

# ВЕСТНИК

АКАДЕМИИ  
МЕДИАИНДУСТРИИ



2

(34)

2023

ISSN 2782-6600

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»

# ВЕСТНИК

АКАДЕМИИ МЕДИАИНДУСТРИИ

№ 2 (34)

Сборник статей  
Выпуск 34  
*Основан в 2006 г.*

Москва  
«Академия медиаиндустрии»  
2023

**Вестник Академии медиаиндустрии**

сб. ст. / [сост. авт., вступ. ст. Е. Я. Дугина]. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2023. — № 2 (34). — 198 с.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации  
ПИ № ФС77-83268 от 12 мая 2022 г.

Учредитель и издатель: Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение дополнительного  
профессионального образования  
«Академия медиаиндустрии».

127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.  
[www.ipk.ru](http://www.ipk.ru)

© Академия медиаиндустрии, 2023

© Вестник Академии медиаиндустрии, 2023

## ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

**Умановский Вячеслав Владленович** — кандидат педагогических наук, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», секретарь Союза журналистов Российской Федерации, действительный член Международной академии телевидения и радиовещания, действительный член Академии Радио.

## ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

**Дугин Евгений Яковлевич** — доктор социологических наук, профессор, проректор по научной работе, заведующий кафедрой телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», Заслуженный работник связи и информации Российской Федерации, член научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, действительный член Международной академии телевидения и радиовещания, действительный член Международной академии информатизации.

## ЗАМЕСТИТЕЛИ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

**Хелемендик Виктор Сергеевич** — доктор исторических наук, действительный член Российской академии образования, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Ермолаева Ольга Яковлевна** — кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Научно-исследовательского сектора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», директор НП «Медиа Комитет», член Группы европейских исследований аудитории при Европейском вещательном Союзе GEAR EBU.

## ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА, ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

**Сребницкая Дарья Алексеевна** — начальник Редакционно-издательского отдела ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

## ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ

**Антонов-Овсеевко Антон Антонович** — доктор филологических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет».

**Аргылов Никита Антонович** — кандидат политических наук, НИУ ВШЭ, Санкт-Петербургская школа гуманитарных наук и искусств, департамент медиа, руководитель департамента.

**Варганова Елена Леонидовна** — доктор филологических наук, профессор, действительный член Российской академии образования, декан факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова», заведующий кафедрой теории и экономики СМИ, научный руководитель Центра

по исследованию СМИ Финляндии и Скандинавии «Норд Медиа».

**Вырковский Андрей Владимирович** — доктор филологических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой новых медиа и теории коммуникации, ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

**Жабский Михаил Иванович** — доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Научно-исследовательского сектора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Зезюля Роман Александрович** — заместитель директора Департамента государственной поддержки развития медиа

Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ.

**Играев Борис Анатольевич** — кандидат филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Тувльского государственного университета.

**Ильченко Сергей Николаевич** — доктор филологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет».

**Клушина Наталья Ивановна** — доктор филологических наук, доцент факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

**Речицкий Леонид Антонович** — кандидат исторических наук, заведующий кафедрой печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

**Романов Алексей Аркадьевич** — доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет», главный редактор электронного научного журнала «Мир лингвистики и коммуникации».

**Савиних Виктор Петрович** — доктор технических наук, профессор, президент ФГБОУ ВО «Московский государственный университет геодезии и картографии» (МИИГАиК), академик Российской академии наук.

**Самарцев Олег Робертович** — доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет».

**Серебряный Роман Александрович** — кандидат филологических наук, секретарь Союза журналистов Российской Федерации.

**Соловьёв Владимир Геннадиевич** — председатель Союза журналистов России, Член Экспертного совета Комитета Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи, Член Общественного совета МВД России и Министерства обороны РФ. Академик Международной Академии телевидения и радио.

**Тощенко Жан Терентьевич** — доктор философских наук, профессор, член-корреспондент Российской академии наук, заведующий кафедрой теории и истории социологии, декан социологического факультета РГГУ.

**Тудупов Владимир Васильевич** — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

**Цыганенко Александр Максимович** — кандидат технических наук, профессор, директор Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Черняк Александр Викентьевич** — доктор исторических наук, профессор, заслуженный работник культуры Российской Федерации, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Шариков Александр Вячеславович** — кандидат педагогических наук, профессор НИУ «Высшая школа экономики», член Группы европейских исследователей аудитории при Европейском вещательном Союзе GEAR EBU.

**Шергова Ксения Александровна** — кандидат искусствоведения, заведующая кафедрой режиссуры и операторского мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Широких Александр Александрович** — генеральный директор Национальной Ассоциации Телерадиовещателей.

## КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

<i>Дугин Е. Я.</i>	Наука для отрасли	7
--------------------	-------------------	---

## ВЕДЕТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕ

<i>Жабский М. И.</i>	Рамочно-структурные условия возникновения и функционирования искусства в кино (1896–1929 гг.)	17
<i>Шариков А. В.</i> <i>Потапова В. В.</i>	О соотношении сообщений позитивной и негативной тональности на русскоязычных информационных онлайн-ресурсах	48
<i>Губанова М. И.</i>	Формирование медиаобраза современного журналиста на примере онлайн-сервиса журналистских запросов Pressfeed	65

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

<i>Тулупов В. В.</i>	Кинематограф через призму восприятия молодежи	79
----------------------	---	----

## ВОПРОСЫ ТЕОРИИ

<i>Гранин Ю. Д.</i>	Интеллектуальные коммуникации в философии и науке нового времени. Часть I	89
---------------------	---	----

## В МИРЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

<i>Казюциц М. Ф.</i> <i>Спутницкая Н. Ю.</i>	Современные подходы к изучению экранной культуры: перспективы и тенденции	113
---	---	-----

