

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

*На правах рукописи*



**Ковш Максим Игоревич**

**Авторитетность в новостном медийном дискурсе**

5.9.8 – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация  
на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
**Карасик Владимир Ильич,**  
доктор филологических наук, профессор

Москва – 2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3–8
Глава 1. Лингвистический статус авторитетности .....	9–58
1.1 Характеристики современного новостного медийного дискурса.....	9–18
1.2 Авторитетность как коммуникативная категория .....	19–36
1.2.1 Понятия «авторитет» и «авторитетность» .....	19–23
1.2.2 Конститутивные признаки авторитетности в коммуникации.....	23–33
1.2.3 Типы авторитета.....	33–36
1.3 Дискурсивная специфика авторитетности .....	36–42
1.4 Авторитетность в медийном дискурсе .....	42–56
Выводы по главе 1.....	56–58
Глава 2. Способы конструирования авторитетности новостного сообщения .....	59–125
2.1 Указание на источник информации .....	61–73
2.2 Цитирование .....	73–94
2.3 Средства усиления достоверности .....	75–92
2.4 Средства ослабления достоверности .....	92–104
2.5 Манипуляция .....	104–114
2.6 Дополнительные указания .....	114–119
2.7 Внеязыковые средства.....	119–124
Выводы по главе 2.....	124–125
Глава 3. Способы конструирования авторитета субъекта .....	126–152
3.1 Средства усиления авторитета.....	126–145
3.1.1 Функциональные наименования .....	126–139
3.1.2 Положительная характеристика .....	139–143
3.1.3 Маркеры доступа к информации.....	144–145
3.2 Средства ослабления авторитета.....	145–152
3.2.1 Должностные номинации.....	145–146
3.2.2 Отрицательная характеристика .....	146–149
3.2.3 Указание на спорную легитимность .....	149
3.2.4 Обвинение во лжи .....	150–152
Выводы по главе 3.....	152
Заключение .....	153–156
Список использованных источников и литературы .....	157–174
Приложение А. Список материалов исследования, задействованных в качестве иллюстраций .....	175–193
Приложение Б. Средства конструирования авторитетности в новостном медиатексте .....	194–198

## ВВЕДЕНИЕ

Работа посвящена исследованию особенностей категории авторитетности в новостном медийном дискурсе. **Объектом** исследования является категория авторитетности. **Предметом** — её медийная дискурсивная специфика.

Авторитетность как коммуникативная и дискурсивная категория обретает теоретическое осмысление в работах российских исследователей. Наиболее значимым в лингвистическом плане трудом по авторитетности является коллективная монография «Авторитетность и коммуникация» [Авторитетность и коммуникация, 2008], в которой В. Б. Кашкиным вместе со его учениками и коллегами были заложены теоретические основы описания категории. Авторитетность в научном дискурсе описывается в работах А. А. Падурец [Болдырева, 2001, 2006, 2008 и др.], в прогностическом — в работах Е. Р. Савицкайте [Савицкайте, 2006, 2008 и др.], в ряде работ авторитетность рассматривается как составляющая политического [Спиридовский, 2008; Харламова, 2021 и др.] и рекламного [Баева, 2000; Кашкин, 2008а; Трунова, 2014 и др.] дискурсов. Авторитетность в медиадискурсе описывается в статьях Е. В. Сарафанниковой и А. А. Падурец [Сарафанникова, 2008, 2016, 2020, 2024 и др.; Padurets, 2016; Падурец, 2017 и др.] на материале теленовостей, а также Т. Н. Астаховой [Астахова, 2014] на материале текстов немецкоязычных СМИ; в исследовании Е. Э. Улановой [Уланова, 2018] рассматривается авторитетность в дискурсе ток-шоу, а работы Е. В. Теневой [Тенева, 2010, 2011, 2016, 2017; Teneva, 2020 и др.] касаются проблем авторитета в политико-публицистическом дискурсе.

**Актуальность** исследования обусловлена необходимостью теоретического осмысления категории авторитетности в новостных массмедиа как одного из основных источников информации об имеющих общественное значение событиях, а также выявления специфики её использования в практической деятельности авторов новостных сообщений. Особенно отчётливо эта потребность ощущается в свете происходящих в мире общественно-политических трансформаций, влияющих как на нашу жизнь, так и на её отражение в новостных текстах. Несмотря

на существующие работы по проблеме авторитетности, её описание в новостном медийном дискурсе остаётся фрагментарным и нуждается в уточнении.

В качестве **гипотезы** выдвигается следующее положение: авторитетность в новостном медийном дискурсе обладает рядом специфических характеристик, связанных с коммуникативными категориями достоверности, объективности, фактичности и эвиденциальности; способы выражения авторитетности в нём зависят от репрезентирующегося субъекта авторитета.

**Целью** работы является характеристика категории авторитетности в новостном медиадискурсе.

Достижение обозначенной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) охарактеризовать современный новостной медийный дискурс;
- 2) установить конститутивные признаки авторитетности в коммуникации;
- 3) описать специфику авторитетности в разных видах дискурсов;
- 4) определить специфичные для медиадискурса свойства авторитетности;
- 5) выявить и описать способы конструирования авторитетности в новостном сообщении.

**Теоретико-методологической основой** диссертации послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в следующих областях:

- теория дискурса и коммуникации (Н. Д. Арутюнова, А. Г. Баранов, В. В. Богданов, В. Г. Борботько, Р. Водак, Т. А. ван Дейк, В. З. Демьянков, В. А. Звегинцев, Г. А. Золотова, О. К. Ирисханова, В. И. Карасик, А. А. Кибрик, О. В. Коротеева, В. Г. Костомаров, Г. Кресс, А. А. Леонтьев, М. Л. Макаров, Е. О. Менджерицкая, В. Я. Мыркин, П. Серио, О. Б. Сиротинина, Ю. А. Сорокин, Ю. С. Степанов, Е. Ф. Тарасов, Н. Н. Трошина, Д. В. Шапочкин, Е. И. Шейгал, Д. Шиффрин);
- исследования медиадискурса и медиатекста (И. В. Анненкова, С. Н. Антонова, Н. А. Ахренова, Е. Н. Басовская, В. В. Богуславская, Е. В. Выровцева, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, И. В. Ерофеева, Р. И. Зарипов, М. Ю. Казак, Н. И. Клушина, Е. А. Кожемякин, А. А. Негрышев, Э. О'Кифф, А. В. Полонский, Н. А. Пром, Т. Б. Радбиль, Л. В. Рацибурская,

С. И. Сметанина, Г. Я. Солганик, Е. В. Сычева, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова, Л. П. Шестеркина);

- исследования авторитета и авторитетности (И. П. Андриади, Г. В. Баева, Н. Г. Бурмакина, Е. И. Варгина, Л. А. Гречихина, В. Б. Кашкин, А. А. Падурец (Болдырева), Е. Р. Савицкайте, Е. В. Сарафанникова, О. В. Спиридовский, Е. В. Тенева, Е. Г. Трунова, Е. Э. Уланова);
- исследования других категорий субъективной модальности (Т. Н. Астахова, А. В. Белоедова, М. А. Винокурова, Т. С. Глушак, Л. Ю. Емельянова, Н. А. Козинцева, И. Ю. Кукса, М. М. Макарец, И. А. Нагорный, В. А. Плунгян);
- теория и практика журналистики (А. В. Байчик, М. Беднарк, А. Белл, П. Брайтон, Н. Н. Вольская, А. А. Калмыков, А. Г. Качкаева, Ю. В. Курышева, Г. В. Лазутина, Б. Н. Лозовский, Г. С. Мельник, К. Н. Накорякова, С. Б. Никонов, Л. Г. Свитич, С. И. Симакова, Е. В. Черникова, С. А. Шомова, Е. С. Щелкунова);
- исследования гипертекста (С. А. Стройков, М. М. Субботин, А. Р. Утяшев);
- философия (Л. П. Буева, М. Вебер, А. В. Воробьев, Х.-Г. Гадамер, С. И. Гессен, П. Гольбах, И. И. Ефремов, В. Д. Мансурова, Ф. Ницше, Ч. С. Пирс, В. Е. Солдатов, А. А. Степанов, И. Г. Фихте, М. Фуко, К. Ясперс);
- социология и политология (К. Бредемайер, С. Е. Каптерев, С. Г. Кара-Мурза).

В исследовании используются лингвистические **методы** дискурсивного, интерпретативного, компонентного, контекстуального, сравнительно-сопоставительного, интроспективного анализа, а также элементы количественного анализа. При сборе материалов использовался приём сплошной выборки.

**Материалом** исследования стали новостные сообщения, опубликованные на сайтах и в Telegram-каналах изданий «Известия», «Коммерсант» «Комсомольская правда» (КП), «Московский комсомолец» (МК), РБК, «РИА Новости» и ТАСС в 2023 году. Общий объём — 3285 сообщений (88,4 п.л.).

**Научная новизна** работы заключается в том, что в ней:

- впервые комплексно описываются характеристики авторитетности в новостном медийном дискурсе;
- они даются с учётом других коммуникативных категорий, находящихся в созависимых отношениях с авторитетностью (достоверность, объективность, фактичность, эвиденциальность);
- вводится свойство сопротивления авторитету, отражающее отношения, которые возникают между субъектом авторитета и его объектом в момент их коммуникативного соприкосновения;
- предлагается уровнево-компонентная структура авторитетности новостного сообщения;
- описывается система способов конструирования авторитетности, в которую включаются маркеры, ранее не рассматривавшиеся в контексте категории (призыв, дисклеймер, должностные номинации и пр.).

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что оно вносит вклад в развитие теории дискурса, прагмалингвистики и медиалингвистики, уточняя одну из характеристик новостного медиадискурса: в частности, в работе даётся описание авторитетности новостного сообщения, предлагается её уровнево-компонентная структура и описывается система способов её конструирования.

Результаты исследования могут найти **практическое** применение в преподавании дисциплин, связанных с теоретическим и практическим аспектами новостной журналистики и коммуникации в целом. Они также могут составить основу для дальнейших научных работ, посвящённых изучению отдельных аспектов авторитетности и смежных коммуникативных категорий. Описанная в работе система маркеров авторитетности может оказаться полезной как для авторов медиатекстов, так и для их исследователей.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Авторитетность как признание особой значимости личности, группы или неодушевлённого объекта вследствие присущих им определённых качеств и/или функций, представляет собой многополярное рассредоточенное

коммуникативное явление, свойственное любому дискурсу. Актуализация авторитетности в конкретном виде дискурса (научном, политическом, рекламном и т. д.) сопряжена с проявлением у неё особых свойств.

2. В новостном медийном дискурсе она связана с коммуникативными категориями достоверности, объективности, фактичности и эвиденциальности, комплексно характеризующими отношение адресанта к транслируемой им информации.
3. Авторитетность в новостном медийном дискурсе представляет собой систему взаимосвязанных уровней авторитета включённых в неё субъектов: упоминаемых в новостном сообщении коммуникантов, самого сообщения, его авторов и новостного издания, каждый из которых в большей или меньшей степени оказывает влияние на авторитет остальных субъектов.
4. Авторитетность новостного сообщения может конструироваться языковыми и внеязыковыми средствами. К первым относятся указания на источник информации, цитирование, средства усиления (экспрессивные призывы, специальная лексика и пр.) и ослабления (неточные количественные данные, дисклеймер и пр.) достоверности сообщения, манипулятивные приёмы и различные указания на особый статус сообщения; ко вторым — фото, видео, инфографика и вставные фреймы.
5. Авторитет упоминаемого субъекта формируется при помощи функциональных и устойчивых наименований (должности, политические штампы и пр.), различных характеристик, конфронтационных приёмов (указание на спорную легитимность, обвинение во лжи и пр.), маркеров доступа к информации, а также маркеров, включённых в уровень новостного сообщения.

Основные положения работы прошли **апробацию** на 8 международных научных мероприятиях: XXII Международная научно-практическая конференция «Кирилло-Мефодиевские чтения» (Москва, 2021), XIV Международная научно-практическая конференция «Язык. Культура. Коммуникация» (Ульяновск, 2021), Международная научно-практическая конференция «Breakthrough Scientific Research as An Engine of Science» (Челябинск, 2021), V Международная научно-практическая конференция «Инновационный дискурс развития современной

науки» (Петрозаводск, 2021), IX Международная научно-практическая конференция «Гуманитарные технологии в современном мире» (Калининград, 2021), XXIII Международная научно-практическая конференция «Кирилло-Мефодиевские чтения» (Москва, 2022), III Международная научно-практическая конференция «Коммуникативные аспекты права и национальной» (Москва, 2022), XXV Международная научно-практическая конференция «Кирилло-Мефодиевские чтения» (Москва, 2024).

По теме исследования опубликовано 10 статей общим объёмом 3,91 п.л., в том числе 4 — в ведущих рецензируемых изданиях, входящих в перечень ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

**Структура** диссертации: работа состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка и двух приложений.



## Глава 1

# ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ СТАТУС АВТОРИТЕТНОСТИ

### 1.1 Характеристики современного новостного медийного дискурса

Определению понятия «дискурс» посвящено множество работ [Борботько, 2011; Карасик, 2002; Кибрик, 2009; Костомаров, 1999; Макаров, 2003; Менджеричкая, 2006; Серิโอ, 1999; Трошина, 2004; Dijk, 1998; Schiffrin, 1994 и др.]. Оно рассматривается в соотношении с понятиями «текст» [Макаров, 1998; Мыркин, 1994; Сиротинина, 1994; О'Кееffe, 2006] и «речь» [Макаров, 2003; Шапочкин, 2018], с различными видами институционального дискурса [Водак, 1997; Карасик, 2000; Коротеева, 1999; Шейгал, 2000]. Взгляды на дискурс можно свести к следующим подходам:

- 1) коммуникативный (функциональный): дискурс как вербальное общение [Stubbs, 1983], как тип диалогического высказывания [Schiffrin, 1987], как «речь, присваиваемая говорящим, в противоположность "повествованию", которое разворачивается без эксплицитного вмешательства субъекта высказывания»<sup>1</sup> [Серิโอ, 1999, с. 26] или как «единство регулярно-коллективного и творчески-индивидуального начал речи» [цит. по: Карасик, 2000, с. 25] (В. Г. Борботько);
- 2) структурно-стилистический: дискурс как «нетекстовая организация разговорной речи, которая характеризуется нечётким сегментированием, доминированием ассоциативных связей, высокой контекстностью и спонтанностью» [Сиротинина, 1994, с. 122];
- 3) структурно-синтаксический: дискурс как «развёрнутый смысл текста в сознании получателя речи» [Костомаров, 1994, с. 10], фрагмент текста [Звегинцев, 1976];
- 4) социально-прагматический: дискурс как особый «язык в языке» [Степанов, 1995, с. 38], либо как идеологически ограниченный тип высказывания [Серิโอ, 1999], либо как речь, погружённая в жизнь [Арутюнова, 1990].

---

<sup>1</sup> П. Серิโอ выводит определение из работ Э. Бенвениста.

По В. И. Карасику [Карасик, 2000], дискурс представляет собой многоплановую сущность, которая может быть рассмотрена по-разному в зависимости от интересующего исследователя аспекта. Хотя каждый из описанных подходов по-своему интересен, наше понимание дискурса ближе всего к арутюновской трактовке. При этом фокус в большей степени смещается на коммуникативные процессы.

В центре анализа информационных процессов обычно оказывается концепция медиадискурса, при этом подходы к определению данного понятия различаются. Так, Е. А. Кожемякин [Кожемякин, 2010] относит к медиадискурсу любой вид дискурса, который реализуется в поле массовой коммуникации посредством СМИ. Н. И. Клушина трактует его как «совокупность текстов, созданных журналистами и транслируемых на массовую аудиторию через различные медийные каналы» [Клушина, 2014, с. 71] либо как «часть социального пространства, заполненного актуальными журналистскими текстами» [там же]. Т. Г. Добросклонская определяет медиадискурс как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская, 2006, с. 20]. Медийный дискурс рассматривается и как эквивалент публицистического стиля из-за совпадения некоторых конститутивных признаков: чередования экспрессии и стандарта [Костомаров, 1971], политематичности, информативности и социальной оценочности [Язык СМИ и политика, 2012], прагматической идеологичности и направленности на адресата [Клушина, 2008]. Вслед за Е. А. Кожемякиным и рядом других исследователей [Кожемякин, 2010; Полонский, 2012 и др.], под медийным дискурсом мы понимаем сфокусированную тематически и обусловленную социокультурно речемышлительную деятельность в пространстве масс-медиа, направленную на формирование общих мировоззренческих принципов посредством передачи сообщений широкой аудитории. В соответствии с областями медиасферы в его пространстве сосуществуют различные институциональные дискурсы: политический, рекламный, деловой, образовательный и др. В современном медиадискурсе «первичная информация принадлежит журналисту,

но её распространение, дополнение, обсуждение и интерпретация лежат в русле возможностей потребителя информации» [Сычева, 2011, с. 263]. Таким образом, его участниками выступают все акторы, создающие и транслирующие медиатексты (журналисты, радиоведущие и пр.), и те, кто их потребляет. Современный медиадискурс обладает высоким авторитетом и формирует картину мира для массовой аудитории, становясь «культурообразующим фактором» [Анненкова, 2011, с. 267].

Портрет медиадискурса может быть представлен следующими характеристиками [Богуславская, 2017; Клушина, 2008; Полонский, 2012; Сметанина, 2002; Солганик, 2000]:

- интерстилевое тонирование изложения;
- кастомизированность, нишевость предоставляемой информации;
- открытость и сфокусированность на резонансных фактах общественной жизни и их разработка в концептуально-эмоциональном плане;
- открытая мировоззренческая позиция;
- оценочно-идеологической модальность;
- политико-идеологический модус;
- открытая социальная оценочность;
- фрагментированность картины мира.

Центральным понятием медиадискурса является медиатекст, выступая основным источником информации, оказывающим влияние на актуальные процессы в различных областях общественной жизни. Под медиатекстом формально подразумевается «текст, функционирующий в системе массовой коммуникации и передаваемый через определённый медиаканал» [Шестеркина, 2013, с. 42], содержательно — «интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях» [Казак, 2012, с. 323]. Основополагающими признаками

медиатекста являются медийность, массовость, поликодовость и открытость. Ещё одной важной типологической характеристикой медиатекста, по мнению Е. Н. Басовской, является дискурсивная глубина: современный медиатекст изначально рассчитан на многоуровневое комментирование и даёт возможность «продолжать диалог практически бесконечно», что создаёт феномен «многоступенчатого, углублённого текста с открытой процессуальностью» [Басовская, 2020, с. 30].

В центре системы находится новостной текст, который, по А. А. Негрышеву [Негрышев, 2014], представляет собой максимально приближенную к событийной действительности единицу, позволяющую исследовать механизмы преобразования события в вербальное сообщение. В данном исследовании новостные сообщения рассматриваются как «тип дискурса, представленный связным текстом, в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, где адресант посылает сообщение адресату, который при погружении в общий контекст и использовании общего с адресантом кода расшифровывает информацию» [Антонова, 2019, с. 26].

В интернет-пространстве его характерными особенностями являются нелинейность<sup>2</sup>, фрагментарность<sup>3</sup> и полимодальность<sup>4</sup> репрезентации информации. Эти характеристики связаны с потенциалом убеждения потребителя новостных текстов в достоверности их содержания, которое представляется в краткой форме и наименее подвержено оценочным субъективным факторам, в отличие от, например, аналитических статей. Как отмечают исследователи, новостной текст в интернет-пространстве, будучи ориентированным на воздействие, опирается на личный авторитет адресанта [Рацибурская, 2021] и использует характерный для рекламного текста инструментарий: «варьирование шрифтов и графического оформления, фонетическое выдвигание, восклицательный знак, создание

---

<sup>2</sup> М. М. Субботин [Субботин, 2001] рассматривает нелинейность как сетевой принцип расположения информации без конкретной последовательности прочтения.

<sup>3</sup> Фрагментарность проявляется, с одной стороны, в нелинейности организации самих медиатекстов, а с другой, в избирательности читателя по отношению к контенту.

<sup>4</sup> По Г. Крессу [Kress, 2009], полимодальность заключается в сочетании разных средств коммуникации и разных модальностей для достижения коммуникативного намерения.

проблемной ситуации, абсолютизацию оценки, приписывание оценочных характеристик» [Ахренова, 2023, с. 87]. Помимо этого, новостной медиатекст имеет ещё целый ряд свойств. Во-первых, это креолизованность<sup>5</sup>, дополненная особыми сетевыми свойствами, связанными с условиями производства и трансляции сообщений в интернет-пространстве. Во-вторых, в отличие от традиционных СМИ, в текстах интернет-изданий вербальная информация часто дополняется аудиовизуальными элементами (инфографика, звук, видео и т. д.), что усиливает эмоциональное воздействие на аудиторию. В-третьих, ключевыми свойствами новостного медиатекста в интернете считаются интерактивность, мультимедийность, интертекстуальность, а также гипертекстуальность. Наконец, в-четвёртых, новостные интернет-тексты выводятся в поле зрения читателя ступенчато: текст новости практически никогда не появляется целиком, сначала потребитель видит только заголовок, на основании которого решает, заинтересовало ли его сообщение<sup>6</sup>, а затем, если вердикт положителен, выбирает вариант потребления (полностью, только визуальные элементы, только источник и т. д.).

Именно в новостных текстах наиболее полно реализуется главная в массовой коммуникации функция — информативная, а также воздействие через осведомление, чем обуславливаются точность, лаконичность, фактологичность и стандартизированность их изложения. Для новостных медиатекстов характерна устойчивость структуры и высокая степень повторяемости и воспроизводимости, что вкупе с клишированностью способствует установлению тесных отношений между тематическим комплексом новостного текста и его синтагматического наполнения.

Важную роль для адекватного понимания текста играет структурное выделение наиболее существенных частей содержания, которое требует от его авторов устранения недоверия к коммуникативному сообщению. Т. ван Дейк [Dijk,

---

<sup>5</sup> Креолизованный текст в классическом определении Ю. А. Сорокина и Е. Ф. Тарасова [Сорокин, 1990] состоит из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной.

<sup>6</sup> В исследованиях [Радбиль, 2024 и др.] отмечается, что в новостных медиатекстах реализация текстообразующей и оценочной функций в значительной степени смещается именно на заголовок.

1986] выделяет следующие компоненты (fixed categorical properties) новостного сообщения: заголовок — основной и возможные дополнительные (upper and lower headlines); лид; основное событие — вся информация о событиях, послуживших поводом для новостного сообщения; фоновые события, содержащие обстоятельства и историю, обуславливающие основное событие; последствия — вызванные события и вербальные реакции; комментарий (авторские ожидания и оценка). Они могут быть обязательными и факультативными, употребляться исходя из принципов новизны и релевантности и встречаться в одном и том же текстовом пространстве несколько раз (например, основное событие). Заголовок и лид составляют ядро макроструктуры новостного сообщения, так как именно в них раскрывается макротема. Схема структуры новостного дискурса ван Дейка приводится на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура новостного дискурса

Задача автора новости заключается, по Л. Р. Дускаевой [Дускаева, 2008], с одной стороны, в формировании вопросов, способных заинтересовать читателя, а с другой — в уточнении, дополнении и расстановке акцентов на отрезках текста,

имеющих для него коммуникативную значимость и предупреждающих возможные сомнения в достоверности сообщения. Несмотря на предварительную установку на безоценочность и объективность, новостной текст базируется на идеологических структурах, определяющих план выражения их репрезентации, эксплицитной или имплицитной. Так, нейтральное оценочное позиционирование выражается как нулевая оценка событий, констатация произошедшего (*В Великобритании отчеканили монету с замком «Хогвартс»*, Известия, 27.03.2023). Позитивное и негативное позиционирования могут проявляться в использовании эмоционально-окрашенной лексики или темы, которая подразумевает эмоциональный отклик адресата (*В Мариуполе совершено покушение на начальника городского управления полиции Михаила Москвина. Был взорван его автомобиль*, Коммерсант, 27.03.2023)<sup>7</sup>. В связи с этим можно также вспомнить фейковые новости, в которых появление искажённых фактов связано с навязыванием выгодного стороне предоставления новости эмоционального восприятия, хотя оценочные компоненты в них в подавляющем большинстве случаев отсутствуют.

А. В. Полонский [Полонский, 2015] считает феномен массмедийности стержневым качеством новостных медиатекстов и в связи с этим выделяет 10 принципов:

- технологический принцип связан с техническими особенностями медийных платформ, которые накладывают ограничения на процессы создания и трансляции информационного продукта;
- принцип текущего контекста выстраивает связь между продуктом и актуальными социальными процессами;
- принцип тиражирования обеспечивает возможность трансляции одного и того же продукта на неограниченное число адресатов;
- принцип широкой аудитории позволяет учитывать потребности адресатов и их стиль потребления информации;

---

<sup>7</sup> Подробнее оценочная квалификация факта описывается в статье В. И. Карасика [Карасик, 2022].

- принцип повторения помогает удерживать продукт в сфере активного внимания адресатов;
- принцип наращивания временного потенциала связан с потребностью быстрого производства и дистрибуции продукта (количественные показатели превалируют над качественными);
- принцип продвижения состроит в привлечении к продукту новых адресатов;
- принцип интертекстуальности в медиасфере необходим в первую очередь для «развёртывания социального контекста современности» [там же, с. 13];
- принцип мультимедийности позволяет совместить в одном продукте несколько семиотических кодов и средств;
- принцип интерактивности даёт адресату возможность взаимодействовать с продуктом и участвовать в создании новых сообщений.

С точки зрения российской теории журналистики [Негрышев, 2015], критериями качества новости являются актуальность, правдивость, сенсационность, оперативность и лаконичность. В зарубежных исследованиях большее внимание уделяется критериям новостной ценности (news values [Bell, 1991; Brighton, 2007; Bednarek, 2017 и др.]), регулирующим процессы производства и трансляции новостных сообщений. В работах приводятся разное количество критериев, среди них наиболее часто встречаются: частота (frequency); своевременность (timeliness); хорошая осведомлённость (familiarity); разумная негативность (negativity); конфликтность (conflict); неожиданность (unexpectedness); однозначность (unambiguity); персонализация (personalization); осмысленность (meaningfulness); элитарность (eliteness/attribution); масштабность (superlativeness); соответствие ожиданиям (consonance); преемственность (continuity); единство композиции (composition); состязательность (competition); предсказуемость (predictability); влияние (story impact); соответствие временным, логистическим и информационным рамкам (time, logistics and data constraints). Как отмечает В. В. Богуславская [Богуславская, 2019], востребованность длинных медиатекстов снижается, так как читатели



предпочитают обращаться к текстам небольшого объёма, содержание которых при этом соотносится с их ожиданиями. Это позволяет говорить о ещё одном критерии качества новостного текста — краткости как «максимуме нужной, искомой информации, размещённой на единице пространства» [там же, с. 166].

При репрезентации событий новостные тексты обладают особыми свойствами организации информационного пространства, которые зависят от устоявшихся в обществе концептуальных моделей, то есть опираются как на авторов и их читателей, так и на культурные традиции. Адресат интерпретирует событие исходя из своих коммуникативных потребностей, включая их в модель коммуникативного процесса. В теории В. З. Демьянкова [Демьянков, 1983, 2004, 2017] трактовка события представлена двумя направлениями анализа: когнитивным и дискурсивным. Когнитивная трактовка событий включает в себя два подхода: реалистический, в котором событие рассматривается как реально существующее, а высказывание является его прямым отражением, и антиреалистический, согласно которому событие существует только в рамках мышления и речи. Дискурсивный подход предполагает рассмотрение текстов как элементов дискурса.

Е. В. Выровцева [Выровцева, 2022] отмечает усиление модуса категоричности при представлении новостной информации. Репрезентация события тяготеет к категоричности, в результате чего происходит «радикализация новости, что выражается в однозначности оценки происходящего» [там же, с. 79]. При этом соответствие формальным признакам публицистичности достигается в первую очередь грамматическими средствами, а критерий объективности перестаёт быть обязательным. Место дискуссии и полемики занимают спор и скандал, а «категоричная позиция автора формирует такое же отношение к представленному в новости событию и у адресата» [там же] и способствует усилению неприятия отличной от своей точки зрения, что отчётливо прослеживается в пользовательских комментариях к новостным сообщениям.

Таким образом, медиадискурс — это институциональный тип дискурса, представленный обусловленной социокультурными обстоятельствами

речемыслительной деятельностью в пространстве массовой коммуникации, находящей своё воплощение в передаче широкой аудитории сообщений через медиатексты с целью формирования общих мировоззренческих принципов. Новостной медийный дискурс базируется на информационных и информационно-аналитических сообщениях, которые находят воплощение в жанрах новостной журналистики, реализующих функции информирования и воздействия.

Центральным элементом системы и дискретной единицей новостного медиадискурса является текст новостной заметки, основное свойство которого — объективное изложение событий, реализующее журналистские критерии качества (актуальность, правдивость, сенсационность, оперативность и лаконичность) и стремящееся к фактологичности, краткости и точности; для него также характерны устойчивость структуры, стандартизированность изложения, клишированность и высокая степень повторяемости. Типологическими свойствами новостного текста являются интерстилевое тонирование изложения, открытость мировоззренческой позиции, оценочно-идеологическая модальность, открытость и сфокусированность на резонансных фактах общественной жизни и их разработка в концептуально-эмоциональном плане, открытая социальная оценочность, политико-идеологический модус и фрагментированность представления картины мира. Он характеризуется медийностью, массовостью, поликодовостью и дискурсивной глубиной.

Специфика новостных интернет-текстов проявляется в их фрагментарности, полимодальности, интертекстуальности и гипертекстуальности; это креолизованные тексты, приобретающие особые сетевые свойства, выводящие их компоненты за рамки вербалики и невербалики; часто текст дополняется аудиовизуальными элементами, усиливающими эмоциональное воздействие на аудиторию; выведение их в поле зрения читателя происходит ступенчато.

## 1.2 Авторитетность как коммуникативная категория

### 1.2.1 Понятия «авторитет» и «авторитетность»

Истоки авторитетных отношений уходят в глубокую древность, когда начали формироваться первые социальные группы. Неравенство по какому-либо признаку рождает иерархию, в которой один субъект оказывается более значимым, чем другой. В случаях, когда эта значимость сопряжена с категориями власти или знания, субъект становится носителем авторитета.

Этимология слова «авторитет» восходит к латинскому *auctoritas*, которое в разных словарных статьях трактуется как *власть, влияние, достоинство, суждение, совет, взгляд, образец* [Кондратьев, 1998; Неретина, 2010; Петренко, 2022 и др.]. Понятие, вероятно, впервые употребляется в Древнем Риме для выделения власти сената как верховной среди других административных органов — авторитет в данном контексте понимается как власть группы людей, имеющая больший политический вес, чем власть иных, власть абсолютная. Впрочем, Д. Вико [Вико, 1994] предполагает, что изначально единственным значением авторитета было право собственности, а уже впоследствии он стал употребляться для обозначения власти сената. А М. Вебер [Каптерев, 2003] настаивает на том, что авторитет был синонимом господства.

Современная философская трактовка авторитета может звучать как «значение или влияние, которое могут иметь люди, вещи, не нуждаясь в постоянном подтверждении этого значения, в доказательстве его на деле» [Губский, 2009] или «одна из форм осуществления власти, с помощью которой обеспечивается контроль за действиями людей и их согласование» [Семигин, 2010]. Один из психологических подходов определяет авторитет как «признание за индивидом права на принятие ответственного решения в условиях совместной деятельности» [Кондратьев, 1998]. А в «Православной энциклопедии» можно обнаружить такое определение: авторитет — «добровольное и безусловное принятие документа или текста по вопросам веры, а также суждения и образа

жизни лица, основанное на признании его нравственных достоинств, духовного опыта, святости» [Усков, 2014]. Путь в глубину дефиниций обнаружит и иные подходы к пониманию авторитета, более того, они присутствуют уже внутри одного научного направления, одной научной школы.

