

**Точка зрения**

DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-4-14

# Тональность освещения позиции России в англоязычных СМИ в период санкций

**Любовь Евгеньевна ХРУСТОВА**

кандидат экономических наук, старший преподаватель  
Финансовый университет при Правительстве РФ, 125993 (ГСП-3), Ленинградский  
проспект, д. 49, Москва, Российская Федерация;  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
101000, ул. Мясницкая, д. 20, Москва, Российская Федерация  
E-mail: khrustoval@yandex.ru  
ORCID: 0000-0002-0884-2734

**Елена Анатольевна ФЕДОРОВА**

доктор экономических наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве РФ, 125993 (ГСП-3), Ленинградский  
проспект, д. 49, Москва, Российская Федерация;  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
101000, ул. Мясницкая, д. 20, Москва, Российская Федерация  
E-mail: ecolena@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-3381-6116

**Федор Юрьевич ФЕДОРОВ**

аспирант  
Финансовый университет при Правительстве РФ, 125993 (ГСП-3), Ленинградский  
просп., д. 49, Москва, Российская Федерация  
E-mail: fedorovfedor92@mail.ru

**ЦИТИРОВАНИЕ:** Хрустова Л.Е., Федорова Е.А., Федоров Ф.Ю. (2020) Тональность освещения позиции России в англоязычных СМИ в период санкций // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. Т. 13. № 4. С. 292–310. DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-4-14

Статья поступила в редакцию 03.07.2019.

**ФИНАНСИРОВАНИЕ:** Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета на 2019 год.

**АННОТАЦИЯ.** *Обострение политической обстановки, которая свойственна текущей стадии развития международных отношений, сопровождается масштабной информационной войной.*

*Проблема освещения положения России в международной прессе с негативной точки зрения обсуждается с начала 2000-х годов. Российско-украинский конфликт, который начался в конце*

2013 – начале 2014 годов, заставил иностранные средства массовой информации вновь обратить внимание на Россию и спровоцировал увеличение количества негативных высказываний в ее отношении. Создается впечатление, что целью иностранных СМИ выступает формирование враждебного образа России у аудитории. Статья посвящена проблеме оценки тональности освещения позиции России в англоязычных СМИ под влиянием введения антироссийских санкций. В исследовании были проанализированы новостные тексты англоязычных средств массовой информации за 2012–2018 годы. Весь рассматриваемый период был разделен на несколько этапов: первый этап представляет собой период до момента введения первых санкций; остальные отражают различные стадии введения ограничений. Авторы отталкивались от предположения о том, что англоязычные СМИ склонны освещать Россию с негативной точки зрения независимо от содержания происходящих политических событий в период санкций. Для подтверждения поставленной гипотезы была применена методология текстового анализа и рассчитаны следующие показатели: общее количество новостей, связанных с Россией в рассматриваемом периоде; количество позитивных и негативных слов, приходящееся на весь период и в расчете на один день. В результате было выявлено, что введение санкций спровоцировало увеличение общего количества упоминаний России в СМИ, а также одновременно стал наблюдаться более значимый рост количества негативных слов в сравнении с позитивными. Оценка содержания текстов новостей с точки зрения наличия корреляции между отдельными словами показала, что тема российско-украинского конфликта утратила свою значимость, однако общий уровень враждебности в новост-

ных текстах сохранился и даже продемонстрировал тенденцию к росту, согласующуюся с происходящими политическими событиями.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** антироссийские санкции, текстовый анализ, новости, анализ тональности новостей, влияние новостей, информационная война, образ России в СМИ

### Роль санкций в формировании политического образа России

Обострение российско-украинских отношений в марте 2014 г. стало отправной точкой начала длительного периода внешнего давления со стороны США, Европейского союза и ряда других стран на Россию. В качестве основного инструмента воздействия на руководство Российской Федерации и принимаемые им решения было избрано введение санкций экономического и политического характера, продолжающееся и в настоящий момент. На современном этапе введение санкций в отношении отдельных государств становится популярной мерой сдерживания и воздействия в силу достижения отдельными странами сверхвысокого уровня военно-технического развития и необходимости поиска путей разрешения конфликтов без применения оружия, что определяет актуальность рассмотрения данной тематики. Различные экономико-правовые аспекты санкционных ограничений, конкретное понимание их содержания активно освещаются в отечественной и зарубежной литературе, формируя основу теории экономических санкций и их влияния на положение участников международных отношений [Morgan 2015; Сазонова 2013; Кротов, Шуба 2016].

Санкции как инструмент воздействия носят спорный характер. Их

применение может затрагивать отдельные физические и юридические лица, отрасли и даже государство в целом. Ограничения, как правило, носят двухстороннее воздействие – введение санкций против какого-либо государства неизбежно оказывает влияние не только на страну-инициатора их применения, но и на другие государства, осуществляющие взаимодействие с ними. При этом некоторые авторы оспаривают целесообразность введения санкций как таковую. Так, R.A. Pape говорит о реальной недостижимости политических целей посредством подобных ограничений. Автор не отрицает эффективность санкций как инструмента осуществления «войны без оружия» и меры дополнительного экономического давления, однако подвергает сомнению возможность получения желаемого ответного действия со стороны страны, против которой введены ограничения [Pape 1997]. Автор J. Gordon в свою очередь подчеркивает, что санкционные ограничения являются огромным препятствием на пути экономического развития страны, выступающей объектом санкций [Gordon 2016].

Проблема целесообразности введения санкций приобрела широкое освещение в научной литературе в связи с событиями, связанными с российско-украинским конфликтом, и реакцией иностранных государств на присоединение Россией Крыма. Большую роль в текущем противостоянии России и зарубежных стран сыграли средства массовой информации. Мировое сообщество столкнулось с ситуацией попытки формирования определенного имиджа Российской Федерации с использованием средств телекоммуникации. Одни и те же новости представлялись в российских и зарубежных СМИ с различных точек зрения, что способствовало усилению негативного отношения к

России в зарубежном обществе, оказало влияние на общее восприятие страны. Именно поэтому высокую актуальность приобретает исследование антироссийских санкций в контексте нового фона, создаваемого зарубежными СМИ по поводу введения санкций против России.

Поставленная проблематика тесно связана с вопросом о том, как в целом зарубежные СМИ оказывают влияние на формирование имиджа России у зарубежной аудитории. Всю совокупность исследований по данной проблеме можно систематизировать по направлениям, представленным в табл. 1. Исследования затрагивают общие вопросы формирования имиджа России под воздействием публикаций в зарубежных СМИ, влияния информации в зарубежных СМИ на различные экономические субъекты внутри страны, методы, с помощью которых осуществляется воздействие, характер воздействия СМИ конкретных стран (или языковых групп стран).