## АНАЛИЗ ПРАКТИКИ

<i>Квартников П. В.</i>	Критерии классификации и ключевые факторы развития современных СМИ образовательных организаций высшего образования Российской Федерации	125
<i>Лебедев А. А.</i>	Телеканал «Большая Азия» как информационно-идеологический инструмент разворота России на Восток	151
<i>Патракова О. Н.</i>	Реформы... Реформы... Все возвращается на круги своя	177
<i>Цыганенко А. М.</i>	Издательская полиграфия России в 2022 году	185

## ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

	Приказ № 569 от 30.03.2023 о создании диссертационного совета	195
--	---	-----

EDITOR-IN-CHIEF'S WORD

<i>Dugin E. Ya.</i>	Science for the industry	7
---------------------	--------------------------	---

RESEARCH ONGOING

<i>Zhabsky M. I.</i>	Framing-structural conditions for the emergence and functioning of the art in cinema (1896–1929)	17
<i>Sharikov A. V. Potapova V. V.</i>	On the ratio of positive and negative tone messages on Russian language online information resource	48
<i>Gubanova M. I.</i>	Formation of the media image of a modern journalist on the example of the online service of journalistic inquiries Pressfeed	65

FORMULATION OF THE PROBLEM

<i>Tulupov V. V.</i>	Cinema through the prism of youth perceptiiont	79
----------------------	--	----

THEORY QUESTIONS

<i>Granin Yu. D.</i>	Intellectual communications in philosophy and science the Modern time. Part I	89
----------------------	---	----

IN THE WORLD OF SCREEN ARTS

<i>Kazyuchits M. F. Sputnitskaya N. Yu.</i>	Modern approaches to the study of screen culture: prospects and trends	113
---	--	-----

PRACTICE ANALYSIS

<i>Kvartnikov P. V.</i>	Classification criteria and key factors of the development of modern mass media of educational institutions of higher education of the Russian Federation	125
<i>Lebedev A. A.</i>	The TV channel “Big Asia” as an informational and ideological tool of Russia’s turn to the East	151
<i>Patrakova O. N.</i>	Reforms... Reforms... Everything goes back to normal	177
<i>Tsyganenko A. M.</i>	Publishing polygraphy of Russia in 2022	185

OFFICIAL DOCUMENTS

	Order No. 569 dated March 30, 2023 on the creation dissertation council	195
--	---	-----

## О СООТНОШЕНИИ СООБЩЕНИЙ ПОЗИТИВНОЙ И НЕГАТИВНОЙ ТОНАЛЬНОСТИ НА РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОНЛАЙН-РЕСУРСАХ \*

АЛЕКСАНДР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ ШАРИКОВ <sup>1</sup>  
ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА ПОТАПОВА <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Высшая школа экономики, Москва, Россия

<sup>1</sup> asharikov@hse.ru

<sup>2</sup> viktorija.potapova2012@yandex.ru

**Аннотация.** В статье приводятся результаты исследования, проведенного в НИУ «Высшая школа экономики» на корпусе текстов мониторинговой системы *Facitva*, опубликованных в 2020 году. Цель исследования — выявить количественное соотношение между публикациями позитивной и негативной тональности на русскоязычных онлайн-ресурсах в сравнении с публикациями зарубежных изданий на иностранных языках. Обнаружен заметный сдвиг русскоязычных материалов в негативную тональность. Обнаружена связь между сдвигом в негативную тональность и типом СМИ — наибольшее негативное смещение наблюдается на сайтах газет, наименьшее — на сайтах телеканалов. Была выдвинута гипотеза о том, что негативный характер освещения событий в 2020 году обусловлен преимущественно эпидемией ковида.

Однако данная гипотеза не подтвердилась — негативное освещение событий в российских онлайн-СМИ в 2020 году в большей мере связано с другими темами — преступностью, правонарушениями и т. п.

**Ключевые слова:** русскоязычные онлайн-ресурсы, сентимент-анализ, тональность текста, позитивная тональность, негативная тональность, нейтральная тональность, тональный баланс

**Для цитирования:** Шариков А. В., Потапова В. В. О соотношении сообщений позитивной и негативной тональности на русскоязычных информационных онлайн-ресурсах // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2023. № 2 (34). С. 48–64.

© Шариков А. В., Потапова В. В., 2023  
© Академия медиаиндустрии, 2023

\* Исследование проводилось в рамках проекта «Трансформация картины мира в глобальном информационном онлайн-пространстве под влиянием эпидемии COVID-19», реализованном в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики».



ON THE RATIO OF POSITIVE AND NEGATIVE TONE MESSAGES  
ON RUSSIAN-LANGUAGE ONLINE INFORMATION RESOURCESALEXANDER V. SHARIKOV <sup>1</sup>  
VICTORIA V. POTAPOVA <sup>2</sup><sup>1,2</sup> Higher School of Economics, Moscow, Russia<sup>1</sup> [asharikov@hse.ru](mailto:asharikov@hse.ru)<sup>2</sup> [viktoria.potapova2012@yandex.ru](mailto:viktoria.potapova2012@yandex.ru)

**Abstract.** *The article presents the results of a study conducted at the Higher School of Economics (HSE) on the corpus of texts of the monitoring system Factiva, published in 2020. The purpose of the study is to identify the quantitative relationship between positive and negative tone publications on Russian-language online resources in comparison with publications of foreign publications in foreign languages. A noticeable shift of Russian-language materials into a negative tone was found. A connection has been found between the shift to a negative tone and the type of media – the greatest negative shift is observed on the websites of newspapers, the least – on the websites of TV channels. It has been hypothesized that the negative nature of the coverage of events in 2020 is mainly*