В связи с этим можно вспомнить эксперимент по дешифровке абстрактных понятий В. А. Успенского [Успенский, 1997], в котором исследователь рассматривает контексты употребления слова «авторитет» и приходит к тому, что общее определение авторитета может звучать как «тяжёлый предмет из твёрдого, небьющегося материала» [там же, с. 149]. Эта работа интересна в первую очередь анализом выражений с рассматриваемым понятием, из которых можно вывести некоторые конститутивные признаки авторитета: авторитет может быть *большим, весомым, высоким, прочным, твёрдым*, либо же, наоборот, *маленьким, хрупким* или даже *дутым и раздутым*. Авторитетом можно *обладать*, если его *заслужить, заработать* или *завоевать* (либо же *присвоить* или *создать видимость*), но, например, *купить* или *получить в подарок* авторитет нельзя. Он может *подниматься, расти, увеличиваться*, а может и *колебаться, падать, расшатываться, снижаться, уменьшаться* и т. д. Опираясь уже только на эти контексты можно сказать, что авторитет градуален и изменчив, а также зависим от некоего внешнего параметра, который определяет его характеристики.

Авторитет в широком понимании — это свойство индивида, социальной группы или института, которое заключается в особой социальной значимости, сформировавшейся из-за присущих им определённых качеств и/или функций. Авторитетом также могут обладать предметы и абстрактные сущности: тексты, системы взглядов и пр. Социальная значимость субъекта основывается на широком общественном признании и на базисном уровне не нуждается в постоянной верификации<sup>8</sup>. В работах, написанных в русле философии науки, обычно выделяется формальный авторитет, сформированный под влиянием социального статуса или положением его носителя, и неформальный (естественный) авторитет,

---

<sup>8</sup> Отметим, что авторитет непостоянен и может повышаться и снижаться из-за ряда факторов, которые будут описаны далее. Он также может быть утрачен полностью и обретен заново.

обусловленный его личными качествами; по критерию носителю авторитета можно выделять авторитет личности, коллектива, социального института, традиции или обычая и пр.; говорят об авторитете духовном, научном, нравственном, политическом и др. (например, государственное управление, духовная иерархия и пр.). Авторитет можно рассматривать как способ общественного влияния без привлечения непосредственного принуждения.

Понятие «авторитетность» является более однозначным. Путь *авторитет – авторитетный – авторитетность* сужает проблему до трактовки первого звена: если определиться с тем, что такое авторитет, авторитетным окажется тот (то), кто (что) обладает авторитетом, а авторитетность, в свою очередь, представляет собой категорию (в рамках работы целесообразно сузить определение категории до *дискурсивной* или *коммуникативной*), базирующуюся на признаке «авторитетный».

Рассмотрение проблемы в работах философов разных исторических периодов показывает, что авторитет находится в прямой зависимости от устройства общества. Так, регуляция общественных процессов при первобытнообщинном строе держалась на привычках, традициях и моральном авторитете — авторитетом обладает тот, кого уважают, кому доверяют. Рабовладельческий строй меняет парадигму в сторону авторитета насилия — власть находится в руках того, кого боятся. Для средневекового периода характерен религиозный авторитет — значимостью (в порядке ослабления признака) обладают: бог, святые, религиозные тексты, священнослужители.

Следующий перелом происходит в эпоху Возрождения, когда возникает дилемма *авторитет – свобода* на фоне критического философского осмысления религиозного авторитета. Т. Гоббс предлагает отказаться от авторитета верховной власти и прийти к авторитету нравственному: «авторитетом я называю того, чьи предписания и чей пример принимаются кем-либо к руководству из доверия к мудрости этого своего образца» [цит. по: Панфилов]. Французские материалисты (П. Гольбах, К. Гельвеций, Д. Дидро и др.) — к авторитету правовому: «политика, основывающаяся на природе людей и общества, руководствующаяся справедливыми законами, надзирающая за нравами людей, вознаграждающая

добродетель и карающая преступление, способна внушить уважение к нравственности и придать ей священный характер более, чем призрачный авторитет почитаемого всеми бога...» [Гольбах, 1963, с. 541]. Далее парадигма движется в сторону отрицания авторитета как такового. И. Фихте [Фихте, 1993] объявляет авторитет бессовестностью, а единственным критерием морали считает совесть «чистого Я». Ф. Ницше [Ницше, 2017] считает, что поклонение авторитету свойственно лишь «морали рабов».

Следующий виток — буржуазная этика, породившая более сложные концепции авторитетности. М. Вебер [Вебер, 2008] предлагает типологию, согласно которой авторитет может быть рациональным, традиционным и харизматическим в зависимости от того, на чём он основывается. К. Ясперс [Ясперс, 1932] считает, что человек, безусловно, свободен в вопросах выбора, однако эта свобода основана на авторитете власти. Д. Джентиле [Дробницкий] рассуждает о непререкаемом авторитете фашистского государства, который укрепляется моралью и религией. Можно также упомянуть «метод авторитета» Ч. Пирса [Пирс, 2000], который рассматривается как самый эффективный способ управления обществом.

Отечественные философы [Петренко, 2022] того периода фокусировались в основном на духовном авторитете: В. С. Соловьёв трактовал авторитет как необходимый переходящий момент, Н. А. Бердяев выстраивал оппозицию социальный авторитет (внешний) — авторитет совести, И. А. Ильин связывал духовный авторитет с авторитетом власти.

Среди современных подходов к авторитетности стоит выделить политический, рассматривающий авторитет как форму власти. Согласно этой концепции<sup>9</sup>, существует шесть форм власти, находящихся в тесной связи между собой: авторитет, манипуляция, побуждение, принуждение, сила и убеждение. Принуждение, например, формируется утрашением и принудительным авторитетом, референтная власть и власть привлечения — персональным

---

<sup>9</sup> Политическая концепция авторитетности описывается с опорой на работу Е. С. Каптерева [Каптерев, 2003].

авторитетом и т. д. Авторитет является не только источником власти, но и предпосылкой для её достижения, средством и результатом власти.

Понимание авторитетности зависит от рассматриваемого исторического этапа, конкретных условий функционирования общества и идеологических установок, определяющих критерии категории. В контексте архаического общества можно говорить об авторитете силы, традиционного — об авторитете веры, для индустриального общества характерен авторитет рациональности, а в постиндустриальном обществе обнаруживаются как автономистская, так и авторитаристская тенденции.

### 1.2.2 Конститутивные признаки авторитетности в коммуникации

Речь регулируется не только физиологическими и психологическими параметрами, но и социально установленными представлениями о власти, создающими условия для существования авторитетности. В разноплановых ситуациях конкуренции между коммуникантами возникают неравноправные отношения, связанные с факторами дискурсивных интеракций, «временным распределением и меной ролей в рамках "дискурсивной демократии"» [Кашкин, 2008б, с. 10]. Содержание авторитетности связано с лингвоэкономическим и властным статусом коммуникантов, наглядно это видно на бытовом уровне — в семейных отношениях, интеллектуальной и научной деятельности, общественном влиянии, политической власти и пр. Роли коммуникантов в процессе совместной человеческой деятельности распределяются по степени их влияния на неё, а авторитет является своего рода капиталом, приобретённым коммуникантом в результате совершённых физических и дискурсивных действий.

Функциональные характеристики авторитетности подробно описаны в русле социальной философии в работах И. И. Ефремова [Ефремов, 2004, 2005]. Авторитетность реализует несколько общественно значимых функций. Первую группу составляют функции **гносеологические** — познавательно-информативная,

аксиологическая и коммуникативная. Они отражают субъектно-объектные отношения, составляющие картину мира, общественного сознания. Вторая группа представлена **социально-нормативными** функциями, отражающими влияние субъекта авторитета на авторитетные отношения вообще — регулятивная, организационная и воспитательная функции. Все они взаимосвязаны и не действуют обособленно.

Субъект авторитета познаёт окружающую действительность и вырабатывает знания о ней, перерабатывает полученную из бытия информацию и адресует её объекту авторитета. Новые знания оказывают влияние на содержание знаний о мире объекта авторитета и формируют, дополняют какую-то область знаний — так реализуется познавательная-информативная функция. Аксиологическая функция заключается в отражении субъектом определённых ценностей, составляющих его интерес. Коммуникативная функция состоит в непрерывной трансляции субъектом авторитета достижений, формирующих его авторитетность — знаний, опыта, ценностей.

Регулятивная функция авторитетности управляет созданием и утверждением социальных установок и знаний, определяющих сущность авторитета. Для функционирования авторитетности необходима добровольная верификация авторитета субъекта массовым объектом, поэтому регуляция не является функцией власти, она, по Л. П. Бугевой [Бугева, 1968], скорее повышает эффективность социального управления и создаёт благоприятные условия для осуществления общественной жизни. Организационная функция состоит в объединении представителей социальных групп, создании социальных институтов и организаций. Воспитательная функция заключается в роли субъекта авторитета как примера для подражания, нравственного идеала.

Отдельно И. И. Ефремов [Ефремов, 2005] выделяет **методологическую** функцию — достижения авторитетности служат фундаментом для познания общественного бытия.



Структурно авторитетность может быть представлена с двух ракурсов. В широкой проекции она состоит из четырёх частей<sup>10</sup>: **субъект** авторитета — индивид, социальная группа или её часть, предмет или абстрактная сущность, являющиеся «носителем» авторитета; **объект** авторитета — тот (те), на кого воздействует субъект авторитета; **предмет** авторитета — транслируемые сообщения; **область** авторитета — сфера действительности, в которой действует субъект авторитета. В одной сфере, например, в научном сообществе, могут одновременно присутствовать несколько авторитетов, а один авторитет может быть авторитетом для другого авторитета, в таком случае второй выступает в объектной роли. Схематичное изображение данной структуры приводится на рисунке 2.



Рисунок 2 – Коммуникативная структура авторитета

Другой подход заключается в рассмотрении структуры авторитетности с точки зрения факторов его формирования. В диссертации И. П. Андриади [Андриади, 1997] авторитет педагога раскладывается на четыре составляющие: **профессиональный** компонент, включающий специальную эрудицию, методическое мастерство и технологическое разнообразие; **личностный**, состоящий из черт характера субъекта, его ценностных и культурологических установок; **социальный**, связанный с социальной значимостью и престижем профессии, а также окружающими её стереотипными представлениями; и **ролевой**, характеризующийся занимаемой должностью и сопряжённым с этим набором полномочий и обязанностей. А. А. Падурец [Болдырева, 2006] дополняет

<sup>10</sup> В большинстве исследований авторитетность представлена как двух- или трёхчастная система. Субъектно-объектную пару можно встретить в каждом из них. В работе А. А. Степанова [Степанов, 1996] предлагается выделение «транслируемых примеров» как третьей составляющей, которая обозначает то, что передаётся от субъекта-адресанта к объекту-адресату. В работе И. И. Ефремова [Ефремов, 2005] в качестве третьего компонента выделяется область авторитета.

структуру ещё одним компонентом — **дискурсным**, актуализирующимся в выборе коммуникантом определённых коммуникативных стратегий и дискурсивных маркеров, продиктованных его социальным статусом. Данный подход ценен тем, что он учитывает субъективную сторону категории авторитетности, которая зачастую игнорируется в исследованиях: авторитетность при нём представляется как сложный социальный феномен, основанный на восприятии субъекта авторитета объектом — и «решающим моментом в формировании отношений авторитета может оказаться не сама по себе объективная ценность каких-то свойств личности, а их субъективная значимость для другого» [Андриади, 1998, с. 108]. В исходном виде эта структура ограничена спецификой конкретной профессии (преподавателя), однако предложенный компонентный подход может стать основой для более универсальных систем (см. раздел 1.4).

Сущность авторитетности во многом пересекается с сущностью категории власти. В связке с этим стоит учитывать теорию французского философа М. Фуко [Фуко, 1996], согласно которой власть представляет собой рассредоточенную систему отношений силы, представленную во всех элементах общества; отношений, которые имманентны области осуществления и конститутивны для её организации. Отчасти подобные мысли уже были высказаны и об авторитетности: авторитетность представляет собой «и саму абстрактную идею власти, и личностный её источник, а также процесс и результат дискурсивного поведения носителя авторитета» [Кашкин, 2008б, с. 13–14]; это «способ влияния на адресата посредством выбора и реализации определённых дискурсивных стратегий и одновременно цель, а иногда и результат воздействия адресата» [Болдырева, 2006, с. 131]. На наш взгляд, авторитетность представляет собой многополярное рассредоточенное явление, которое хоть и усматривается в конкретной локализации — присутствии субъекта авторитета, сообщении, издании и пр., но находится над ней или вовсе не имеет реального воплощения-субъекта, является мифом. Так, в новостных сообщениях можно встретить пустые (анонимные) эвиденциальные конструкции типа *По мнению экспертов...*, *Синоптики предсказали...*, *Специалисты заявили о необходимости...* и пр., которые участвуют

в конструировании достоверности сообщения. Авторы сообщений эксплуатируют привычные читателю маркеры, создающие иллюзию авторитетности, однако на самом деле за ними никто не стоит.

Авторитетность никому не принадлежит. Субъекту авторитета может принадлежать только его имя (да и то юридически не всегда), по отношению к авторитету он выступает своего рода бенефициаром, равно как и, например, издание, которое его цитирует. Фактически бенефициаром чужого авторитета становится каждый, кто включает его элементы в своё сообщение. В любой лингвокультуре есть тексты, чья интертекстуальность подкреплена авторитетом автора и многократным цитированием. Как отмечает В. Б. Кашкин [Кашкин, 2008б, с. 22], совокупность прецедентных текстов, с одной стороны, опирается на авторитетность их отправителей, с другой, инкорпорируется в языковой и культурный коды (крылатые фразы, пословицы, поговорки, стереотипы и пр.). Но авторитетный статус высказывания и его многократное повторение далеко не всегда свидетельствует о его истинности. Многие россияне считают, что собаки видят мир в чёрно-белом цвете, а микроволны способны вызывать онкологические заболевания, потому что эти представления успели закрепиться в общественном сознании, хотя неоднократные научные исследования их опровергли. Как отмечал Х.-Г. Гадамер, «авторитет является источником предрассудков» [Гадамер, 1988, с. 324]. Правда корректнее будет сказать *может являться*, когда люди перестают пользоваться критическим мышлением.

Авторитетность не существует в автономности, она проявляется у коммуниканта только через призму второго участника диалога или социальной группы в целом, причём возможна она только при условии признания второй стороной. По Х.-Г. Гадамеру, «авторитет покоится на признании и, значит, на некоем действии самого разума, который, сознавая свои границы, считает других более сведущими» [там же, с. 332]. Зависимость субъекта авторитета от объекта состоит в сложности возникающих между ними отношений, на которые влияют характеристики коммуникантов, их статус и действия. В зависимости от того, каков источник высказывания (кому оно принадлежит, откуда взято), коммуниканты

решают верить ему или нет, совершать какие-либо действия или нет и т. д. Решающая роль в вынесении вердикта об авторитетности априорно отводится самому сообщению (часто в совокупности с предыдущими сообщениями), претендующему на авторитетность.

Авторитетность непостоянна и градуальна. Она может быть завоёвана или утрачена, подтверждена, восстановлена, усилена или ослаблена в ходе коммуникативных взаимодействий. По мнению А. А. Падурец [Padurets, 2016], изменения на шкале авторитетности<sup>11</sup> возможны только в процессе межличностного общения, в ходе которого участники испытывают взаимное влияние, с чем в равной степени сложно согласиться и поспорить. Новостной медиадискурс, безусловно, диалогичен, однако эта диалогичность опосредована. Влияние в ней обычно происходит со стороны авторов и участников новостного сообщения в сторону читателя. Обратный процесс может быть реализован только посредством возможности оставить комментарий под публикацией или связаться с редакцией по внутренним каналам. Происходят ли при таком непрямом взаимодействии изменения в авторитетности коммуниканта? Безусловно, да. Авторитетность субъекта может измениться и вовсе вне ситуации общения, если субъект совершит какие-либо действия, способные оказать влияние на восприятие его аудитории. Как точно отметил В. Б. Кашкин, «категория авторитетности "развёрнута" в сторону как прошлого, так и будущего» [Кашкин, 2008б, с. 15]. С одной стороны, каждое высказывание содержит в себе следы предыдущих контекстов, с другой, «укрепляет либо ослабляет авторитет коммуниканта, часто содержит в себе прогноз будущих контекстов и действий» [там же]. «Возникновение» авторитета также возможно без прямого взаимодействия. Например, удачно опубликованное научное (впрочем, как и публицистическое) произведение способно «сделать имя» автору, даже если о нём никто раньше не слышал.

---

<sup>11</sup> В исходном тексте — generation and increase of authority [Padurets, 2016, p. 40].

Ещё одним интересным свойством авторитетности является эффект ореола [Степанов, 2002]. Он заключается в автоматической проекции авторитета личности на окружающих его людей. Эффект ореола — явление, характерное не только для исследуемой категории. В изначальной и устоявшейся в психологии трактовке Э. Торндайка [Thorndike, 1920] термин обозначает психологическое явление переноса физических качеств (внешний вид, голос, положение в пространстве и пр.) на черты характера и интеллектуальные способности в процессе восприятия личности, а также аналогичные процессы внутри второй группы. Например, если человек обладает привлекательной внешностью и красивым тембром голоса, ему могут неосознанно приписать лидерские черты, человека с высоким интеллектом могут воспринимать как обладающего чувством юмора и т. д. Как отмечает Е. В. Тенева [Teneva, 2020], эффект ореола является одним из наиболее распространённых инструментов воздействия на адресата в политическом дискурсе. Его манипулятивный потенциал заключается в возможности создания адресантом как положительного, так и отрицательного мнения о себе или другой личности, которая фигурирует в сообщении.

Проявлением эффекта является мнимое расширение области познания субъекта авторитета с его непосредственной специализации на всю сферу деятельности. Особенно чётко это видно в контекстах, в которых используется понятие «эксперт». Так, в глазах непритязательного адресата корпоративные юристы обретают компетенции консультирования по вопросам семейного права, неврологи — диагностирования кожных заболеваний, а лингвисты способны ответить на вопросы обо всех языках мира. Это опять же хорошо видно на примере конструкций вроде *По мнению экспертов*, о которых говорилось ранее. Каких именно экспертов? А это и не важно, ведь авторитетность конститутивно не нуждается в верификации. Но верификацию она всё-таки проходит каждый раз, когда у адресата возникают сомнения в сообщаемом.

В связи с этим стоит вернуться к ещё одному положению концепции власти М. Фуко [Фуко, 1996]: власть неизбежно сопровождается сопротивлением, которое так же множественно и хаотично инкорпорируется во все элементы общества, давая

объектам власти возможность если не развернуть сложившиеся отношения в обратную сторону (занять позицию субъекта власти), то ослабить их влияние и подготовить почву для социальных изменений. Схожие процессы видны и в отношениях авторитетности: так как существование авторитета субъекта невозможно без признания объектом, второй может оказывать сопротивление авторитету первого, если в ходе их взаимодействия хотя бы один из коммуникативно значимых параметров адресанта вступает в конфликт с его установками. Сценарии взаимодействия адресата с публицистическим текстом удачно описаны Е. С. Щелкуновой [Щелкунова, 2004]. Отталкиваясь от параметра *активности – пассивности* восприятия текста, исследовательница предлагает 5 позиций взаимодействия: **прагматическую**, при которой адресат максимально активен — он обращается к новостному тексту за конкретными сведениями и обрабатывает их самостоятельно; **критическую**, в утрированном варианте которой адресат изначально не доверяет тексту и готов к «борьбе» с его манипулятивной стороной — он может занимать либо активную позицию (пытается расшифровать то, что подразумевают авторы), либо пассивную (полностью отвергает содержание текста); **интерпретационно-диалогическую**, при которой активными участниками восприятия являются как адресат, так и адресант — первый критически настроен к тексту, но видит в его авторах достойных оппонентов и настроен на обоюдновыгодное взаимодействие; а также **пассивное восприятие** (все транслируемые в тексте идеи воспринимаются как свои) и **пассивное развлечение** (адресат не погружается в содержание текста и использует его для отвлечения). Все активные сценарии обладают потенциалом возникновения сопротивления.

Триггерами сопротивления могут стать любые коммуникативно значимые параметры коммуниканта — его личные характеристики, аксиологические установки, интеллектуальные параметры, знания и опыт. И. В. Ерофеева отмечает, что «вовлечённость в медиатекст прямо пропорциональна опыту и памяти потребителя, всегда находящегося в поиске близкого ему информационного поля» [Лингвокультурологическое моделирование..., 2017, с. 130–131]; «человек склонен сопротивляться принципиально новой информации, защитная оболочка

сопротивления ослабевает в спектре собственных интересов и связана, в том числе, с возрастом <...>, с уровнем интеллектуального развития (как правило, раздражает лишь то, что непонятно) и культурными доминантами» [там же, с. 131]. Хотя в исходном тексте речь идёт о новой (ранее не известной) информации, нам представляется логичным смещение фокуса с показателя новизны на соотнесённость с картиной мира адресата: мы склонны сопротивляться информации, которая отличается от наших представлений о чём-либо. Обычно у коммуниканта есть как собственная точка зрения, так и определённые ожидания от точек зрения его оппонентов; совокупность этих ожиданий составляет потенциал сопротивления. А в случае, если у коммуниканта отсутствуют собственная позиция и ожидания, в нормальной ситуации сопротивления ожидать не приходится.

Само сообщение в контексте его наполнения можно разложить на план содержания и план выражения. Восприятие адресатом плана содержания зависит от того, насколько предоставляемая информация соотносится с его картиной мира. Если человек никогда не имел дело с квантовой физикой, его скорее всего удастся убедить в истинности откровенно ложного высказывания из этой сферы, а вот человека с базовыми физическими познаниями убедить будет уже сложнее, доктора физико-математических наук — практически невозможно. Чем лучше адресат разбирается в навязываемой адресантом теме, тем потенциально больше сомнений у него может возникнуть в ходе коммуникативного взаимодействия и тем большее сопротивление встретит авторитет оппонента. Сомнение может возникнуть у адресата не только из-за неистинности предлагаемой информации, но и из-за несовпадения транслируемых в сообщении аксиологических установок адресанта с его собственными. Чем насыщеннее адресант решает транслировать своё мировоззрение в сообщении, тем выше вероятность того, что у адресата с иными аксиологическими установками это вызовет раздражение и сомнение в авторитете адресанта, истинности всего сообщения. Более того, если адресат обладает предварительными знаниями об авторе включённого в сообщение высказывания и эти знания характеризуют данного автора с негативной стороны, адресат может распространить своё недоверие на всё сообщение или даже автора-

журналиста, всё издание. План выражения сообщения сводится к языковому коду: выбранным коммуникантом единицам и грамматическим конструкциям. Адресата, который владеет языком на высоком уровне, может насторожить несоответствие сообщения нормам языка или присутствие в нём неудачно выбранных стилистических приёмов. На уровне плана выражения возможно и аксиологическое сопротивление, если в сообщении используются какие-либо лексические и фразеологические единицы, которые кажутся адресату неприемлемыми.

План содержания является первым и наиболее сложным для преодоления рубежом на пути авторитетности, потому что здесь она может встретить наибольшее сопротивление. План выражения преодолеть проще из-за специфики производства новостного медийного текста, которая предполагает неоднократное редактирование как на этапе подготовки, так и после публикации сообщения, особенностей его потребления (быстрое фрагментарное чтение), а также, можно предположить, в среднем невысокого уровня владения русским языком среди россиян<sup>12</sup>, которое не позволяет уловить все маркеры неавторитетности.

Таким образом, авторитетность — одна из основных категорий коммуникации, реализующая ряд гносеологических, социально-нормативных и методологических функций. Она представляет собой многополярное рассредоточенное экстралингвистическое явление, которое можно усмотреть в конкретной локализации — присутствии субъекта авторитета, коммуникативном сообщении и пр. Авторитетность проявляется у коммуниканта только при условии признания адресатом, при этом бенефициарами авторитета субъекта являются как сам субъект, так и каждый, кто упоминает его в своём сообщении. Авторитетность непостоянна и градуальна. Авторитет субъекта может распространяться на окружающих его коммуникантов, а в глазах адресантов его познания способны расширяться с фактической специализации на всю сферу деятельности.

---

<sup>12</sup> Подчеркнём, что последний фактор носит гипотетический характер, его подтверждение в настоящее время не представляется возможным. Официальной статистики по уровню владения русским языком среди россиян нет, не публикуются даже результаты «Тотального диктанта», которые могли бы стать ориентиром для выстраивания более конкретных предположений. Тезис условен и опирается на собственный опыт и высказывания организаторов данной акции: «Пятерки получили менее 2% участников акции» (Коммерсант, 20.04.2016), «...оценку "неудовлетворительно" получают ежегодно около 20–25% пишущих» (Пенза-Взгляд, 07.04.2022) и пр.



Авторитетность стремится к однонаправленному воздействию на адресата, однако может встречать сопротивление при условии, если хотя бы один элемент коммуникативной цепи вызовет у адресата сомнение.

### 1.2.3 Типы авторитета

Типологическому описанию авторитетности уделяли внимание в работах из разных сфер научного знания<sup>13</sup>: философии [Буева, 1985; Вебер, 2008; Воробьев, 1973; Ефремов, 2004; Солдатов, 1990; Степанов, 1996], филологии [Болдырева, 2006; Тенева, 2011], педагогики [Андриади, 1997] и др. Также существуют достаточно занятные типологии военного авторитета, авторитета родителя и авторитета руководителя, однако они представляются нам нерелевантными данному исследованию.

В финальном сегменте параграфа 1.2.1 была описана своего рода **историческая** типология-обзор: моральный авторитет — носителем является тот, кого уважают, кому доверяют; авторитет насилия — власть находится в руках того, кого боятся; религиозный (духовный) авторитет — авторитет бога, святых, религиозных текстов, священнослужителей; нравственный авторитет (Т. Гоббс) — авторитет того, кто обладает мудростью; правовой авторитет (П. Гольбах) — субъектом выступает «исполнитель» законов (моральных и правовых); политический авторитет — авторитет представителей государственной власти; а также отрицание авторитета как такового (И. Фихте, Ф. Ницше) и более сложные концепции (К. Ясперс, Д. Джентиле, Ч. Пирс и др.). Классическая **социальная** типология<sup>14</sup> более лаконична: выделяется рабовладельческий, феодальный, буржуазный и социалистический авторитет.

Типология авторитетности М. Вебера [Вебер, 2008] отталкивается от **механизма формирования**, установок, позволяющих признавать субъект

<sup>13</sup> Указания на исследователей приводятся в соответствии с их основной научной степенью. Многие рассмотренные работы тяготеют к междисциплинарности и затрагивают как минимум ещё и психологическую сторону авторитетности.

<sup>14</sup> Эта типология встречается, в том числе, в работе И. И. Ефремова [Ефремов, 2004].

авторитетным. Рациональный тип авторитета базируется на вере в легальность права приобретения и пользования власти; традиционный тип основывается на традициях, то есть представлениях об установившемся порядке бытования вещей; харизматический тип исходит из личных привлекательных характеристик субъекта или, в веберовской широкой трактовке, «сверхповседневной преданности святости, или героической силе, или образцовом характере» [там же, с. 35]. Аналогичным образом можно разделить авторитет на формальный (функциональный), обеспечивающийся узаконенной системой представлений и правовых норм, и неформальный, функционирующий благодаря уважению к субъекту, его выдающимся интеллектуальным, физическим и иным показателям и заслугам. В некоторых исследованиях в рамках формального авторитета выделяется собственно формальный тип и служебный, который формируется благодаря занимаемой должности, а неформальный тип называется естественным [Ефремов, 2004 и др.] или моральным [Солдатов, 1990].

И. И. Ефремов [Ефремов, 2004] с опорой на работы М. Вебера и других философов предлагает и иные подходы к классификации авторитетности. **По методу достижения** авторитета выделяется истинный (подлинный) авторитет и ложный авторитет (псевдоавторитет), критерий разграничения — введение в заблуждение, использование каких-либо ухищрений и пр. «неестественных» методов. **По характеру социальных отношений** авторитет может быть демократическим, строящимся на комплиментарных ненасильственных основаниях, и авторитарным, в котором преобладают факторы власти и силы. **По характеру общественной деятельности субъекта** разграничивается авторитет лидерский и парадигмальный (образцовый). Можно также выделять авторитет **легитимный** (рациональный), базирующийся на законности, общественно-признанном праве, и **нелегитимный** (эмоциональный), проявляющийся в подражании авторитету легитимному. Концептуально близким является разделение авторитета на **легальный** и **нелегальный**, в котором критерием определения выступает соответствие нормам закона. **По времени функционирования** предлагается выделять авторитет бывший (прошлый), если

субъект считался авторитетным, однако впоследствии утратил авторитет, и современный, если авторитет субъекта актуален; авторитет постоянный — авторитет стабилен, непререкаем (например, научные взгляды Архимеда) и временный — авторитет актуален ограниченное время. Типология **по масштабу объекта** представлена территориальным функционированием и размером социального объекта. Территориальный параметр представлен авторитетом индивидуальным, семейным, первичного коллектива, организации, географического единства (город, область, федеральный округ, страна) и всемирным. **По размеру социального объекта** предлагается разделение на индивида, социальную группу, класс и всё общество (всеобщий авторитет). **Иерархическая градация** авторитетности в срезе одной общественной сферы может быть представлена авторитетами высшего, среднего и низшего уровня.

**По сфере функционирования** выделяется авторитет научный, политический, религиозный (церковный, духовный), нравственный, военный, авторитет педагога, врача, родителя и др.

Некоторые типологии используют в качестве разграничительного критерия показатель **субъекта функционирования**. Авторитетом при таком подходе может быть личность или социальная группа (коллектив, организация, социальный институт), предмет (религиозный текст, энциклопедия и т. д.), социальное явление (нормы, ценности, традиции, обычаи и пр.) и действие. В работе А. В. Воробьёва [Воробьев, 1973] авторитет представлен личностным и безличностным типами. Л. П. Буюева [Буюева, 1985] разграничивает авторитет личностей, социальных позиций и коллективных норм, ценностей, требований. Выделение действия как отдельной формы авторитета встречается в диссертации А. А. Степанова [Степанов, 1996].

В этой же работе предлагается выделение осознанного и неосознанного типов авторитета **относительно объекта** — осознанно или неосознанно объект руководствуется информацией, идущей от субъекта, воспринимает его как образец или идеал.

В диссертации А. А. Падурец [Болдырева, 2006] предлагается разделение авторитетности **по способу выражения** на прямой и косвенный типы.

Проявлением прямой авторитетности являются ссылки на авторитет (автора работы, общественного мнения, экспертов), косвенный тип реализуется посредством оригинального заголовочно-эпиграфного комплекса, широкого употребления сложной специальной терминологии, приведения статистических данных и наглядных примеров, схем, таблиц, привлечении образности и иронии; оба типа могут реализовываться специфическим выражением авторского «я» через обезличенность изложения в сочетании с акцентированием внимания на достижениях автора.

В концептуально близкой типологии **по степени эксплицитности источника** Е. В. Тенева [Тенева, 2011] выделяет именные и имплицитные авторитеты. Именной тип содержит прямое указание источника или «носителя авторитетного примера» и может быть адресован всему социуму (универсальный авторитет) или определённому кругу лиц (специализированный авторитет). Имплицитный тип является анонимным, то есть не содержит прямого указания на источник информации.

Несмотря на то, что данные типологии в большинстве своём разрабатывались с привязкой к определённой области знания, они тяготеют к универсальности, носят интердискурсивный характер. Описанные типы авторитета могут присутствовать в новостном медийном дискурсе как на микроуровне в рамках новостного сообщения, так и на макроуровне (издание, информационная повестка, институт СМК).