Направления, охарактеризованные в табл. 1, охватывают достаточно широкий круг вопросов и представлены трудами как отечественных, так и зарубежных ученых. Текущее исследование развивает проблематику рассмотрения влияния освещения конкретных событий в зарубежных СМИ на формирование имиджа России, рассматривая ограниченный сегмент – англоязычные СМИ – и оценивая изменение тональности высказываний о России под влиянием вводимых антироссийских санкций.

Представителями филологического сообщества неоднократно отмечался стереотипный характер изображения России и русского человека в англоязычных средствах массовой информации. Россия зачастую характеризуется как сторона, находящаяся в оппозиции по отношению к ведущим стра-

**Таблица 1.** Исследования влияния публикаций в зарубежных СМИ на формирование имиджа России

**Table 1.** Research on the Impact of Publications in Foreign Media on the Formation of Image of Russia

Направления исследований	Содержание исследований
Влияние публикаций в зарубежных СМИ на российский корпоративный сектор	На примере российских компаний рассматривается, каким образом раскрытие информации о нарушениях принципов корпоративного управления в зарубежных СМИ оказывает влияние на урегулирование ситуации компанией и государственными органами [Dyck, Volchkova, Zingales 2008].
	В статье анализируется, как освещение корпоративного мошенничества в западных СМИ воздействует на изменение числа случаев раскрытия незаконных действий в российских компаниях. Авторы также оценивают, на что больше реагируют собственники российских компаний: на сообщения местных или зарубежных СМИ [Matherne 2008]?
Анализ методов освещения России в зарубежных СМИ, воздействующих на формирование ее образа (лингвистических и журналистских)	Авторы рассматривают создание образа России в английском дискурсе с помощью различных языковых средств и показывают влияние этого образа на межкультурные, политические и экономические отношения. В работе изучаются различные стереотипы о России, возникшие в западных культурах, с целью воссоздания целостного образа России на мировой арене [Telesheva, Denisova 2015].
	Работа посвящена лингвистическому анализу информационных материалов популярных немецких СМИ, освещающих украинский кризис 2014 г. Особое внимание уделено формированию русских и украинских образов в рамках информационно-психологического противоборства посредством психолингвистики, обработки текста, использования специальных подходов к определению и представлению информации [Petukhov, Ivlieva 2017].
Общие работы, посвященные изучению влияния публикаций в зарубежных СМИ на формирование имиджа России	Россия в работе исследуется в контексте ее положения как внешнего игрока по отношению к европейским странам. Основываясь на публикациях в СМИ и результатах текстового анализа, авторы отвечают на вопрос, воспринимается ли Россия как часть Европы или как альтернативная Европа [von Seth 2018].
	Исследование объединяет количественный и текстовый анализ передовых статей в ведущих американских газетах, посвященных внутренней политике России в период с 2008 по 2014 г., отмечая, что, несмотря на сближение при президенте Дмитрие Медведеве, имидж России был крайне негативным с 2008 г. в зарубежных СМИ [Tsygankov 2017].
	В статье обобщены сущность и содержание процесса построения политического имиджа России в зарубежных СМИ. Проведен анализ статистических данных и экспертных оценок особенностей сложившегося общественного мнения. Рассмотрена современная роль СМИ в процессе влияния на общественные настроения [Черепанова 2017].
	Анализируя имидж России, созданный зарубежными СМИ, автор показывает необъективность отражения действительности развития России зарубежными СМИ, которая определяется политической волей руководителей мировых держав, интересами транснациональных корпораций и финансовых кругов [Малеева 2008].
В статье представлены итоги социологического анализа международного имиджа России в иностранных СМИ при помощи контент-анализа. Сделан вывод о том, что сегодня восприятие России как международной общественностью, так и внутри страны достаточно противоречиво и требует принятия эффективных мер со стороны российского государства [Сушко 2019].	

<p>Исследование формирования имиджа России в прессе конкретных стран (языковых групп)</p>	<p>Предметом исследования стало исследование имиджа России, ее президента и происходивших политических событий во франкоязычных СМИ. Полученные в результате анализа выводы позволяют говорить о наличии пропаганды положительного взгляда на происходящие события в России, которой присуща политкорректность, толерантность и дипломатичность [Нешина 2017].</p> <p>В работе обсуждается вопрос о том, как стратегия умолчания, реализуемая в испанских СМИ, создает имидж России, диссонансный стереотипному восприятию россиянами; анализируется, каким образом через имидж России оказывается воздействие на образ родной страны в испанском массовом сознании [Копылова 2013].</p> <p>Исследование рассматривает, как влияют американские СМИ на общественное мнение и экономические результаты деятельности других стран. Кроме того, статья определила направления, которые эффективно освещать в СМИ для формирования положительной репутации страны [Jain, Winner 2013].</p>
<p>Рассмотрение влияния освещения конкретных событий в зарубежных СМИ на формирование имиджа России</p>	<p>В работе исследуется взаимосвязь между содержанием публикаций в американских газетах, носящих антироссийский характер, формирующимся общественным мнением у населения США и внешней политикой государства в период российско-грузинского конфликта 2008 г. [Bayulgen, Arbatli 2013].</p> <p>Авторами рассматривается влияние дезинформации на развитие российско-украинского конфликта. При этом в качестве источника дезинформации рассматриваются не только публикации в СМИ, но и в социальных сетях – как одного из движущих факторов воздействия на общественное мнение [Mejias, Vokuev 2017].</p> <p>Используя контент-анализ оригинальных интервью с редакторами и журналистами, авторы выявляют факторы, которые повлияли на характер репортажей о России в Украине в 2010–2011 гг. Полученные результаты свидетельствуют о том, что издания и каналы, у которых был российский акционер или партнер, имели тенденцию быть более сдержанными в своей критике России, чем сопоставимые провайдеры новостей без обозначенных взаимосвязей [Szostek 2014].</p> <p>Статья посвящена анализу особенностей освещения политического имиджа Российской Федерации в мировых СМИ в период сирийского кризиса [Озманиян 2016].</p> <p>Основной целью работы выступило выяснение того, действительно ли американские СМИ проводили целенаправленную кампанию по дискредитации международного имиджа России в период Олимпийских игр в Сочи в 2014 г. [Браун 2018].</p>

нам-участницам международных взаимоотношений. Восприятие зарубежным сообществом России как страны-агрессора с жесткой вертикалью власти формируется, в том числе, в связи со сложившейся тенденцией зарубежных (в т. ч. англоязычных) СМИ к освещению событий, происходящих в нашей стране, в негативной тональности. Подобная тенденция стала особенно заметна после событий на Украине, что определило очередной «виток негативизации страны» в иностранных новостных текстах [Орлова 2015].