*due to the covid epidemic. However, this hypothesis has not been confirmed – the negative coverage of events in the Russian online media in 2020 is more related to other topics – crime, offenses, etc.*

**Keywords:** *Russian-language online resources, sentiment analysis, text tonality, positive tonality, negative tonality, neutral tonality, tonal balance*

**For citation:** *Sharikov A. V., Potapova V. V. On the ratio of positive and negative tone messages on Russian language online information resource // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022. No 4 (32). P. 48–64.*

В настоящей статье описываются некоторые результаты, полученные в рамках научно-исследовательского проекта «Трансформация картины мира в глобальном информационном онлайн-пространстве под влиянием эпидемии COVID-19». Исследование проводилось в НИУ «Высшая школа экономики» (далее НИУ ВШЭ) и носило многоцелевой характер. Одна из целей состояла в изучении тональных тенденций публикаций общественно-политического содержания в различных языковых зонах интернета в разных странах. Для достижения поставленных целей использовался контент-анализ, в рамках которого тональность текстов определялась методом сентимент-анализа большого массива текстовых данных, осуществляемых мониторинговым сервисом Factiva с использованием искусственного интеллекта и машинного обучения.

ИССЛЕДОВАНИЯ ТОНАЛЬНОСТИ ТЕКСТА  
В РОССИИ: КРАТКИЙ ОБЗОР

Истоки изучения тональности текстов в отечественной науке, предположительно, следует искать в трудах представителей <sup>1</sup> русской

<sup>1</sup> *Матвеева Т. В. Тональность текста // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. С. 692–694.*

формальной школы в литературоведении первой половины XX века. Так, в статье академика В. В. Виноградова «О задачах стилистики. Наблюдения над стилем Жития протопопа Аввакума» неоднократно упоминаются такие категории, как «основной тон» повествования, «чувственный тон» автора, «эмоциональный тон» произведения и т. п.<sup>2</sup> Первоначально понятия «тон» и «тональность» связывались с художественными и историческими текстами, но с конца XX века их стали применять и в исследованиях материалов СМИ. В российской академической литературе категория «тональность» применительно к текстам общественно-политического содержания стала активно рассматриваться в начале XXI века<sup>3</sup>.

С конца 2000-х годов происходит быстрый рост интернета — высокими темпами увеличивается количество пользователей, количество сайтов, количество используемых языков. Развиваются поисковые сервисы и мониторинговые системы, собирающие большие базы данных и содержащие общественно-политические тексты, которые выложены на онлайн-ресурсах. Это дает сильный импульс для развития компьютерной лингвистики, разработки автоматизированных методов обработки текстов, в том числе с возможностью определения их тональности. В академической литературе начинают появляться публикации с математическим описанием и алгоритмами определения тональности текста<sup>4</sup>. Соответствующий методический арсенал все чаще обобщенно называют «сентимент-анализ»<sup>5</sup>.

<sup>2</sup> Виноградов В. В. О задачах стилистики. Наблюдения над стилем Жития протопопа Аввакума // В. В. Виноградов. О языке художественной прозы: Избранные труды. Москва : Наука, 1980. С. 371–379.

<sup>3</sup> Тагильцева Ю. Р. Субъективная модальность и тональность в обзорном политическом тексте // Политическая лингвистика. 2006. № 18. С. 22–134 ; Клушина Н. И. Коммуникативная стилистика публицистического текста // Мир русского слова. 2008. № 4. С. 67–70 ; Ильинова Е. Ю. О точности и тональности представления событий в тексте новостей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 638. С. 162–172.

<sup>4</sup> Ермаков С. А., Ермакова Л. М. Методы оценки эмоциональной окраски текста : научная статья // Вестник Пермского университета. Серия: Математика. Механика. Информатика. 2012. № 1 (9). С. 85–90 ; Юсупова Н. И., Богданова Д. Р., Бойко М. В. Алгоритмическое и программное обеспечение для анализа тональности текстовых сообщений с использованием машинного обучения : научная статья // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. 2012. Т. 16. № 6 (51). С. 91–99.

<sup>5</sup> Гедранович Б. А., Гедранович А. Б. Отношение к высшему образованию: сентимент-анализ данных микроблогов // Инновационные образовательные технологии. 2013. № 1 (33). С. 46–54 ; Зеерева П. Л. Сентимент-анализ текста (на материале печатных текстов газеты «The New York Times» о России и россиянах) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2014. № 5. С. 32–37 ; Посевкин Р. В., Бессмертный И. А. Применение сентимент-анализа текстов для оценки общественного мнения : научная статья // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2015. Том 15. № 1. С. 169–171.

С начала XXI века количество академических публикаций по тем или иным аспектам рассмотрения тональности текстов и применения к ним сентимент-анализа быстро растет. Так, в системе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по запросу «тональность текста», выполненному 9 марта 2023 года, за период до 2015 года обнаружены 122 публикации, а в 2015–2022 гг. — 959 публикаций. Аналогичная картина наблюдается и для термина «сентимент-анализ»: до 2015 года вышло 15 публикаций, а в 2015–2022 гг. — 202 публикации.

К моменту написания настоящей статьи основные направления изучения тональности текстов чаще всего рассматриваются в таких научных сферах, как общая теория лингвистики<sup>6</sup>, компьютерная лингвистика с использованием искусственного интеллекта и машинного обучения<sup>7</sup> и др. Обзор подходов к изучению проблематики, связанной с тональностью текстов, содержится в работах Т. А. Семиной<sup>8</sup>.