### **1.3 Дискурсивная специфика авторитетности**

Авторитетность обрела достаточно широкое освещение в дискурсивных исследованиях. Наибольший вклад в описание лингвистической стороны категории внесли В. Б. Кашкин и его ученики [Авторитетность и коммуникация, 2008]. Авторитетность на базе научных текстов рассматривается в работах А. А. Падурец [Болдырева, 2001, 2006, 2008 и др.] и Е. И. Варгиной [Варгина, 2004,

2017]. Описанию авторитетности в прогностическом дискурсе посвящены работы Е. Р. Савицкайте [Савицкайте, 2006, 2008 и др.], ряд работ рассматривает авторитетность как составляющую политического [Спиридовский, 2008; Харламова, 2021 и др.] и рекламного [Баева, 2000; Кашкин, 2008а; Трунова, 2014 и др.] дискурсов. Отдельный блок работ посвящён педагогическому (академическому) дискурсу, а именно авторитету преподавателя [Андриади, 1997; Чабанова, 2011 и др.], однако эти исследования проводятся в русле педагогических наук.

Авторитетность в **научном дискурсе** напрямую связана с конативной функцией языка: учёные вступают в коммуникацию с коллегами (прямую и опосредованную) и оказывают на них воздействие, стремясь завоевать или повысить собственный авторитет. Доминирующим фактором возникновения и развития научного авторитета является вера — как в результаты собственной научной деятельности со стороны субъекта авторитета, так и в эти же результаты со стороны объекта. Сообщения, транслируемые научным авторитетом, реализуют и методологическую функцию, способствуя производству нового знания, что позволяет говорить о том, что авторитетность входит в круг конститутивных признаков научного познания в целом. Конечным этапом производства научного знания в контексте авторитетности можно считать ситуацию, когда «продукты деятельности одного из взаимодействующих субъектов становятся образцами, примерами для подражания» для других [Болдырева, 2006, с. 27]. К функциям авторитета в научном дискурсе А. А. Падурец относит регуляцию деятельности по производству нового знания, создание социальных институтов и организаций, обучение и подготовку научных кадров, сохранение и преемственность авторитетного знания.

К научному тексту предъявляется больше стилевых требований, чем, например, к публицистическому. Стилеобразующими чертами научного дискурса являются конкретность, логичность, неэмоциональность, обезличенность, сжатость, точность, ясность. А русскоязычный сегмент дискурса, в отличие от, например, англоязычного, характеризуются ещё и стремлением к обезличенности

и формализации. Совокупность стилевых черт составляет определённые представления о научном тексте, которые содействуют тому, чтобы его формальная сторона априорно воспринималась как маркер авторитетности. К тому же установка на обезличенность и неэмоциональность снижает вероятность аксиологического сопротивления со стороны адресата, что также играет на руку желающему стать авторитетом.

Как отмечает Е. И. Варгина [Варгина, 2004, 2017], автор научного текста может априорно идентифицировать себя с научными авторитетами, что позволяет говорить об эксплуатации авторитета, которая заключается не только в цитировании известных учёных для подкрепления собственной точки зрения, но и в подмене её доказательства подобным цитированием или перечислением имён авторитетных учёных. Забегая вперёд, отметим, что подобная эксплуатация может проникать из научного дискурса в медийный даже в исходном виде и выражаться в использовании имён учёных, которые у всех на слуху (С. Хокинг, В. В. Виноградов), анонимных авторитетов (номинации типа *эксперты*, *исследователи*, *учёные*) или неизвестных широкой публике имён учёных с указанием их научной степени и должности; эксплуатации авторитета подвергаются все субъекты, за которыми в социальном сознании закреплён статус знающих.

В научных текстах маркерами авторитетности могут выступать: ссылки на авторитет (автора, общественное мнение, экспертов); широкое употребление узкоспециализированной терминологии; обращение к примерам и статистическим данным; использование формул, графиков, таблиц; оригинальные названия, эпиграфы; обезличенность изложения; обращение к образности и иронии; лексические единицы с семами «востребованность», «правильность», «практичность», «польза»<sup>15</sup> и пр.

Язык **политического дискурса** опирается на функцию воздействия, и, как отмечает Ю. В. Толстокулакова, его целью является «внушение идей, а не простое

---

<sup>15</sup> Маркеры описаны в работе Н. Г. Бурмакиной [Бурмакина, 2020, с. 362–368].

описание политической жизни» [Лингвокультурологическое моделирование..., 2017, с. 51]. Для политической авторитетности характерна тесная связь с понятиями лидерства (коммуникативного и социально-административного) и доверия. Как отмечает О. В. Спиридовский, это три составляющие «символического капитала, вокруг которого происходит политическая борьба» [Спиридовский, 2008, с. 99]. Усиление роли политического авторитета способствовало фактической постановке знака равенства между авторитетом и властью, властью и властью государственной в обыденном представлении о данных понятиях. На деле, разумеется, эти понятия не тождественны. Среди существенных характеристик носителя политического авторитета В. В. Богданов [Богданов, 1990] выделяет его социально-административный статус, энциклопедическую, лингвистическую и интерактивную компетенции. В политическом дискурсе ярко проявляется динамическая и накопительная природа авторитетности в силу того, что её носителем является коммуникант, взаимодействующий с широкой аудиторией.

Репертуар приёмов конструирования авторитетности напрямую зависит от лингвокультурных особенностей целевой аудитории политиков и включает в себя разнородные группы единиц от прямого указания на авторитет до использования эмфатических конструкций, причём для политического дискурса характерно неоднократное повторение подобных единиц в рамках одного сообщения. Б. В. Кашкин [Кашкин, 2007], описывая коммуникативные характеристики политического дискурса, выделяет две группы дискурсивных маркеров авторитетности: статусные маркеры и привлечение суждений лидеров общественного мнения. Среди наиболее характерных способов повышения авторитетности можно выделить такие приёмы как критика оппонентов, интертекстуализация политического дискурса, акцентирование собственных заслуг и достижений своей социальной группы (партии, страны и пр.) и их значимость для мирового сообщества.

**В рекламном дискурсе** категория авторитетности нацелена на достижение перлокутивного эффекта, в связи с чем авторитетность часто имеет групповой,

делегированный характер. Носителем авторитета в рамках одного сообщения является и компания, и продукт, и лица, представляющие его или присутствующие в сообщении (рекламное лицо, привлечённый эксперт, довольный покупатель и пр.), и даже контекст презентации продукта.

В. Б. Кашкин [Кашкин, 2008а] отмечает, что на авторитетность может влиять и выбранный рекламодателем языковой код. Например, по мнению исследователя, в русскоязычной среде авторитетностью пользуются вкрапления на иностранном (преимущественно, английском) языке, вербальные или визуальные отсылки к разнообразным «знакам качества», заигрывания с семантикой *патриотичный, домашний*. Действительно, английский язык среди других иностранных языков остаётся наиболее популярным способом увеличения привлекательности товаров, даже если номинации на нём кажутся неуместными и некорректными (вспомним прелестный пример В. Б. Кашкина с воронежской туалетной бумагой *Paper Toilet*, которая вряд ли когда-то экспортировалась за пределы региона).

Сам иностранный язык становится знаком качества, когда возникает ассоциация между языком и качественным продуктом, связанным с этим языком. Так, в сознании большинства россиян есть представление о качественных немецких автомобилях и пиве, французских винах, сырах и парфюмерии, индийских специях и т. д. Очевидно, на практике рынок не так однороден, и эти представления строятся на удачном опыте конкретных компаний или историческом успехе экспорта, но благодаря эффекту ореола привлекательность данных продуктов масштабируется до стран. Обратная сторона медали — стигматизация товаров из стран, чей опыт экспорта когда-то был не столь удачным. Самый яркий пример в русском языке — единица *китайский товар*, которая в том числе может содержать семантику *дешёвый, некачественный, ненадёжный, подделка* и пр. В связи с этим можно вспомнить недавние попытки дестигматизации товаров из Китая в новостных сообщениях: *Глава Реутова оценил качество новых машин китайской марки Changan, представленные в округе* (Реут, 15.03.2023), *Эксперт: Китайские автомобили не уступают продукции ушедших из России компаний* (Взгляд, 20.03.2023) и др. Интересны и случаи, когда помехи в восприятии языков



не позволяют выстроить чёткую связь между языком и товаром. Например, Республика Корея известна уходовыми косметическими средствами, однако визуально надписи на корейском и китайском языках оказываются трудно различимыми для многих россиян, из-за чего надписи на корейском используются нечасто, либо используются в сочетании с другими маркерами (государственный флаг или надпись *Made in South Korea*<sup>16</sup>). Маркерами качества<sup>17</sup> могут выступать и надписи типа *Сделано на Дону, Выращено на Кубани, Произведено в Москве*, апеллирующими в первую очередь не к знаниям о качестве продуктов, а к эмоциям, которые вызывает тот или иной регион, в первую очередь у его жителей (первые два примера), или к представлениям о регионе как экономическом центре страны (третий пример).

По мнению Е. Г. Труновой и Л. А. Гречихиной [Трунова, 2014], рекламные тексты используют примерно одинаковый набор способов повышения авторитетности, подкреплённых соответствующим невербальным рядом. К названным выше можно добавить: копирование элементов иных дискурсов или стилей, использование статистических или иных цифровых данных, ссылку на успешную репутацию компании или былой успех, на мнение авторитетных лиц. Как и в случае с политическим дискурсом, в рамках одного сообщения можно заметить многократную повторяемость одних и тех же маркеров авторитетности.

**Прогностический дискурс** вынужден обращаться к авторитетности из-за своей мифологизированной природы: восприятие сообщений адресатом зависит от его веры в адресанта-интерпретатора (астролога, составителя гороскопа, автора прогностического текста), которая формируется его авторитетом и/или авторитетом источника, который транслирует сообщение (издание, интернет-портал, радиостанция и пр.). «После знакомства с рекомендациями конкретного астролога некоторые люди начинают отдавать предпочтение именно этому

---

<sup>16</sup> Примечательно, что в рамках текстового рекламного сообщения, нацеленного на русскоговорящую аудиторию, надписи *Made in...* встречаются значительно чаще, чем *Сделано в...* даже на товарах, которые не импортируются или экспортируются.

<sup>17</sup> Не будем углубляться и дальше в исследование маркеров авторитетности рекламного дискурса, но отметим, что интересным было бы рассмотрение и других смежных способов выражения, например отсылок к ГОСТ, надписей *Original, российское производство, от производителя, напрямую с фабрики* и пр.

изданию (сайту), либо искать гороскопы данного конкретного автора, так как, по их мнению, они "правдоподобны"» [Савицкайте, 2008, с. 126], поэтому такие тексты тяготеют к персонифицированию под именем конкретного астролога, пользующегося авторитетом. Встречаются и обезличенные гороскопы, являющие пример имплицитной авторитетности — вера в их правдивость может строиться либо на авторитете издания, либо на индивидуальных представлениях о том, как должен выглядеть гороскоп. Так как дискурс гороскопов реализует не только референтивную (сообщение прогностической информации) и конативную (воздействие на адресата), но и эмотивную функции, одним из решающих факторов в формировании авторитета коммуниканта оказываются его индивидуальные характеристики и ораторские способности.

Рассмотрение авторитетности в разных сферах коммуникации позволяет прийти к следующему выводу: данная категория обладает рядом характеристик, которые актуализируются в конкретном виде дискурса — научном, политическом, рекламном, прогностическом и т. д.; в каждом из них авторитетность репрезентируется определённым набором маркеров, при этом способы выражения авторитетности в разных видах дискурсов могут пересекаться.

#### **1.4 Авторитетность в медийном дискурсе**

Несмотря на то что авторитетность как коммуникативная категория исследована достаточно широко, её описание в рамках новостного медиадискурса носит фрагментарный характер. Авторитетность в дискурсе ток-шоу стала предметом исследования Е. Э. Улановой [Уланова, 2018]. В новостном дискурсе авторитетность рассматривается в нескольких статьях Е. В. Сарафанниковой и А. А. Падурец на материале теленовостей [Сарафанникова, 2008, 2016, 2020, 2024; Padurets, 2016; Падурец, 2017 и др.], а также в единичной работе Т. Н. Астаховой [Астахова, 2014]. Авторитет в политико-публицистическом дискурсе

рассматривается в работах Е. В. Теневой [Тенева, 2010, 2011, 2016, 2017; Teneva, 2020 и др.].

Как уже отмечалось, авторитетность находится в прямой зависимости от адресатов как на этапе формирования, так и в процессе взаимодействия с ними. Она непостоянна, градуальна, способна расширять авторитет субъекта на других коммуникантов, а знания субъекта на всю сферу его деятельности. В новостном медиадискурсе эти свойства проявляются ещё ярче и приобретают особые черты, так как он аккумулирует и транслирует знания из всех сфер общественной жизни.

Изменчивость авторитетности медиа проявляется уже на уровне предпочитаемого аудиторией канала информирования: если раньше печатные издания пользовались неоспоримым авторитетом, а затем основным информационным каналом стало телевидение, то сейчас лидирующая позиция принадлежит интернету. Интернет сократил коммуникативную дистанцию между автором и потребителем новостного сообщения и облегчил второму доступ к созданию собственных сообщений, из-за чего количество информаторов увеличивается, а сложившаяся иерархическая структура диалога *авторитет – подчинение авторитету* претерпевает изменения. Дистанция сократилась и между акторами, создающими медиасообщения. Появились платформы, например, Pressfeed<sup>18</sup>, позволяющие журналистам быстро получать авторитетные (или квазиавторитетные) комментарии от заинтересованных лиц и инкорпорировать их в свои тексты. Эти же платформы помогают вторым заработать «медийные очки» и вырасти в глазах аудитории из неизвестного комментатора в авторитетное лицо, эксперта, благодаря упоминаниям в публикациях крупных изданий. Подобные эксперты оказываются привлекательным и для издания, и для читателя, потому что, по мнению А. Н. Тепляшиной, у них есть «глубокое понимание своей темы текста и непосредственное участие в важных событиях» [Лингвокультурологическое

---

<sup>18</sup> Pressfeed — платформа, предназначенная для взаимодействия журналистов и представителей разных профессий (юристы, политологи, врачи, косметологи и пр.), на которой первые размещают запросы на комментарии для готовящихся публикаций, а вторые, соответственно, отвечают на них.

моделирование..., 2017, с. 45], поэтому часто можно встретить и автономные материалы (колонки), написанные без участия журналистов.

Новостной дискурс — социально-ориентированное явление, в котором авторитетность СМИ распространяется гораздо шире новостных сообщений, погружая в зависимость от себя все властные структуры общества. Адресат погружается в сконструированную медийную действительность, через которую авторитетные СМИ транслируют авторитет заинтересованных адресантов. Новостное сообщение предлагает адресату не только интерпретацию события, но и его оценку (часто категоричную), которая подразумевает исходное согласие читателя с позицией автора и её последующую многократную ретрансляцию. Как отмечает Е. В. Сарафанникова [Сарафанникова, 2008, 2020], конституционная установка на журналиста как независимого обозревателя и читателя как получателя достоверной информации и потребность в получении информационных сообщений позволяют авторам маскировать воздействие под информирование.

В правовых актах и профессиональных кодексах авторитетность представлена слабо. Так, в ФЗ «О СМИ» [ФЗ РФ «О СМИ»] нет ни одного упоминания авторитетности, а в этических кодексах и хартиях она встречается два раза в констатирующих существование авторитета журналиста и журналистики контекстах: «Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой *авторитет*, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера...» [Декларация Московской хартии журналистов], «Журналист заботится о престиже профессии, уважает честь и достоинство коллег, не допускает действий, наносящих ущерб *авторитету* журналистики» [Международные принципы профессиональной этики журналиста]. Аналогичные констатирующие контексты встречаются и в учебных пособиях: авторитетное медиа, авторитетная persona и пр.

Авторитетность в новостном дискурсе обнаруживает тесную связь с другими коммуникативными категориями — достоверностью, объективностью, фактичностью и эвиденциальностью.

Достоверность базируется на квалификационной характеристике полноты знания адресанта и степени его уверенности в подлинности и соответствии действительности сообщаемой информации. Достоверность того, что читатель видит в новости, служит для него подтверждением авторитетности источника. Теория журналистики ставит достоверность в ряд важнейших принципов создания контента наряду с адекватностью, истинностью, объективностью, подлинностью, полнотой, правдивостью и точностью, из-за чего понятие часто фигурирует в различных определениях. Например, одна из ключевых задач журналиста — «обеспечение аудитории *достоверными* фактами и широким спектром взвешенных мнений» [Черникова, 2012, с. 24]; журналистика есть «умение изображать жизнь во всей её сложности и внутренней *достоверности*» [Свитич, 2003, с. 101] и пр. В практике журналистики категория достоверности непосредственно связана с процедурой верификации информации, заключающейся в её сопоставлении с данными из других источников. Среди ключевых способов проверки истинности информации можно выделить [Лазутина, 2004; Леонтьев, 2008; Мельник, 2006]:

- сопоставление медиасобытия с событием реальным;
- приведение дополнительных данных из других (независимых) источников;
- сравнение с высказываниями участников реального события;
- поиск и критика документального источника;
- анализ формы и содержания документа: определение первичности/вторичности, выявление намерений составителя, учёт обстоятельств создания;
- помощь экспертов (историков, текстологов, криминалистов).

Как справедливо отмечает Е. В. Сарафанникова, «авторитетность в определенном смысле приравнивается к объективности», так как «в медиатекстах действительность не отражается, а конструируется» [Сарафанникова, 2024]. Объективность в журналистике, как ни парадоксально, не предполагает объективности абсолютной, так как деятельность журналиста всегда сопряжена с форматными, технологическими и иными ограничениями [Мультимедийная журналистика, 2017]: идеологией издания, убеждениями авторов и редакторов,

уровнем их профессиональной подготовки, функционирующей моделью медиапроизводства и целями медиатекстов. Журналистский факт «всегда субъективно окрашен, идейно или тенденциозно представлен и имеет семиотическую природу» [Мансурова, 2003, с. 21]. Традиционно объективность соотносится с научным знанием, верификация которого проходит посредством регламентированных процедур, а в журналистике трактуется через точное, правдивое, непредвзятое и исчерпывающее освещение событий: объективный новостной текст «основан на фактах, а не на домыслах, вымыслах или фантазиях» [Кожемякин, 2011, с. 188], он «исключает эмоции, отделяет факты от мнений, беспристрастно описывает, обеспечивает точность сведений и сбалансированность мнений, представляет конкурирующие точки зрения с тщательным использованием знаков цитирования, излагает информацию в разумной последовательности» [Лозовский, 2007, с. 167]. Как отмечает А. В. Белоедова [Белоедова, 2018], для определения объективности новостного текста следует учитывать ряд показателей:

- точность и полноту фактов;
- непредвзятость освещения события;
- отсутствие доминирующей точки зрения;
- строгое разграничение фактов и мнений;
- аргументированность авторской позиции;
- обращение к надёжным источникам.

Авторитетность обнаруживает тесную связь с фактичностью. Фактом считается «утверждение, информационное сообщение и т. д., которое отражает действительность, является правдивым» [Толковый словарь..., 2003, с. 1465]; «действительное событие, явление, то, что произошло в действительности», «данное, являющееся материалом для какого-нибудь заключения, вывода или служащее проверкой предположения, теории» [Ушаков]. В сердце факта всегда находится знание о чём-либо. Если обратиться к словарным дефинициям этого понятия, обнаружится особенность факта как журналистской категории: в

философии знанием является «проверенный общественно-исторической практикой и удостоверенный логикой результат процесса познания действительности, адекватное её отражение в сознании человека в виде представлений, понятий, суждений, теорий» [Философский энциклопедический словарь, с. 192], в филологии — «система представлений о чем-либо, массив информации, которой обладает человек, группа людей или культура» [Карасик, 2017б, с. 8]. Знание в рамках медиадискурса обладает различной степенью достоверности. Несмотря на сохранение противопоставления знания и вероятностного мнения, второе всё же включается в парадигму знания, так как входит в чью-то систему представлений. Средства массовой коммуникации стали наиболее удобным источником знаний (открытость и доступность, аудиовизуальное оформление, развлекательные элементы), а медиафакты, по Н. А. Пром [Пром, 2019], — единицами знания, из-за чего в представлении рядового человека границы между фактом в обыденном понимании и фактом как категорией журналистики стали размытыми. Так, в сознании большинства между фактом и правдой стоит знак равенства, в то время как медиафакт, который, безусловно, может и являться носителем этой категории, зачастую совпадает с правдой только отчасти. Иными словами, медийный факт не всегда является фактом, правдивой информацией. Он может представлять собой фактоид — «коммуникативное образование, содержанием которого является имитация информации о действительном положении дел» [Карасик, 2017а, с. 28].

В общественном сознании гибкая интерпретация факта, предоставляемая медиа, выглядит привлекательнее, чем сам факт, так как её обработка требует меньшего количества усилий и снимает определённую ответственность за некорректную расшифровку; кроме того, О. К. Ирисханова [Ирисханова, 2014] отмечает, что границы между фактом и мнением в медиатексте часто размываются из-за того, что внутри текста утверждения связаны между собой не только отношениями формальной логики, но и общими законами актуального членения высказывания, которые позволяют сместить фокус читателя на что-то более удобное для адресанта. Под воздействием медийности информация становится фактом, знанием с доказанной или проверенной достоверностью, хотя это и

основывается исключительно на репутации издательства или иного средства массовой коммуникации (СМК). Как и в научном дискурсе, презентация факта нуждается в предварительной верификации (фактчекинге), однако на практике на первый план выходит оперативность, из-за чего проверка часто проводится уже после публикации или не проводится вовсе. Вследствие чего исследователи констатируют, что «взамен верификации и достоверности медиафакты наделяются правдоподобностью» [Пром, 2020, с. 56].

Авторитетно во многом не столько само сообщение, сколько его источник — и канал информирования, и источник информации. Проблема источника информации занимает в журналистике отдельное место. Авторитетным считается источник, который вызывает доверие. Академическими критериями выбора источников являются их актуальность, эксклюзивность и авторитетность, а для оценки авторитетности информацию проверяют в нескольких источниках, обращаются к разнообразным стихийным и специализированным рейтингам. Но как удачно отметил А. А. Калмыков [Калмыков, 2015], нагляднее всего подход к источнику информации виден во время освещения военных действий разными сторонами конфликта: когда верификация фактов является затруднительной, роль истинной информации отводится наиболее распространённому в конкретной аудитории мнению, а «если же общепринятую истину в публикации приходится опровергать, то это следует делать так доказательно, чтобы читатели без колебаний стали вашими единомышленниками, т. е. сделать свою версию событий наиболее распространённой» [там же, с. 251].

Проблема источника информации подводит нас к ещё одной категории, без которой невозможно описание авторитетности — эвиденциальности (пересказывательности, засвидетельствованности). Эвиденциальность — «особая лингвистическая категория, с помощью которой говорящий определяет в описании события свою роль — либо непосредственного свидетеля, либо передатчика чужой информации» [Макарцев, 2014, с. 2]. Она сигнализирует о том, каким образом была получена информация и может ли она претендовать на истинность. Выделяются следующие типы эвиденциальности [Золотова, 1998; Козинцева, 1994; Плунгян,



2003]: прямое непосредственное свидетельство, где источником информации является сам адресант; косвенное непосредственное свидетельство, при котором источником является адресант, однако он не является свидетелем события, а восстанавливает его посредством логического рассуждения; косвенное опосредованное свидетельство, где источником выступает кто-то другой, информация из «вторых рук».

Последний тип эвиденциальности составляет подавляющую часть всей представленной в современных медиа информации — он позволяет автору новостного сообщения передавать релевантные оценки и мнения конкретных значимых лиц, ссылаться на материалы других издательств и информационных агентств, и тем самым, при условии надёжности источника, повысить достоверность своего сообщения и частично снять с себя ответственность за предоставляемую информацию. Источником информации может выступать конкретный субъект, обобщённый источник (несколько мнений) или неопределённый субъект.

Бывают ситуации, когда возникает необходимость сохранения анонимности источника информации, при этом не снизив градус достоверности сообщения — в таком случае «на первый план выдвигается не субъект речи, а результат его речевой активности» [Золотова, 1998, с. 290]. В Федеральном законе РФ «О СМИ» (ст. 49.3) прописано, что «журналист обязан сохранять конфиденциальность информации и (или) её источника» [ФЗ РФ «О СМИ»], что вводит подобную анонимность в план профессиональной тайны. Впрочем, существует несколько исключений, описанных в кодексах профессиональной этики: имеется подозрение в истинности предоставленной информации; упоминание имени источника является единственным способом предотвращения тяжкого ущерба для людей. Чаще всего прошение о конфиденциальности со стороны источника связано с информацией повышенной социальной важности, которую хотели бы скрыть властные структуры, а посему она может привести к негативным последствиям для информатора. Однако бывают и случаи, когда ссылка на анонимный источник

используется для создания интереса вокруг спорных и/или сенсационных тем, определение объективности и достоверности которых вызывает затруднения.

Специфика медиадискурса вынуждает авторов встраивать в свои новостные сообщения сразу несколько источников информации, а некоторые жанровые образования и вовсе оказываются построенными на информации из множества источников (дайджесты, обзоры, обзоры). Из-за этого появляется категория авторитетности источников информации, то есть источников, заслуживающих безусловного доверия. Стоит отметить, что чаще всего массмедиа цитируют не политиков, деятелей культуры и прочих важных общественных фигур, а другие средства массовой информации: наиболее часто для этого они обращаются к информационным агентствам («Интерфакс», РБК, «Россия Сегодня», «РИА Новости» и пр.) и другим изданиям. Поэтому в сознании читателя указание на издание с положительно-громким названием обладает большим авторитетом, чем указание на персону. Вместе с этим ссылка на источник информации не всегда говорит о достоверности сообщения, потому что источником может являться фейковая новость, комментарий подставного эксперта и пр.

В параграфе 1.2.2 были описаны ключевые подходы к структуре авторитетности, однако на неё стоит посмотреть и через призму медийного дискурса. Некоторые попытки это сделать уже предпринимались. Например, Е. Э. Уланова [Уланова, 2018] предложила линейную структуру авторитетности, в которой тактики и дискурсивные маркеры авторитетности реализуются стратегией, определяемой в соответствии с интенцией говорящего: *коммуникативная стратегия => коммуникативная тактика => дискурсивные маркеры авторитетности*. Подход актуален для описания отдельно взятого коммуникативного акта в одной проекции, но оказывается неподходящим для других исследований.

Авторитетность в новостном медийном дискурсе формируется под влиянием большого количества связанных в систему факторов, локализирующихся как внутри новостного сообщения, так и за его пределами. Её макроструктура должна быть широкой и учитывать возможность усложнения на каждом этапе, когда в неё

добавляется новое более «масштабное» авторитетное звено, поэтому наиболее оптимальным нам кажется представление авторитетности в виде уровневой структуры:

- I уровень — авторитет упоминаемого субъекта (в первую очередь — личности или группы лиц), который присутствует в сообщении в качестве источника информации;
- II уровень — авторитетность новостного сообщения;
- III уровень — авторитет авторов новостного сообщения;
- IV уровень — авторитет издания, опубликовавшего сообщение;
- Уровень верификатора — объекта авторитета, находящегося за пределами системы.

Схема системы приводится на рисунке 3.

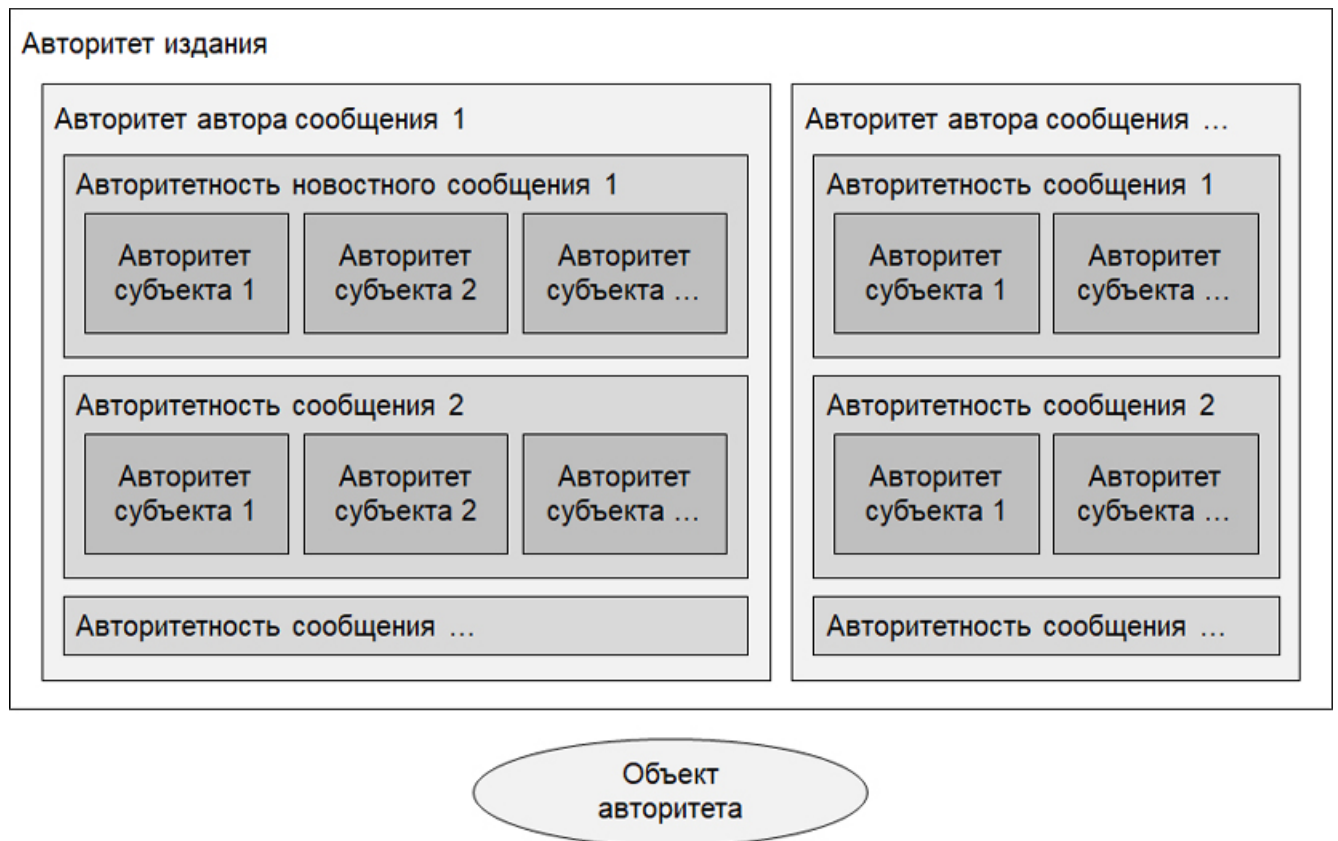


Рисунок 3 – Уровневая структура авторитетности в новостном дискурсе

Процессы производства и потребления новостей неоднородны: некоторые из них публикуются без указания авторства, какие-то читатели не обращают

внимания на источник информации и т. д., поэтому предложенные уровни отражают скорее центральную тенденцию. I и IV уровни, находящиеся на противоположных концах системы, демонстрируют асимметричность межуровневых отношений: если авторитет издания находится в прямой зависимости от всех остальных уровней, то авторитет упоминаемого в новостном сообщении субъекта в большинстве случаев либо вовсе не испытывает влияния остальных уровней, либо оно минимально и ограничивается рамками одного сообщения. I–III уровни учитывают возможность добавления неограниченного количества субъектов авторитета. Выделение объекта авторитета как завершающего уровня маркирует значимость его роли верификатора в системе отношений авторитетности.