В части российско-украинского конфликта некоторые исследователи выявляют, что американские СМИ склонны апеллировать к незаконности, антидемократичному и военному характеру присоединения Крыма к России, в то время как отечественные издания подчеркивают исторические и культурные особенности взаимосвязей России и Крыма, формируя благородный образ страны в сознании граждан. Авторы представленного утверждения при этом отмечают, что в России, несмотря на общий проправительственный ха-

рактир высказываний в СМИ, сформирован также определенный круг изданий, чья позиция носит нейтральный и объективный характер [Голоусова, Амиров 2016].

События на Украине послужили лишь импульсом начала ухудшения геополитического положения России и необходимости проведения агрессивной внешней политики. К ключевым событиям, произошедшим за период с ноября 2013 г. (украинский майдан) по настоящий момент и напрямую связанным с судьбой нашего государства, можно отнести присоединение Крыма к России, военные действия на территории Сирии, обвинение мировым сообществом руководства Сирии в применении химического оружия и причастности России как союзнической стороны, выборы президента США, последовавшие обвинения в отношении России о вмешательстве в выборы президента США, нападки на «российских» хакеров, осуществивших глобальные атаки за рубежом, отравление Скрипалей в Солсбери и заявление Великобритании о причастности России к данному инциденту. Перечисленные эпизоды отражают лишь часть событий, повлекших за собой череду санкций и ответных событий, активно освещавшихся в печатных изданиях, на телевидении, радио и в Интернете.

Исходя из предположения, что российско-украинский конфликт как злободневная тематика исчерпал себя, и опираясь на выявленные ключевые события, стимулирующие формирование образа России в информационных источниках, нами предлагается работа, направленная на определение динамики настроения англоязычных СМИ в отношении России. Целью данного исследования выступила оценка изменения тональности освещения позиции России в англоязычных СМИ в зависимости от принимаемых политических

решений относительно введения антироссийских санкций. Авторами были проанализированы тексты англоязычных новостных изданий за период с 2012 по 2018 г. Оценка их содержания с точки зрения динамики степени их позитивности/негативности позволила выявить ключевые моменты, связанные с всплеском негативной тональности в отношении нашей страны, и проанализировать их корреляцию с происходившими политическими событиями. Авторы отталкивались от идеи о том, что, несмотря на провозглашенную объективность и независимость, иностранные издания склонны к негативному отражению информации о Российской Федерации независимо от содержания происходящих на мировой арене политических событий. В целях исследования весь анализируемый период был разделен на несколько частей в зависимости от этапов введения санкций, а к рассмотрению был взят ограниченный сегмент иностранных СМИ – англоязычные источники информации.

### Методология анализа тональности освещения позиции России в период санкций

Поскольку целью исследования выступило изучение изменения тональности новостных текстов, в качестве сравнительной базы в рассмотрение был взят период с 1 января 2012 г. по 16 марта 2014 г. (до введения санкций). Подобная технология анализа позволила обобщать взаимосвязь происходивших политических событий, установления антироссийских ограничений и характера высказываний англоязычных СМИ.

Текстовый анализ содержания новостей англоязычных СМИ рассматривался авторами в разрезе нескольких этапов введения санкций. Первона-



чально вся совокупность санкций была разделена на четыре ключевых периода: персональные санкции (16 марта – 15 июля 2014 г.), секторальные санкции (16 июля – 18 декабря 2014 г.), экономическая блокада Крыма (19 декабря 2014 г. – 5 марта 2015 г.) и период продления санкций (6 марта 2015 г. – настоящее время). В целях детализации последнего из выделенных периодов нами были выбраны дополнительные политические события, широко освещавшиеся в прессе и имеющие отношение ко взаимодействию России и западных стран. В качестве таких событий нами были выбраны: избрание нового президента США (8 ноября 2016 г.), начало военных действий в Сирии (30 сентября 2015 г.), отравление семьи Скрипалей и последующие обвинения России в подготовке покушения (12 марта 2018 г.). Таким образом, вся совокупность аккумулированных новостей может быть разбита и изучена в рамках следующих временных периодов:

- 16.03.2014–15.07.2014 – персональные санкции против граждан РФ;
- 16.07.2014–18.12.2014 – секторальные санкции против компаний РФ;
- 19.12.2014–05.03.2015 – период активной экономической блокады Крыма;
- 06.03.2015–29.09.2015 – период продления санкций до начала военных действий в Сирии;
- 30.09.2015–07.11.2016 – период продления санкций между военными действиями в Сирии и выборами нового президента США;
- 08.11.2016–11.03.2018 – период продления санкций между выборами президента США и обвинениями странами Запада России в подготовке покушения на семью Скрипалей;
- 12.03.2018–31.07.2018 – период продления санкций после отравления Скрипалей.

Текстовый анализ в настоящей работе был осуществлен с применением методологии «мешок слов», которая позволяет путем представления новости в виде множества отдельно стоящих слов оценить их свойства, а не новостной текст целиком. Основными этапами применения данного метода являются удаление из текста «стоп-слов» (stop-words – слов, не несущих в себе смысловой нагрузки, например, артикли, цифры, знаки препинания), приведение всех букв в тексте к единому регистру, разложение текста на отдельные слова при игнорировании синтаксиса и сведений о взаимосвязях между словами.

Оценка тональности новостных текстов с использованием методологии «мешка слов» осуществляется с применением специального словаря, в котором каждому слову присваивается некоторая тональность. В рамках данного исследования авторами была использована библиотека Loughran and McDonald, которая включает в себя 3916 терминов, каждому из которых присвоено от одного до трех признаков тональности («позитивный» – «негативный», «неопределенный» – «спорный», «ограничивающий» – «избыточный») и в большей мере адаптирована к анализу экономических текстов. Так, поскольку в бизнес-текстах английское слово share обычно используется в значении «акция», «доля собственности», в данной библиотеке оно не имеет эмоциональной окраски в отличие от общих словарей [McDonald, Loughran 2016].

В качестве источника новостных текстов авторами была выбрана база данных медиакомпания Thomson Reuters, представление информации в которой отвечает требованиям консистентности с позиции сентимент-анализа.

В целях анализа авторами рассматривались новости за период с 2012 по 2018 г. (тестовый период – 2015–2018 гг.). В тестовом периоде перво-

начально были отобраны новости по ключевым словам Russia, Russian, а затем использовались фильтры Sanctions, Russian, Moscow, Kremlin. Для проверки работы алгоритма был выбран тестовый период, содержащий 830 190 новостных текстов.

Общая выборка новостных текстов составила более 10 миллионов новостей из различных источников, аккредитованных Thomson Reuters, основными среди которых являются агентства the New York Post, CNN, Breitbart, Reuters, Fox, Atlantic, The Washington Post, BuzzFeed (рис. 1).