## ИЗУЧЕНИЕ ТОНАЛЬНОСТИ ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ОНЛАЙН-РЕСУРСАХ

Понятие тональности текста в академической лингвистике существенно шире, чем в практике мониторинговых систем, где сложная категория тональности по факту сводится к трем вариантам оценочного контекста текстовых материалов: позитивному, негативному и нейтральному. И компьютерный сентимент-анализ широкого применения, как правило, дальше этого решения не продвигается. Причина такого положения вещей состоит в том, что мониторинговые системы работают в рыночной идеологии и направлены на удовлетворение потребностей заказчиков-практиков. А основные заказчики здесь — структуры, связанные с маркетинговыми коммуникациями (реклама, пиар и т. п.) и политтехнологиями. Их интересуют имиджевые характеристики некоторой организации/персоны, т. е. пишут ли о ней в позитивном тоне («белый пиар-эффект»), либо в негативном тоне («черный пиар-эффект»), а также — кто пишет, какие издания и авторы. Дальше этой констатации дело, как правило, не идет.

<sup>6</sup> Диалогическая лингвистика : коллективная монография / Под науч. ред. Н. Н. Шпильной. Барнаул : АлтГПУ, 2019. 320 с.

<sup>7</sup> Юсупова Н. И., Сметанина О. Н., Гаянова М. М. Технологии искусственного интеллекта и машинного обучения в задачах семантического представления и анализа данных. Уфа : Инновационное машиностроение, 2020. 242 с.

<sup>8</sup> Семина Т. А. Анализ тональности текста: современные подходы и существующие проблемы : научная статья // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6. Языкознание: Реферативный журнал. 2020. № 4. С. 47–63.

Исследовательская группа по изучению глобального информационного онлайн-пространства НИУ ВШЭ провела анализ соотношений между информационными материалами позитивного и негативного содержания в 2020 году. Результаты анализа были частично отражены в ряде публикаций<sup>9</sup>. В данном исследовании, среди прочего, рассматривались две гипотезы.

1. *В ведущих русскоязычных информационных онлайн-ресурсах в 2020 году центральное место занимала тема пандемии COVID-19.*
2. *Негативная тональность материалов русскоязычных информационных онлайн-ресурсов была связана с темой пандемии COVID-19.*

Основным инструментом исследования был мониторинговый сервис Factiva, который принадлежит американской компании Dow Jones. В настоящий момент Factiva активно развивается, оперируя ежедневно сотнями тысяч текстов, собираемых более чем из 30 тысяч онлайн-ресурсов на 30 языках. В НИУ ВШЭ до 2022 года был открыт доступ к 23,1 тыс. из них на 25 языках. В течение 2020 года количество обрабатываемых текстов, доступных исследовательской группе, составило свыше 101 млн. Сервис Factiva определяет тональность текстов для 9 ведущих мировых языков.

## ТОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ ЗОН РЕСУРСНОЙ БАЗЫ СИСТЕМЫ FACTIVA

В процессе анализа выяснилось, что в различных языковых зонах ресурсной базы Factiva наблюдаются разные соотношения между количеством материалов позитивной, негативной и нейтральной<sup>10</sup> тональности. Оказалось, что в целом абсолютно доминирует нейтральное количество материалов по всем обследуемым языковым зонам, которое в 2020 году варьировалось от 94,19 % в сегменте русского языка до 99,36 % в сегменте немецкого языка. Эти факты объясняются преоб-

<sup>9</sup> Шариков А. В. Тенденции развития глобального информационного онлайн-пространства: результаты эмпирического исследования // Наследие В. Г. Короленко. Стратегии гуманизма : сб. мат. Третьей Всероссийской научно-практической конференции (Нижний Новгород, 27–28 октября 2021 г.) / Под ред. А. Н. Фортунатова. Нижний Новгород : ННГУ, 2021. С. 264–276 ; Шариков А. В. Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020–2022 гг.: тональные тенденции // Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. Москва : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2023. С. 383–385.

<sup>10</sup> Количество материалов нейтрального характера в заданной языковой зоне за определенный период вычислялось как разность между полным числом материалов и совокупным количеством позитивных и негативных материалов.

ладанием в базе данных сервиса Factiva сообщений информационных агентств, стилистика которых носит преимущественно безоценочный характер.

Для более удобного математического описания соотношения между количеством материалов позитивной и негативной тональности нами был введен специальный параметр, названный **«тональный баланс» (В)**. Он определяется так. Сначала в заданной языковой зоне на некотором корпусе текстов за некоторый период времени подсчитывается полное число материалов **А**, число материалов позитивной тональности **Р** и число материалов негативной тональности **Н**. Далее ведется расчет тонального баланса по формуле  $V = (P - N)/A$ . Величина выражается в процентах от полного числа материалов.

Среди девяти рассматриваемых языковых сегментов наиболее сбалансированная картина наблюдается в зонах итальянского (–0,02 %) и немецкого (–0,04 %) языков. Позитивный тональный баланс зафиксирован в зонах китайского (+1,61 %), японского (+1,39 %), испанского (+0,74 %), английского (+0,59 %) и португальского (+0,28 %) языков. Заметно выраженный отрицательный тональный баланс наблюдается в зонах французского (–0,91 %) и особенно русского языка (–5,54 %). Сопоставляя значения тонального баланса, приходим к заключению, что **русскоязычная зона оказалась наиболее сильно нагруженной негативной информацией**. В 2020 году она имела заметно выраженное отрицательное смещение — количество негативных материалов в 42 раза превышало количество позитивных. Это нарушает принципы профессиональной журналистики, которые предполагают, что информация должна быть сбалансированной.

