должностных лиц государства (на материале выступлений Президента России В.В. Путина и экс-президента США Д. Трампа): дис. ... канд. филол. наук [Место защиты: Сибирский федеральный университет]. Красноярск, 2023. 230 с.
- Карамова А.А. Концепты «правда» и «ложь» на аксиологической шкале «свой/чужой»: средства репрезентации (на материале обращений В.В. Путина периода специальной военной операции) // Политическая лингвистика. 2023. № 3(99). С. 12–22.
- Киктева Е.А. Динамика образов Г. Явлинского и В. Путина в президентской кампании // Полис. Политические исследования. 2000. № 4. С. 140–144.
- Крутова И.Н., Хорохорина Г.А., Акбилек Е.А. Информативность политического текста как способ влияния на реципиента речи (на примере выступления президента США Дж. Байдена) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2022. № 6/2. С. 64–68. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2022.06-2.12> EDN: FFEJYB
- Кузнецов А.В. Феномен Трампа : коллектив. монография / А.В. Кузнецов, Н.Ю. Лапина, Ю.Г. Коргунюк [и др.]. ; под ред. А.В. Кузнецова. М. : Ин-т науч. информ. по обществ. наукам, 2020. 642 с. EDN: CIMATV
- Лежнина А.С. Сарказм как речевое средство реализации стратегии дискредитации политического деятеля (на материале текстов немецкоязычной прессы о Д. Трампе) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 2. С. 494–499. <https://doi.org/10.30853/phil20220068>
- Малинова О.Ю. Обоснование политики 2000-х годов в дискурсе В.В. Путина и формирование мифа о «лихих девяностых» // Политическая наука. 2018. № 3. С. 45–69. <https://doi.org/10.31249/poln/2018.03.03>
- Мальченко С.А. Цивилизационный дискурс в высказываниях В.В. Путина // Дискурс-Пи. 2022. Т. 19. № 2. С. 53–71. https://doi.org/10.17506/18179568_2022_19_2_53 EDN: HORLDD
- Менщикова Г.А. Особенности языковых средств и речевых приемов манипулирования в американском политическом дискурсе (на примере предвыборных дебатов Д. Трампа и Дж. Байдена) // Филология и человек. 2022. № 1. С. 67–79. [https://doi.org/10.14258/filichel\(2022\)1-05](https://doi.org/10.14258/filichel(2022)1-05)
- Оганесян А.Г. Мистер Трамп: будущий президент США? // Международная жизнь. 2015. № 8. С. 93–96. EDN: UCQMUJ
- Пирожкова И.С. Метафорическая репрезентация Д. Трампа в американских СМИ в постинаугурационный период // Политическая лингвистика. 2025. № 2. С. 54–60.
- Посевкин Р.В., Бессмертный И.А. Применение сентимент-анализа текстов для оценки общественного мнения // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2015. Т. 15. № 1. С. 169–171. <https://doi.org/10.17586/2226-1494-2015-15-1-169-171>
- Ращупкин А.М. Аксиологический портрет В.В. Путина в газете «Нью-Йорк Таймс» // Ученые записки НТГСПИ. Серия: История и филология. 2022. № 2. С. 91–104. EDN: LBSMME
- Росс Дж. Переговоры в стиле Трампа. Победа в любой сделке / пер. с англ. Е. Колотвина. СПб. : Питер, 2008. 364 с.