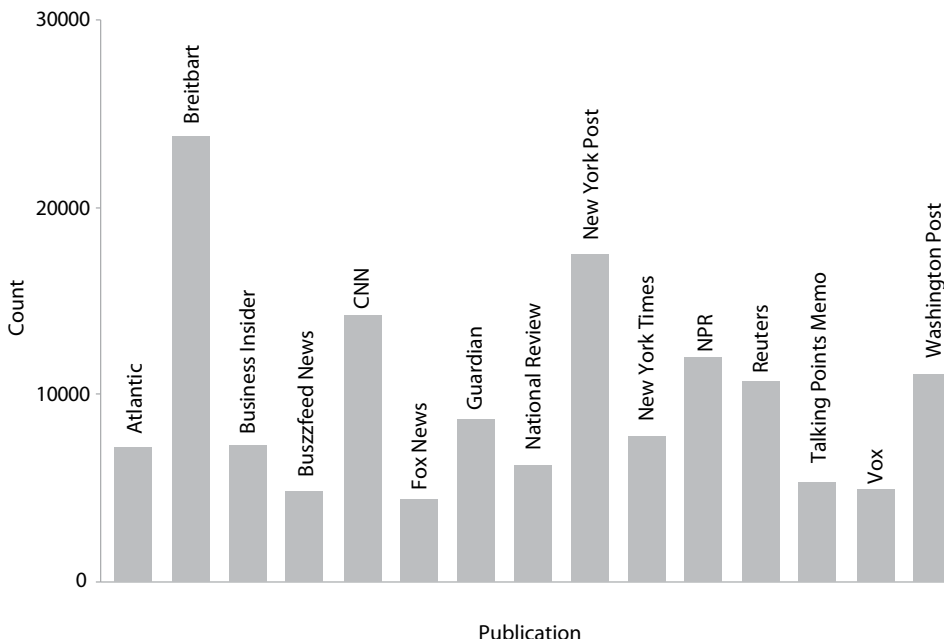
Выбор методологии текстового анализа, словаря и источника новостных текстов определил ограничение, накладываемое на проводимое исследование – к рассмотрению были приняты только англоязычные новости. Английский язык выступает универсаль-

ным средством общения и активно изучается представителями всех стран. В число источников, аккредитованных Thomson Reuters, попадают англоязычные издания со всего мира, в связи с чем подобное ограничение не приводит к искажению получаемых результатов, поскольку отражает тенденции, формирующиеся повсеместно.

Отталкиваясь от предположения о существовании склонности к негативному освещению России англоязычными СМИ, нами на основе словаря Loughran and McDonald было рассчитано количество позитивных и негативных слов в выделенных временных периодах. При этом для достижения сопоставимости показателей по этапам количество слов усреднялось исходя из числа дней в периоде, а также сопоставлялось с общим количеством новостных текстов, выпущенных в данном периоде.

**Рисунок 1.** Распределение анализируемой эмпирической базы по источникам происхождения новостей

**Figure 1.** Distribution of the Analyzed Empirical Base by Sources Origin of News





Кроме того, для осуществления оценки изменений, произошедших в содержании новостных текстов в различные периоды санкций, нами были проанализированы взаимосвязи между словами, соответствующими тематике антироссийских санкций и сопутствующих событий. Для рассмотрения нами были взяты два периода – 2014 и 2017 гг. Авторы отталкивались от предположения о том, что первопричиной введения санкций против России был российско-украинский конфликт, в связи с чем большую взаимосвязь со словами «санкции» и «Россия» должны показать слова «Украина», «США» и «Европейский союз» как слова, характеризующие стороны, занимающие конфронтационное положение.

Таким образом, применение современной методологии текстового анализа позволило авторам обозначить существующие взаимосвязи между фактически происходящими политическими событиями и характером их освещения в источниках массовой информации. Выявленные тенденции, в свою очередь, могут оказать существенное влияние на все аспекты функционирования государства, поскольку на настоящем этапе развития именно средства массовой информации во многом определяют общественные ожидания и мотивируют поведение социума.

### Негативное освещение позиции России в англоязычных СМИ

Результаты количественной оценки позитивных и негативных слов новостных текстов по рассматриваемым периодам, характеризующие эмоциональную окраску новостных текстов, представлены в табл. 2.

Полученные результаты позволяют нам утверждать, что во всем рассматриваемом периоде общее количество

новостей, позитивных и негативных слов имеет схожую динамику. С увеличением общего количества новостей среднее количество позитивных и негативных слов, касающееся тематики антироссийских санкций, также увеличивается. Данная тенденция является закономерной и отражает общее изменение числа упоминаний России в англоязычных СМИ. Распределение среднесуточного количества позитивных и негативных слов коррелируют между собой, что может характеризовать общее усиление эмоциональности текстов в конкретные периоды времени, связанные с отдельными политическими и экономическими событиями.

Однако можно наблюдать, что на любом временном отрезке рост среднего числа негативных слов превышает рост среднего количества позитивных слов, подтверждая преимущественно негативную направленность англоязычных СМИ по отношению к России. При этом особое внимание можно уделить сравнению периода до введения санкций с последующим периодом после введения первых ограничений. Можно увидеть, что санкции, введенные против России, в марте 2014 г. повлекли за собой резкое ухудшение тональности новостных текстов, связанных с нашей страной. Среднесуточное количество негативных слов в расчете на общее количество новостей за период резко увеличилось, сигнализируя о значительном усилении негативной тональности новостей в связи с началом санкционного противостояния.

Представленная технология анализа также позволяет выявить периоды всплеска негативизации России англоязычными СМИ, что является значимым с точки зрения установленной цели исследования. Тенденция общей негативизации образа России в англоязычных СМИ имела неравномерный характер, что объясняется целой чередой острых

политических событий, происходивших внутри страны и на мировой арене.

Так, максимальное среднее количество негативных слов в расчете на одну новость наблюдается в период с 16.07.2014 по 18.12.2014. Указанный период характеризуется введением секторальных санкций в отношении ряда российских компаний. При этом предыдущий период значительно отличается от данного по среднему количеству негативных слов. Подобную тенденцию можно попытаться объяснить потребностью англоязычных СМИ в оправдании введения санкций столь серьезного экономического характера. До 16.07.2014 вводимые ограничения (и ответные им меры со стороны России) касались только отдельных физических лиц, значимых государственных деятелей и чиновников, но не затрагивали интересы широких слоев населения.

Введенные секторальные санкции оказывали серьезный эффект не только на экономику России, но и имели определенные экономические последствия для стран-инициаторов введения санкций. В связи с этим данный вопрос широко рассматривался в средствах массовой информации, что привело к усилению негативного окраса обсуждения России.

Незначительно меньший показатель среднего количества негативных слов наблюдается и в следующем периоде (19.12.2014–05.03.2015), связанном с осуществлением экономической блокады Крыма. Введение серьезных ограничений в отношении присоединенного субъекта Российской Федерации также объяснимо обсуждалось в англоязычных СМИ, в связи с чем упоминание России в негативной тональности поддерживалось на протяжении всего периода.