## ТОНАЛЬНЫЙ БАЛАНС РУССКОЯЗЫЧНОЙ ЗОНЫ: ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Специальный анализ позволил выявить состав русскоязычных онлайн-ресурсов, которыми оперирует мониторинговая система Factiva. Оказалось, что количество таких ресурсов в 2020 году составило 1 252 из 28 стран, включая бывшие республики СССР, частично признанные и непризнанные республики (Абхазия, Южная Осетия, две республики Донбасса), а также ряд стран дальнего зарубежья, среди которых Бельгия, Болгария, Германия, Израиль, Китай, Новая Зеландия, Норвегия, США, Франция и Южная Корея. В 2020 году корпус текстов всех русскоязычных онлайн-ресурсов, на котором проводился анализ, составил 10,23 млн.

На описанном массиве были проведены расчеты тонального баланса отдельно для онлайн-ресурсов из России, отдельно из других стран. Оказалось, что **в среднем зарубежные русскоязычные онлайн-ресурсы имеют более сильный сдвиг в негатив, чем российские**: средний тональный баланс русскоязычных ресурсов из России в 2020 году составил  $-4,99\%$ , в то время как зарубежных  $-10,08\%$ . Все значения тонального баланса по странам оказались отрицательными. Если не рассматривать тональный баланс для 15 стран, представленных в мониторинговой системе Factiva 1–3 ресурсами, что недостаточно для корректного статистического анализа, то **наиболее сильно смещенным данный показатель оказался для русскоязычных изданий Армении ( $-15,78\%$ )**. Причина — большое количество негативных материалов, связанных с вооруженным конфликтом в Нагорном Карабахе, развернувшимся во втором полугодии 2020 года. Наименее смещенным в негатив значение валидного среднегодового тонального баланса наблюдается у онлайн-ресурсов Туркменистана ( $-1,49\%$ ) и Китая ( $-4,42\%$ ).

Массив русскоязычных ресурсов был также структурирован по типам источников. Были выделены следующие варианты: сайты газет, сайты дайджестов прессы, сайты журналов, сайты информационных агентств, сетевые издания, сайты телеканалов. Также была добавлена позиция «другое», куда вошли разного рода сайты с аналитическими обзорами, многочисленными сайтами радиостанций и онлайн-специализированные базы данных. Оказалось, что **сильнее всего смещены в негатив материалы сайтов газет (тональный баланс равен  $-11,73\%$ ) и журналов ( $-11,47\%$ )**. Сайты информационных агентств занимают позицию, близкую к средним значениям по русскоязычной зоне ( $-5,83\%$ ). При этом наиболее сбалансированной по тональности выглядит текстовая информация на сайтах телеканалов ( $-0,04\%$ ).

### ТОНАЛЬНЫЙ БАЛАНС ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ГАЗЕТ

Рассмотрим теперь конкретные примеры тонального баланса крупнейших российских газет за 2020 год. Такую возможность предоставляет таблица 1, в которой приведены тональные характеристики 20 крупных общероссийских газет. Как было показано выше, средняя величина тонального баланса русскоязычных газет в 2020 году составила  $-11,73\%$ . Взяв за основу данный ориентир, нетрудно увидеть, что из списка газет, приведенных в таблице, лишь пять имеют более низкие

по абсолютной величине значения тонального баланса. Это следующие издания: «Гудок» (–2,76 %), «Строительная газета» (–4,20 %), «Литературная газета» (–4,43 %), «Аргументы и факты» (–7,34 %) и «Московская правда» (–7,47 %). Наиболее сильное негативное смещение у газеты «РБК Daily» (–27,78 %), где наблюдается самый низкий процент нейтральных материалов (68,52 %) среди отобранной двадцатки газет. При этом количество материалов «РБК Daily», тональность которых Factiva оценивает как негативную, превышает количество материалов позитивной тональности в 16 раз.

Таблица 1

**Тональные параметры ведущих российских газет  
в 2020 году по данным мониторинговой системы Factiva**

№ п/п	Название газеты	Всего материалов	Процент нейтральных материалов	Процент материалов позитивной тональности	Процент материалов негативной тональности	Тональный баланс
1	Гудок	6 042	96,44%	0,40%	3,16%	–2,76%
2	Строительная газета	1 358	92,56%	1,62%	5,82%	–4,20%
3	Литературная газета	2 168	95,57%	0,00%	4,43%	–4,43%
4	Аргументы и Факты	4 071	92,46%	0,10%	7,44%	–7,34%
5	Московская правда	3 320	91,99%	0,27%	7,74%	–7,47%
6	Советская Россия	3 570	88,38%	0,03%	11,60%	–11,57%
7	Труд	1 456	87,09%	0,21%	12,71%	–12,50%
8	Комсомольская правда	6 377	86,66%	0,13%	13,22%	–13,09%
9	Российская газета	27 327	84,89%	0,44%	14,67%	–14,23%
10	Ведомости	3 591	80,09%	2,37%	17,54%	–15,17%
11	Финансовая газета	1 510	83,91%	0,33%	15,76%	–15,43%
12	Правда	2 979	83,55%	0,20%	16,25%	–16,05%
13	Завтра	1 123	83,88%	0,00%	16,12%	–16,12%
14	Аргументы недели	1 690	82,72%	0,18%	17,10%	–16,92%
15	Независимая Газета	9 607	82,54%	0,22%	17,24%	–17,02%

16	Парламентская газета	1 900	82,16%	0,32%	17,53%	–17,21%
17	Московский комсомолец	9 611	81,82%	0,11%	18,06%	–17,95%
18	Известия	3 306	77,86%	1,33%	20,81%	–19,48%
19	Коммерсант	16 717	71,11%	1,75%	27,13%	–25,38%
20	РБК Daily	1 296	68,52%	1,85%	29,63%	–27,78%

*Примечание.* Таблица ранжирована по колонке «Тональный баланс».