Следующий шаг — компонентное описание<sup>19</sup> каждого из этих уровней. Авторитет субъекта-личности (I уровень) формируется под воздействием факторов, которые условно можно разделить на **предварительную** и **актуальную** группы. Предварительная группа аккумулирует компоненты, возникающие вне новостного сообщения, а актуальная, соответственно, те, которые формируются в самом сообщении. К предварительной группе относятся:

- **личностный** компонент — черты характера коммуниканта, его аксиологические установки, интеллектуальные параметры, знания и опыт;
- **профессиональный** компонент — специализированные знания и опыт, позволяющие коммуниканту позиционировать себя как эксперта какой-либо отрасли знания;
- **ролевой** компонент — занимаемая коммуникантом должность и сопряжённый с ними набор полномочий и обязанностей;
- **социальный** компонент — совокупность представлений о роде деятельности коммуниканта, социальной значимости, престиже и стереотипах его профессии.

Актуальная группа представлена **вербальным** (выбранные коммуникантом единицы и грамматические конструкции), **невербальным** (внешний вид,

---

<sup>19</sup> За основу берётся компонентный подход И. П. Андриади, описанный в параграфе 1.2.2.

кинесическая и проксемической культура, а также парафонические характеристики коммуниканта) и **дискурсным** (выбранные коммуникантом коммуникативные стратегии и дискурсивные маркеры авторитетности, а также использование авторами сообщения маркеров авторитетности в характеристике данного коммуниканта) компонентами.

Ни один из компонентов авторитета личностного субъекта не является обязательным, а актуализированные компоненты находятся в тесной связи друг с другом. Так как в новостном сообщении могут упоминаться сразу несколько субъектов, обладающие разными коммуникативными параметрами и социальным статусом, актуализация компонентов предварительной группы происходит только при условии, если объект авторитет (адресат) обладает представлениями о субъекте либо эти представления достраиваются за него авторами сообщения. Ролевой и социальный компоненты могут выражаться через дискурсивный, если авторы сообщения сопровождают имя упоминаемого субъекта должностным маркером. Компоненты актуальной группы проявляются в сообщении в «чистом» виде лишь при прямом цитировании субъекта или визуальной передаче его первичного сообщения (скриншот или видео). В остальных случаях авторитет субъекта конструируется не им самим, а авторами новостного сообщения. Если в сообщении упоминается групповой субъект, личностный компонент его авторитета в большинстве случаев отходит на второй план, а профессиональный и ролевой становятся доминирующими. Ситуации, в которых субъектом авторитета выступает предмет или абстрактная сущность, требуют индивидуального рассмотрения: описанные компоненты оказываются для них в большей или меньшей степени релевантными, если они являются текстовой сущностью, за которой стоят одно или несколько имён; анонимный же текст обычно не подразумевает актуализацию компонентов предварительной группы — они либо отсутствуют, либо замещаются каким-либо альтернативным компонентом, например, сакральным (сакральный авторитет), если это религиозный текст, однако для рассматриваемого дискурса они не характерны.

Авторитетность новостного сообщения (II уровень) формируется в большей степени **фактологическим** компонентом, обусловленным транслируемой фактологической информацией, авторитетом упоминаемых в нём субъектов и авторитетом опубликовавшего его издания; в меньшей степени авторитетность сообщения зависит от авторитета его авторов<sup>20</sup>. Для среднего читателя первичным оказывается содержательная сторона сообщения, а не стоящие за ним акторы, хотя высокий авторитет издания способен перекрыть и содержательную сторону сообщения, если адресат воспринимает его как несомненно достоверный источник.

Компоненты авторитета автора новостного сообщения (III уровень) совпадают с компонентами авторитета упоминаемого субъекта. Авторитет автора также зависит от авторитетности созданных им сообщений, авторитета изданий, в которых он работает (и работал), того, насколько его коммуникативное поведение совпадает с профессионально-этическими критериями журналистики. Актуализация уровня автора сообщения происходит относительно редко: обычно это происходит в ситуациях, когда автором сообщения выступает очень известная персона (последовательность *автор – текст*) либо когда содержание сообщения вызывает у адресата сомнение и вынуждает его обратить внимание на фигуру автора (последовательность *текст – автор*).

Наиболее масштабным по количеству задействующихся компонентов является авторитет издания (IV уровень). Он зависит от всех приведённых выше компонентов, накапливая проявления авторитета всех участников производства и распространения новостных сообщений, а также совокупность неязыковых факторов, которые сопровождают читателя в процессе медиапотребления: брендинга сайта издания, цитируемости его сообщений, качества рекламных и PR-интеграций и пр. Российские новостные издания как правило присутствуют в информационном пространстве на протяжении многих лет (или являются

---

<sup>20</sup> Важно отметить, что здесь мы описываем только акторов, задействованных в процессе создания и первичного распространения сообщения (предел — момент его публикации). После это на авторитетность сообщения могут влиять и другие субъекты — все, кто участвуют в его дальнейшем распространении и вносят качественные изменения в транслируемую в нём информацию. Например, если сообщение станет источником для другого новостного сообщения более авторитетного издания, его авторитетность может усилиться, а если кто-то выступит с опровержением его содержания — снизиться.

преемниками существовавших ранее изданий), аккумулируя всех прошедших через него популярных спикеров, известных журналистов и удачно освещённых инфоповодов, тем самым завоёвывая доверие читателей — с этим во многом и связана масштабность их авторитета.

Схематичное изображение системы компонентов, формирующих авторитетность новостного сообщения, приводится на рисунке 4.



Рисунок 4 – Компоненты, формирующие авторитетность новостного сообщения

Стоит признать, что данный раздел в большей степени иллюстрирует подход к авторитетности со стороны автора новостного сообщения, а не адресата. Если одним из основных имеющих профессиональную ценность показателей авторитетности издания является его цитируемость, можно попробовать сопоставить выборку по этому критерию с впечатлениями читателей, чтобы понять, насколько они совпадают. Обратимся к рейтингу цитируемости

федеральных СМИ «Медиалогии»<sup>21</sup> в сегменте новостных сообщений [Федеральные СМИ: 2022 год]:

- Топ-3 информационных агентств по цитируемости в СМИ и социальных сетях — «РИА Новости», ТАСС, «Интерфакс»;
- Топ-5 газет в СМИ — «Известия», «Коммерсант», «Ведомости», «Российская газета» (РГ), «Московский комсомолец» (МК); в соцсетях — «Комсомольская правда» (КП), МК, «Известия», РГ, «Аргументы и факты»;
- Топ-5 ТВ-каналов в СМИ — «Россия 24», «Первый канал», «Россия 1», РЕН ТВ, НТВ; в соцсетях — РЕН ТВ, телеканал «Звезда», «Первый канал», «Россия 1», НТВ;
- Топ-5 радиостанций в СМИ — Sputnik, «Говорит Москва», КП, «Радио России», Business FM; в соцсетях — Sputnik, «Радио Record», «Говорит Москва», «Наше радио», КП.

Рейтинги включают до 30 позиций в каждой из категорий, в работе приводятся первые пять из них. Присутствие издания или журналиста в рейтинге свидетельствует об их общественном признании, о том, что они пользуются авторитетом в своём сегменте аудитории, а именно на федеральном уровне. Но все ли из представленных изданий и журналистов вызывают у вас безоговорочное доверие? Готовы ли вы обратиться к любому из них для получения объективной картины мира? Ответ на этот вопрос подтверждает необходимость рассмотрения категории авторитетности в связке с сопротивлением авторитетности.

## Выводы по главе 1

Авторитетность — одна из основных коммуникативных категорий, отражающая существующие между коммуникантами неравноправные отношения, возникающие вследствие признания за одним из них особой значимости из-за

---

<sup>21</sup> «Медиалогия» — компания, занимающаяся автоматическим мониторингом и анализом СМИ и социальных сетей; наиболее популярный инструмент сбора статистики по публикациям среди специалистов в области коммуникаций.



присущих ему определённых качеств и/или функций. Она представляет собой многополярное рассредоточенное экстралингвистическое явление, которое можно усмотреть в конкретной локализации — присутствии субъекта авторитета, коммуникативном сообщении и пр. Авторитетность проявляется у коммуниканта только при условии признания адресатом, при этом бенефициарами авторитета субъекта являются как сам субъект, так и каждый, кто упоминает его в своём сообщении. Авторитетность непостоянна и градуальна. Авторитет субъекта может распространяться на окружающих его коммуникантов, а в глазах адресантов его познания способны расширяться с фактической специализации на всю сферу деятельности. Авторитетность стремится к однонаправленному воздействию на адресата, однако может встретить сопротивление при условии, если хотя бы один их элементов коммуникативной цепи вызовет у адресата сомнение.

На микроуровне авторитетность представлена четырьмя составляющими: субъектом авторитета, т. е. его носителем — индивидом, социальной группой или её частью, предметом или абстрактной сущностью; объектом авторитета — тот (те), на кого воздействует субъект авторитета; предметом авторитета — транслируемые сообщения; областью авторитета — сферой действительности, в которой действует субъект авторитета. Макроструктура авторитетности включает в себя всех участников-субъектов и трансляторов и усложняется на каждом этапе, когда в неё добавляется новое, более «масштабное» авторитетное звено.

Помимо базисных свойств авторитетность обладает и рядом характеристик, которые актуализируются в конкретном виде дискурса — научном, политическом, рекламном, прогностическом и т. д.; в каждом из них она репрезентируется определённым набором маркеров, при этом способы выражения авторитетности в разных видах дискурсов могут пересекаться. Наиболее ярко свойства авторитетности проявляются в новостном медиадискурсе, здесь они приобретают особые черты, так как новостной дискурс аккумулирует и транслирует знания из всех сфер общественной жизни.

Новостной медийный дискурс — социально-ориентированное явление, в котором авторитетность СМИ распространяется гораздо шире новостных

сообщений, погружая в зависимость от себя все властные структуры общества. Адресат погружается в сконструированную медийную действительность, через которую авторитетные издания транслируют авторитет заинтересованных адресантов. Здесь авторитетность обнаруживает тесную связь с другими коммуникативными категориями — достоверностью, объективностью, фактичностью и эвиденциальностью, комплексно характеризующими отношение адресанта к транслируемой им информации. Достоверность базируется на квалификационной характеристике полноты знания адресанта и степени его уверенности в подлинности и соответствии действительности сообщаемой информации; достоверность того, что читатель видит в новости, служит для него подтверждением авторитета источника. Объективность в новостном тексте проявляется в том, насколько он соответствует ряду показателей: точности и полноте изложения фактов, непредвзятости освещения событий, отсутствию доминирующей точки зрения, аргументированности авторской позиции и пр. Категория фактичности проявляется в насыщенности текста фактами, однако медийные факты не всегда соответствуют правдивой информации и нуждаются в дополнительной верификации. Эвиденциальность сигнализирует о том, откуда и каким образом была получена информация и может ли она претендовать на истинность.

## Глава 2

# СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ АВТОРИТЕТНОСТИ НОВОСТНОГО СООБЩЕНИЯ

В исследованиях коммуникативных категорий традиционно уделяется много внимания способам их выражения. Работы по авторитетности не являются исключением, поэтому основные маркеры авторитетности в медиадискурсе описаны достаточно хорошо, хоть и в небольшом количестве работ. Начнём с их краткого обзора.

Рассуждая о способах выражения авторитетности, В. Б. Кашкин [Кашкин, 2007, 2008б] приходит к выводу, что в средствах явной грамматики категория выражается весьма редко, разве что косвенно, например, в категории вежливости. Чаще всего авторитетность выражается в дискурсивных маркерах типа вводных фраз, ссылок, вставных текстов, цитат и т. п. В качестве отдельного класса метакоммуникативных средств, указывающих на авторитет источника сообщений, предлагается выделять: словесные (универбы, словосочетания, коннотации внутри семантики слова,), фразовые (например, вводные конструкции типа *как считали ещё древние греки...*), текстовые (нарратив, позволяющий сделать вывод об авторитетности и доверии), интертекстовые (ссылка на прецедентный текст), интонационные и фонетические (ударение) и невербальные (гербовая печать, корона, логотип фирмы, подпись и т. п.) маркеры авторитетности. Все подобные средства разделяются исследователем на маркеры авторитетности источника и на маркеры авторитетности сообщения.

Обязательным атрибутом новостного сообщения является ссылка на источник (прямой маркер авторитетности). Как отмечает Е. В. Сарафанникова [Сарафанникова, 2020], дискурсивные маркеры (указание на источник сообщения; сравнения, оценки, ссылки на авторитет науки и т. д.) регулируют авторитет источника через авторитетность сообщаемого. Широко распространены ссылки на коллективный авторитетный источник (*По данным Reuters...* и пр.). В самом сообщении обнаруживаются дискурсивные маркеры, указывающие (чаще всего

косвенно) на авторитетность коммуниканта, например, маркеры *действительно, видимо, возможно* и пр., содержащие авторскую оценку степени достоверности сообщаемой информации, влияют на её восприятие читателем и конструируют авторитетность сообщения.

Т. Н. Астахова [Астахова, 2014] в ходе сопоставления средств выражения эвиденциальности и авторитетности на базе немецкоязычных СМИ приходит к выводу, что в ряде случаев маркеры пересказывательности и авторитетности совпадают. В частности, среди средств повышения авторитетности прямой маркированности выделяются ссылки на: политических деятелей; экспертов, специалистов в определённой отрасли; общественных деятелей, выдающихся личностей; среди косвенной — ссылки без указания имён на: экспертов, специалистов в определённой отрасли; политических деятелей, представителей партий; а также ссылки на государственные службы, политические штабы, финансовые и международные организации и ссылки на газеты, журналы, новостные агентства. Отдельно исследовательница выделяет маркеры, используемые при передаче прямой речи — ссылки на законы, законопроекты, государственные документы. Среди маркеров снижения авторитетности (средств выражения недоверия к источнику) выделяются: глагол *wollen* (хотеть), модальная частица *zwar* (хотя), модальное слово *jedenfalls* (во всяком случае) и некоторые придаточные уступительные предложения. Утверждается, что использование подобных средств свидетельствует о нестабильности авторитета источника, на который производится указание, что даёт авторам новостного сообщения возможность влиять на восприятие его авторитетности адресатами.

Согласно результатам исследования Е. Э. Улановой [Уланова, 2018], в дискурсе ток-шоу авторитетность в основном реализуется посредством прагматической (тактики презентации, самопрезентации, совета, уговоров, похвалы и комплимента, обращения, статусно-ролевую и эмоционально-настраивающую тактики), диалоговой (тактика контроля над темой) и риторической (тактики повтора, привлечения внимания, драматизации) стратегий, детерминированных контекстом ситуации. Прагматическая стратегия часто

реализуется посредством следующих маркеров: голос «-мы»/«-вы», звание и социальный статус, иерархические отношения «учитель-ученик», окказиональные прилагательные, оценочные лексические средства, перформативные высказывания, повторы, статистические данные и точные даты, терминология, факты из биографии, директивы, элементы иронии, эмоционально-окрашенная лексика.

Изучение существующих работ позволяет прийти к выводу, что описание способов выражения авторитетности в новостном дискурсе в настоящий момент является фрагментарным и нуждается в уточнении. В разделе 1.4 предлагается рассматривать структуру авторитетности как уровнево-компонентную систему, в которой каждый из элементов находится в тесном взаимодействии с другими элементами. Языковые маркеры авторитетности представлены в основном на «низших» уровнях системы — авторитетности сообщения (II уровень) и авторитета упоминаемых в нём субъектов (I уровень<sup>22</sup>), поэтому в данной диссертации мы сфокусируемся именно на них.

## 2.1 Указание на источник информации

С точки зрения норм журналистики, указание на источник информации, за редким исключением<sup>23</sup>, является обязательной частью новостного текста — «ни одна информация не может стать новостью, если у неё нет чётко обозначенного источника» [Редакционный..., 2019, с. 38]; «в случаях, когда источники необходимо хранить в тайне, журналист должен соблюдать профессиональную тайну и ставить читателей в известность об этих обстоятельствах. Во всех других случаях журналист должен неизменно придерживаться принципа максимальной прозрачности источников информации» [Международные стандарты..., 2012, с.

---

<sup>22</sup> Стоит отметить, что компоненты этого уровня также во многом совпадают с компонентами авторитета автора новостного сообщения (III уровень).

<sup>23</sup> Например, Е. Л. Вартанова в нескольких своих лекциях по «Основам журналистики» в качестве таких исключений называет ситуации, при которых журналист является очевидцем описываемого события, когда излагается общеизвестный факт и когда «свидетели – сами люди», то есть читатель имеет возможность самостоятельно засвидетельствовать описываемое событие.

77–78]. Ссылка на источник информации реализует конкретные прагматические задачи — обеспечивает взаимодействие новостного текста с другими текстами (интертекстуальность) и является своего рода декларацией надёжности транслируемой информации (эвиденциальность), снимающей с авторов новостного сообщения необходимость дополнительного доказательства её достоверности. В большинстве новостных изданий источник информации структурно закреплён в начальном сегменте сообщения, часто в одном сообщении указывается несколько источников информации, а также даются дополнительные ссылки на публикации по той же или схожей теме.

Проведённый анализ позволяет сделать несколько типологических заключений. В рассмотренных сообщениях указания на источник информации представлены в виде одноуровневых (чаще) или двухуровневых ссылок, оформленных как в гипертекстовом (I уровень — чаще, II уровень — практически не встречается), так в текстовом видах. Под источником первого уровня понимаем указание на непосредственный источник информации с позиции создателя сообщения — то, откуда информация поступила к авторам новости; под источником второго уровня — то, откуда информация поступила к источнику первого уровня. Информация, разумеется, может проходить значительно большее количество таких уровней, однако в тексте новости обычно отражаются лишь финальные или наиболее значимые из них. Для наглядности обратимся к коммуникативному фрагменту:

*Банк России планирует вывести карты платежной системы "Мир" в пять-шесть новых стран в этом году. Об этом в интервью газете ["Известия"](#) рассказала директор департамента национальной платежной системы ЦБ РФ Алла Бакина (ТАСС. 03.07.2023).*

Источником первого уровня здесь мы считаем газету «Известия», второго — директора департамента национальной платежной системы ЦБ РФ Аллу Бакину. Если бы авторы сообщения не включили в него сегмент «в интервью газете "Известия"», в качестве источника первого уровня фиксировалась бы уже непосредственно спикер.

Таким образом, указание на источник информации в новостном сообщении отражает не происходящие в действительности процессы передачи информации от источника к источнику-транслятору, а наиболее значимые, на взгляд автора сообщения, элементы данной цепи, удовлетворяющие запрос адресата в получении информации о том, кто это сказал, и, если необходимо, где и когда. Указание конструируется авторами исходя из значимости известных им переменных и получаемого образа их авторитетности.

На обоих уровнях видим примерно одинаковый набор типов источников. Наиболее часто издания ссылаются на другие СМИ, конкретных людей, представительства властных структур, значительно реже — на различные организации (как коммерческие, так и некоммерческие), интернет-ресурсы, имеющие официальный статус документы; в одной из проанализированных публикаций в качестве источника было указано открытое письмо. Для новостных сообщений базовыми являются одноуровневые указания на источник информации.

Среди типов источников первого уровня наиболее интересными для рассмотрения представляются ссылки на СМИ как наиболее частотная и относительно разнообразная группа, практически не встречающаяся на втором уровне<sup>24</sup>. В неё входят: указания на конкретные издания (*Источник: [The Jerusalem Post](#), ...сообщает Reuters со ссылкой свои источники, Телеграм-канал [Vaza nuuuet](#)...* и пр.), обобщённые указания на издания (*По данным российских СМИ..., СМИ утверждают..., Украинские СМИ сообщили...* и пр.) и указания на собственные публикации, оформленные, как правило, при помощи гипертекстовых ссылок, инкорпорированных непосредственно в повествовательную часть сообщения. Для адресата верификация обобщённых указаний на издания является

---

<sup>24</sup> В проанализированных сообщениях ссылки на СМИ присутствовали только на первом уровне указания, однако они встречаются и на втором, хоть и значительно реже. Это связано со стремлением авторов новости дать ссылку не на источник информации, из которого они узнали об описываемом событии, а на первичный источник, авторитетность которого конститутивно выше, параллельно усиливая образ собственной значимости как транслятора информации. В качестве наиболее типичного сценария использования подобной ссылки в российских СМИ можно назвать тот, в котором на первом уровне даётся указание на зарубежное издание, как правило, глобальное (мировое), а на втором — менее популярное зарубежное издание или информационное агентство (например, *Al Jazeera со ссылкой на турецкое информационное агентство ANKA сообщает...*). Необходимо, впрочем, отметить, что даже при таком сценарии с высокой вероятностью будет указан лишь один из двух компонентов.

наиболее затруднённой среди выявленных на первом уровне типов в силу широты задаваемых рамок (как правило, масштаб страны или какой-либо крупной административной единицы). Верификацию текстового указания стоит рассматривать как усложнённую, так как оно задаёт направление, а не предлагает конкретный путь к первоисточнику, как это делается в указании с гипертекстовой ссылкой.

Диаграмма с соотношением выявленных типов источников информации первого уровня представлена на рисунке 5.

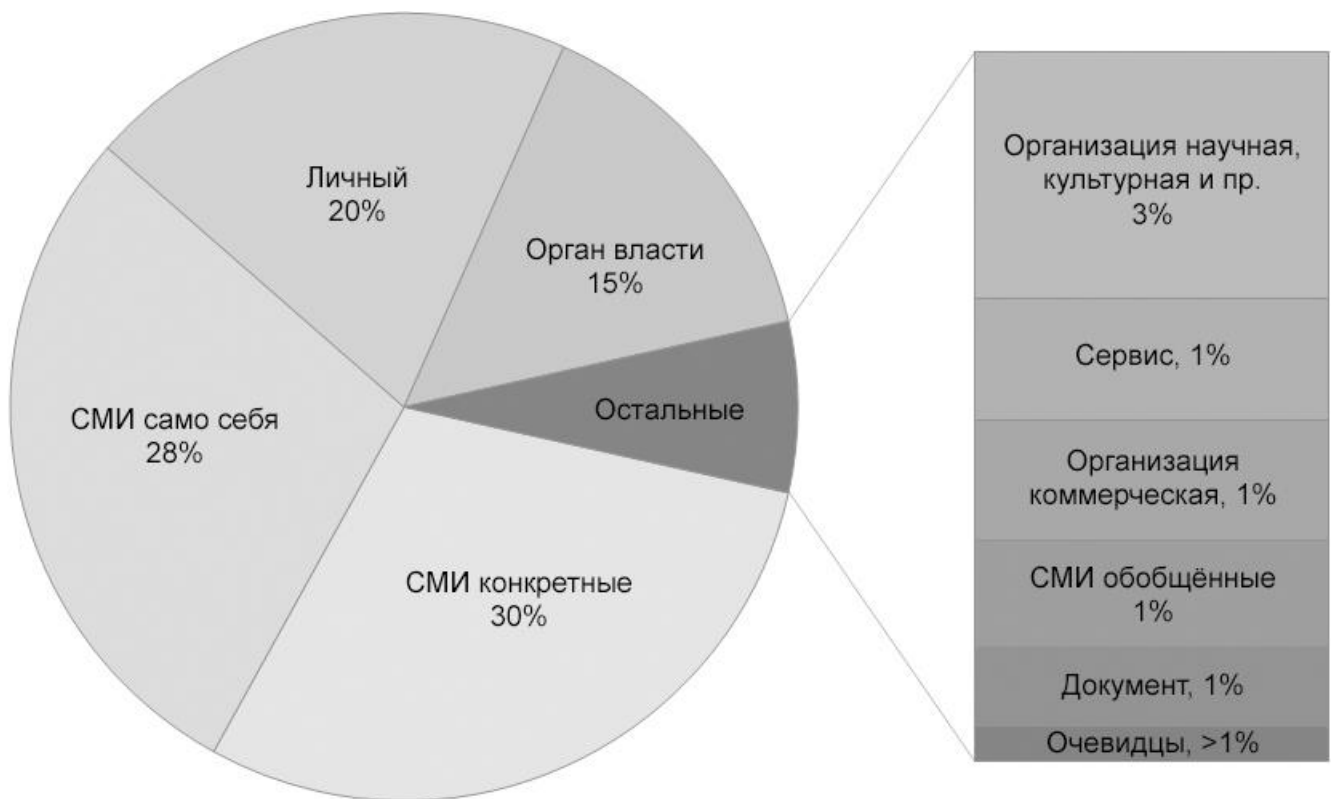


Рисунок 5 – Соотношение типов выявленных источников первого уровня

Второй уровень присутствует в 18,4 % рассмотренных указаний. Из-за того, что первый уровень является опорным и стягивает все указания на СМИ, на втором наиболее частотным типом оказывается личный источник, за которым следуют остальные упомянутые выше типы. Примечательно, что почти треть (29,3 %) выявленных источников составляют анонимные источники (*Специалист по кибербезопасности, пожелавший сохранить анонимность, рассказал газете, что...; Сообщило агентство Bloomberg со ссылкой на высокопоставленный*



*источник в Пентагоне; Несколько австрийских чиновников заявили Reuters, что...* и пр.) хотя они считаются наименее предпочтительными для авторов новостного сообщения, так как подразумевают дополнительную ответственность за транслируемую информацию для них и редакции в целом. Так, в «Редакционном стандарте» ТАСС приводится следующая градация источников информации по уровню надёжности (по убыванию): корреспондент ТАСС<sup>25</sup>, официальные источники первого и второго уровней<sup>26</sup>, неофициальный источник<sup>27</sup>, анонимный источник<sup>28</sup> [Редакционный..., 2019, с. 41]. Эту градацию стоит воспринимать как систему приоритетов, которой руководствуются авторы при создании новостного сообщения — если в качестве источника информации указывается анонимный субъект, значит, более приоритетные варианты по тем или иным причинам оказались недоступны авторам сообщения.

Так как в данной работе мы рассматриваем сообщения, опубликованные в 2023 году, большое количество указаний на анонимный источник можно связать в первую очередь с социальными и политическими факторами, влияющими как на возможности журналистов взаимодействовать с источниками, так и на желание источников делиться с ними информацией открыто. Напомним, что технологическая специфика работы с источниками, желающими оставаться анонимными, описывалась в разделе 1.4.

---

<sup>25</sup> Имеется в виду корреспондент агентства, находящийся на месте события и передающий информацию о происходящем.

<sup>26</sup> К официальным источникам первого уровня автор классификации относит представителей органов власти, компаний и других структур высших должностей, уполномоченных делать заявления от имени организации. К официальным источникам второго уровня — остальных сотрудников данных организаций, не уполномоченных давать заявления от имени организации, но обладающих интересующей журналистов информацией и готовых поделиться ей на условиях открытости (неанонимно, с указанием должности, обстоятельств получения сообщаемой информации и иных существенных для квалификации источника показателей).

<sup>27</sup> Под неофициальным источником в классификации понимается человек, не являющийся сотрудником организации, но обладающей интересующей журналистов информацией и готовый поделиться ей на условиях открытости.

<sup>28</sup> Корректнее было бы называть последние анонимизированными, так как они обезличиваются уже при трансляции сообщения, из-за дополнительных рисков журналистам в нормальной ситуации должно быть известно об их личности даже больше, чем об остальных информаторах.

Диаграмма с соотношением выявленных типов источников информации первого уровня представлена на рисунке 6.

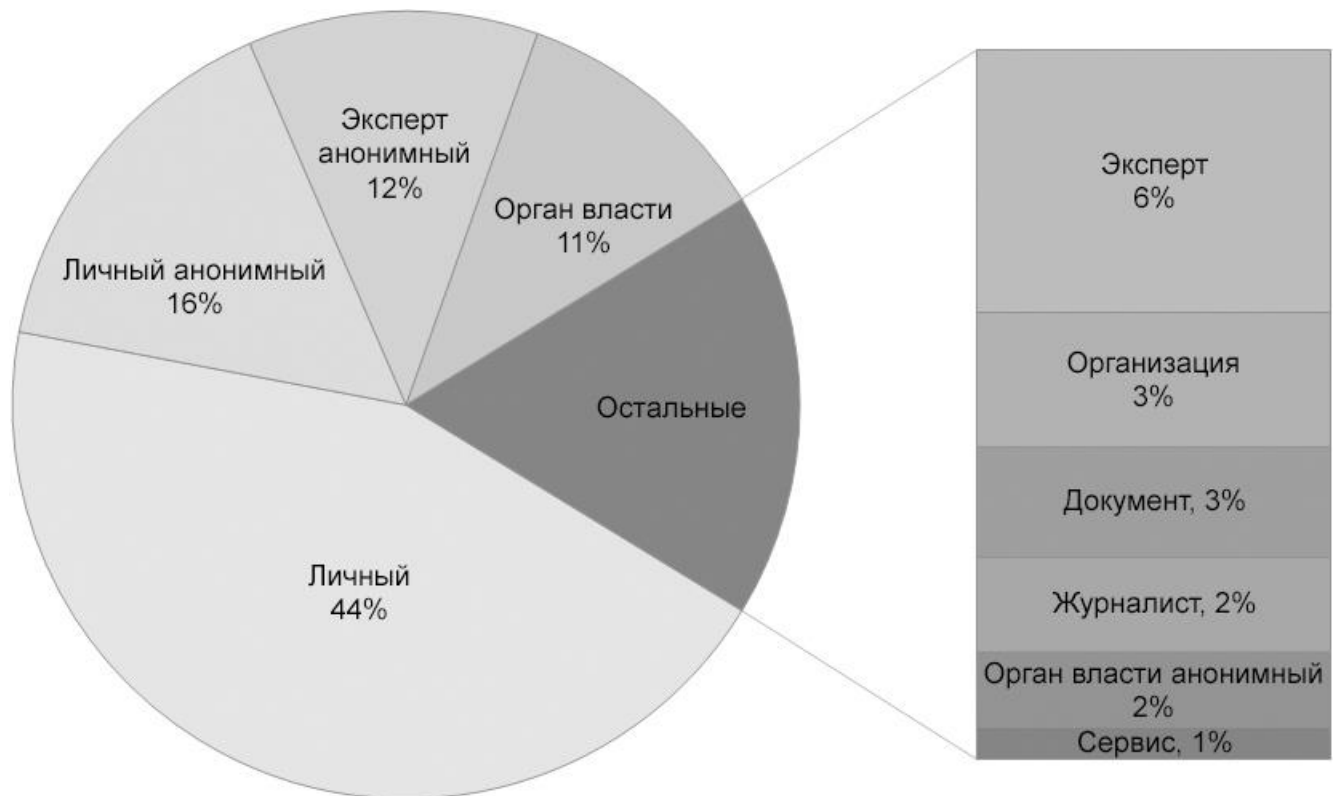


Рисунок 6 – Соотношение выявленных источников второго уровня

Отдельно стоит упомянуть и ссылки на нормативные правовые акты: *Против него возбудили дело по ст. 279 УК («Вооруженный мятеж»)* (РБК, 24.06.2023), *Следователи расследуют уголовное дело по факту покушения на убийство, совершенного общеопасным способом (ч. 3 ст. 30 п. «е» ч. 2 ст. 105 УК РФ)* (Известия, 15.07.2023), *Согласно ст. 20.3.3 КоАП, Владимиру Квачкову грозит штраф в размере до 50 тыс. руб.* (Коммерсант, 18.07.2023). По всем внешним признакам они соответствуют описанным выше указаниям на источник, однако отличаются от них полным отсутствием необходимости верификации. Авторитетность закона (не легитимность его исполнителей!) можно считать абсолютной в том плане, что она находится в оси *действительность – недействительность* на какой-либо конкретной территории, восприятие же адресатом его содержания оказывается несущественным. Вольно цитируя Б. Расселла, социальный порядок невозможен без уважения к закону; если вы

считаете закон плохим, у вас есть право попытаться его изменить, но не нарушать<sup>29</sup>. Иными словами, конкретный акт либо действует, либо нет; его возможно и отменить, но пока он действует, его содержание конститутивно является неоспоримым по условиям общественного договора, даже если адресат с ним не согласен.