**Таблица 2.** Степень эмоциональной окраски новостных текстов за рассматриваемый период

**Table 2.** The Degree of Emotional Coloring of News Texts During the Period under Review

Период	Количество новостей		Количество позитивных слов			Количество негативных слов		
	общее	среднее по дням	общее	среднее по дням	к количеству новостей	общее	среднее по дням	к количеству новостей
<b>До санкций (01.01.2012–15.03.2014)</b>	68304	85	229307	285	3,4	668107	831	9,8
<b>16.03.2014–15.07.2014</b>	15275	125	57634	472	3,77	177253	1453	11,6
<b>16.07.2014–18.12.2014</b>	17195	110	65295	419	3,8	215984	1385	12,6
<b>19.12.2014–05.03.2015</b>	3918	51	14678	191	3,74	49105	315	12,5
<b>06.03.2015–29.09.2015</b>	9582	46	29458	142	3,07	97348	470	10,15
<b>30.09.2015–07.11.2016</b>	24426	61	70319	175	2,88	226967	565	9,29
<b>08.11.2016–11.03.2018</b>	24445	52	71001	152	2,9	230388	493	9,42
<b>12.03.2018–30.05.2018</b>	5269	66	13652	171	2,59	47659	596	9,05

Источник: составлено авторами

Можно также уделить внимание периоду с 08.11.2016 по 11.03.2018, когда после относительно продолжительного снижения негативной тональности случился всплеск, связанный с ситуацией с выборами президента США. Тогда дискуссии о вмешательстве России в результаты выборов спровоцировали некоторый рост негативной окраски новостных текстов.

Представленный анализ количества позитивных и негативных слов в расчете на количество новостей интересен не только с точки зрения выявления всплесков негативизации, но и с позиции отсутствия аналогичных всплесков позитивной информации. Количество позитивных слов из периода в период изменяется несущественно, что не позволяет говорить о существовании значимого влияния положительных политических событий, происходивших на мировой арене, на позитивную составляющую тональности освещения. Данный вывод не только лишний раз обосновывает тезис о стремлении англоязычных СМИ к негативизации образа России, но и в определенной степени подвергает сомнению идею о возможности использования иностранных СМИ в целях формирования брен-

да страны (подобная идея закладывается в трудах ряда авторов, например, [Jain, Winner 2013]).

Исходя из анализа общего количества новостей за рассматриваемые периоды, можно также отметить, что в относительно спокойный период, когда с момента начала российско-украинского конфликта прошло больше года, а военные действия в Сирии еще не начались, количество новостей, связанной с рассматриваемой тематикой, уменьшилось. Последующие два периода, озаглавленные войной на территории Сирии, выборами президента США, а также высоким ажиотажем в СМИ, вызванным указанными событиями, привели к некоторому увеличению количества новостей, несмотря на серьезное усреднение данного показателя (в совокупности данные этапы занимают приблизительно 2,5 года, при этом среднесуточное количество новостей растет). Последний период, выделяемый после отравления Скрипалей, демонстрирует наибольшее количество новостей, что коррелирует с общим увеличением количества позитивных и негативных слов, охарактеризованным ранее.

Изменение содержания новостных текстов было оценено в ходе анализа

**Таблица 3.** Корреляция между словами из текстов новостей англоязычных СМИ в 2014 г.

**Table 3.** Correlation between Words from English-language Media News Texts in 2014.

	sanction	Russia	Ukrain	Putin	Obama	USA	EU
sanction	1.00000	0.64282	0.53632	0.50996	0.54720	-0.17197	0.67671
Russia	0.64282	1.00000	0.79215	0.67807	0.34220	-0.10681	0.61153
Ukrain	0.53632	0.79215	1.00000	0.61285	0.35288	-0.33207	0.61154
Putin	0.50996	0.67807	0.61285	1.00000	0.60283	-0.28753	0.40990
Obama	0.54720	0.34220	0.35288	0.60283	1.00000	-0.15279	0.38228
USA	-0.17197	-0.10681	-0.33207	-0.28753	-0.15279	1.00000	-0.17539
EU	0.67671	0.61153	0.61154	0.40990	0.38228	-0.17539	1.00000

Источник: составлено авторами

существующих взаимосвязей между словами «санкция» (sanction), «Россия» (Russia), «Украина» (Ukraine), «Путин» (Putin), «Обама» (Obama), «США» (USA), «ЕС» (EU) по данным 2014 и 2017 гг. С учетом роли лидеров государств на международной политической арене в рассмотрение были взяты слова, отражающие имена руководителей государств. Для анализа 2017 г. к списку слов было добавлено слово «Трамп» (Trump) в связи с избранием нового президента США. Полученные результаты представлены в табл. 3 и 4.

В 2014 г. наибольшая взаимосвязь со словом «санкция» наблюдается у слов «Россия» и «ЕС». Это объясняется большим количеством новостей, связанных с введением санкций против России. При этом интересным представляется тот факт, что наибольший ажиотаж в прессе вызвали именно санкции, вводимые со стороны Европейского союза, а не Соединенных Штатов. В то же время слово «США» показало отрицательную корреляцию со всеми анализируемыми словами. Термин «Украина» имеет всего 54% взаимосвязи со словом

«санкция», однако при этом можно заметить, что противостояние России и Украины активно обсуждалось в средствах массовой информации, поскольку данные слова («Россия» и «Украина») показали максимальную взаимосвязь (почти 80%). Это означает, что чаще всего данные слова употреблялись в едином контексте, задавая тематику новостных текстов.

Отдельного внимания заслуживают также упоминания лидеров России и США. Очевидно, что имя Владимира Владимировича Путина чаще всего было взаимосвязано со словом «Россия». На втором месте была выявлена корреляция со словом «Украина». Данный факт говорит о том, что в противостоянии России и Украины в СМИ большое внимание уделялось именно роли российского лидера. Все происходящие события оценивались на уровне принимаемых им решений, что подтверждает высокую значимость, придаваемую иностранными изданиями президенту России. Ожидаемо, слово «Путин» показало высокую степень взаимосвязи с именем президента США Барака Обамы.