Позитивные материалы обычно связаны с положительными явлениями в жизни общества, например ростом доходов, открытием новых предприятий, оживлением экономики и т. п. При этом используются лексические элементы и словосочетания типа «ввод в эксплуатацию», «улучшение условий труда», «запустили новую технологию», «наращивают инвестиции», «открыли новые рабочие места», «продажи выросли», «рост благосостояния», «строительство социальных объектов», «успешный запуск космического аппарата» и т. п. Материалы негативной направленности оперируют такими словами и выражениями, как «арест», «безработица выросла», «дискриминация», «компанию оштрафовали», «конфликт», «негативная оценка», «ненадлежащее ценообразование», «нарушение правил торговли», «обвинение», «приговор», «санкции», «суд», «утечка данных» и т. п.

Какие темы и какие страны освещались в негативном контексте на русскоязычных ресурсах? Прежде чем описать состояние в зоне русского языка, кратко охарактеризуем, какие темы доминировали в глобальном информационном онлайн-пространстве в пределах доступной ресурсной базы Factiva. Как и следовало ожидать, **на глобальном уровне совокупно по 25 языковым зонам в 2020 году наиболее часто освещались проблемы пандемии COVID-19.** Глобально процент материалов по данной теме составил оценочно 18,5 % от всего числа публикаций. На втором месте — проблемы внутренней политики в своих странах (около 8,5 %), на третьем — политические новости разного уровня (около 7,9 %). В материалах чаще всего упоминались Россия, США и Германия.

По всей русскоязычной зоне мониторинговой системы «Factiva» в 2020 году тематические приоритеты были несколько иными. Чаще всего публиковались материалы экономического характера (финансовые показатели, профили компаний и т. п.), что оценочно соста-



вило более 25 % от всех материалов, а коронавирусная тематика была на втором месте (около 11 %). Далее следовали политические новости (около 6 %). Среди различных стран чаще всего упоминались Россия, Украина и США. Негативно окрашенные материалы русскоязычной зоны чаще всего были связаны с преступлениями, правонарушениями, мошенничеством и правосудием. Оценочно более 40 % негативно окрашенных материалов касались данного тематического направления. Второе место в корпусе негативно окрашенных русскоязычных материалов заняли публикации о вспышках заболеваемости, эпидемии, новых коронавирусах (около 11,5 %), на третьем — политические новости (оценочно 5,8 %). Негативный контекст материалов чаще всего также связывался с Россией, Украиной и США. Таким образом, выдвинутые выше **гипотезы не подтвердились.**

Сравним тональные показатели ведущих российских газет с крупнейшими мировыми газетными изданиями, точнее — их онлайн-версиями на восьми языках. Такая информация представлена в таблице 2, где собраны некоторые тональные показатели для 20 изданий из 12 стран.

Таблица 2

**Тональные параметры ведущих мировых газет в 2020 году  
по данным мониторинговой системы Factiva**

№ п/п	Название газеты	Страна	Язык	Всего материалов	Процент нейтральных материалов	Тональный баланс
1	The New York Times	США	англ.	95 726	98,88%	-0,52%
2	Washington Post	США	англ.	78 743	99,18%	-0,45%
3	Financial Times	Великобритания	англ.	153 107	97,72%	-0,05%
4	The Daily Telegraph	Великобритания	англ.	66 979	99,41%	-0,03%
5	Die Welt	Германия	нем.	15 486	99,34%	-0,14%
6	Handelsblatt	Германия	нем.	50 660	97,45%	-0,84%
7	Le Figaro	Франция	франц.	74 840	96,08%	-3,48%
8	Les Échos	Франция	франц.	61 411	94,56%	-3,91%

9	Corriere della Sera	Италия	итал.	83 560	99,17%	0,00%
10	La Repubblica	Италия	итал.	98 095	99,53%	-0,13%
11	El Norte	Мексика	испан.	41 720	98,94%	-0,28%
12	El País	Испания	испан.	141 325	99,15%	0,06%
13	La Nación	Аргентина	испан.	5 569	98,10%	-0,61%
14	Folha de São Paulo	Бразилия	португ.	28 981	98,69%	-0,39%
15	O Globo	Бразилия	португ.	33 528	99,24%	-0,12%
16	Жэньминь Жибао	Китай	китайс.	45 300	99,03%	0,97%
17	Ляньхэ Заобао	Сингапур	китайс.	26 136	98,90%	0,33%
18	Асахи Симбун	Япония	япон.	165 565	98,41%	0,30%
19	Йомиури Симбун	Япония	япон.	198 136	98,61%	0,51%

*Примечание.* Таблица ранжирована по колонке «Тональный баланс».

Из таблицы видно, что в течение 2020 года в каждом представленном в ней издании не менее 94,56 % материалов имели нейтральную тональность, а среднегодовой тональный баланс находился в пределах от -3,91 % (Les Échos, Франция) до 0,97 % («Жэньминь Жибао», Китай). Если исключить из этого списка вторую французскую газету Le Figaro с тональным балансом, равным -3,48 %, то нетрудно заметить, что все остальные значения данного параметра лежат около нуля. Другими словами, для всех крупнейших мировых газет характерна высокая сбалансированность отбора информации по тональности, стремление к паритету отрицательных и положительных по содержанию материалов.

Как объяснить столь сильное негативное смещение тональности материалов российской прессы? Складывается впечатление, что здесь мы сталкиваемся со специфическими процессами формирования редакционной политики, установлением повестки дня в России и республиках бывшего СССР. Можно предположить следующее. Российские и зарубежные русскоязычные медиа тяготеют к негативу, поскольку топ-менеджеры полагают, что через негатив можно при-

влечь больше аудитории к своим онлайн-ресурсам. Этот шлейф тянется из «лихих» 1990-х годов, когда, например, на телевидении бытовала циничная поговорка: «Труп оживляет эфир», что приводило к насыщению информационных материалов агрессией, убийствами и бесконечными катастрофами. Постепенно сложилось ложное мнение, что новости иными быть не должны. Со временем эта установка ушла с телевидения, но, видимо, перекинулась в интернет и печатные издания. Возможно, именно этим объясняется, что преобладающей тематикой негативной тональности в 2020 году в русскоязычной зоне были проблемы преступности, правонарушений, правосудия.