- Росс Дж., Мак-Лин Э. Дж. Стратегии Дональда Трампа по инвестированию в недвижимость. Уроки миллиардера для мелкого инвестора / пер. с англ. и ред. А.В. Назаренко. М. : Диалектика, 2008. 184 с.
- Соловей В. Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа // Полис. Политические исследования. 2017. № 5. С. 122–132. <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.05.09>
- Фоменко А.В. Доктрина Ачесона и внешняя политика администрации Барака Обамы // Международная жизнь. 2009. № 8. С. 1–12.
- Цыбина Т.А. Стратегия самопрезентации и ее тактики в предвыборных выступлениях Джо Байдена // Язык профессиональной коммуникации: функции, среды, технологии : сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф., Ростов-на-Дону, 29 апреля 2023 г. / под ред. В.Р. Саркисянца, М.М. Коблевой. Ростов-на-Дону : Беспамятной Сергей Владимирович, 2023. С. 165–171. EDN: JWFDEJ
- Чепурная А.И. Эпистемическая ответственность в политическом дискурсе (на материале пресс-конференции Д. Трампа) // Научный диалог. 2017. № 7. С. 35–44. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-7-35-44>
- Чэнь С. Анализ метафорического фрейминга в политическом дискурсе России (на материале текстов выступлений Владимира Путина в Международном дискуссионном клубе «Валдай») // Политическая лингвистика. 2023. № 3(99). С. 214–224.
- 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>
- Шариков А.В. Реакция глобального информационного онлайн-пространства на военную спецоперацию РФ на Украине: статистическая медиадинамика // Международная жизнь. 2022. № 4. С. 54–73.
- Шишкина Д.А. Карнавальный характер современной американской администрации времен Д. Трампа и Дж. Байдена // Вопросы элитологии. 2022. Т. 3. № 4. С. 69–83. <https://doi.org/10.46539/elit.v3i4.129>
- Яковлев П.П. «Эффект Трампа» или конец глобализации? : монография. М. : Русайнс, 2020. 142 с.
- Kosicki G.M. Problems and opportunities in agenda-setting research // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. No. 2. P. 100–127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- Liu B. *Sentiment Analysis. Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. Cambridge University Press, 2020.
- McCombs M., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. No. 2. P. 176–187.

References

- Brim, R., & Kosova, L. (2000). The V. Putin phenomenon: The morphology and semantics of mass popularity. *Monitoring or Public Opinion: Economic and Social Changes*, (3), 18–22. (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.)
- Chen, S. (2023). Analysis of metaphorical framing in Russian political discourse (based on Vladimir Putin's speeches at the Valdai international discussion club). *Political Linguistics*, (3), 214–224. (In Russ.)
- Чепурная, А.И. (2017). Epistemic responsibility in political discourse (on materials of D. Trump's press conference). *Nauchnyi Dialog*, (7), 35–44. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-7-35-44>

- Dankova, N.S. (2021). J. Biden's speech: strategies and tactics of creating a positive image. *Political Linguistics*, (6), 46–53. (In Russ.) https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_05
- Ekhhlakova, N.F. (2023). *Positioning Strategy and Tactics of Differentiating from Competitors in the Discourse of Senior Government Officials (Based on Speeches of Russian President V.V. Putin and Former US President D. Trump)* [Doctoral dissertation, Siberian Federal University]. Krasnoyarsk. (In Russ.)
- Ermakov, S.A., & Ermakova, L.M. (2012). Overview of sentiment analysis methods. *Bulletin of Perm University. Mathematics. Mechanics. Computer Science*, (1), 85–90. (In Russ.) EDN: PCVJRP
- Evgenieva, T.V., Pishcheva, T.N., & Nesterova, S.V. (2008). *Images of Russian Power: From Yeltsin to Putin*. Moscow: Russian Political Encyclopedia Publ. (In Russ.) EDN: SNMICV
- Fomenko, A.V. (2009). The Acheson doctrine and the foreign policy of the Barack Obama administration. *International Affairs*, (8), 1–12. (In Russ.)
- Gavrilova, M.V. (2004). *Cognitive and Rhetorical Foundations of Presidential Speech (Based on the Speeches of V.V. Putin and B.N. Yeltsin)*. Saint Petersburg State University. (In Russ.)
- Karamova, A.A. (2023). The concepts “Truth” and “Lie” on the axiological scale of “Alien/Own”: means of representation (on the material of V.V. Putin's addresses during the special military operation). *Political Linguistics*, (3), 12–22. (In Russ.)
- Kikteva, E.A. (2000). Dynamics of the images of G. Yavlinsky and V. Putin in the presidential campaign. *Polis. Political Studies*, (4), 140–144. (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>
- Krutova, I., Khorokhorina, G., & Akbilek, E. (2022). Informativeness of a political text as a way of influence on a speech recipient (on the example of the speech of USA president J. Biden). *Modern Science: Actual Problems of Theory & Practice. Humanities*, (6/2), 64–68. (In Russ.) <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2022.06-2.12> EDN: FFEJYB
- Kuznetsov, A.V., Lapina, N.Yu., Korgunyuk, Yu.G., et al. (2020). *The Trump Phenomenon*. Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences Publ. (In Russ.) EDN: CIMATV
- Lezhnina, A.S. (2022). Sarcasm as speech means of implementing politician discrediting strategy (by the material of the german mass media texts about D. Trump). *Philology. Theory & Practice*, 15(2), 494–499. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/phil20220068>
- Liu, B. (2020). *Sentiment Analysis. Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. Cambridge University Press.
- Malchenkov, S.A. (2022). Civilization discourse in the statements of Vladimir Putin. *Discourse-P*, 19(2), 53–71. (In Russ.) https://doi.org/10.17506/18179568_2022_19_2_53 EDN: HORLDL
- Malinova, O.Yu. (2018). Justifying the political course of the 2000s and constructing the myth about “the Hard Nineties” in the Vladimir Putin's discourse. *Political Science*, (3), 45–69. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/poln/2018.03.03>
- McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972). Agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Menshchikova, G.A. (2022). The peculiarities of language means and speech techniques of manipulation in American political discourse (on the example of D. Trump and J. Biden Presidential debates). *Philology & Human*, (1), 67–79. (In Russ.) [https://doi.org/10.14258/filichel\(2022\)1-05](https://doi.org/10.14258/filichel(2022)1-05)
- Oganesyan, A.G. (2015). Mr. Trump: The Future US President? *International Affairs*, (8), 93–96. (In Russ.) EDN: UCQMUJ
- Pirozhkova, I.S. (2025). Metaphorical representation of D. Trump in American mass media in post-inaugural period. *Political Linguistics*, (2), 54–60. (In Russ.)