**Таблица 4.** Корреляция между словами из текстов новостей англоязычных СМИ в 2017 г.

**Table 4.** Correlation Between Words from English-language Media News Texts in 2017.

	sanction	Russia	Ukrain	Putin	Obama	USA	EU	Trump
sanction	1.000000	0.540786	0.445143	0.335293	0.377147	-0.028461	0.426695	0.388266
Russia	0.540786	1.000000	0.674688	0.579976	0.221853	-0.078251	0.347566	0.369202
Ukrain	0.445143	0.674688	1.000000	0.354194	0.131386	0.026583	0.464821	0.078849
Putin	0.33529	0.57998	0.35419	1.00000	0.37110	-0.12743	0.23316	0.53674
Obama	0.377147	0.221853	0.131386	0.371100	1.000000	-0.045418	0.101186	0.662953
USA	-0.028461	-0.078252	0.026583	-0.127430	-0.045418	1.000000	-0.157594	-0.055951
EU	0.42670	0.34757	0.46482	0.23316	0.10119	-0.15759	1.00000	0.21533
Trump	0.388266	0.369202	0.078849	0.536739	0.662953	-0.055951	0.215335	1.000000

**Источник:** составлено авторами

В 2017 г. анализ аналогичных слов продемонстрировал иную тенденцию. Прежде всего, необходимо заметить, что для рассмотрения было взято дополнительное слово «Трамп», которое достаточно активно упоминалось в СМИ в связи со сменой руководителя США. Однако была выявлена низкая степень взаимосвязи данного слова с другими рассмотренными выражениями. Слово «Трамп» показало 66%-й уровень взаимосвязи со словом «Обама» и 54%-й уровень взаимосвязи со словом «Путин». В остальных случаях уровень корреляции был намного ниже 50%, что говорит о том, что новый президент США в прессе упоминается в основном в контексте противопоставления прежнему президенту и российскому лидеру и не затрагивается при обсуждении ключевых тем, связанных с Россией, санкциями и мировым взаимодействием.

Термин «санкции» по-прежнему чаще всего упоминается рядом со словом «Россия», что отражает современную политическую ситуацию. Россия подвергается все новым и новым ограничениям, вызванным различными политическими событиями, в связи с чем тематика санкций все также остается актуальной для нашей страны.

Взаимосвязь слова «Украина» со всеми словами ожидаемо упала, что подтверждает гипотезу о снижении значимости российско-украинского конфликта с точки зрения средств массовой информации. Украина по-прежнему чаще всего упоминается рядом со словом «Россия», однако в остальных анализируемых случаях демонстрирует низкий уровень взаимосвязи.

В целом по итогам анализа можно заметить, что слова, отобранные для оценки корреляции в 2014 г., показывают гораздо меньшую взаимосвязь в 2017 г. Подобная тенденция связана со сменой тематики политических взаи-

модействий на международной арене. Можно говорить о сохранении тренда негативизации образа России, однако содержание новостей меняется. К 2017 г. произошел ряд ключевых политических событий, которые отодвинули на второй план тематику ситуации на Украине и скорректировали содержание новостных текстов. Это еще раз подтверждает тот факт, что, независимо от происходящих событий и соответствующего изменения тематики новостных текстов, СМИ склонны негативно характеризовать Россию, что оказывает влияние на ее общественное восприятие.

Одной из основных особенностей представленного исследования выступает применение передовой методологии текстового анализа, позволяющего осуществить оценку изменения тональности обширных новостных массивов. Использование данного метода предоставляет возможность эмпирически обосновать тенденции и избежать субъективного понимания информации, представленной в англоязычных СМИ. Тем не менее применение текстового анализа накладывает некоторые ограничения на характер проводимого исследования, что может быть учтено в его дальнейшем развитии.

Прежде всего, осуществление текстового анализа опирается на использование профессионального словаря, определяющего тональность вошедших в него слов и терминов. В рамках текущего исследования был использован словарь Loughran and McDonald, неоднократно апробированный в ходе аналогичных исследований. Дальнейшее развитие представленного исследования может заключаться в повторном эмпирическом обосновании установленной цели и гипотезы с использованием иного словаря.

Рассматриваемый хронологический период в работе был ограничен 2012 г.,

что связано с неоднородностью и меньшим объемом доступной новостной текстовой информации на более раннем периоде. Тем не менее теоретически увеличение хронологического периода может дать дополнительное обоснование полученным результатам, а также расширить круг анализируемых вопросов (путем рассмотрения влияния политических событий, происшедших до 2012 г.).

Исследование может также получить дальнейшее развитие в части осуществления подобного анализа для ряда стран, по отношению к которым субъективно наблюдается аналогичная тенденция к негативизации имиджа в англоязычных СМИ. При этом полученные в текущем исследовании результаты будут выступать достоверной базой для сравнения и позволят выстраивать рейтинги стран по степени качества их имиджа.

Таким образом, достигнутые результаты и обоснованные тенденции, развивая существующую теорию по проблематике тональности освещения России в англоязычных СМИ в период санкций, имеют широкие возможности дальнейшего теоретического развития.

## Заключение

Современные события, связанные со взаимодействием стран на международной арене, представляют собой сложную политическую игру с применением различных инструментов влияния. Средства массовой информации как «четвертая власть» также оказались активно вовлечены в происходящие события и активно использовались в целях манипулирования общественным сознанием и формирования требуемого отношения к участникам международных отношений.

В период поэтапного введения санкций российские и англоязычные СМИ освещали ситуацию с различных точек зрения. В работе была проведена количественная оценка содержания новостных текстов англоязычных изданий, имеющих отношение к санкциям против России, на предмет степени их позитивности/негативности. Было выявлено и обосновано, что момент введения антироссийских санкций спровоцировал усиление негативной тональности высказываний средств массовой информации. При этом дальнейшее изучение изменения содержания текстов новостей в последующие периоды (с 2014 по 2018 г.) показал, что, несмотря на то, что противостояние государств на международной арене изменило свой ракурс, а российско-украинский конфликт потерял свою актуальность, тенденция к негативизации образа России сохранилась и даже усиливалась в отдельные периоды. В это же время положительная тональность новостных текстов практически не менялась, что говорит о нейтральности англоязычных СМИ по отношению к положительным событиям, касающимся России. Выявленная склонность подтверждает готовность англоязычных СМИ освещать Россию с негативной точки зрения независимо от изменения тематики происходящих политических событий.

Представленное исследование еще раз подтверждает необходимость решения проблемы существования отрицательного имиджа России в англоязычных СМИ. Однако полученные результаты доказывают, что данная проблема особенно обострилась в период санкций, спровоцировавших усиление негативизации образа России за рубежом, что делает невозможным изменение ситуации в отрыве от поиска выхода из существующих политических противоречий на международной арене.

## Список литературы

Браун Д. (2018) Антибрендинг России в американских медиа // *Международные процессы*. Т. 16. № 2(53). С. 91–121. DOI: 10.17994/IT.2018.16.2.53.6

Голоусова Е.С., Амиров В.М. (2016) Крымский референдум и интерпретация его итогов в СМИ (на примере анализа российской и американской печати) // *Политическая лингвистика*. № 2. С. 55–59 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26299975\\_20778634.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26299975_20778634.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Копылова Т.Р. (2013) Умолчание как стратегия в формировании имиджа России в испанских СМИ // *Вестник Челябинского государственного университета*. № 21(312). С. 295–299 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20290477\\_23834206.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20290477_23834206.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Кротов А.Е., Шуба Д.М. (2016) Теоретические основы дискриминации в экономической науке: сущность, применение и результативность санкционных ограничений // *Экономика и предпринимательство*. № 10–1(75). С. 60–68.