Конечно, ковидный 2020-й год способствовал тому, что со всего мира приходили негативные новости о коронавирусной пандемии, высокой заболеваемости и смертности в ряде стран, об обнаруженных прорехах в организации систем здравоохранения, о серьезных экономических и социальных последствиях эпидемии. Но мир и вместе с ним все ведущие СМИ были в более или менее равных информационных условиях. Тем не менее именно русскоязычная зона оказалась наиболее «токсичной», одновременно агрессивной и депрессивной.

## ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволило обнаружить ряд тенденций. Отметим их еще раз.

1. На основе ресурсной базы мониторинговой системы Factiva в 2020 году был обнаружен сильный сдвиг материалов русскоязычных СМИ в негативную тональность. Тональный баланс сегмента русского языка (разность между количеством материалов позитивной и негативной направленности, выраженную в процентах от общего количества материалов) составил  $-5,54\%$ , на один позитивный материал приходилось 42 негативных. При этом в других языковых зонах наблюдалось стремление к сбалансированности негативных и позитивных сообщений.
2. Зафиксирована связь величины тонального баланса и типа СМИ. Наиболее сильно смещены в негатив сайты русскоязычных газет и журналов, где средний тональный баланс равнялся соответственно  $-11,73\%$  и  $-11,47\%$ . Гораздо более сбалансированными выглядят текстовые материалы на сайтах ведущих телеканалов — в 2020 году в среднем их тональный баланс был равен  $-0,04\%$ .

3. Величина тонального баланса оказалась неодинаковой для российских и зарубежных русскоязычных онлайн-ресурсов. Материалы зарубежных русскоязычных изданий в целом заметно сильнее смещены в негатив, чем изданий из России.
4. Наиболее сильно негативно окрашенное тематическое направление по всей русскоязычной зоне на ресурсах, которыми оперирует система Factiva, в 2020 году было связано не с пандемией COVID-19, а с проблематикой преступности, правонарушений, правосудия. Гипотезы исследования не подтвердились.

### *Список источников*

---

1. *Матвеева Т. В.* Тональность текста // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. С. 692–694.
2. *Виноградов В. В.* О задачах стилистики. Наблюдения над стилем Жития пророка Аввакума // В. В. Виноградов. О языке художественной прозы: Избранные труды. Москва : Наука, 1980. С. 371–379.
3. *Тагильцева Ю. Р.* Субъективная модальность и тональность в обзорном политическом тексте // Политическая лингвистика. 2006. № 18. С. 22–134.
4. *Клушина Н. И.* Коммуникативная стилистика публицистического текста // Мир русского слова. 2008. № 4. С. 67–70.
5. *Ильинова Е. Ю.* О точности и тональности представления событий в тексте новостей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 638. С. 162–172.
6. *Ермаков С. А., Ермакова Л. М.* Методы оценки эмоциональной окраски текста : научная статья // Вестник Пермского университета. Серия: Математика. Механика. Информатика. 2012. № 1 (9). С. 85–90.
7. *Юсупова Н. И., Богданова Д. Р., Бойко М. В.* Алгоритмическое и программное обеспечение для анализа тональности текстовых сообщений с использованием машинного обучения : научная статья // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. 2012. Т. 16. № 6 (51). С. 91–99.

8. *Гедранович Б. А., Гедранович А. Б.* Отношение к высшему образованию: сентимент-анализ данных микроблогов // *Инновационные образовательные технологии.* 2013. № 1 (33). С. 46–54.
9. *Зверева П. Л.* Сентимент-анализ текста (на материале печатных текстов газеты «The New York Times» о России и россиянах) // *Вестник Московского государственного областного университета.* Серия: Лингвистика. 2014. № 5. С. 32–37.
10. *Посевкин Р. В., Бессмертный И. А.* Применение сентимент-анализа текстов для оценки общественного мнения : научная статья // *Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики.* 2015. Том 15. № 1. С. 169–171.
11. *Диалогическая лингвистика : коллективная монография / Д. Т. Богачанова, Г. Л. Викулова, Р. Г. Власян [и др.] ; под науч. ред. Н. Н. Шпильной.* Барнаул : АлтГПУ, 2019. 320 с.
12. *Юсупова Н. И., Сметанина О. Н., Гаянова М. М.* Технологии искусственного интеллекта и машинного обучения в задачах семантического представления и анализа данных. Уфа : Инновационное машиностроение, 2020. 242 с.
13. *Семина Т. А.* Анализ тональности текста: современные подходы и существующие проблемы : научная статья // *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература.* Серия 6. Языкознание: Реферативный журнал. 2020. № 4. С. 47–63.
14. *Шариков А. В.* Тенденции развития глобального информационного онлайн-пространства: результаты эмпирического исследования // *Наследие В. Г. Короленко. Стратегии гуманизма : сб. мат. Третьей Всероссийской научно-практической конференции (Нижний Новгород, 27–28 октября 2021 г.) / Под ред. А. Н. Фортунатова.* Нижний Новгород : ННГУ, 2021. С. 264–276.
15. *Шариков А. В.* Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020–2022 гг.: тональные тенденции // *Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат. междунар. науч.-практ. конф.* Москва : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2023. С. 383–385.