В 0,73 % проанализированных новостных сообщений (24 из 3285) полностью отсутствовало указание на источник информации, при этом его невозможно было вывести из контекста, позиционирование сообщения не соответствовало ни редакционному материалу (ситуация источник — корреспондент), ни рекламному. Все 24 сообщения опубликованы в Telegram-каналах изданий, где сообщения в целом характеризуются более сжатыми формулировками и усечёнными указаниями на источник. Приведём несколько иллюстраций<sup>30</sup>:

*Возникшие из-за серии землетрясений опасения снижают интерес россиян к недвижимости в Турции: за месяц их активность сократилась на 40–60%. Курортные рынки страны сейчас поддерживает локальный спрос со стороны жителей пострадавших регионов. В перспективе это может способствовать и росту активности российских инвесторов в недвижимость, но пока те переориентируются на Таиланд, Черногорию, Индонезию и ОАЭ (Коммерсант, 28.02.2023).*

*Владимир Путин примет участие в мероприятии, посвященном 30-летию "Газпрома". Глава государства присоединится к нему по видеосвязи. Ожидается, что руководители компании и ее структурных подразделений доложат президенту о реализации стратегических проектов, в том числе о программе газификации, развитии трубопроводной системы и перерабатывающих производств, а также об участии в социальных инициативах (ТАСС, 17.02.2023).*

В первом случае сообщение представляет собой скорее аналитический комментарий, свойственный стилю повествования «Коммерсанта», однако за этим

---

<sup>29</sup> Исходный текст: «...respect for law is an indispensable condition for the existence of any tolerable social order. When a man considers a certain law to be bad, he has a right, and may have a duty, to try to get it changed, but it is only in rare cases that he does right to break it» [Russell, 2005, p. 83].

<sup>30</sup> Приводится полный текст сообщений.

комментарием нет никакой конкретной субъектности; обычно такие сообщения сопровождаются именем какого-либо эксперта или вариациями обезличенной формулировки «участники рынка». Второе сообщение соответствует анонсным релизам, распространяемым официальными правительственными представительствами, но источник здесь, опять же, никак не упоминается.

Способы языковой реализации указания на источник информации в новостном сообщении можно свести к двум группам. Первую составляют вариации назывного бессоюзного сложного предложения структуры *Источник: + Название источника*, например, *ИСТОЧНИК: [РИА НОВОСТИ](#)* (МК, 01.07.2023). Такая ссылка наиболее часто встречается в начальной или финальной части новостных заметок, публикуемых на сайтах изданий, а во многих редакциях и вовсе является обязательной составляющей текста<sup>31</sup>. Гиперссылка в ней может отсутствовать, но номинация источника обязательна. Указание второго типа не имеет фиксированной позиции, его можно свести к следующим моделям.

В текст источник информации может вводиться при помощи **именной субстантивной конструкции с предлогом *по***: *По словам Эмили Вайнштайн, исследовательницы из Центра по вопросам безопасности и инновационных технологий при Джорджтаунском университете...* (Коммерсант, 04.07.2023), *По данным статистического портала Opta...* (Известия, 16.07.2023), *По информации иракского электронного издания Sabereen News...* (КП, 19.11.2023).

С помощью **конструкции из относительного местоимения *как* и глагола**: *...как сообщается на сайте [Росгвардии](#)...* (РИА Новости, 05.06.2023), *Как рассказали «РИА Новости» в экстренных службах...* (РБК, 27.06.2023), *Как пишет WSJ со ссылкой на аналитиков по национальной безопасности...* (Коммерсант, 04.07.2023).

В-третьих, ссылка может быть представлена наречным словосочетанием ***согласно* и существительным в дательном падеже**: *Согласно данным*

---

<sup>31</sup> Среди рассмотренных изданий указание на источник структурно закреплено в финальном сегменте публикаций у «Московского комсомольца», в остальных изданиях оно используется ситуативно или не используется вовсе. Указание этого типа не встретилось нам ни в одном из сообщений, опубликованных в Telegram-каналах изданий.

«Яндекс.Карт»... (РБК, 24.07.2023), Согласно пресс-релизу RVI... (Коммерсант, 01.08.2023), Согласно документу... (ТАСС, 03.10.2023).

В роли ссылки может выступать **двусоставное простое предложение в составе сложного**: В Минобороны уточнили, что... (РИА Новости, 28.07.2023), В СБУ заявили, что... (Коммерсант, 05.08.2023), 20 июля Минск сообщил, что... (РБК, 05.08.2023).

Либо **распространённое определение** в составе простого предложения: ...говорится в заявлении, опубликованном в официальном [Telegram-канале](#) группировки (ТАСС, 08.10.2023), ...следует из обновленного списка на [сайте](#) немецкого правительства (Коммерсант, 02.10.2023), ...уточняется в карточке лота (РИА Новости, 23.12.2023)

Либо **двусоставное простое предложение**, в котором заимствуемая информация выражается посредством второстепенных членов предложения: МЧС сообщило о... (РИА Новости, 11.06.2023), Сегодня, 8 октября, правительство Израиля официально [объявило](#) о... (Коммерсант, 08.10.2023), Министр иностранных дел Колумбии Альваро Лейва заявил о... (ТАСС, 16.10.2023).

Либо **двусоставное простое предложение**, находящееся в контактной пре-или постпозиции по отношению к сообщаемой информации: На него обратили внимание [«Ведомости»](#) (РБК, 28.06.2023), Об этом сообщило украинское издание "Общественное. Новости" (ТАСС, 23.07.2023), Об этом сообщает [The Times of Israel](#) (Коммерсант, 20.10.2023).

Также может использоваться **односоставное безличное простое предложение в составе сложного**: ...сообщается в телеграм-канале СК (РИА Новости, 23.07.2023), В пресс-релизе уточняется... (Коммерсант, 04.10.2023), ...говорится в сообщении группировки в Twitter (Коммерсант, 28.10.2023),

**Двухуровневые ссылки** на источник информации реализуются как разнообразными сложными предложениями, так и единичными и несколькими простыми в контактной позиции: ...сообщает РИА Новости со ссылкой на Хорватское радио и телевидение (МК, 01.07.2023), ...следует из данных международного ценового агентства Argus, предоставленных РБК (РБК,

26.07.2023), Текст коммюнике министров финансов "семерки" цитирует итальянское агентство [ANSA](#) (ТАСС, 12.10.2023) и пр.

**Указание на материал собственного издания** обычно оформляется в тексте при помощи гипертекстовых ссылок, инкорпорированных непосредственно в повествовательную часть сообщения. Ссылка как правило закрепляется за опорным словом в предложении с первичным упоминанием инфоповода, номинация пути ссылки чаще всего отсутствует: *Ранее в этот день [длина автомобильной пробки на подъезде к Крымскому мосту превысила 9 км](#)* (Известия, 02.07.2023), *Накануне, 12 июля, Бен Уоллес высказал [мнение](#), что...* (Коммерсант, 13.07.2023), *Ранее запрет на использование техники Apple в служебных целях [ввели для сотрудников...](#)* (ТАСС, 20.07.2023). В публикациях некоторых изданий указание на собственную публикацию по теме новости закреплено в финальном сегменте структуры заметки; оно схоже с описанной выше схемой *Источник: + Название источника*, однако первая часть здесь меняется в зависимости от контекста, а во второй приводится название заголовка публикации, а не название издания: *Подробнее читайте в публикации «Ъ FM» [«Windfall tax смотрим в будущее»](#)* (Коммерсант, 17.07.2023). Как отмечает А. Р. Утяшев, подобные ссылки по теме «реализуют в себе истинную гипертекстуальность, что существенным образом трансформирует такие реалии традиционной печатной коммуникации, как текстовые границы, авторство, способы поиска и получения новостей» [Утяшев, 2015, с. 149]. Они помогают не только усилить достоверность посредством указания на уже опубликованные сообщения, но и избежать многократного дублирования одной и той же информации внутри издания.

Наконец, для наиболее компактного способа выражения косвенного опосредованного свидетельства авторы обращаются к односоставным предложениям, состоящим только из названия источника. Обычно они обнаруживаются в ситуациях, когда авторы сообщения графически выделяют какую-либо цитату из массива текста в отдельный блок и указывают источник под ней, также их можно встретить в составе БСП заголовочных комплексов: *Reuters: ЕС в ближайшие месяцы начнет антимонопольное расследование против*

*Microsoft* (Коммерсант, 03.07.2023), *Силуанов: российская экономика по итогам 2023 года может вырасти на 2,5%* (Коммерсант, 26.08.2023), *СЦКК ДНР: ВСУ выпустили 4 снаряда по Валерьяновке в ДНР* (РИА Новости, 05.09.2023).

Важную роль в конструировании авторитетности и достоверности новостного сообщения играет гипертекстовая ссылка. С. А. Стройков определяет её как «важнейший элемент структуры электронного гипертекста, являющийся основным средством когезии и средством обеспечения когерентности, обеспечивающий нелинейность, интерактивность и мультимедийность электронного гипертекста» [Стройков, 2019, с. 101–102]. Стоит сказать, что среди исследователей (О. В. Дедовая, Е. В. Зыкова, В. А. Каменева, Е. С. Клочкова, О. В. Лутовинова, А. С. Махов, С. Г. Носовец, А. Нуршатаева, С. С. Панфилова, Р. К. Потапова, Ю. И. Прудникова, Т. И. Рязанцева, А. А. Селютин, С. А. Стройков, В. Н. Сурина, Е. Унгурияну, А. Р. Утяшев, В. А. Шульгинов, Е. В. Юртаева и др.) нет единого мнения о лингвистической сущности гипертекстовой ссылки и её месте в языковой системе, под вопросом находится и само рассмотрение её в рамках лингвистики в целом. Сомнения отчасти снимаются рассмотрением гиперссылки с прагматической стороны.

В контексте новостного сообщения можно говорить о двух основных сценариях её использования. Наиболее частотным является тот, при котором текстовая ссылка на источник информации подкрепляется гиперссылкой, которая добавляется к опорному в смысловом плане слову в предложении первого упоминания (глагол действия, наименование источника или канала распространения): *Об этом пишет [The Wall Street Journal](#) (WSJ) со ссылкой на источники* (Коммерсант, 04.07.2023), *Об этом 28 октября [сообщил](#) Следственный комитет (СК) РФ* (Известия, 28.10.2023), *...сообщает авиакомпания в [Telegram-канале](#)* (РИА Новости, 15.12.2023). При создании образа авторитетности гиперссылка в такой роли играет не первостепенную, но явно значимую усилительную роль: с одной стороны, в глазах читателя она часто выступает подтверждением существования источника, особенно когда ведёт к конкретной публикации, с другой, сигнализирует об открытости со стороны адресанта и его

интенции сэкономить время читателя, давая ему возможность, при желании, проверить достоверность информации.

Менее частотным, но не менее интересным вариантом использования гиперссылок являются случаи, когда гипертекстовая ссылка выступает как самостоятельная единица выражения эвиденциальности, полностью замещая собой лексические средства категориального выражения: *Расследование связано с [поданной](#) еще в 2020 году жалобой другого корпоративного мессенджера — Slack, принадлежащего компании Salesforce (Коммерсант, 03.07.2023), Ранее, 3 июля, в Венесуэле при проведении тренировочного полета [потерпел крушение многоцелевой истребитель Су-30МК2](#) (Известия, 26.07.2023), В Тель-Авиве пострадали не менее [девяти](#) человек (РБК, 07.10.2023)*. Она помещается непосредственно в высказывание, требующее наличия отсылки к источнику, и справляется со своей функцией в условиях полного отсутствия привычных маркеров эвиденциальности, полностью замещая собой их и прикрепляясь к первому опорному (чаще всего глаголу, как и в случае усилительного употребления) слову смыслового блока.

Она может принимать участие не только в формировании категории эвиденциальности, то есть непосредственно служить указанием на источник информации, но и облегчать доступ читателя к другой релевантной информации, фигурирующей в тексте новостной заметки: *В социальных сетях и мессенджерах получило [распространение видео](#), на котором двое молодых людей - беженцы из Украины сообщают, что получают пособие и отправляют данные средства ВСУ (КП, 04.10.2023)*. Это также проявление категории эвиденциальности: автор ссылается на источник информации, однако в подобных случаях отсылка является скорее избыточной, её отсутствие не имеет негативного эффекта для сообщения, а присутствие направлено на позитивную реакцию со стороны адресата. Такое использование гиперссылки способно реализовать сразу несколько задач: указание на дополнительный источник информации и, как следствие, поддержание контакта с читателем, стимуляция доверительного отношения и уверенности в достоверности сообщения. При помощи гиперссылок могут вводиться указания и



на какие-либо значимые ресурсы. Например, на тексты документов: *В опубликованном документе (.pdf), в частности, утверждается, что подставная компания Хантера Байдена получила \$3,5 млн в феврале 2014 года от Елены Батуриной, президента компании Inteco Management* (Коммерсант, 09.08.2023).

## 2.2 Цитирование

Значительное место в новостном сообщении занимает передача чужой речи. На материале русского языка проблема получила наиболее широкое теоретическое осмысление в трудах М. М. Бахтина [Бахтин, 2002 и др.] и Н. Д. Арутюновой [Арутюнова, 1986 и др.], среди исследований медийного и политического дискурсов можно выделить работы О. А. Блиновой [Блинова, 2010], Ю. П. Волынец [Волынец, 2015], А. В. Кулешовой [Кулешова, 2014], А. М. Ломова [Ломов, 2012], С. И. Сметаниной [Сметанина, 2002], Е. Д. Терентьевой [Терентьева, 2016], Е. А. Чубай [Чубай, 2016] и пр. В тексте чужая речь может передаваться разными способами, однако конкретизация каждого из них в рамках данной работы не несла бы никакой существенной практической ценности, поэтому будем называть выявленные случаи передачи чужой речи цитированием, понимая под этим введение в сообщение (текст) фрагментов другого сообщения (текста).

Добавление в новостное сообщение фрагментов чужого текста реализует несколько функций. Е. Д. Терентьева [Терентьева, 2016] утверждает, что основными из них являются обусловленные прагматическими потребностями адресанта замещение, иллюстрация и аргументация. В «Редакционном стандарте» ТАСС акцент делается на то, что цитата «повышает доверие к новости, делает текст более содержательным...» [Редакционный..., 2019, с. 84], там же отмечается, что в определённых условиях цитата сама по себе может стать новостью. Мы склонны полагать, что функциональный диапазон цитирования в новости широк, а отдельные функциональные возможности и вовсе превышают непосредственно авторский текст. Во-первых, формат обязывает адресанта выстраивать сообщение

таким образом, чтобы оно не содержало личной оценки, беспристрастно отражало окружающие его реалии, не содержало в себе компонентов повышенной эмоциональности и пр. — практически все подобные языковые ограничения можно обойти при помощи передачи чужой речи, ведь оно позволяет адресанту не давать свою оценку напрямую, а использовать для этого высказывания третьих лиц, которые можно подобрать таким образом, чтобы они совпадали с желаемой позицией. Во-вторых, как уже отмечалось в первой главе, цитируя авторитетного субъекта, авторы сообщения становятся бенефициарами его авторитета, соответственно, на уровне содержания всего сообщения могут позволить себе больше, чем остальные новостники. В-третьих, цитата — удобное пространство для реализации манипулятивных тактик (см. раздел 2.5).

Соотношение выявленных типов источников цитирования приводится на рисунке 7.

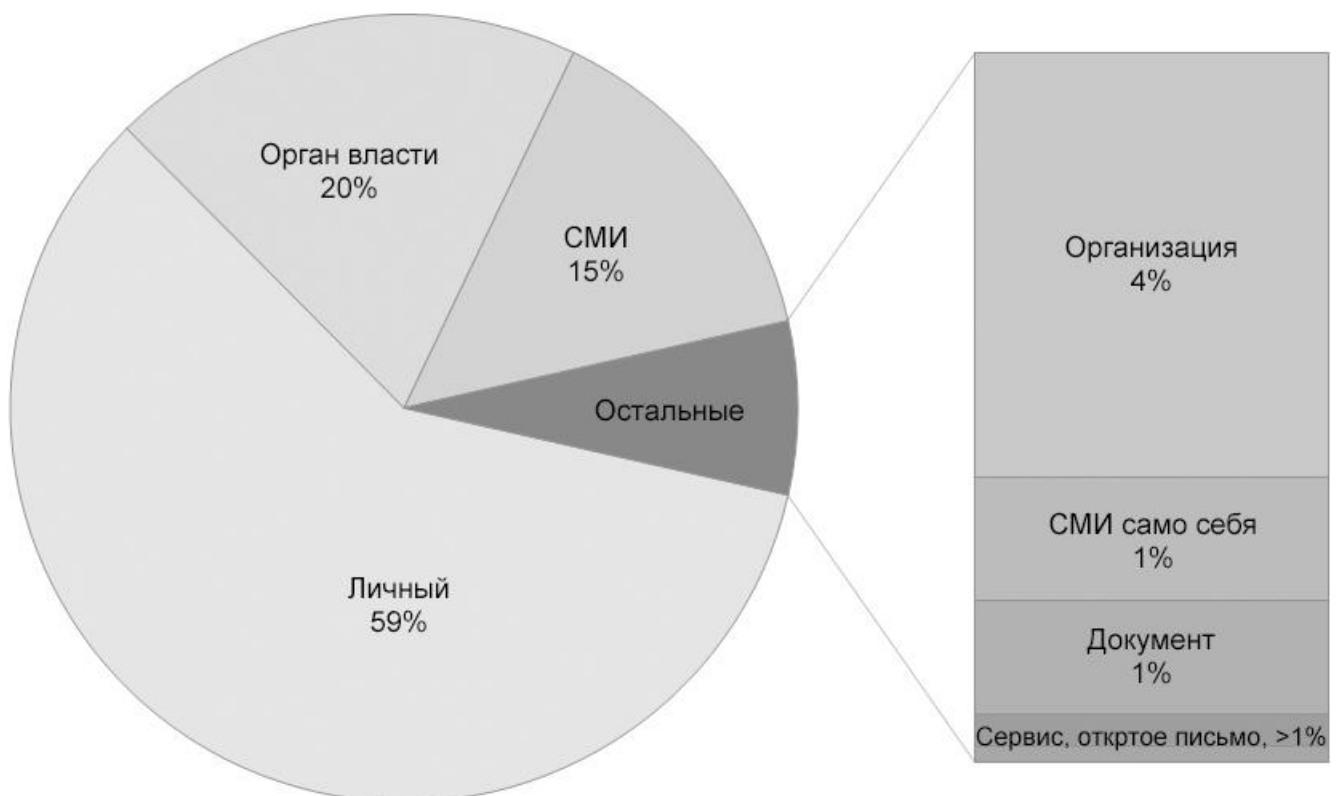


Рисунок 7 – Соотношение выявленных типов цитируемых источников

## 2.3 Средства усиления достоверности

**Маркирование уверенности.** Субъективная оценка адресанта сообщаемой им информации в той или иной степени присутствует в каждом высказывании, обретая или не обретая эксплицитную форму, а «модальные слова, которые принято называть показателями достоверности (*безусловно, конечно, действительно* и т. п.), <...> служат знаком того, что говорящий по каким-то причинам настаивает на своей оценке» [Краснова, 2007, с. 74]. Она также может выражаться и нелексическими средствами — типом предложения, наклоном глагола, логическим и эмфатическим ударением. Уверенность занимает крайнее положение на модальной шкале степени достоверности (категорическая достоверность), на противоположной стороне которой находится неуверенность (описывается в разделе 2.4). Стоит отметить, что в одном высказывании возможно присутствие нескольких (даже противоположных) модальных значений, они могут дублироваться, накладываться друг на друга, функционировать параллельно или вступать в конфликт, образуя систему приоритетов восприятия модальности.

Присутствие маркеров подчёркнутой уверенности в достоверности, истинности<sup>32</sup> и пр. составляющих новостного сообщения легко объясняется его конститутивными установками на удовлетворение соответствующих параметров. Совпадение показателей достоверности сообщения и уверенности в сообщаемом, впрочем, необязательно: «достоверность может быть высокой, тогда как уверенность в сообщаемом автор сознательно демонстрирует низкую. И наоборот: достоверность содержания сомнительна, однако адресант выражает твёрдую уверенность в истинности и точности сообщения. В этом случае модальные средства используются и как средства реализации коммуникативных тактик и приёмов речевого воздействия (например, тактик прогнозирования, уловок и др.)» [Кукса, 2008, с. 60].

<sup>32</sup> Эти маркеры иллюстрируют тесную взаимосвязь достоверности и категорий точности, объективности, информативности, фактичности и истинности — высокая степень уверенности в достоверности предполагает, что в этой степени (или с допустимой погрешностью) проявляются и все остальные категории, а низкая сигнализирует о том, что одна или несколько из них не соответствуют представлениям коммуниканта.

Подчёркнутая уверенность выражается<sup>33</sup>: вводными словами *без сомнения* (*нет сомнения*), *в самом деле*, *конечно*, *разумеется*; наречиями *безусловно*, *бесспорно*, *верно*, *действительно*, *достоверно*, *естественно*, *неопровержимо*, *несомненно*, *однозначно*, *определённо*, *очевидно*, *подлинно*, *поистине*, *точно*, *убедительно*, *явно* (часть слов может также выступать в роли вводных слов и предикативов); существительными *правда* и *факт*; личными формами краткого причастия *уверен* и причастной единицей *сам собой разумеющийся* (*само собой*); глагольными единицами *соответствовать действительности* и *не сомневаться*; а также частицей *да*. Компонент уверенности в них может опираться как на внутренние факторы (собственные ощущения адресанта), так и на внешние (научные факты и данные из других авторитетных источников, информация, которую можно подтвердить ежедневной эмпирикой и пр.). Примечательно, что значительная часть выявленных случаев использования данных маркеров находилась в пространстве цитат (не собственно авторский текст).

Наиболее частотным маркером уверенности оказалось вводное слово *конечно*, однако встречалось оно лишь в 0,88 % (29 из 3285) проанализированных новостных сообщений:

*Представитель генсека ООН Стефан Дюжаррик на брифинге сегодня, 25 сентября, сказал, что организация выступает против прославления нацистов. <...> «Мы, конечно, выступаем против любого чествования людей, которые активно участвовали в деятельности нацистов во время Второй мировой войны»,— сказал он (Коммерсант, 25.09.2023).*

Далее следуют случаи прямой декларации уверенности — 0,82 % (27):

*Израильская хакерская группировка WeRedEvils заявила, что получила доступ к программному обеспечению системы управления проектами нефтяной инфраструктуры Ирана. <...> «Мы уверены, что Иран уже понимает масштаб*

<sup>33</sup> Уверенность может выражаться и более «изысканными» способами. Так, в рассмотренных сообщениях мы не обнаружили рефлексивы *в известном смысле*, *в истинном смысле* и пр., но они хорошо описаны в работе «Манипулятивный потенциал метаязыковых комментариев в языке современных русских интернет-СМИ» Т. Б. Радбиля [Радбиль, 2022]: «Выражение *в истинном смысле*, по сути, означает, что лишь говорящему дано право судить, кто верует истинно, а кто нет. *В истинном смысле* всего-навсего означает ‘с моей точки зрения’, но говорящему нужно, чтобы эта точка зрения как бы разделялась всеми, т.е. была объективной истиной. Именно так она может быть навязана не критически воспринимающей сообщению аудитории» [там же, с. 14].

ущерба, который он имеет в настоящее время», — говорится в сообщении группировки в Twitter (Коммерсант, 28.10.2023).

Вводное слово действительно обнаружилось в 0,7 % (23) сообщений: *Президент России Владимир Путин через пять дней после попытки мятежа встретился в Кремле с руководством ЧВК "Вагнер", заявил пресс-секретарь главы государства Дмитрий Песков. "Действительно, президент имел такую встречу <...>", — сказал он журналистам (РИА Новости, 10.07.2023).*

Плотность распределения остальных выявленных маркеров находится ниже показателя 0,5 %: *точно* — 15 сообщений, *очевидно* — 7, *без сомнения (нет сомнения)* — 6, *безусловно* — 5, *несомненно, явно* — 4, *естественно, однозначно, определённо* — 3, *разумеется, правда, факт*<sup>34</sup>, *не сомневаться* — 2, *убедительно, неопровержимое* — 1:

*Как написала накануне газета The New York Times со ссылкой на чиновников, члены НАТО не могут договориться, что именно они пообещают Украине в ходе саммита. При этом, по данным издания, речи о приглашении **точно** не идет (РИА Новости, 11.07.2023).*

*«Это **правда**, что он отключал свою продукцию и услуги над Крымом раньше. Это отключение длилось месяц», — сказал руководитель ГУР Украины интервью медиакомпании Drive (КП, 23.09.2023).*

*Консерваторы заверяют, что располагают **неопровержимыми доказательствами** получения Джо Байденом взяток от иностранных компаний в бытность вице-президентом (Коммерсант, 14.06.2023).*

Единицы в самом деле, бесспорно, верно, достоверно, подлинно, поистине, сам собой разумеющийся (само собой), соответствовать действительности и да в рассмотренных сообщениях обнаружены не были. Стоит признать, что полученные количественные показатели вряд ли отражают популярность того или иного маркера; они свидетельствуют лишь о том, что в нашей выборке частота использования одного маркера оказалась выше частоты другого, а вывод о

<sup>34</sup> Не учитывались контексты типа *Он назвал абсурдным тот факт, что...*, *По факту авиакатастрофы возбуждено уголовное дело* и пр.

неактуальности необнаруженных единиц был бы несостоятельным, о чём свидетельствуют результаты других исследований: например, не обнаруженные нами в текущей выборке маркеры *само собой разумеется* и *само собой* описываются в работе И. Ю. Куксы [Кукса, 2008] как наиболее частотные, а единица *действительно*, наоборот, как маркер с низкой частотностью употребления; хотя это расхождение, впрочем, может быть обусловлено и существенной разницей в языке разных эпох, так как в исследовании И. Ю. Куксы рассматриваются тексты первой половины XIX века.

**Фактические и статистические данные.** Фактические и статистические данные составляют содержательное ядро новостного сообщения. Это числовые номинации, статистические данные, даты, имена собственные (названия лиц, наименования учреждений, топонимы, хрононимы и т. п.) и прочие фактические данные — любая количественная и качественная информация, источник которой указан и может быть независимо подтверждён. В плане языковых единиц они представляют собой номинацию объектов материального мира, числовые и статистические данные, находящие своё воплощение в существительных и числительных. Маркирование всех фактических и статистических данных в рассматриваемых сообщениях было бы излишним, так как именно они и составляют эти сообщения, поэтому мы приняли решение сфокусироваться на данных, содержащих цифры.

Данные с цифрами обладают высокой аргументационной силой. Как отмечает С. Г. Кара-Мурза, «числа представляют собой знаковую систему, которая оказывает неотразимое воздействие и на сознание, и на воображение. Магия числа в том, что оно, в отличие от слова или метафоры, обладает авторитетом точности и беспристрастности. Поэтому число — один из главных объектов манипуляции» [Кара-Мурза, 2005, с. 451]. Включённое в текст цифровое обозначение, «прерывая ряд слов, всегда останавливает на себе внимание <...> зачастую ещё до прочтения всей фразы» [Накорякова, 2000]. Оно «обладает значительной убедительностью и повышает доверие читателей к автору» [Болдырева, 2006, с. 91]. В результате проведённого анализа выяснилось, что фактические данные с цифрами

фигурировали в 45,94 % рассмотренных новостных сообщений (1509 из 3285), что в целом соотносится с другими исследованиями количественных номинаций в журналистских текстах<sup>35</sup>. Выявленные контексты охватывают все традиционно описываемые в полевых исследованиях категории — времени, меры, людей, денег и нумерации. Приведём несколько иллюстраций:

*В июле 2019 года была зарегистрирована рекордная среднемесячная температура +16,63 градусов (Известия, 31.07.2023).*

*Российский теннисист Аслан Карацев победил Киранпала Панну из Новой Зеландии в первом круге Mubadala Citi DC Open. Матч завершился со счетом 7:6 (7:3), 6:1, он длился 1 час 38 минут (Коммерсант, 31.07.2023).*

*По данным биржи на 20:12 мск, цена Brent снижалась на 0,63% - до \$73,81 за баррель (ТАСС. 07.12.2023).*

Данные с неточными цифровыми значениями описываются в разделе 2.4.

**Уточнение и подтверждение.** Масштабные кризисные события и сопровождающая их неопределённость увеличивают спрос на новости. При этом пропорциональное увеличение предложения в таких ситуациях представить сложно, во всяком случае, если мы говорим о качественной журналистике. Было бы не совсем корректно утверждать, что участники производства новостных сообщений не успевают за информационным потоком, скорее сам этот поток не подразумевает успевания, ведь он не имеет ни чёткой линейной структуры, ни очерченных темпоральных рамок. В момент публикации сообщения его авторы должны быть уверены в том, что оно соответствует всем требованиям и является достаточным в содержательном плане, однако новая значимая информация может появиться в любой момент — и с ней необходимо считаться.

Компоненты уточнения и подтверждения требуют присутствия какой-либо уже опубликованной информации, которую они дополняют. В случае с уточнением

<sup>35</sup> В исследовании Н. Н. Хухрянской анализируются тексты изданий «Аргументы и факты», «Белгородская правда», «Белгородские известия», «Деловой вторник», «Известия», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московский комсомолец в Белгороде», «Московский комсомолец», «Новая газета», «Российская газета», «Смена» за 2005–2009 годы — утверждается, что определённые количественные значения занимают «почти половину контекстов» [Хухрянская, 2009, с. 10]. С. И. Симакова [Симакова, 2010] рассматривает тексты газеты «Челябинский рабочий» (2007) и приходит к выводу, что цифровые обозначения в среднем присутствуют в 54,3% материалов газеты.

изначальная информация как правило не содержит никаких указаний на необходимость дополнения, так как в момент публикации она позиционируется как актуальная. Подтверждение же подразумевает несостоятельность каких-то компонентов репрезентации изначальной информации; обычно это связано не с самой информацией, а её отправителем — как позиционным авторитетом (должностной или социальный статус), так и осведомлённостью коммуниканта. И уточнение, и подтверждение сигнализируют о том, что транслируемая информация является актуальной и/или наиболее подробной. Обратимся к коммуникативным фрагментам, иллюстрирующим уточнение:

*Как передает Algemeen Dagblad, мужчина начал стрельбу в доме на улице Heiman Dullaertplein. Погибла 39-летняя женщина, также оказалась ранена ее 14-летняя дочь. Позднее в полиции уточнили, что она скончалась (Коммерсант, 28.09.2023).*

*В Калужской области ребенок погиб из-за схода снега с крыши одноэтажного дома, сообщил губернатор региона Владислав Шапша в телеграм-канале. Региональная прокуратура уточнила, что погибшему было семь лет (РБК, 17.12.2023).*

В первом случае описывается хронология произошедшего: сначала один источник сообщает о ранении девочки, затем другой утверждает, что она скончалась. В сообщении делается акцент на том, что между этими ситуациями был временной промежуток (*позднее*), из-за чего они воспринимаются как несколько отдельных событий, представленных в линейном повествовании. Издание позиционирует себя как источник, предоставляющий читателю актуальную и полную информацию. Во втором случае комментарии источников следуют друг за другом без временного разделения, таким образом, второй источник дополняет описание события первого. Издание позиционирует себя как источник, оперативно предоставляющий читателю актуальную и полную информацию. Примечательно, что в обоих коммуникативных фрагментах источником уточнения формально выступает более авторитетный субъект, находящийся в разных иерархических системах с предыдущим — в первом это полиция, следующая за изданием Algemeen Dagblad, во втором региональная прокуратура следует за губернатором



региона, при этом высказывания вторых позиционируются не как уточнение высказываний первых, а как автономный комментарий о событии.