Малева О. (2008) Имидж России в зеркале зарубежных СМИ // *Обозреватель-Observer*. № 4. С. 121–127 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_13055009\\_58048379.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_13055009_58048379.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Нешина Е.Б. (2017) Франкоязычные СМИ как источник формирования имиджа России // *Международный научно-исследовательский журнал*. № 11(65). Часть 1. С. 42–45. DOI: 10.23670/IRJ.2017.65.143

Озмаян М.С. (2016) Политический имидж России в условиях Сирийского кризиса: особенности его освещения в мировых СМИ // *ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура*. № 4. С. 99–107 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_27114585\\_36489083.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_27114585_36489083.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Орлова О.Г. (2015) Образ России в зарубежных СМИ // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. № 7–1. С. 146–149 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_23465404\\_77977578.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_23465404_77977578.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Сазонова К.Л. (2013) Санкции в международном праве: основные направления исследований // *Современное право*. № 8. С. 116–119 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20172162\\_86303841.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20172162_86303841.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Сушко В.А. (2019) Имидж России в иностранных СМИ и социальных сетях // *Обозреватель-Observer*. № 3. С. 45–57 // [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_37791249\\_68650185.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_37791249_68650185.pdf), дата обращения 25.08.2020.

Черепанова Д.А. (2017) Особенности процесса формирования политического имиджа России в зарубежных СМИ // *Среднерусский вестник общественных наук*. Т. 12. № 4. С. 76–82. DOI: 10.22394/2071-2367-2017-12-4-76-82

Bayulgen O., Arbatli E. (2013) Cold War Redux in US–Russia Relations? The Effects of US Media Framing and Public Opinion of the 2008 Russia–Georgia War // *Communist and Post-Communist Studies*, vol. 46, no 4, pp. 513–527. DOI: 10.1016/j.postcomstud.2013.08.003

Dyck A., Volchkova N., Zingales L. (2008) The Corporate Governance Role of the Media: Evidence from Russia // *The Journal of Finance*, vol. 63, no 3, pp. 1093–1135. DOI: 10.1111/j.1540-6261.2008.01353.x

Gordon J. (2016) Economic Sanctions as ‘Negative Development’: The Case of Cuba // *Journal of International Development*, vol. 28, no 4, pp. 473–484. DOI: 10.1002/jid.3061

Jain R., Winner L.H. (2013) Country Reputation and Performance: The Role of Public Relations and News Media // *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 9, no 2, pp. 109–123. DOI: 10.1057/pb.2013.7



Matherne B.P. (2008) From Outside of Russia without Love: Do Foreign Media Affect Corporate Governance Violations? // *Academy of Management Perspectives*, vol. 22, no 4, pp. 87–88. DOI: 10.5465/amp.2008.35590360

McDonald B., Loughran T. (2016) Textual Analysis in Accounting and Finance: A Survey. SSRN // *Journal of Accounting Research*, vol. 54, no 4, pp. 1187–1230. DOI: 10.2139/ssrn.2504147

Mejias U.A., Vokuev N.E. (2017) Disinformation and the Media: The Case of Russia and Ukraine // *Media, Culture & Society*, vol. 39, no 7, pp. 1027–1042. DOI: 10.1177/0163443716686672

Morgan T.C. (2015) Hearing the Noise: Economic Sanctions Theory and Anomalous Evidence // *International Interactions*, vol. 41, no 4, pp. 744–754. DOI: 10.1080/03050629.2015.1037710

Pape R.A. (1997) Why Economic Sanctions Do not Work // *International Security*, vol. 22, no 2, pp. 90–136. DOI: 10.1162/isec.22.2.90

Petukhov A.Y., Ivlieva P.D. (2017) Psycholinguistic Analysis of Information Support of Ukrainian Crisis in German Mass Media // *Media Watch*, vol. 8, no 1, pp. 100–106. DOI: 10.15655/mw/2017/v8i1/41266

Szostek J. (2014) Russia and the News Media in Ukraine: A Case of “Soft Power”? // *East European Politics and Societies*, vol. 28, no 3, pp. 463–486. DOI: 10.1177/0888325414537297

Telesheva I., Denisova I. (2015) The Evolution of the Russian Image in the English Discourse // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 186, pp. 1025–1030. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.04.065

Tsygankov A.P. (2017) The Dark Double: The American Media Perception of Russia as a neo-Soviet Autocracy, 2008–2014 // *Politics*, vol. 37, no 1, pp. 19–35. DOI: 10.1177/0263395715626945

von Seth R. (2018) All Quiet on the Eastern Front? Media Images of the West and Russian Foreign Political Identity // *Europe-Asia Studies*, vol. 70, no 3, pp. 421–440. DOI: 10.1080/09668136.2018.1448926

**Point of View**

DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-4-14

# Tonality of Showing Russian Position in English Speaking Mass Media during Sanction Period

**Lyubov E. KHRUSTOVA**

PhD in Economics, Senior Lecturer

Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, GSP-3, Leningradsky Av., 49, Moscow, Russian Federation;

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

E-mail: khrustoval@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-0884-2734

**Elena A. FEDOROVA**

DSc in Economics, Professor

Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, GSP-3, Leningradsky Av., 49, Moscow, Russian Federation;

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

E-mail: ecolena@mail.ru

ORCID: 0000-0002-3381-6116

**Fedor Yu. FEDOROV**

Postgraduate Student

Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, GSP-3, Leningradsky Av., 49, Moscow, Russian Federation

E-mail: fedorovfedor92@mail.ru

**CITATION:** Khrustova L.E., Fedorova E.A., Fedorov F.Yu. (2020) Tonality of Showing Russian Position in English Speaking Mass Media during Sanction Period. *Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law*, vol. 13, no 4, pp. 292–310 (in Russian). DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-4-14

Received: 03.07.2019.

**ACKNOWLEDGEMENTS:** The article is based on the results of research carried out at the expense of budget funds under the state task of the Financial University for 2019.