*References*

1. Bogachanova T. D., Vikulova L. G., Vlasyan G. R. i dr. Dialogicheskaya lingvistika. Pod nauch. red. N. N. Shpil'noy. Barnaul : AltGPU, 2019. 320 s. (In Russ.).
2. Vinogradov V. V. O zadachakh stilistiki. Nablyudeniya nad stilem Zhitiya protopopa Avvakuma. Vinogradov V. V. O yazyke khudozhestvennoy prozy: Izbrannyye trudy. Moskva : Nauka, 1980. S. 371–379. (In Russ.).
3. Gedranovich B. A., Gedranovich A. B. Otnosheniye k vysshemu obrazovaniyu: sentiment-analiz dannykh mikroblogov. Innovatsionnyye obrazovatel'nyye tekhnologii. 2013. № 1(33). S. 46–54. (In Russ.).
4. Ermakov S. A., Ermakova L. M. Metody otsenki emotsional'noy okraski teksta. Vestnik Permskogo universiteta. Matematika. Mekhanika. Informatika. 2012. № 1(9). S. 85–90. (In Russ.).
5. Zvereva P. L. Sentiment-analiz teksta (na materiale pechatnykh tekstov gazety «The New York Times» o Rossii i rossiyanakh). Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika. 2014. № 5. S. 32–37. (In Russ.).
6. Il'inova E. Yu. O tochnosti i tonal'nosti predstavleniya sobyitiy v tekste novostey. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2012. № 638. S. 162–172. (In Russ.).
7. Klushina N. I. Kommunikativnaya stilistika publitsisticheskogo teksta. Mir russkogo slova. 2008. № 4. S. 67–70. (In Russ.).
8. Matveyeva T. V. Tonal'nost' teksta. Effektivnoye rechevoye obshcheniye (bazovyye kompetentsii) : Slovar'-spravochnik. Pod red. A. P. Skovorodnikova. Krasnoyarsk : Sibirskiy federal'nyy universitet, 2014. S. 692–694. (In Russ.).
9. Posevkin R. V., Bessmertnyy I. A. Primeneniye sentiment-analiza tekstov dlya otsenki obshchestvennogo mneniya. Nauchno-tekhnicheskyy vestnik informatsionnykh tekhnologiy, mekhaniki i optiki. 2015. Tom 15. № 1. S. 169–171. (In Russ.).
10. Semina T. A. Analiz tonal'nosti teksta: sovremennyye podkhody i sushchestvuyushchiye problemy. Sotsial'nyye i gumanitarnyye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 6. Yazykoznanie: Referativnyy zhurnal. 2020. № 4. S. 47–63. (In Russ.).

11. Tagil'tseva Yu. R. Sub'yektivnaya modal'nost' i tonal'nost' v obzornom politicheskom tekste. Politicheskaya lingvistika. 2006. №1 8. S. 122–134. (In Russ.).
12. Sharikov A. V. Global'noye informatsionnoye onlayn-prostranstvo v 2020–2022 gg.: tonal'nyye tendentsii. Tvorchestvo, professiya, industriya: sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. M. : Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova, 2023. S. 383–385. (In Russ.).
13. Sharikov A. V. Tendentsii razvitiya global'nogo informatsionnogo onlayn-prostranstva: rezul'taty empiricheskogo issledovaniya. Naslediye V. G. Korolenko. Strategii gumanizma: sbornik materialov Tret'yey Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (Nizhniy Novgorod, 27–28 oktyabrya 2021 g.). Pod red. A. N. Fortunatova. N. Novgorod : Izd-vo NNGU, 2021. S. 264–276. (In Russ.).
14. Yusupova N. I., Bogdanova D. R., Boyko M. V. Algoritmicheskoye i programmnoye obespecheniye dlya analiza tonal'nosti tekstovykh soobshcheniy s ispol'zovaniyem mashinnogo obucheniya. Vestnik Ufimskogo gosudarstvennogo aviatsionnogo tekhnicheskogo universiteta. 2012. T. 16. № 6 (51). S. 91–99. (In Russ.).
15. Yusupova N. I., Smetanina O. N., Gayanova M. M. Tekhnologii iskusstvennogo intellekta i mashinnogo obucheniya v zadachakh semanticheskogo predstavleniya i analiza dannykh. Ufa : Izd-vo «Innovatsionnoye mashinostroyeniye», 2020. 242 s. (In Russ.).

### *Информация об авторах*

---

А. В. Шариков — кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник, профессор Института медиа факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», академический руководитель магистерской программы «Менеджмент в СМИ», зам. главного редактора научного журнала «Коммуникации. Медиа. Дизайн». 109028, г. Москва, Покровский б-р, д. 11, ком. С 311.

В. В. Потапова — магистр медиакоммуникаций, выпускница магистерской программы «Менеджмент в СМИ» НИУ ВШЭ, трафик-менеджер компании «Авиасейлс», г. Санкт-Петербург.

*Information about the authors*

---

A. V. Sharikov — PhD, Senior Researcher, Professor of the Institute of Media, Faculty of Creative Industries National Research University Higher School of Economics, Academic director of the Master's program Media management, Deputy Editor-in-chief of the scientific journal Communications. Media. Design. 109028, Moscow, Pokrovsky Boulevard, 11, room S 311.

V. V. Potapova — Master of Media Communications, Graduate of the Master's program Media management of the National Research University Higher School of Economics, traffic manager of Aviasales, Saint Petersburg.

*Статья поступила в редакцию: 03.05.2023;  
одобрена после рецензирования: 04.05.2023;  
принята к публикации: 06.05.2023.*

*The article was submitted: 03.05.2023; approved  
after reviewing: 04.05.2023; accepted for  
publication: 06.05.2023.*