Рассмотрим коммуникативные фрагменты с компонентом подтверждения:  
*США объявят о поставке Украине кассетных боеприпасов, об этом решении Пентагон уже проинформировал американских законодателей, сообщает The New York Times (NYT) со ссылкой на высокопоставленного представителя администрации Джо Байдена, говорившего на условиях анонимности* (Коммерсант, 06.07.2023). => *Пентагон подтвердил передачу Украине кассетных боеприпасов* (Коммерсант, 13.07.2023).

*В пресс-службе Росгвардии Северо-Западного округа подтвердили появившуюся в СМИ информацию о ДТП с грузовиком в Санкт-Петербурге, в результате которого погибли и пострадали несколько военнослужащих* (МК, 22.08.2023).

Оба коммуникативных фрагмента иллюстрируют ситуацию недостаточной авторитетности первичного источника. В первом случае издание указывает на другое издание, которое ссылается на анонимный источник и пытается усилить его авторитет при помощи характеристики *высокопоставленный представитель администрации Джо Байдена* (такие характеристики описываются в параграфе 3.1.2), однако анонимность субъекта мешает читателю воспринимать сообщаемую им информацию как истинную. Спустя неделю это же издание публикует сообщение со ссылкой на официальное правительственное ведомство, подтверждающее информацию, — и это подтверждение заставляет адресата воспринимать ту же информацию как истинную. Второй случай иллюстрирует аналогичную ситуацию, которая развивается уже в рамках одного новостного сообщения. Первичную позицию здесь занимает само подтверждение, за которым следует предваряющее его во временном плане описание события, сопровождающееся обобщённым источником (*появившаяся в СМИ информация*). Подтверждение здесь так же переводит сообщаемое в поле истинного.

**Аналитическое усиление.** Достоверность новостного текста может быть усилена приёмами, свойственными скорее аналитическим жанрам журналистики. Обращение к элементам аналитики связано с тем, что с её помощью автор,

ориентируясь на информационные ожидания адресата, может «подсказывать читателю ход познания при создании картины мира, акцентировать ту информацию, которая окажется значимой для правильной интерпретации, осуществлять комментарий, который сближает не только готовые, результирующие представления его и читателя, но и прогнозирует сближение их интенциональных состояний и мировоззренческих позиций» [Манаенко, 2016, с. 34]. В 2,28 % (75 из 3285) рассмотренных сообщений присутствуют элементы аналитического комментария, представленные в основном в виде сравнительных и сопоставительных заключений со статистическими данными. Встречаются они в основном в новостях экономической и смежных тематик. В качестве дающего комментарий эксперта может выступать как автор новостного сообщения (первый фрагмент), так и упоминаемый субъект (второй фрагмент):

*К 21:12 мск фьючерс на Brent замедлил снижение до \$77,07 за баррель (-4,93%). В то же время фьючерс на нефть марки WTI с поставкой в январе находился на уровне \$72,82 за баррель (-4,44%) (ТАСС, 16.11.2023).*

*Проект Tinkoff Data банка «Тинькофф» сообщил, что средняя цена на поездку в такси в ноябре этого года составила 343 рубля, или на 8% ниже, чем в августе, но на 21% больше, чем в ноябре 2022. По информации банка «Русский стандарт», средний чек на такси в этом месяце составил 455 рублей – это на 4% меньше августа и на 20% дороже, чем в ноябре прошлого года (КП, 01.12.2023).*

В одном из сообщений было обнаружено указание на привлечение дополнительных экспертов:

*Ассоциация производителей пива, солода и напитков (АПП) направила главе Минфина Антону Силуанову предложения «по обелению рынка». В письме ассоциация, в частности, предлагает установить счетчики на производстве для предприятий всех размеров, ужесточить ответственность за нелегальный оборот и контроль за разливным сегментом, а также упразднить категорию «пивные напитки», под которой выпускаются и коктейли. Другие участники рынка видят в некоторых предложениях попытку получить дополнительные преференции. Эксперты также отмечают, что для выявления сомнительных*

*«пивных напитков» Росалкогольрегулированию достаточно усилить контроль за наименованием вводимой в оборот продукции и расширить число поводов для проведения проверок (Коммерсант, 07.06.2023).*

Примечательно, что акцент здесь делается на комментариях экспертов, а не их личности, которые, к тому же, вовсе не раскрываются — в качестве источника выступает анонимный субъект.

Наибольшую частотность среди приёмов данной группы показали предоставление вспомогательной информации (12,97 % сообщений, 426 из 3285) и детализация (6,67 %, 219 из 3285). Оба приёма используются для увеличения предоставляемой адресату информации, при этом детализация направлена на проработку подробностей непосредственного содержания сообщения, а предоставление вспомогательной информации, как следует из названия, носит вспомогательный характер и, как правило, занимает в структуре новостного сообщения позицию бэкграунда. Проиллюстрируем реализацию приёма предоставления вспомогательной информации:

*Мария Розанова родилась в Витебске, окончила искусствоведческое отделение МГУ. Преподавала во ВГИКе, Абрамцевском художественном училище, студии Театра Моссовета. В 1965 году ее мужа Андрея Синявского обвинили в антисоветской пропаганде и отправили отбывать наказание в Мордовии. В 1973 году, спустя два года после досрочного освобождения Синявского, Мария Розанова вместе с мужем уехала в Париж. Она была издателем, а позднее главным редактором журнала «Синтаксис», который издавался в Париже с 1978 по 2001 год. С журналом работали писатели Ефим Эткинд, Юлия Вишневецкая, Павел Литвинов, Игорь Голомиток (Коммерсант, 13.12.2023).*

Приведём примеры детализации:

*В санкционный список включены председатель Национальной государственной телерадиокомпании Белоруссии Иван Эйсмонт, начальник управления профилактики МВД Олег Каразей и еще семь лиц - Алена Литвина, Алексей Талай, Александр Кривец, Владимир Караник, Анна Пушкарева, Сергей и Ольга Шейман (ТАСС, 09.08.2023).*

*Работы детей собирали в больницах Нижнего Новгорода, Тулы, Нижневартовска, Чехова, Санкт-Петербурга, Сыктывкара, Казани, Ярославля, Воронежа, Липецка, Красноярска (Известия, 04.10.2023).*

*Российское военное ведомство в последние дни сообщало о поражении на Украине центра подготовки и применения беспилотников, цеха по производству и ремонту радиолокационных станций, складов топлива и авиационных средств поражения и т. д. (РБК, 29.11.2023).*

**Указание на актуальность информации.** Актуальность является значимым критерием качества новости, поэтому стремление авторов подчеркнуть актуальность их сообщения не вызывает удивление. Другое дело, что сам факт публикации сообщения как новости подразумевает его актуальность, поэтому акцентирование на этой актуальности должно сигнализировать в чём-то ещё. Действительно, маркер актуальности встречается далеко не в каждом проанализированном тексте — плотность его присутствия не превышает 1 %. Обратимся к коммуникативным фрагментам:

***По последним данным, при взрыве на территории Загорского оптико-механического завода пострадали 60 человек, восемь пропали без вести, одна женщина погибла (РБК, 09.08.2023).***

***По данным сайта банка на 14.55 мск, доллар в банке можно было купить за 88,25 рубля, а евро - за 94,1 рубля (РИА Новости, 24.08.2023).***

***Глава СПЧ заключил, что, по актуальным данным, нападавшие не являются противниками спецоперации, а наоборот, активно участвуют в организации патриотических мероприятий (МК, 17.08.2023).***

На наш взгляд, в большинстве случаев этот маркер вводится с целью указать на стремительность развития события и подготовить адресата к тому, что в дальнейшем возможно появление информации, отличающейся от того, что он только что прочитал. Иными словами, авторы указывают, что транслируемая ими информация является актуальной в момент публикации — она, конечно, достоверна, но через какое-то время может перестать соответствовать действительности.

**Апелляция к органам чувств адресата.** Человек взаимодействует с окружающим миром при помощи органов чувств. Благодаря глазам, ушам, носу, языку и коже наш мозг получает информацию от внешних раздражителей, анализирует её и направляет ответный сигнал к другим органам. То, что мы увидели собственными глазами, услышали собственными ушами и пр. (а затем, соответственно, самостоятельно обработали), в нормальной ситуации оказывается для нас приоритетной интерпретацией, не требующей дополнительной верификации, в отличие от той, которую мы получили от других коммуникантов. Не верим глазам своим мы, как правило, только в экстраординарных ситуациях — и эта поведенческая характеристика создаёт широкое поле для воздействия на адресата, которая повсеместно используется в коммуникации.

Прямое обращение к органам чувств адресата в новостном медиатексте используется достаточно редко в силу их жанровых особенностей и как правило ограничивается конструкциями с *видно...*, *слышно...*, *чувствуется...* и др., а также приведением цитат с компонентами повышенной эмоциональности, сопровождающими визуальный или аудиовизуальный вставной элемент. Гораздо чаще его можно встретить в более крупных журналистских жанрах, например, в некоторых видах репортажей, в которых перед автором стоит задача создать эффект присутствия читателя на месте описываемого события. А наиболее яркие примеры, разумеется, стоит искать в художественных текстах.

Чувственно-эмоциональная часть новостного сообщения может стать его «технологической базой, которая незаметно включает в отношении адресата гипнотический процесс внушения, предполагающий запуск его подсознательных психических механизмов заражения, сопереживания и подражания» [Зарипов, 2024, с. 61]. Здесь прямая апелляция используется для достижения нескольких прагматических целей. Во-первых, она выполняет функцию маркера прямой эвиденциальности, то есть указания на источник транслируемой информации, сопряжённый с непосредственным восприятием ситуации. Во-вторых, это восприятие накладывается на адресата, а не транслируется адресантом, что подталкивает адресата к восприятию транслируемой информации как собственного

умозаключения или совершению интеллектуальных операций для вынесения вердикта, который уже предоставлен авторами сообщения — не *Я услышал...*, *Мы заметили...*, а *На записи слышны...*, *На фотографиях вы можете обнаружить...* Это позволяет усилить достоверность новостного сообщения и снизить вероятность сопротивления авторитетности со стороны адресата, так как он оказывается фактически включённым в процесс интерпретации предлагаемого события.

Наиболее часто встречающимся приёмом апелляции к органам чувств адресата в новостных сообщениях является обращение к его **зрению**. Частотность обращения к визуальному связана с тем, что оно позволяет достигнуть коммуникативного эффекта меньшими ресурсными потерями со стороны обоих коммуникантов. Если для фиксации и передачи аудиальной стороны события необходимы устройства и форматы, предполагающие нестатичную, продолжительную запись и воспроизведение, то визуальную сторону можно передать и статичными средствами — фотографией, скриншотом, вставным фреймом (например, вставкой поста из Telegram) и пр. А адресату, который уже задействует глаза для чтения новостного текста, не нужно обращаться к другим органы чувств для потребления предлагаемых визуальных вставок.

В подавляющем большинстве случаев зрительная апелляция реализуется неязыковыми средствами — добавлением в медиатекст упомянутых выше визуальных средств без имплицитных комментариев, так как предполагается, что они априорно являются для читателя более привлекательными, чем само сообщение, ведь визуальная информация воспринимается быстрее и легче, чем текстовая. Поэтому в структуре новости визуальные элементы размещаются как правило в начальных позициях, но всегда после заголовочного комплекса. Приведём примеры типичных языковых способов таких апелляций:

***На кадрах видно, как автомобили начинают движение*** (Известия, 02.07.2023).

*Как сообщает Телеграм-канал "112", неизвестный мужчина увел ребенка из магазина. На видео с камер наблюдения зафиксировано, что мужчина в серых*

*шортах и синей майке общается с девочкой и рассматривает с ней витрину (МК, 18.07.2023).*

*«У задержанного водителя Skoda Yeti имеются явные признаки алкогольного опьянения», — рассказал собеседник (Известия, 06.08.2023).*

Чаще всего подобные комментарии сопровождают вставной элемент-источник (видео, фото, фрейм и т. д.), но во многих новостных сообщениях он отсутствует — в таком случае авторы либо указывают к нему путь при помощи гиперссылки или без неё (например, *В прямом эфире телеканала выступил...*), либо сообщают, что он есть в распоряжении редакции или что редакция с ним ознакомилась (например, *Документ есть в распоряжении «Известий»*), либо не дают никаких указаний на первоисточник и редакционное взаимодействие с ним, но такие случаи редко встречаются в крупных изданиях. Встречаются и новостные сообщения, содержащие непосредственный призыв к использованию зрения типа *Посмотрите, какой была мощная вспышка на Солнце, вызвавшая..., На город обрушились сильнейшие ливни — смотрите, как выглядят последствия...* и пр.

Частным случаем зрительной апелляции является использование чужой речи, где воздействие достигается за счёт авторитета цитируемого субъекта (обычно политика) и использовании им дополнительных экспрессивных компонентов, стимулирующих чувственную реакцию со стороны адресата: *Председатель парламента Грузии Шалва Папуашвили призвал к спокойствию митингующих в Тбилиси против законопроектов об иноагентах. "Я обращаюсь к гражданам, собравшимся у парламента, чтобы они оставались в рамках мирного собрания. Мы видим, что, к сожалению, радикальная оппозиция своими заявлениями и планами старается всячески обострить ситуацию, призвать граждан к нарушению закона, и за этим мы наблюдаем в прямом эфире", — сказал Папуашвили 8 марта в эфире грузинского телеканала "Имеди" (ТАСС, 09.03.2023).*

Добавление в новостной медиатекст аудиальных компонентов требует от адресата совершения дополнительных действий (воспроизведение видео- или аудиофайла) и актуализации слуха, поэтому используется реже, чем визуальные. Как правило **слуховые апелляции** представляют собой не комментарии к

вставным элементам, а одиночные констатирующие конструкции, содержащие указание на первоисточник:

*Звуки автоматных очередей звучат в Пскове* (МК, 31.08.2023).

*Около часа назад сирены воздушной тревоги снова зазвучали в центральных регионах Израиля: в городе Реховот, в Ришон-ле-Ционе и в районе, прилегающем к сектору Газа* (Известия, 11.10.2023).

*Украинское издание ТСН сообщает в своем Telegram-канале, что на юге и севере Киевской области слышны взрывы* (РИА Новости, 22.10.2023).

Развёрнутые комментарии обычно встречаются в случаях, когда издание публикует сообщение с аудиальным компонентом раньше других медиа:

*В распоряжении «Известий» есть аудиозапись разговора заказчика и исполнителя акта вандализма, при этом заказчик этого инцидента говорил с украинским акцентом, а исполнитель заявил, что работа предстоит еще в двух квартирах* (Известия, 18.10.2023).

Обращения к остальным органам чувств адресата встречаются значительно реже из-за технологических ограничений трансляции соответствующих триггеров. Несмотря на все существующие разработки, цифровая передача запахов ещё не стала массовой, поэтому авторы новостных сообщений вынуждены довольствоваться лишь языковыми возможностями и синестетическими проекциями. **Обонятельные апелляции** могут быть как развёрнутыми и тяготеть в художественности, так и представлять собой короткие констатирующие конструкции. Первые обычно передаются в чужой речи, вторые — инкорпорируются в авторский текст:

*“Тела погибших ВСУ бросают. Страшное зрелище. У нас очень жарко, запах стоит страшный от разлагающихся тел сотен людей, когда ветер дует в нашу сторону, дышится с трудом. Мало того, что они не забирают - когда им предлагают: давайте, забирайте - они не эвакуируют”, — рассказал Рогов* (КП, 25.07.2023).

*Ранее сообщалось о том, что в здании Минобороны РФ на Фрунзенской набережной произошел пожар на одном из балконов. Также в ряде Telegram-*



каналов очевидцы *сообщали о едком запахе в районе здания военного ведомства* (ТАСС, 25.05.2023).

**Призыв.** Квалификацию призыва как средства усиления достоверности сообщения можно посчитать спорной. Под призывом мы понимаем обращение к адресату с целью побуждения его к совершению каких-либо действий. Призыв традиционно рассматривается как проявление директивной деонтической модальности [Баранов, 1993] с узкой функциональной рамкой, при этом, по А. Г. Баранову, в реальных текстах деонтическая, аксиологическая и эпистемическая функции находятся в сложной взаимосвязи и часто «выступают лишь как квалификаторы субъективной межличностной модальности, усиливая, ослабляя, конкретизируя, переключая прагматические интенциональные параметры и способствуя созданию функциональной перспективы текстов» [Баранов, 1995, с. 59]. Мы исходим из того, что призывом адресант «приглашает» адресата к участию к интерпретации предлагаемого события, фактически навязывая ему собственные заключения (аналогично описанным ранее апелляциям к органам чувств), тем самым достигая прагматического эффекта усиления достоверности сообщения. К. Бредемайер справедливо отмечает, что, добавляя в сообщение призыв, «вы не спрашиваете мнения, вы озвучиваете уже готовое решение» [Бредемайер, 2005, с. 86], он позволяет «умиротворить собеседника или спровоцировать; выявить факты или скрыть факты; разубедить в чем-то или внушить что-то; побудить к чему-либо или демотивировать; заострить внимание на предмете обсуждения или на личности собеседника; просить поделиться впечатлениям или допрашивать; выявить оценку или признать оценку ошибочной; попросить объяснения или потребовать оправдания; призвать к более детальному описанию или перекрыть источник красноречия» [там же].

Выявленные в рассмотренных сообщениях призывы можно разделить на две группы — транслирующиеся через чужую речь (при цитировании) и исходящие от авторов сообщения, включённые в непосредственно авторский текст. Первая группа является более слабой в плане потенциала достижения описанного выше прагматического эффекта и в большей степени помогает продемонстрировать

позицию цитируемого субъекта: *Силы ПВО сбили ракеты близ судостроительного завода им. Бутомы в Керчи, сообщил глава Крыма Сергей Аксенов в телеграм-канале. <...> «Пострадавших нет. **Соблюдайте спокойствие и доверяйте только официальным источникам информации**», — написал он (РБК, 04.11.2023).*

Прагматический потенциал второй группы призывов, напротив, можно квалифицировать как сильный. Часть из них направлена на вовлечение адресата в текущее новостное сообщение, ему предлагается совершить какое-то действие с содержащейся в сообщении информации: ***Знакомьтесь, Филип Бунс, он же Пиппа Бунс** — старший директор находящегося на грани разорения банка Credit Suisse (МК, 16.03.2023).*

Пространственно-временные рамки других не ограничивались конкретным сообщением, при чём в некоторых из них присутствовала контекстуальная привязка к сообщению размещения, то есть призыв относился как к самому сообщению, как и ко всем остальным, а в некоторых призыв был изначально направлен на пространство шире сообщения размещения (см. коммуникативный фрагмент ниже):

*Сайт KP.RU в онлайн-режиме публикует последние новости о военной спецоперации России на Украине на 2 июля 2023 года. **Следите за событиями вместе с нами** (КП, 02.07.2023).*

**Использование специальной лексики.** Язык новостей, как и других жанров журналистики, неоднороден и определяется в первую очередь целевой аудиторией издания. Лексический пласт сообщений общественно-политического издания явно будет отличаться от экономического или, например, медицинского. Если опустить нелитературный уровень и проявления разговорности, основные различия будут виднеться на уровне специальной лексики — терминов. При этом важно обозначить два взаимосвязанных момента. Во-первых, аудитория и спектр освещаемых тем у общественно-политических изданий (хотя, пожалуй, это определение уже стало не вполне подходящим) значительно шире, чем у специализированных. Общественное и политическое значение вполне могут иметь и не общественно-политические темы, поэтому присутствие в их текстах

специальной лексики из соответствующих сфер вполне понятно. Во-вторых, несмотря на то, что в определение слова «термин» заложен показатель ограниченности сферы знания, представляется логичным, что не все используемые в новостях термины равнозначны в плане восприятия их специализированности. Предполагаем, термины *инвестиция* и *экстрадиция* для большинства читателей новостей являются более привычными, чем *редомициляция* и *мискодинг*. Первые всё ещё напрямую связаны со своими сферами знания, но при этом оказываются понятными читателю, что сокращает дистанцию между адресатом и стоящим за термином значением. Вторые же не успели обрести распространения в неспециализированных текстах и оказываются адресату непонятными, из-за чего создаётся дистанция не только между адресатом и значением термина, но и между адресатом и адресантом, позволяющая второму позиционировать себя как обладателя значимого знания, эксперта:

*По мнению участников рынка, он мог приводить к начислению миллионов рублей в месяц на эквайеров, а перекладывание их на розничные компании способно ограничить рост безналичного оборота. Впрочем, НСПК сохранила другие виды штрафа, ограничивающие мискодинг* (Коммерсант, 10.01.2023).

*При использовании цветков, незрелых ягод, листьев, может наступить отравление амигдалином, который переходит в синильную кислоту* (МК, 16.07.2023).

*Зарегистрированная на Кипре компания TCS Group, которая владеет Тинькофф-банком, планирует провести редомициляцию* (Коммерсант, 10.11.2023).

Возникающая между адресатом и содержанием термина дистанция за рамками конструирования авторитета субъекта — явление скорее негативное, так как непонятные новости сложно считать хорошими. Из-за этого подобные термины часто сопровождаются пояснениями либо со стороны авторов новости (авторский текст или примечания редакции), либо со стороны цитируемого спикера, если он давал комментарий с пониманием того, на какую аудиторию он рассчитан:

*Его уже отключили от аппарата искусственной вентиляции легких, он без массивной седации, периодически ему вводят для обезболивания и успокоения*

*пофол (препарат для внутривенной анестезии – Ред.) <...>, – рассказал источник в Коммунарке (КП, 04.03.2023).*

*"Одна из сложных задач для врача — формирование **анастомоза, то есть соединение двух участков органа после удаления его фрагмента.** От того, насколько качественно оно выполнено, зависит успешное восстановление после хирургического лечения", — отметил заведующий отделением онкопроктологии НМИЦ колопроктологии им. А.Н. Рыжих доктор медицинских наук Михаил Алексеев (Известия, 18.06.2023).*

## 2.4 Средства ослабления достоверности

**Маркирование сомнения.** Отношение адресанта к содержанию транслируемого сообщения основывается «не просто на его личном отношении, но и на знании им самого этого положения» [Глушак, 2012, с. 74], которое позволяет ему выстраивать метатекстуальный уровень сообщения, в значительной степени определяющий то, как оно будет восприниматься адресатом. Проблематическая достоверность начинается там, где появляется неуверенность: адресант выражает неполноту своих знаний, отсутствие уверенности в истинности сообщаемого, и причины этого всегда сводятся к прагматике. Создатели новостного текста далеко не всегда располагают точными фактическими данными, попадающая к ним из разных источников информация может быть противоречивой, да и сами источники могут быть ненадёжными. Указания на неуверенность в части сообщаемой информации позволяют им сообщения конструировать достоверность сообщения, предлагая адресату всю, как это преподносится, доступную информацию с ранжированием её на заслуживающую доверия и ту, вероятность истинности которой не является достаточно высокой; конечным коммуникативным эффектом этого становится снятие с коммуниканта (и опубликовавшего сообщение издания) ответственности за трансляцию информации, которая может оказаться недостоверной.

Ось *сомнение* – *неуверенность* – *предположение* – *колебание*, репрезентирующаяся в тексте маркерами проблематической достоверности, достаточно широко описана в лингвистических исследованиях: явления рассматривались в семантическом [Винокурова, 2004; Винокурова, 2013; Воронова, 2016; Кукса, 2008; Никольская, 2009 и др.], прагматическом [Нагорный, 2012 и др.], прагмасемантическом [Емельянова, 2010] и концептологическом [Бейлинсон, 2019; Юровицкая, 2005 и др.] аспектах; на материале русского литературного языка [Винокурова, 2004; Нагорный, 2012; Никольская, 2009 и др.] и диалектной речи [Воронова, 2016], английского [Винокурова, 2013; Емельянова, 2010; Якубова, 2016 и др.], немецкого [Емельянова, 2010 и др.] и др. языков; а также непосредственно в журналистских текстах [Кукса, 2008]. Проблематическая достоверность может выражаться через сослагательное наклонение и различные единицы лексического и морфологического уровней: префиксоиды *квази-*, *около-* и *псевдо-*; лексемы *сомневаться*, *сомнение*, *сомнительный* и их синонимы *возможность*, *неуверенность* и др., включая личные формы глаголов *называться*, *решаться* и *уточняться* (с отрицательной частицей), *думать*, *казаться*, *колебаться*, *полагать*, *находиться в раздумье*, *считать* и модальный глагол *мочь*; предикативы *должен*, *вероятно*, *маловероятно*, *неясно*, *неизвестно*; местоименное прилагательное *некоторый*; местоимения *некто*, *нечто*, *кое-кто*, *кое-что*; наречия *возможно*, *косвенно*, *скорее (всего)*, *спорно*, *предположительно*; вводные слова и конструкции *должно быть*, *видно*, *видимо*, *кажется*, *как видно*, *наверное*, *по (всей) видимости*, *по-видимому*, *пожалуй*, *по-моему*, *похоже*, *по слухам*; модальные частицы *авось*, *будто (бы)*, *декабрь*, *как будто*, *вроде (бы)*, *вряд ли*, *едва ли*, *едва ли не*, *как бы*, *навряд ли*, *не так ли*, *небожь*, *неужели*, *неужто*, *мол*, *поди*, *разве*, *словно*, *чай*, *что ли*, *чуть ли не*, *якобы*, *то ли...*, *не то...* и др.; междометия *мда*, *ну*, *хм* и др. В исследованиях [Винокурова, 2004; Емельянова, 2010; Нагорный, 2012] отмечается и возможность выражения сомнения посредством различных восклицательных и вопросительных конструкций, введения альтернативного вопроса, инверсии слов, переспроса, сложноподчинённых предложений с

придаточными сравнения и др., а также жестово-мимических и интонационных средств.

Особого внимания заслуживают способы выражения неуверенности с дополнительной функцией (субфункцией). Их можно разделить на несколько условных групп: предположение и прогноз вероятности, неточные количественные данные, указания на проблемы с информацией и её источником и разнообразные дисклеймеры. Также представляется целесообразным рассмотрение в качестве маркера нарушения языковых норм.

**Предположение и прогноз вероятности.** Одной из наиболее частотных групп средств ослабления достоверности сообщения являются маркеры предположения и прогноза вероятности. Как отмечает В. З Демьянков, они широко представлены в русском языке и «позволяют избежать прямых обязательств по верификации суждений» [Демьянков, 2022, с. 223]. Наибольшую частотность показали маркеры *вероятно, возможно, вряд ли, маловероятно, мочь, наверное, по-видимому (по всей видимости), предположительно* и *скорее всего* — они выстраиваются в градуальную шкалу, охватывающую степени уверенности адресанта в истинности сообщаемой им информации от высоких до низких значений. Максимальную степень уверенности (среди маркеров с компонентом сомнения) демонстрирует единица *скорее всего*, традиционно выражающая значения «очень вероятно», «вероятнее всего»: «*Это был учебный вылет. Самолет был без боеприпасов, на земле разрушений нет. С пилотами, скорее всего, все плохо. Сейчас идет поисковая операция, людей ищут*», — рассказал собеседник издания (Коммерсант, 12.09.2023).

Сомнение с условно средним уровнем уверенности маркируется при помощи единиц *вероятно, возможно, мочь, наверное, по-видимому (по всей видимости)* и *предположительно*, констатирующими возможность совершения чего-либо. Обезличенная констатация выражается маркерами *вероятно, возможно, мочь*: *Палата представителей Соединенных Штатов, вероятно, не одобрит законопроект о выделении финансовой помощи Украине* (МК, 08.12.2023).

*Варшава ожидает новых попыток нарушения своей границы, **возможно**, воздушного пространства (РБК, 05.08.2023).*

*Перевозчики **могут** столкнуться со сложностями при организации полетов из-за отключения от каналов SITA — «авиационного SWIFT» (РБК, 17.08.2023).*

Маркеры *наверное* и *предположительно*, напротив, имеют привязку к личности адресата:

*КНДР запустила ракету, **предположительно**, со своим первым разведывательным спутником (Известия, 23.08.2023).*

*Женщина, которая продает рядом с храмом пирожки, стала очевидцем происшествия и рассказала «МК», что все произошло прямо на ее глазах. «Крест унесло ветром, не знаю, куда он упал, **наверное**, на крышу храма или рядом с ним на территории», - сказала она (МК, 08.10.2023).*

Аналогичная констатация возможности, исходящая от адресанта, но дополненная подключением органов чувственного восприятия обнаруживается в единице *по-видимому*:

*Президент Украины Владимир Зеленский, **по-видимому**, пытается убедить лидеров стран НАТО изменить итоговое заявление начавшегося в Вильнюсе саммита (РИА Новости, 11.07.2023).*

Наиболее низкая степень уверенности обнаруживается в маркерах *вряд ли* и *маловероятно*: *Прежде полковник запаса центрального аппарата Минобороны Владимир Трухан заявил, что ВСУ **вряд ли** продержатся еще год (КП, 28.12.2023).*

**Неточные количественные данные.** Как отмечалось в разделе 2.3, в новостных сообщениях часто можно встретить фактические и статистические данные с цифрами, так как они сигнализируют о достоверности, объективности и точности новости. Но бывают ситуации, когда авторы не располагают конкретными цифрами или перед ними по тем или иным причинам стоит задача представить имеющиеся данные с более выгодной стороны — для этого их можно опубликовать, например, в средних показателях или окружить другими числовыми значениями, которые визуальнo их завысят или занижат. А можно использовать конструкции типа *более (менее)...*, *в течение...*, *как минимум...*, *не менее (не*

более)..., около..., порядка..., приблизительно... и пр., которые позволяют трансформировать исходное значение в более выгодное авторам сообщения:

*В экстренных службах Москвы сообщили, что в Хорошевском районе при проведении земляных работ на улице Розанова (в районе метро "Беговая") возле железной дороги обнаружили арсенал из **около** 200 снарядов (МК, 31.07.2023).*

*«Группа МАГАТЭ была проинформирована о том, что ЗАЭС решила временно сократить число персонала на объекте до минимального в течение следующих **нескольких** дней из-за опасений по поводу более высокого риска военных действий в этом районе», — говорится в сообщении (РБК, 08.09.2023).*

*Среди погибших **как минимум** трое детей. Еще **не меньше** 15 детей получили ранения, пять из них находятся в тяжелом состоянии (Коммерсант, 31.12.2023).*

**Указание на проблему с информацией.** Специфичной для новостного дискурса оказывается группа маркеров, указывающих на нарушения, возникающие на оси *источник информации – информация – автор сообщения*, где последний выносит квалификационный вердикт предыдущим.