- Posevkin, R.V., & Bessmertny, I.A. (2015). Texts sentiment-analysis application for public opinion assessment. *Scientific and Technical Journal of Information Technologies, Mechanics and Optics*, 15(1), 169–171. (In Russ.) <https://doi.org/10.17586/2226-1494-2015-15-1-169-171>
- Rashchupkin, A.M. (2022). Axiological portrait of V.V. Putin in the New York Times. *Scientific Notes of NTSSPI. Series: History & Philology*, (2), 91–104. (In Russ.) EDN: LBSMME
- Ross, G.H. (2008). *Trump-Style Negotiation: Powerful Strategies and Tactics for Mastering Every Deal*. John Wiley & Sons Inc.
- Ross, G.H., & McLean, A.J. (2005). *Trump Strategies for Real Estate. Billionaire Lessons for the Small Investor*. John Wiley & Sons.
- 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>
- 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.)
- Shishkina, D.A. (2022). The carnival character of the modern American administration of D. Trump and J. Biden times. *Issues in Elitology*, 3(4), 69–83. (In Russ.) <https://doi.org/10.46539/elit.v3i4.129>
- Solovey, V.D. (2017). Digital mythology and Donald Trump electoral campaign. *Polis. Political Studies*, (5), 122–132. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.05.09>
- Tsybina, T.A. (2023). Self-presentation strategy and its tactics in Joe Biden's campaign speeches. In V.R. Sarkisyants, M.M. Kobleva (Eds.), *Language of Professional Communication: Functions, Environments, Technologies: Collection of Reports of the International Scientific and Practical Conference, April 29, 2023, Rostov-on-Don* (pp. 165–171). Bspamyatnoi Sergei Vladimirovich Publ. EDN: JWFDEJ
- Voeikova, A.A., Dolgova, E.G., & Minova, M.V. (2022). Means of speech manipulation in political discourse (on the example of D. Trump's speech at mount Rushmore). *Modern Pedagogical Education*, (1), 214–219. (In Russ.) EDN: SMKZKB
- Yakovlev, P.P. (2020). *The Trump Effect or the End of Globalization?* Moscow: Rusains Publ. (In Russ.)

Сведения об авторе:

Шариков Александр Вячеславович, кандидат педагогических наук, профессор факультета креативных индустрий, научный руководитель образовательной программы «Медиа-менеджмент», Институт медиа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. ORCID: 0000-0001-6035-5960; SPIN-код: 4932-5236. E-mail: asharikov@hse.ru

Bio note:

Aleksander V. Sharikov, PhD in Pedagogy, Professor of the Faculty of Communications, Media and Design Department, Scientific Supervisor of the Master's Programme *Media Management*, Institute of Media, HSE University, 20 Myasnickaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-6035-5960; SPIN-code: 4932-5236. E-mail: asharikov@hse.ru