**ABSTRACT.** *Highly charged political environment, which is peculiar to the current stage of international relations development, is accompanied by an extensive me-*

*dia war. The problem of showing Russia on the negative side in international press was known and discussed since early 2000-s. Russian-Ukrainian conflict which started at the*

end of 2013 – beginning of 2014 provoked foreign mass media to make a point of Russia and enhance the quantity of adverse statements towards the country. It seems that the aim of foreign mass media is to form an antagonistic image of Russia among the audience. The research under discussion is devoted to the problem of the sentiment of showing Russia in English speaking mass media under the influence of Russia sanctions. News texts for period from 2012 till 2018 were analyzed. The whole period was divided into several stages: the first stage is connected with period before sanctions; the others reflect different phases of restrictions' imposition. The authors suggested that foreign mass media is inclined to show Russia on the negative side irrespective of the contents of political situation during the sanctions period. To approve this statement a detailed text analysis was provided to find out the following indicators: the total quantity of news, connected with Russia, in the stated period; the quantity of positive and negative words. It was found out that the sanctions imposition provoked the increase of total Russia media hits, but the increase of negative words was higher than the increase of positive words. Reviewing the contest of news from the perspective of correlation between the words showed that Russia-Ukrainian conflict theme lost its significance, but the total level of enmity in news text remained the same and even has the tendency of increasing in line with the other political events.

**KEY WORDS:** Russia sanctions, text analysis, news, news sentiment analysis, news influence, media war, Russia image in mass media

## References

- Bayulgen O., Arbatli E. (2013) Cold War Redux in US–Russia Relations? The Effects of US Media Framing and Public Opinion of the 2008 Russia–Georgia War. *Communist and Post-Communist Studies*, vol. 46, no 4, pp. 513–527. DOI: 10.1016/j.postcomstud.2013.08.003
- Braun D. (2018) Antibranding of Russia in American Media. *Mezhdunarodnyye Processy*, vol. 16, no 2(53), pp. 91–121 (in Russian). DOI: 10.17994/IT.2018.16.2.53.6
- Cherepanova D.A. (2017) Specific Characteristics of Russian Image Development Process in Abroad Media. *Central Russian Journal of Social Sciences*, vol. 12, no 4, pp. 76–82 (in Russian). DOI: 10.22394/2071-2367-2017-12-4-76-82
- Dyck A., Volchkova N., Zingales L. (2008) The Corporate Governance Role of the Media: Evidence from Russia. *The Journal of Finance*, vol. 63, no 3, pp. 1093–1135. DOI: 10.1111/j.1540-6261.2008.01353.x
- Golousova E.S., Amirov V.M. (2016) Crimea Referendum and Its Result Interpretation in Mass Media (Evidence from Russian and American Press Analysis). *Politicheskaya lingvistika*, no 2, pp. 55–59. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26299975\\_20778634.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26299975_20778634.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).
- Gordon J. (2016) Economic Sanctions as 'Negative Development': The Case of Cuba. *Journal of International Development*, vol. 28, no 4, pp. 473–484. DOI: 10.1002/jid.3061
- Jain R., Winner L.H. (2013) Country Reputation and Performance: The Role of Public Relations and News Media. *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 9, no 2, pp. 109–123. DOI: 10.1057/pb.2013.7
- Kopylova T.R. (2013) Keeping in Silence as a Strategy of Russian Image Development in Spanish Media. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 21(312), pp. 295–299. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20290477\\_23834206.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20290477_23834206.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).
- Krotov A.E., Shuba D.M. (2016) Theoretical Basis of Discrimination in Economic Science: Implication, Appliance and Outcome of Sanction Restrictions. *Journal of Economy and Entrepreneurship*, no 10–1(75), pp. 60–68 (in Russian).

Maleeva O. (2008) Russian Image from the point of Abroad Media. *Observer*, no 4, pp. 121–127. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_13055009\\_58048379.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_13055009_58048379.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).

Matherne B.P. (2008) From Outside of Russia without Love: Do Foreign Media Affect Corporate Governance Violations? *Academy of Management Perspectives*, vol. 22, no 4, pp. 87–88. DOI: 10.5465/amp.2008.35590360

McDonald B., Loughran T. (2016) Textual Analysis in Accounting and Finance: A Survey. SSRN. *Journal of Accounting Research*, vol. 54, no 4, pp. 1187–1230. DOI: 10.2139/ssrn.2504147

Mejias U.A., Vokuev N.E. (2017) Disinformation and the Media: The Case of Russia and Ukraine. *Media, Culture & Society*, vol. 39, no 7, pp. 1027–1042. DOI: 10.1177/0163443716686672

Morgan T.C. (2015) Hearing the Noise: Economic Sanctions Theory and Anomalous Evidence. *International Interactions*, vol. 41, no 4, pp. 744–754. DOI: 10.1080/03050629.2015.1037710

Neshina E.B. (2017) French Media as a Source of Russian Image Development. *International Research Journal*, no 11(65), part 1, pp. 42–45 (in Russian). DOI: 10.23670/IRJ.2017.65.143

Orlova O.G. (2015) Russian Image in Abroad Mass Media. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no 7–1, pp. 146–149. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_23465404\\_77977578.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_23465404_77977578.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).

Ozmanyant M.S. (2016) Russian Political Image in Terms of Syrian Crisis: Characteristics of its Lightning in World Media. *POISK: Politika. Obshchestvovedenie. Iskusstvo. Sotsiologiya. Kul'tura*, no 4, pp. 99–107. Available at: [\[load/elibrary\\\_27114585\\\_36489083.pdf\]\(https://elibrary.ru/download/elibrary\_27114585\_36489083.pdf\), accessed 25.08.2020 \(in Russian\).](https://elibrary.ru/down-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Pape R.A. (1997) Why Economic Sanctions Do not Work. *International Security*, vol. 22, no 2, pp. 90–136. DOI: 10.1162/isec.22.2.90

Petukhov A.Y., Ivlieva P.D. (2017) Psycholinguistic Analysis of Information Support of Ukrainian Crisis in German Mass Media. *Media Watch*, vol. 8, no 1, pp. 100–106. DOI: 10.15655/mw/2017/v8i1/41266

Sazonova K. L. (2013) Sanctions in International Law: Main Directions of Research. *Sovremennoe pravo*, no 8, pp. 116–119. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_20172162\\_86303841.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_20172162_86303841.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).

Sushko V.A. (2019) Russian Image in Foreign Media and Social Networks. *Observer*, no 3, pp. 45–57. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_37791249\\_68650185.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_37791249_68650185.pdf), accessed 25.08.2020 (in Russian).

Szostek J. (2014) Russia and the News Media in Ukraine: A Case of “Soft Power”? *East European Politics and Societies*, vol. 28, no 3, pp. 463–486. DOI: 10.1177/0888325414537297

Telesheva I., Denisova I. (2015) Evolution of the Russian Image in the English Discourse. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 186, pp. 1025–1030. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.04.065

Tsygankov A. P. (2017) The Dark Double: The American Media Perception of Russia as a neo-Soviet Autocracy, 2008–2014. *Politics*, vol. 37, no 1, pp. 19–35. DOI: 10.1177/0263395715626945

von Seth R. (2018) All Quiet on the Eastern Front? Media Images of the West and Russian Foreign Political Identity. *Europe-Asia Studies*, vol. 70, no 3, pp. 421–440. DOI: 10.1080/09668136.2018.1448926