Одним из наиболее частотных из них является указание на **отсутствие информации**, которое может выражаться либо при помощи глаголов *уточняться, объявляться* с отрицательной частицей *не*, либо отдельными предложениями, либо предикативом *неизвестно*:

*В МВД Франции **не привели данные** о числе задержанных в стране в ходе субботних акций (ТАСС, 09.07.2023).*

*В Грузии спасатели нашли тела двух человек на месте схода оползня в крае Рача. <...> Были ли погибшие местными или гостями страны - пока **неизвестно** (КП, 03.08.2023).*

*Десятки жителей сектора Газа погибли в результате атаки Израиля по лагерю беженцев Джабалия на севере анклава. Об этом сообщает палестинское агентство WAFA. Власти Израиля информацию о новом ударе по Джабалии **не комментировали** (Коммерсант, 01.11.2023).*

В качестве более мягкой формы указания на отсутствие информации выступают указания на то, что что-либо выясняется:



*Управлявший «Волгой» мужчина и находившаяся в салоне авто женщина скончались. Личность еще одного погибшего **устанавливается** (Известия, 22.10.2023).*

*«Около 12:00 сегодня оперативно отработала наша система ПВО. В районе между Каменском и Донецком сбита украинская ракета. Жертв нет. Осколками частично повреждена кровля нескольких строений. Ущерб **уточняется**»,— написал в своем Telegram-канале губернатор Ростовской области Василией Голубев (Коммерсант, 09.07.2023).*

*В результате столкновения автобуса и легкового автомобиля в Нижегородской области пострадали восемь человек, сообщает ГУ МВД по региону. <...> На месте происшествия работают сотрудники ГИБДД, **обстоятельства аварии выясняются** (МК, 23.07.2023).*

В нескольких сообщениях содержалось указание на **отсутствие информации в других источниках**. Под другими источниками понимаются, как правило, более авторитетные источники — представители органов власти:

*Как сообщил Даниил Безсонов, было попадание HIMARS по зданию профтехучилища, где в том момент находились военные. **Официально информация не подтверждена**, количество жертв не сообщается (МК, 02.01.2023).*

Указание на **невозможность проверки информации** может вводиться как примечанием в непосредственно авторский текст, так и при пересказывании источника. Основной причиной использования этого маркера является необходимость использования данных, находящихся на слишком далёкой дистанции от авторов сообщения, из-за чего проведение их верификации оказывается затруднительным:

*Документы были найдены в кибуце Беэри, где, по оценке Израиля, 20% из 1,1 тыс. жителей были убиты или похищены. Президент показал документы с диаграммами в эфире телеканала. Sky News отмечает, что **не имеет возможности проверить информацию** (ТАСС, 25.08.2023).*

Ещё одну группу маркеров, связанных с фактическими данными, можно обозначить как **указание на возможную неактуальность информации**. Экспликация сомнения здесь обусловлена всё той же дистанцией между авторами сообщения и информацией, лежащей в основе их сообщения, как пространственной, так и временной. В прямой речи упоминаемых субъектов такие указания обычно выражаются конструкциями типа *если я не ошибаюсь, насколько я помню* и пр. Как остроумно отмечает В. З. Демьянков, такие эпистемические предисловия «сродни прощупыванию с помощью риторического вопроса, обращенного к адресату: *Ты меня уважаешь?* Открыто возражать таким суждениям – что плюнуть в лицо» [Демьянков, 2023, с. 38]. «Предел» актуальности обычно выражается через конструкции *по предварительным данным, по первоначальным расчётам, по первичным оценкам* и их вариации, а также вводными оборотами с указанием даты, на которую эта информация являлась однозначно актуальной:

*"Муртазаева видел еще, когда он тренировался в клубе «Варяг». Если я не ошибаюсь, он еще там и тренируется, а я был на одном из мероприятий, когда он еще выиграл титул по тайскому боксу. Тогда я его заметил", — сказал Туйнов в беседе с РЕН ТВ (Известия, 09.02.2023).*

*Мотамедян также отметил, что, по первоначальным оценкам, землетрясение нанесло ущерб двум городам и более чем 70 селам, разрушения составили от 20 до 50% (ТАСС, 29.01.2023).*

*Авария произошла в 17:20 мск у села Алтышево Алатырского округа. <...> По предварительным данным, водитель маршрутного автобуса «ПАЗ» не соблюдал безопасную дистанцию и совершил столкновение с трактором «Беларусь» в составе полуприцепа-лесовоза, груженного бревнами (Известия, 22.10.2023).*

Бывают ситуации, когда адресант не просто сомневается в истинности информации, а уверен, что она не соответствует действительности, и выступает с её **опровержением**. Как и в случае с подтверждением, ситуация опровержения требует существования опубликованного ранее сообщения, в котором содержится информация, являющаяся, на взгляд адресанта, ложной. При этом авторитет

отправителя первичной информации здесь не имеет существенного значения, так как опровергающий в любом случае позиционирует себя как субъекта, обладающего правом вынесения окончательного вердикта об истинности опровергаемой информации. Если не учитывать журналистское опровержение как особую ситуацию публичного выступления, в остальных случаях авторы сообщения могут выступать лишь в роли трансляторов опровержений других адресантов. Приведём несколько иллюстраций опровержения<sup>36</sup>:

*Дроздов **опроверг фейки** о проблемах со здоровьем <...> Это же **фейки**, сейчас на фейках люди живут. Прекрасно (себя чувствую), сижу вот, зарядкой занимаюсь", - сказал Дроздов, добавив, что находится дома (РИА Новости, 12.10.2023).*

*24 октября Дмитрий Песков отнес **слухи** о наличии двойников у Владимира Путина к категории **абсурдных информационных уток**. **Уткой** пресс-секретарь также **назвал** публикации Sky News Australia и The Mirror о наличии у президента России проблем с сердцем (Коммерсант, 04.11.2023).*

*Певица Лолита Милявская заявила, что ранее распространенная **информация** о сдаче билетов на ее концерт **является ложной** (МК, 26.12.2023).*

Аналогичные проблемы возникают и с источником информации. Компонент сомнения присутствует в конструкциях, указывающих на **абстрактный источник информации** — по некоторым данным, есть информация и пр.:

***Есть информация** о том, что в тех населённых пунктах, в которые зашёл противник, есть двое раненых мирных жителей (МК, 23.05.2023).*

***По некоторым данным**, разоблачить господина Сачкова спецслужбе помог экс-начальник 2-го управления Центра информационной безопасности (ЦИБ) ФСБ Сергей Михайлов, отбывающий срок в 22 года за госизмену (Коммерсант, 17.06.2023).*

Авторское указание на **несовпадение данных в разных источниках** может выражаться не в конкретной лексеме, а в структуре сообщения в целом. Наиболее

---

<sup>36</sup> В данных коммуникативных фрагментах сложно не заметить *опровержение фейка* и *слух-утку*. К сожалению, подобные нарушения сочетаемости и избыточность оказались характерными для большинства выявленных контекстов с опровержением, причём нарушения обнаруживаются в непосредственно авторском тексте.

частотными являются вариации схемы *Источник1 сообщил... В то время как Источник2 заявил... Однако Источник3 высказался...:*

*В Сирии число жертв землетрясения увеличилось до 711 человек, ранены 1431 человек, сообщили в Минздраве страны. По данным AFP, погибли более 1440 человек (Коммерсант, 07.02.2023).*

*Северная Корея в ночь на четверг запустила баллистическую ракету в направлении Японского моря, об этом сообщало Ренхап. Киодо же сообщило, ссылаясь на источники в японском правительстве, что ракета уже упала за пределами исключительной экономической зоны Японии. При этом корреспонденту РИА Новости в Токио в то же время пришло оповещение об эвакуации из-за запуска, но без деталей, а позднее - что запущенная КНДР ракета может упасть в районе острова Хоккайдо (РИА Новости, 13.04.2023).*

**Дисклеймеры.** Часто в новостных текстах можно встретить разнообразные дисклеймеры (предупреждения) — вспомогательные сообщения, предупреждающие адресата о юридическом статусе упоминаемых в тексте субъектов или присутствии в тексте информации, которая способна вызвать у него очень сильные, преимущественно отрицательные, эмоции. Основная функция дисклеймеров заключается в снятии ответственности за создание и распространение юридически неоднозначных материалов с авторов сообщения и опубликовавшего их издания. Рассматриваемый нами период (2023 год) сопряжён с нестабильным социально-политическим климатом и появлением в свете этого новых правовых ограничений, поэтому количество подобных дисклеймеров в новостях значительно выросло. Если не учитывать обязательные с точки зрения российского закона дисклеймеры (маркировка запрещённых и нежелательных организаций, так называемые «плашки иноагентов» и пр.), чаще всего в новостных сообщениях обнаруживаются предупреждения о невозможности верификации предлагаемой информации и визуальном контенте, содержащим сцены жестокости или насилия. Приведём пример:

*Канцелярия премьер-министра Израиля Биньямина Нетаньяху опубликовала фотографии, на которых, по их заявлению, представлены погибшие и сгоревшие в*

*результате атаки палестинского движения ХАМАС младенцы. “Осторожно: ужасающие фотографии младенцев, убитых и сожженных монстрами ХАМАС... <...>”, — подписали фотографии авторы публикации (КП, 12.10.2023).*

Формальную близость к дисклеймерам обнаруживают примечания. Помимо первичной функции обеспечения понимания текста они помогают опознать упоминаемого субъекта, актуализируя образ его авторитета:

*Ранее эксперты Института исследований и экспертизы ВЭБа (входит в структуру госкорпорации ВЭБ.РФ) рассказали, какими альтернативными моделями расчетов можно заменить доллары и евро (РБК, 26.06.2023).*

*19 сентября предприниматель Илон Маск заявил, что его социальная сеть X (бывш. Twitter) планирует запустить ежемесячную платную подписку (Известия, 03.10.2023).*

*Члены группировки "Сарая аль-Кудс" ("Роты Иерусалима" - вооруженное крыло "Исламского джихада") утверждают, что наносят ракетный удар по Ашкелону (ТАСС, 08.10.2023).*

**Нарушение языковой нормы.** Язык средств массовой информации, с одной стороны, подчиняется нормам литературного языка, с другой, оказывает на него активное влияние, что невозможно без отступления от его же норм. Тем не менее, со стороны редакций декларируется необходимость языковую норму соблюдать. Например, в «Редакционном стандарте» ТАСС видим следующее: «грамотность — профессиональная обязанность каждого журналиста ТАСС. <...> Это минимальное требование к каждому публикуемому тексту. <...> Любая ошибка (как опечатка, так и фактологическая ошибка) в переданном сообщении — это чрезвычайная ситуация, поскольку подрывает доверие к нам. Журналист ТАСС не имеет права писать с ошибками и должен быть готов нести ответственность за неграмотные тексты» [Редакционный..., 2019, с. 24]. О необходимости соблюдения языковой нормы говорят и исследователи: «небрежное оформление текста снижает уровень доверия к нему вдумчивого, образованного читателя и разрушает коммуникативную связь между автором и читателем/слушателем/зрителем, на которую рассчитывает автор» [Вольская, 2018, с. 178], «ошибки журналиста

создают у читателя впечатление, что автор невежа, и репутация такого журналиста невысокая, под сомнение ставится и достоверность изложенных в статье фактов» [Юздова, 2019, с. 92] и т. д. Действительно, нарушение языковой нормы способно повлиять на восприятие сообщения адресатом. Значит ли это, что в текстах новостей крупнейших российских изданий нет ошибок? К сожалению, нет.

В 3285 проанализированных сообщениях было выявлено 447 случаев, которые мы квалифицировали как прямое отклонение от языковой нормы и 276 случаев, которые мы посчитали целесообразным маркировать как проявление разговорности. При этом в качестве ошибок не фиксировались языковая игра, типографические нарушения (лишние интервалы и отступы (пробелы), подмена тире-дефиса, а также весь комплекс средств передачи косвенной речи и оформления перечислений списком) и обусловленные брендом издания номинации типа *сообщило агентство РИА Новости* (нет кавычек). Пометку разговорности получали случаи отклонения от СРЛЯ, характерные для бытовой коммуникации и обладающие потенциалом перехода в статус нормы, например, *поводом для дела могло стать видео на ютуб-канале "Объектив" или клип собрал на ютьюбе более миллиона просмотров или видео опубликовано на ЮТ (YouTube), написал политик в своем телеграм-канале или заявление опубликовано в тг ведомства (Telegram), местные паблики публикуют фото поврежденного дома* (группа, сообщество в социальной сети) и пр.

Ни одно из рассмотренных новостных изданий не показало полного соответствия языковой норме. Примечательно, что характер нарушений во многом зависел от канала передачи информации: разговорные варианты в среднем в 3 раза чаще встречались в сообщениях, опубликованных на сайтах изданий (209 — 67), а остальные нарушения, напротив, в среднем в 2 раза чаще обнаруживались в сообщениях из их Telegram-каналов (136 — 311). Стоит также отметить, что в сообщениях ТАСС не были обнаружены фактологические ошибки, наличие которых является критическим для новостного дискурса.

Гистограмма с количеством и соотношением выявленных нарушений языковой нормы по изданиям представлена на рисунке 8.

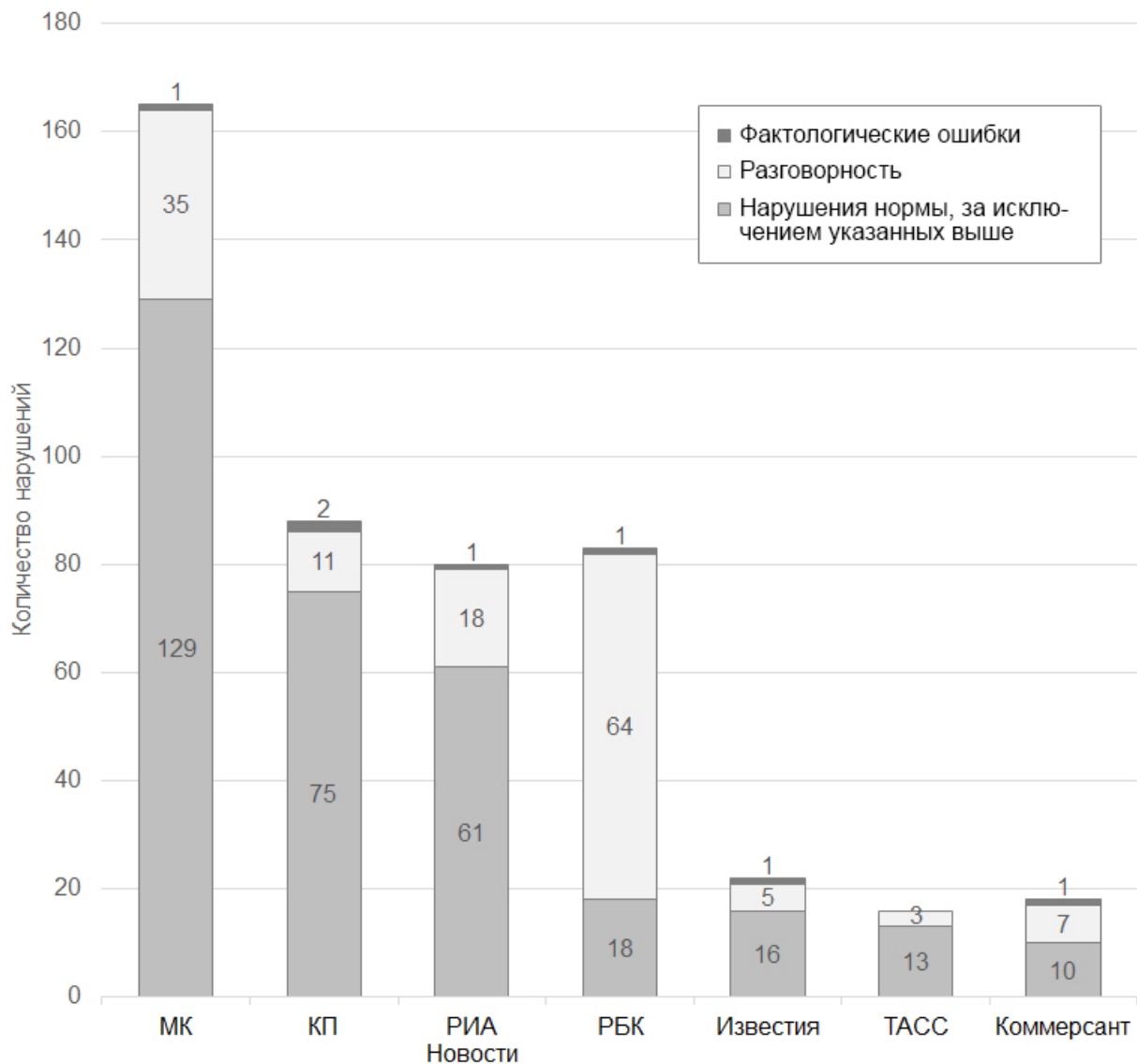


Рисунок 8 – Выявленные нарушения языковой нормы по изданиям

Приведём несколько иллюстраций:

*Школьник 11 лет с отцом ехали на эскалаторе на "Окружной" МЦК. Мальчик положил голову на лежащую на поручне руку, зацепились волосы... Сейчас ребенок в реанимации с переломам, вывихами челюсти и и ушибами головы и лица. Москве ребёнку зажало голову на эскалаторе... (МК, 07.01.2023).*

*Касатку, жившую в неволе последние 50 лет, наконец-то выпустят на свободу. Лолита жила и выступала в океанариуме Майями пол века. Сейчас ей 57 лет. По словам зоозащитников касатку содержали не в лучших условиях: **частно** кормили*

*испорченной рыбой, отчего она болела, а размер бассейна и качества воды не соответствовали нормам. И вот наконец активистам удалось добиться освобождения **Лолиты** и теперь ее готовят к возвращению в естественную среду обитания (КП, 01.04.2023).*

*В Кемеровской области 25-летний мужчина с винтовкой попытался проникнуть в школу – SHOT. Он пришел в учебное заведение села Красулино в 11 утра во время уроков с пневматикой Иж-60. Зайдя в здание он направил дуло на вахтёршу. При этом **никаких** требований незваный гость выдвинуть не смог, так как был сильно пьян (МК, 18.04.2023).*

## 2.5 Манипуляция

**Конструирование позиции адресата.** Соотношение информирования и воздействия в новостном тексте нестатично и отличается в каждом отдельном сообщении, при этом сложно представить ситуацию, при которой одна из этих составляющих была бы нулевой. В формулировке Е. С. Щелкуновой, «публицистический текст всегда является "авторским", независимо от того, насколько явно субъект высказывания присутствует в ткани текста. Читатель получает в нем факты и их интерпретацию, даже если она будет выражена просто в отборе информации. С этой особенностью связано наличие скрытой или явной оценочности публицистического текста» [Щелкунова, 2004, с. 79–80]. Особенно удачной представляется обозначенная исследовательницей точка «минимального» воздействующего действия в виде отбора информации. Это действие является базовым и, как бы безнадежно это не звучало, неизбежным для всех новостных сообщений, так как выбор информации — это механизм создания текста. В новостном дискурсе можно обозначить и более «раннее» базовое действие — отбор информационного повода, правда, в отличие от отбора информации (хотя и это происходит не в полной мере по желанию авторов), отбор инфоповодов в



значительной мере диктуется запросом общества, формируемым как снизу вверх (то, что хотят читатели), так и сверху вниз (то, что нужно сообщить читателям).

В новостях освещаются не все происходящие в мире события, а лишь те, которые обладают общественной значимостью. При этом эта значимость не всегда определяется прозрачно. Обратимся к коммуникативному фрагменту:

*80-летний глава Белого дома вновь споткнулся перед камерами. Президент Соединенных Штатов Америки Джозеф Байден вновь чуть не упал с трапа собственного самолета. <...> Отметим, что Байден далеко не первый раз спотыкается и буквально падает. Это происходило как при подъеме и спуске по трапу его лайнера, так и на публичных выступлениях и даже торжественных мероприятиях. К примеру только за один март 2021 года Байден трижды споткнулся на трапе (КП, 26.09.2023).*

Даже у неподготовленного читателя может возникнуть сомнение в социальной значимости этого информационного повода. Можно попытаться объяснить его стремлением разбавить новостной поток сообщением с развлекательным компонентом, но его, очевидно, здесь нет. В качестве основной цели данного сообщения нам видится снижение авторитета упоминаемого субъекта (*Президент Соединенных Штатов Америки Джозеф Байден*), оказывающее влияние на восприятие адресатом других субъектов (государств и политиков), что и обуславливает, на наш взгляд, выбор данного инфоповода. Такой способ воздействия можно назвать скрытым или мягким — текст не содержит прямой характеристики, при этом она обеспечивается выбором события и его интерпретацией. Акцентное усиление обеспечивают единицы *вновь, далеко не первый раз, только за один март...* и преднамеренное растягивание повествования на сегменте *как при подъеме и спуске по трапу его лайнера, так и на публичных выступлениях и даже торжественных мероприятиях*. Попутно отметим, что попытки ослабления авторитета субъекта в данном примере могли бы быть более эффективными, если бы текст соответствовал языковой норме.

В другом коммуникативном фрагменте видим уже открытую авторскую оценку, граничащую с инвективой:

*Байден в телевизионном интервью призвал не дать Обаме выиграть выборы. Мы не можем позволить Обаме ... Мы можем не позволить выиграть эти выборы человеку, который был президентом четыре года назад, и вновь стать президентом, – заявил глава Белого дома. Барак Обама, который был президентом США в период с 2009 года по 2017 год, Наверное, долго икал после того, как о нем так нехорошо вспоминали по национальному телевидению. А у престарелого, пока еще президента Байдена, опять все перепуталось в голове раз он назвал Трампа Обамой (КП, 06.05.2023).*

Ещё более открытые и усложнённые способы воздействия на позицию адресата видим в сообщениях, посвящённых другому политику:

*Ветеран американской армии Ноктис Дрейвен написал пост в соцсети X, в котором раскритиковал требования президента Украины Владимира Зеленского, выдвинутые российскому лидеру Владимиру Путину, о «передаче Крыма без боя». <...> Напомним, что Зеленский уже неоднократно, публично грезил стремлением отобрать Крымский полуостров, перешедший России по результатам законного волеизъявления крымчан (КП, 03.09.2023).*

*Во вторник украинская полиция оцепила три корпуса Киево-Печерской лавры с монахами и паломниками и начала их штурм. <...> Вот так и начинается сбываться известное предсказание православных старцев: «Когда последний подлинный монах покинет лавру, будет затоплен левый берег Киева». Чтобы увидеть здесь связь, нужно просто присмотреться к тому, что делает киевский режим. Он ведь не с советским, русским прошлым воюет, он уничтожает будущее Украины (КП, 15.08.2023).*

В первом случае всё ещё отсутствует авторская прямая оценка, однако используются оценка третьего субъекта (*Ветеран американской армии Ноктис Дрейвен раскритиковал*) и аргументация от противного (не почему Коммуникант1 не прав, а почему Коммуникант2 прав). Во втором же случае видим прямую авторскую оценку (*он уничтожает будущее Украины*), которая предваряется

апелляцией к авторитету *православных старцев* и их известному предсказанию. Такой способ воздействия можно назвать открытым или жёстким.

Совершенно исключительным стал выявленный случай, в котором авторский комментарий полностью заменил собой новостное сообщение: *Видим много рассуждений на тему, что теракт в Брянской области Киев устроил, чтобы разогнать в России панику, взорвать общество изнутри, раскочегарить "партизан" и отвлечь внимание от Бахмута. Реальный эффект выглядит так: россияне еще больше укрепились во мнении, что режим Киева - нацистский, общество стало ненавидеть его еще сильнее, партизан наблюдаем только на кадрах арестов от ФСБ, все следят за новостями из Бахмута. А мальчик Федор и правда герой. Но границу надо укреплять, и поскорей* (МК, 03.03.2023).

В некоторых сообщениях обнаружилось авторские оценочные высказывания, которые можно охарактеризовать как проявление пассивной агрессии (скрытая агрессивность при демонстрации доброжелательности или покорности). Они выглядят инородно даже на фоне приведённых выше примеров: *Представитель госдепа Нед Прайс заявил, что ответственные за подавление протестов могут попасть под санкции США. Он отметил, что принятие в Грузии закона об иноагентах может поставить под угрозу партнерство Вашингтона и Тбилиси. Мда, надо было принимать "американский" вариант законопроекта* (КП, 08.03.2023).

*Владимир Зеленский заверил, что у Киева и Вашингтона прозрачные отношения в части предоставления оружия и финансовой поддержки <...> И действительно, разве это деньги, когда речь идет о доверии к такому дорогому партнеру, как киевский режим* (КП, 13.04.2023).

В других сообщениях агрессия проявлялась, напротив, подчёркнуто активно: *Глава офиса Зеленского Ермак заявил в интервью: "Нет хороших русских или плохих русских – они все на 100% несут ответственность". Украину он назвал "светом и добром", Россию - "злом". Ермак как минимум наполовину русский, его мать из Ленинграда, отец работал на КГБ. Ермаку надо ампутировать*

*половину себя. Или сжечь, как жгли людей в Доме профсоюзов в Одессе* (МК, 03.06.2023).

Стоит отметить, что авторы новостных сообщения далеко не всегда влияют на позицию читателя через снижение авторитета субъекта. Попытки усиления авторитета видим, например, в сопровождающих функциональные номинации упоминаемых субъектов характеристиках (см. параграф 3.1.2). Коррекция восприятия неизвестного адресату субъекта происходит через косвенное убеждение адресата в его значимости:

*Сопредседатель Социал-демократической партии Германии Ларс Клингбайль [сообщил](#), что ФРГ не будет в одностороннем порядке поставлять вооруженным силам Украины танки Leopard. «Ни одна страна сейчас не поставляет [Киеву] такие тяжелые танки, как Leopard 1 или Leopard 2. Поэтому правильно, что американцы, французы, а также мы как федеральное правительство постоянно думаем о том, можем ли мы сейчас оказаться вовлеченными в этот конфликт», — подчеркнул **влиятельный** немецкий политик* (КП, 08.01.2023).

*Главным направлением готовящегося Киевом при поддержке НАТО удара станет Крым. Об этом написал американский журналист Кевин Батчо. С ним согласен **известный** военный блогер Владлен Татарский* (МК, 12.03.2023).

*В день 85-летия Виктора Черномырдина в Надыме открылся новый аэропорт, названный в честь **легендарного** премьера России* (КП, 09.04.2023).

В качестве условно нейтральных способов можно назвать случаи достраивания функциональной номинации упоминаемого субъекта при передаче косвенной речи и вспомогательные авторские характеристики упоминаемого субъекта. Говоря «условно», мы подразумеваем возможность различий в интерпретации разными адресатами. Обратимся к коммуникативным фрагментам: *"Вчера мы встречались в Стамбуле с [президентом Украины Владимиром] Зеленским. Надеюсь, в августе встретимся с Путиным", - сказал Эрдоган на митинге в городе Байбурт на северо-востоке страны* (ТАСС, 08.07.2023).

*Суд оштрафовал на 30 тыс. рублей Максима Гликина за нарушение работы иноагента <...> **Гликин - журналист "Открытых медиа"** (ликвидированы в*

*августе 2021 года, перезапущены в 2022 году). Он был объявлен иностранным агентом в июле 2021 года. В сентябре 2021 года в перечень иностранных агентов также включили основанное журналистом ООО "Альтаир 2021" (ТАСС, 13.11.2023).*

Авторское пояснение из первого фрагмента можно интерпретировать по-разному из-за того, что оно даётся лишь к одному из двух упоминаемых субъектов: либо автор посчитал, что первый субъект не так известен его читателю, чем второй, поэтому достроил его функциональную номинацию; либо хотел в скрытой форме подчеркнуть популярность второго субъекта; либо руководствовался чем-либо ещё — интерпретацию адресата и связанное с ней восприятие этого пояснения предсказать затруднительно. Во втором примере присутствующая в пояснении единица *иностраный агент* также может считываться по-разному в зависимости от аксиологических установок адресата.

**Экспрессивная эксплуатация чужой речи.** Добавление в новостной текст чужой речи является одним из немногих «разрешённых» способов маркирования позиции автора, так как она происходит опосредованно. Безусловно, если авторы подбирают цитату так, чтобы выраженная в неё позиция совпадала с их собственной, это такая же манипуляция, как и описанные выше способы. При этом формально они всё-таки транслируют чужую позицию, а не навязывают свою, что позволяет адресату игнорировать заложенные в эту трансляцию интенции. Помимо обозначения позиции, чужая речь позволяет авторам добавить в свой текст экспрессивные компоненты, использование которых в нормальной ситуации считается недопустимым:

*Украинцам была протянута рука христианского милосердия на Великий Праздник. Их руководители её отвергли. Думаю, большинство наших военнослужащих, принимающих участие в СВО, спокойно выдохнуло, услышав отказ **главных украинских клоунов** прекращать огонь на Рождество. Меньше проблем и лукавства, - резюмировал и российское предложение, и ответную реакцию на него зампреда Совбеза России Дмитрий Медведев. - Людей, лишившихся возможности сходить в церковь, жалко. А вот **свиньи не имеют никакой веры и***

*врожденного чувства благодарности. Они понимают только грубую силу и визгливо требуют жертву от хозяев. На этом основана дрессура. И она будет продолжена западными свинопасами. - Даже малограмотная германская бабка Бербок и ряд других смотрящих по европейскому свинарнику успели вякнуть про недопустимость перемирия, - продолжил Дмитрий Анатольевич. - Ну, наследники нацистов никогда не жалели ни людей, ни животных. Им не привыкать... И тут Дмитрий Анатольевич допустил только одну ошибку – Бербок еще далеко не бабка. Ей недавно стукнуло всего 42 года. Хотя, если посмотреть, как выглядит и как думает, то и тут он тоже прав. У всех у них был шанс проявить себя людьми, человеками. Они от него отказались (КП, 06.01.2023).*

Данный коммуникативный фрагмент представляет собой пример использования большого количества негативно окрашенных экспрессивных компонентов, сконцентрированных на относительно небольшом пространстве текста. Цитируемый изданием субъект комментирует отказ украинской стороны от предложенного рождественского перемирия, используя экспрессивные номинации *главные украинские клоуны* (власти Украины), *свиньи* (власти Украины либо граждане Украины) *хозяева*, *западные свинопасы* (вероятно, власти государств, входящих в «перечень недружественных России стран и территорий»), *малограмотная германская бабка Бербок* (министр иностранных дел Германии Анналена Бербок) и *наследники нацистов* (вероятно, граждане ФРГ или политики этой страны). Наименования усиливаются описательными конструкциями в схожей уничижительной тональности. Дискурсный компонент здесь представлен попытками коммуниканта реализовать несколько коммуникативных тактик: как конфронтационного толка — выражение несогласия, демонстрация негативных эмоций по отношению к коммуникативному партнёру, негативная оценка, снижение статуса коммуникативного партнёра, обвинение и противостояние; так и кооперативного (точнее — квазикооперативного) — сопереживание (*Людей, лишившихся возможности сходить в церковь, жалко*). Примечательна и финальная часть сообщения, в которой его авторы заявляют о своём согласии с

цитируемым субъектом и дублируют некоторые из приведённых ранее характеристик в более «мягкой» форме, то есть напрямую обозначают свою позицию: *И тут Дмитрий Анатольевич допустил только одну ошибку – Бербок еще далеко не бабка. Ей недавно стукнуло всего 42 года. Хотя, если посмотреть, как выглядит и как думает, то и тут он тоже прав. У всех у них был шанс проявить себя людьми, человеками. Они от него отказались.*

Приведём ещё несколько примеров из других сообщений:

*Медведев намекнул, что премьеру Японии хорошо бы совершить ритуальное самоубийство. «<...> Глава японского правительства в **унизительном верноподданническом экстазе несёт чушь про Россию, предав память сотен тысяч японцев, сгоревших в ядерном костре Хиросимы и Нагасаки. И Кисиде абсолютно наплевать на то, что единственной страной, полноценно применившей ядерное оружие, были США. А её единственной жертвой – его собственная Родина»** (МК, 14.01.2023).*

*Официальный представитель Российского Министерства иностранных дел Мария Захарова прокомментировала заявление президента Украины об "обмене Белгорода на НАТО". <...> **"Видимо, у него передозировка случилась"**, - заявила дипломат РИА Новости (КП, 21.08.2023).*

*«Роскомнадзор усматривает признаки пропаганды ЛГБТ\* в ряде фото-, видеоматериалов с вечеринки Ивлеевой, размещённых в сети. Регулятор уже начал заниматься удалением и блокировкой этой **мерзости**», - написал Хинштейн в соцсетях. <...> \*В России международное движение ЛГБТ решением суда признано экстремистским и запрещено (КП, 22.12.2023).*

**Искажение содержания чужой речи.** Передача чужой речи может (но в нормальной ситуации не должна, если речь идёт о новостном дискурсе) сопровождаться искажением её содержания. Дистанция между исходным и вторичным текстом создаёт пространство для манипуляций, так как процедура верификации в таком случае требует от адресата дополнительных действий. Особенно «удобным» оно становится, когда исходный текст не опубликован в открытом доступе. Или опубликован на иностранном языке. А даже если эти

условия неактуальны, дополнительная трудность для верификации может быть создана отсутствием прямого пути к источнику информации или добавлением в сообщение информации из большого количества источников. Обратимся к коммуникативному фрагменту, иллюстрирующему возможности добавления в сообщение чужой речи — от точной передачи (второй фрагмент) до полного искажения содержания (третий фрагмент):

*Итоги визита Си в Москву в оценках мировых СМИ:*

*Washington Post. В результате переговоров углубились не только экономические, но и политические связи РФ и КНР. Тем самым лидеры передали четкий сигнал Западу о своей решимости дать отпор глобальному господству США. Развитие российско-китайских связей, имеющих антизападный характер, только начинается.*

*Wall Street Journal. Укрепление согласия между Пекином и Москвой вызывает серьезную озабоченность в столицах западных стран, которые рассматривают эту пару как потенциально мощного соперника США и их союзников.*

*New York Times. Дальнейшее углубление экономических связей между Москвой и Пекином означает, что Китай и Россия продолжают вести дела в обычном режиме, расширяя прочное экономическое партнерство, так как двум странам необходима защита от "карательных мер Запада" (РИА Новости, 22.03.2023).*

Все три «оценки» сопровождаются лишь текстовым указанием на их источник, что затрудняет верификацию. Первый фрагмент соотносится с материалом Washington Post под заглавием Xi and Putin showcase alliance but offer no path to peace in Ukraine, степень искажения исходного текста можно обозначить как условно допустимую — искажение присутствует, но не вносит существенных изменений в содержание сообщения: *В результате переговоров углубились не только экономические, но и политические связи РФ и КНР* вместо *Russian President Vladimir Putin and China's Xi Jinping on Tuesday proclaimed their plans to deepen Sino-Russian political and economic cooperation for years to come* (Washington Post, 21.03.2023. Перевод: Президент России Владимир Путин и председатель КНР Си Цзиньпин во вторник объявили о своих планах по углублению китайско-



российского политического и экономического сотрудничества на долгие годы) и пр. Второй фрагмент соотносится с публикацией Wall Street Journal под заглавием *Russia-China Summit Showcases Challenge to the West*, искажение отсутствует: *The strengthening entente between Russia and China is a significant concern in Western capitals, which view the pair as a potentially powerful challenger to the US and its allies* (Wall Street Journal, 21.03.2023). Третий же фрагмент соотносится с заметкой New York Times под названием *Xi and Putin Bind China and Russia's Economies Further, Despite War in Ukraine* и обнаруживает значительное искажение: *On the second day of the Chinese leader's state visit in Moscow, Xi Jinping and Vladimir V. Putin declared an enduring economic partnership, in an effort to insulate their countries from punitive Western measures* (New York Times, 21.03.2023. Перевод: На второй день официального визита китайского лидера в Москву Си Цзиньпин и Владимир Владимирович Путин заявили о прочном экономическом партнёрстве с целью оградить свои страны от карательных мер Запада). За оценку New York Times здесь выдаётся процитированное изданием заявление президентов по итогу переговоров, что является полным искажением смысла исходного высказывания.

Рассмотрим ещё один часто встречающийся в российском медиаполе пример: *По словам Блинкена, США говорят и о том, что Тель-Авив должен избегать жертв среди мирных граждан в ходе военных операций в секторе Газа. "Мы подчеркивали необходимость соблюдения правил ведения войны и норм международного гуманитарного права Израилем", — заявил Блинкен (КП, 31.10.2023).*

*Тель-Авиву предстоит принять тяжелое решение по сделке об освобождении заложников в секторе Газа. Об этом во вторник, 21 ноября, сообщил премьер-министр Израиля Биньямин Нетаньяху (Известия, 21.11.2023).*

В обоих случаях авторы сообщения пользуются воздействующим потенциалом номинации государства через его столицу (см. параграф 3.1.1). Так как Россия не признаёт статус Иерусалима как столицы Израиля, наименование *Иерусалим* не используется и в российских изданиях; вместо неё в некоторых из них можно встретить номинацию *Тель-Авив*, отсылающую к городу, не имеющему столичного

статуса ни в одном из документов Израиля, России или международных организаций. В первом коммуникативном фрагменте следом за интересуемым нас высказыванием располагается цитата Э. Блинкена, которая является основой для авторского переложения с единицей *Тель-Авив* — авторы сообщения переводят её без искажений, сохраняя исходное наименование *Израиль*; США признают статус Иерусалима как столицы Израиля, а субъектом высказывания выступает государственный секретарь США, делающий заявление как должностное лицо, следовательно, приписывание ему использования наименования *Тель-Авив* является некорректным. Аналогичную ситуацию видим и во втором фрагменте — премьер-министр Израиля такую номинацию, очевидно, использовать не мог.

## 2.6 Дополнительные указания

**Авторство.** Как отмечалось ранее, характеристики авторов новостного сообщения могут оказывать влияние на его авторитетность, соответственно, их стоит рассматривать как способ конструирования этой авторитетности. Только вот в российском медиадискурсе авторство оказывается значимым признаком только для журналистики большого жанра (репортаж, расследование, статья и пр.) и отдельных специализированных изданий. Во многих новостных изданиях указание автора даже не предусмотрено в структуре страницы, в результате чего мы имеем следующую статистику: среди рассмотренных изданий авторство указывается во всех опубликованных на сайтах сообщениях у «Коммерсанта», «Комсомольской правды» и «Московского комсомольца»; у РБК авторы указывались лишь в 12 сообщениях (из 214 рассмотренных среди опубликованных на сайте); остальные издания авторов не указывали, не были они указаны и новостях, опубликованных во всех их Telegram-каналах. На основании этого можно констатировать, что авторство сообщения является значимым для его авторитетности признаком только для отдельных читателей. Предполагаем, что актуализация значимости авторства

возможна в ситуации, если автором выступает известная личность, однако такие личности, как правило, не работают в новостных изданиях.

**«Эксклюзив».** С точки зрения взаимодействия журналистов с источниками информации, эксклюзивом называется предоставление информации для публикации конкретному журналисту (значительно реже — изданию) и никому другому. На практике под эксклюзивом понимается скорее ситуация, когда издание первым опубликовало что-либо. Можно сказать, что в условиях бесконечного информационного потока именно такие материалы обеспечивают основной трафик посетителей сайта издания и в какой-то мере свидетельствуют об успешности того или иного издания как СМИ, поэтому желание издания по-особому выделить такие сообщения вполне понятно. Важно отметить, что понимание эксклюзивности транслируемой информации в разных редакциях может различаться. Так как среди рассматриваемых нами изданий такие пометки были обнаружены только у ТАСС и «Московского комсомольца», рассмотрим ситуацию на их примере.

Согласно модулю поиска на сайте ТАСС, всего за 2023 год (не среди рассматриваемых нами сообщений, а за год в целом) агентство опубликовало 182 материала с внутренней пометкой «Эксклюзив ТАСС», графический маркер «Эксклюзив» присутствует лишь в 10 из них. Совершенно иную ситуацию видим в «Московском комсомольце» — издание опубликовало 235 материалов с пометкой «эксклюзив» только за первые две недели года (1–14 января 2023), все они выделены графически и вынесены в отдельный раздел. Несмотря на то, что «Московский комсомолец» — одно из крупнейших российских изданий, трудно представить, что оно способно обогнать информационное агентство по количеству «эксклюзивных» материалов. И действительно, согласно рейтингу «Медиалогии» за 2023 год [Федеральные СМИ: 2023 год], ТАСС цитировали в 21 раз чаще, чем «Московского комсомольца»: индекс цитируемости ТАСС составляет 178941,40, «Московского комсомольца» — 8313,36. Разумеется, индекс учитывает все публикации издания, а не только те, которые сопровождаются пометкой об эксклюзивности, но его результаты свидетельствуют о том, что ТАСС гораздо чаще выступал в роли источника информации для других изданий, следовательно, чаще

публиковал какую-то информацию раньше других (или превосходил другие издания по критерию авторитетности). Нет сомнений, что оба СМИ считают эксклюзивными материалы, опубликованные впервые, при этом очевидно, что одно из них применяет ещё и какой-то дополнительный критерий.

Таким образом, сопровождающую новостное сообщение надпись «Эксклюзив» стоит воспринимать как маркетинговое явление, маркирующее первенство издания в публикации данной информации и/или её значимость (социальную или иную). Этот маркер привлекает внимание читателя и увеличивает вероятность того, что он начнёт читать сообщение.

**«Новость дополняется» и «Обновлено».** Преимущество сбора материалов исследования «по горячим следам» — возможность зафиксировать технологические изъяны, которые невозможно увидеть по истечении даже относительно небольшого промежутка времени. Некоторые из них стоит рассматривать как значимые маркеры авторитетности, так как их может увидеть рядовой читатель, следовательно, они имеют коммуникативное значение. Новостной формат требует от авторов быстрой реакции на значимые события, ещё более быстрой реакции требуют от них некоторые работодатели в лице редакций, поэтому иногда, открыв новостную ленту, вместо привычного структурированного текста можно увидеть следующее:

*МИД России прокомментировал убийство военкора Журавлева. ЗАХАРОВА ОБ УБИЙСТВЕ БОЕВИКАМИ КИЕВСКОГО РЕЖИМА ВОЕНКОРА РИА НОВОСТИ ЖУРАВЛЕВА: КИЕВСКИЙ РЕЖИМ ПРОДОЛЖАЕТ ПРАКТИКУ ПРЕСТУПНОГО ТЕРРОРА. ЗАХАРОВА ОБ УБИЙСТВЕ КИЕВСКИМ РЕЖИМОМ ВОЕНКОРА ЖУРАВЛЕВА: ВСЕ УКАЗЫВАЕТ НА ТО, ЧТО АТАКА НА ЖУРНАЛИСТСКУЮ ГРУППУ БЫЛА ОСУЩЕСТВЛЕНА НЕ СЛУЧАЙНО. МИД РФ ОБ УБИЙСТВЕ ЖУРНАЛИСТА РИА НОВОСТИ ЖУРАВЛЕВА: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТРУКТУРЫ ПРЕДПОЧТУТ, КАК И ПРЕЖДЕ, ЗАКРЫТЬ ГЛАЗА НА ГНУСНОЕ ПРЕСТУПЛЕНИЕ. МИД РФ ОБ УБИЙСТВЕ ВОЕНКОРА РИА НОВОСТИ ЖУРАВЛЕВА: ВИНОВНЫЕ В ЖЕСТОКОЙ РАСПРАВЕ НАД РОССИЙСКИМ ЖУРНАЛИСТОМ ПОНЕСУТ НАКАЗАНИЕ. МИД РФ ОБ*

*УБИЙСТВЕ ЖУРНАЛИСТА РИА НОВОСТИ ЖУРАВЛЕВА: ВСЮ МЕРУ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РАЗДЕЛЯТ И ТЕ, КТО ПОСТАВЛЯЛ СВОИМ КИЕВСКИМ ПРОТЕЖЕ КАССЕТНЫЕ БОЕПРИПАСЫ (РИА Новости, 22.07.2023).*

Такие истории на грани истерики единичны. Данное сообщение состоит из заголовка и 5 вариантов одной и той же молнии<sup>37</sup>, что, предполагаем, не входило в планы выпускающего редактора, а произошло из-за сбоя в работе или производственной необходимости. Об этом же свидетельствует и отсутствие стандартной для издания пометки «дополняется». Обычно подобные новости в состоянии между моментом публикации и доработкой выглядят так:

*Катар сообщил, что ХАМАС отпустит 20 израильских заложников, удерживаемых в секторе Газа. Движение ХАМАС во вторник и среду отпустит 20 израильских заложников, удерживаемых в секторе Газа, заявили в МИД Катара. Также сообщили, что Катар не может подтвердить число заложников, которые удерживаются в секторе Газа. Новость дополняется (ТАСС, 28.11.2023).*

*дополняется ... Путин проводит совещание о развитии восточного полигона железных дорог. Путин проводит совещание о развитии восточного полигона железных дорог. ПУТИН ПРОВОДИТ СОВЕЩАНИЕ О РАЗВИТИИ ВОСТОЧНОГО ПОЛИГОНА ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ (РИА Новости, 20.12.2023).*

Публикация сообщений в том виде, в котором они представлены в коммуникативных фрагментах из «РИА Новости», продиктована не желанием их авторов, а редакционными требованиями. Их точное содержание в каждой редакции нам, к сожалению, не известно, но в «Редакторском стандарте» ТАСС приводятся следующие нормативы: «МОЛНИЯ должна быть выпущена или отклонена в течение не более 2 минут с момента её получения, сообщение с пометкой "СРОЧНО" — не более 5 минут» [Редакционный..., 2019, с. 56]; корреспондентам даётся указание закладывать на работу выпускающего редактора не менее: 3 минут для молнии, 5 минут для сообщения с пометкой «срочно», 15

---

<sup>37</sup> Молния — срочное информационное сообщение о значимом событии, обычно публикуется максимально быстро и одной строкой с целью «застолбить» за изданием первенство публикации.

минут для новости до 50 строк и 20 минут для новости от 50 строк [там же, с. 53]. Если попытаться поставить себя на место выпускающего редактора, вопросов к технологическим особенностям таких форматов не остаётся. Но они остаются со стороны читателя. Примечательно, что в том же «Редакционном стандарте» указывается на необходимость проверок текста несколькими редакторами, чтобы снизить «риск появления на ленте ошибок и глупых опечаток. В молниях они наносят особенно болезненные удары по репутации Агентства» [там же, с. 109]. Действительно, когда адресат видит усечённый новостной текст с усечённым источником без гиперссылки и при этом в большей части случаев не имеет возможности узнать об упомянутом событии в другом источнике, потому что об этом ещё никто не успел написать, это воспринимается скорее как стрессовая ситуация. С другой стороны, если инфоповод на самом деле является значимым и изданию удаётся рассказать о нём первым, это, несомненно, положительно влияет на его авторитет. Правда, стоит признать, насколько это осознаётся читателями — большой вопрос.

Упомянем и следующий за публикацией сообщения этап работы с ним — внесение изменений. Как правило, изменения в уже опубликованное сообщения вносятся либо из-за необходимости исправить какую-либо неточность, либо чтобы дополнить его появившейся значимой информацией:

*UPD. В результате взрыва пострадали три человека, заявили в МЧС (Коммерсант, 08.01.2023).*

*В новость была внесена правка (6:12 мск) с исправлением по тексту, верно — обследование помещений, а не обыск (ТАСС, 11.05.2023).*

*В новость были внесены изменения (23:34 мск) - обновлена информация о числе жертв (ТАСС, 25.12.2023).*

Сопровождение таких изменений соответствующей пометкой является, как минимум, хорошим тоном, как максимум, соблюдением норм профессиональной этики. По нашему опыту, изменения в опубликованные новости вносятся часто, а пометки при этом добавляются редко и всего в нескольких крупных изданиях. Подробное указание на внесение изменений и вовсе является исключительной для

российских новостных изданий ситуацией, в рассматриваемых нами СМИ оно встречается лишь в сообщениях ТАСС. При этом важно отметить, что редкий читатель будет открывать одно и то же новостное сообщение несколько раз, поэтому рассмотрение отсутствия указания на внесение изменений при исправлении текста было бы несущественным. Указание же на внесение изменений, напротив, воспринимается адресатом положительно, так как считается (для большинства адресатов скорее неосознанно) как дополнительное коммуникативное усилие со стороны адресанта, направленное на предоставление адресату более лучшей версии информации о событии.

## 2.7 Внеязыковые средства

**Фото и видео.** Авторитетность сообщения конструируется и внеязыковыми средствами. Как отмечает Т. Г. Добросклонская, «в массмедиа вербальный текст всё более замещается мультимедийным, его словесная составляющая иллюстрируется, дополняется, многократно усиливается медийным компонентом — рисунком, фотографией, видеорядом, особым шрифтом, и т. д., создавая визуальные образы, оказывающие мощное воздействие на сознание» [Добросклонская, 2016, с. 14].

Визуальный компонент присутствует практически в каждом рассмотренном нами новостном сообщении, опубликованном на сайтах изданий, а в их Telegram-каналах, напротив, встречается значительно реже. При этом основная часть публикуемых на сайтах сообщений сопровождается «филлерами» (стоковыми изображениями, пресс-материалами и пр.), а не уникальными фотографиями, имеющими непосредственное отношение к описываемому событию и сделанными или предоставленными специально для передачи информации о нём. Так, среди 3285 сообщений такие изображения были обнаружены лишь в 89 публикациях (49 — на сайтах, 40 — в Telegram-каналах), ещё в 34 публикациях фотографии присутствовали во вставных фреймах. Если «филлерные» фотографии

добавляются с целью привлечения внимания читателя и базовой визуализации описываемого события (показать или напомнить, как выглядит упоминаемый субъект, наглядно показать какой-либо количественный показатель описываемого события и пр.), уникальные фотографии, помимо прочего, направлены на усиление достоверности сообщения посредством предоставления адресату доказательств, которые он потенциально ожидает увидеть. Аналогичная ситуация и с видеозаписями — они присутствовали в 132 сообщениях, часть из них, в основном в публикациях «Известий» и РБК, выполняла «филлерную» функцию или функцию дублирования информации, представленной в текстовом виде.

**Инфографика.** Сложная информация лучше воспринимается в виде инфографики. Под инфографикой мы понимаем визуализацию фактической или статистической информации, направленную на предоставление её адресату в более лёгкой для восприятия форме. В зависимости от назначения инфографика может быть статистической, хронологической, сравнительной, презентационной (рекламной), конструкционной (устройство систем) или навигационной.

Для систематизации информации в инфографике используются различные диаграммы, схемы, таблицы, изображения и пр. Семиотическая сущность инфографики хорошо описана в диссертации С. И. Симаковой [Симакова, 2021]. Интересной в ней, в частности, представляется трактовка передаваемой через инфографику информации как нетекстовой и неизобразительной: «инфографика, будучи способом визуализации данных, строит свою материальность на пересечениях абстрактного и образного, а также формирует новые типы образности, связанные не с художественностью, но со схематизацией, представлением данных в виде абстрактных концептов, требующих иного, чем при восприятии и текста, и изображений художественного типа, когнитивных усилий» [там же, с. 284]. Действительно, инфографика — это уже не вполне текст и при этом не совсем изображение. Непосредственно изобразительная форма, очевидно, является для адресата предпочтительной, но она не располагает достаточными возможностями передачи информации, которыми обладает текст, восприятие которого, в свою очередь, требует от адресата гораздо больших усилий.



Создание инфографики требует особых компетенций и большого количества ресурсов (программное обеспечение, время и т. д.), поэтому она, как правило, создаётся не авторами новостного сообщения, а сторонними специалистами. Даже в крупнейших редакциях, которые могут себе позволить иметь несколько отделов с дизайнерами, инфографику задействуют далеко не в каждой публикации. Сложности производства делают её инструментом, к которому редакции обращаются только в случаях, когда необходимость обеспечения понимания читателем диктуется обстоятельствами повышенной значимости. Так, среди 3285 рассмотренных нами сообщений, инфографика обнаружилась лишь в 40 из них, при этом большая их часть представляет собой простейшую визуализацию или заимствование инфографики из других источников. Пример подобной инфографики приводится на рисунке 9.



Рисунок 9 – Простая инфографика в новостном сообщении

Сложная инфографика присутствовала в основном в публикациях РБК и «РИА Новости», на них же приходится 75 % всех выявленных случаев использования инфографики (19 и 11 сообщений, соответственно). Пример сложной инфографики приводится на рисунке 10.

### Какие страны объявили о санкциях против России или разрыве дипотношений

За период с 21 февраля, когда Россия объявила о признании ДНР и ЛНР, и с 24 февраля, когда Россия начала военную операцию на Украине, о санкциях объявили ЕС, США, Канада, Швейцария, Япония, Великобритания, Новая Зеландия, Австралия, Южная Корея, Черногория, Норвегия и другие страны. Украина и Микронезия разорвали дипломатические отношения с Россией

● Разрыв дипотношений ● Санкции ● Понижение уровня дипотношений



\* Регионы, подписавшие договоры о присоединении к России 30 сентября.

Источники: заявления официальных лиц

© РБК, 2023

Рисунок 10 – Инфографика в новостном сообщении РБК

Вставной фрейм. Новостной медиатекст может включать в себя не только сам текст и простые элементы вроде фотографий, но и более сложные вставные структуры — фреймы. Под фреймом подразумевается самодостаточный HTML-

документ, который может быть отображён в окне браузера как автономно, так и вместе с другими HTML-документами (см. рисунок 11).

Местные жители находят на земле осколки. Сообщается о повреждении нескольких автомобилей и перебоях с электричеством и водоснабжением на нескольких улицах.

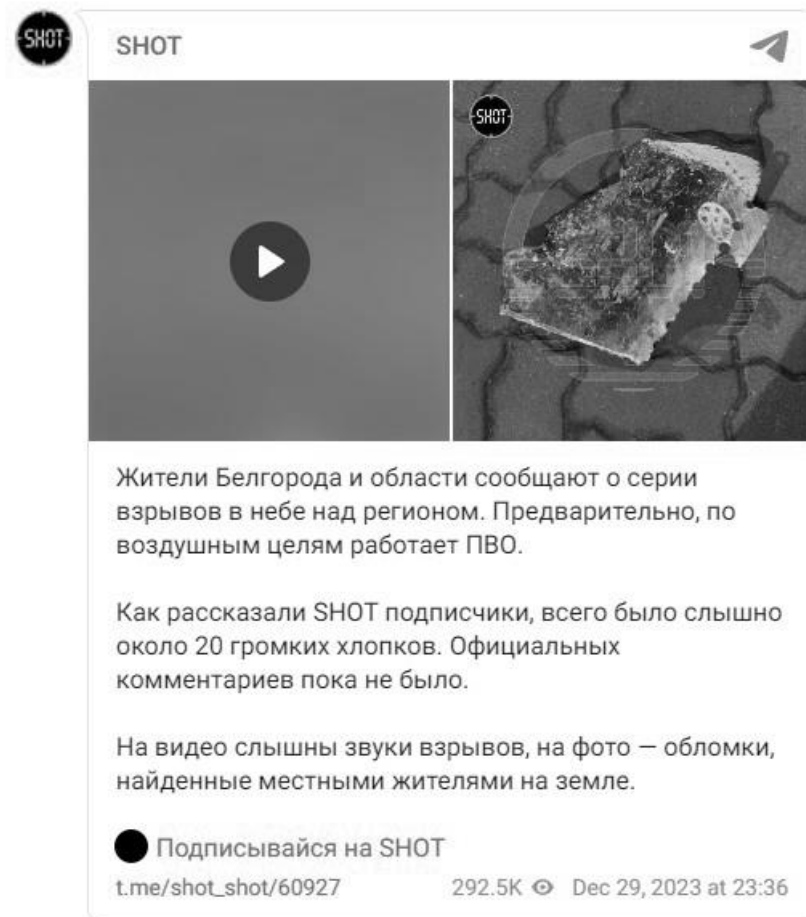


Рисунок 11 – Telegram-пост в новостной заметке

Попав в новостной текст, фрейм становится полноценной частью его структуры. Размещаемые в новостных публикациях фреймы обычно содержат посты из социальных сетей, мессенджеров, а также видеопубликации, размещённые на хостингах (YouTube и пр.). Авторы сообщения могут включать в свои публикации как сообщения, являющиеся источником информации, так и иные, дополняющие или необходимые для раскрытия содержания темы. Первые стоит рассматривать как способ выражения нейтральной достоверности, вторые — как усилительные средства. Рассмотрение фрейма в русле нейтральной достоверности обусловлено тем, что его функциональная доминанта совпадает с

нейтральным показателем эвиденциальности: указание на сообщение представляется нам первичным, а его содержание — вторичным. В содержании фрейма могут присутствовать компоненты пониженной или повышенной степени уверенности адресанта в достоверности чего-либо, однако рассмотрение его содержания, на наш взгляд, уводит нас за пределы самого поля фрейма, ведь содержание фрейма — это автономное сообщение, не являющееся неотъемлемой частью другого сообщения.

Поскольку всё содержимое фрейма отображается непосредственно на странице новостного сообщения, это позволяет его авторам презентовать первоисточник (если в его роли выступает содержание фрейма) как совокупность его содержания и непосредственно источника. Эффект усиливается отсутствием у авторов возможности вносить в исходное сообщение какие-либо изменения, что возможно, например, при цитировании. В глазах адресата фрейм выступает в качестве подтверждения существования источника информации. Вместе с этим авторы дают ему кратчайший путь к источнику информации, что сигнализирует об их открытости и намерении сэкономить время читателя, предоставляя ему возможность самостоятельно и быстро убедиться в достоверности информации.

## **Выводы по главе 2**

Авторитетность репрезентируется в сообщении набором языковых и внеязыковых единиц, которые представляют собой относительно открытую коммуникативную систему. На каждом из уровней структуры авторитетности обнаруживается свой набор маркеров авторитетности, которые можно объединить в более мелкие функциональные группы.

Авторитетность новостного сообщения складывается из совокупности показателей авторитета всех активных и пассивных акторов, причастных к его созданию и распространению: упоминаемых субъектов, авторов и опубликовавшего его издания; а также непосредственно находящихся в нём

маркеров. К последним относятся различные указания на источник информации, цитирование, средства усиления (маркеры уверенности, фактические и статистические данные, маркеры уточнения и подтверждения информации, приёмы, заимствованные из аналитических жанров журналистики, указания на актуальность информации, экспрессивные призывы и апелляции к органам чувств адресата, а также специальная лексика) и ослабления (маркеры сомнения, в том числе предположения и прогноза вероятности, неточные количественные данные, указания на проблему с информацией и её источником, различные дисклеймеры) достоверности, разнообразные манипулятивные приёмы (конструирование позиции адресата, экспрессивная эксплуатация и искажение содержания чужой речи), а также дополнительные указания (авторство, эксклюзивность, «Новость дополняется» и «Обновлено») и внеязыковые средства (фото, видео, инфографика и вставные фреймы).

## Глава 3

### СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ АВТОРИТЕТА СУБЪЕКТА

Присутствие авторитета субъекта в сообщении можно свести к двум основным частям — номинативной (кто говорит) и содержательной (что и как говорит). Номинативную составляющую можно разложить на три компонента: непосредственное имя, функциональное наименование и характеристика. Авторы новостного сообщения не только транслируют авторитет упоминаемого субъекта, но и каждый раз конструируют его в глазах читателя, выбирая нужное количество компонентов в тех конфигурациях, которые позволяют им добиться нужного коммуникативного эффекта: они могут выбирать полную или короткую форму имени субъекта либо замещать его альтернативным вариантом, например, псевдонимом; функциональную номинацию можно выстроить таким образом, чтобы субъект представлялся адресату как специалист в определённой области знания, занимающий высокое место в социальной иерархии, или, наоборот, некто, чьё мнение не имеет веса в профессиональном сообществе; компонент характеристики позволяет достроить итоговую номинацию до желаемого показателя авторитетности.

#### 3.1 Средства усиления авторитета

##### 3.1.1 Функциональные наименования

Номинация субъекта является основным способом конструирования его авторитета, а должностные наименования используются значительно чаще других маркеров авторитетности — на них приходится 17,01 % (3349 из 19693) от всех выявленных случаев употребления. Самыми частотными из них оказались наименования, состоящие из **должности и непосредственно имени** (95,19 %, 3188

из 3349)<sup>38</sup>. Должностной компонент содержит в себе комплекс функциональных характеристик, локализирующих сферу экспертности субъекта, набор его должностных полномочий и место в иерархии не только этой сферы, но и более широких социальных групп. Наиболее типичным их вариантом являются базовые номинации, сигнализирующие о наборе полномочий субъекта и их территориальных рамках:

*Генеральный прокурор России Игорь Краснов встретился с министром юстиции КНР Хэ Жунюном (Известия, 13.07.2023).*

*Глава города Донецка Ростовской области Роман Кураев в своем Telegram-канале сообщил, что после отработки системой ПВО произошел разлет небольших осколков по территории города (Коммерсант, 07.09.2023).*

*Президент России Владимир Путин находится в Кремле, заявил ТАСС пресс-секретарь главы государства Дмитрий Песков, комментируя сообщения в телеграм-каналах о том, что борт с президентом направился в Санкт-Петербург (РБК, 24.06.2023).*

Часто встречаются и варианты наименований с усечёнными должностями, в которых сохраняется лишь опорный компонент (*глава, губернатор, министр* и пр.). Однако такие номинации срабатывают только если их контекстуальное восстановление не является затруднительным:

*Взрывы также раздаются в Вышгороде Киевской области. Глава областной администрации Алексей Кулеба предупредил о работе систем ПВО (ТАСС, 01.01.2023).*

*Российские силы нанесли удар по позициям ВСУ в Черниговской области в ответ на обстрел села Климово в Брянской области из РСЗО, при котором погибли два человека. Об этом сообщил губернатор Александр Богомаз в своем телеграм-канале (РБК, 29.08.2023).*

---

<sup>38</sup> В исследовании рассматриваются наименования, в которых эти компоненты находились как в контактной (*пресс-секретарь Илья Кондратов*), так и в дистантной (*Илья Кондратов сообщил... Пресс-секретарь уточнил...*) позициях. Не рассматриваются случаи повторных номинаций, включая синонимичные (*Пресс-секретарь заявил... Представитель подчеркнул...*), в рамках одного новостного сообщения; в подобных ситуациях фиксируется первая номинация.

При этом усечённый вариант должности не всегда используется корректно: *Пресс-служба Кремля в ночь на воскресенье распространила сообщение, в котором говорится, что президент РФ Владимир Путин посетил Мариуполь. Губернатор города Михаил Развожаев заявлял, что "Путин приехал сам, за рулем"* (МК, 19.03.2023). Контекстуальное окружение маркера *губернатор города* здесь сигнализирует о том, что субъект является губернатором Мариуполя, но это невозможно, такой должности не существует. В других контекстах имя Михаила Развожаева используется с должностной номинацией «губернатор Севастополя», а приведённая в коммуникативном фрагменте цитата и вовсе не соотносится к описываемым авторами сообщения инфоповодом. Таким образом, вместо примера успешной реализации номинации с усечённой должностью мы имеем дело с фактологической ошибкой.

Другой подход к представлению должности заключается в выборе её нарочито подробного варианта. Такие наименования встречаются нечасто и могут быть следствием необходимости соблюдения протокольных (например, военных или дипломатических) установок или эквивалентного этому стремления авторов усилить авторитет упоминаемого субъекта. В последнем случае по функциональному наполнению они становятся равнозначными компоненту положительной характеристики:

*Участник первой и единственной экспедиции экспертов ВОЗ в Ухань замдиректора по научной работе института эпидемиологии и микробиологии имени Пастера Владимир Дедков заявил «Ъ»: научная работа была «драматически политизирована», из-за чего китайская сторона отказалась от дальнейшего сотрудничества* (Коммерсант, 16.02.2023).

*Бизнес-омбудсмен Борис Титов предложил запретить обследовать помещения без согласования с прокуратурой. Соответствующие предложения он направил руководителю администрации президента – руководителю рабочей группы по мониторингу и анализу правоприменительной практики в сфере предпринимательства Антону Вайно, сообщила пресс-служба омбудсмена* (ТАСС, 11.05.2023).



*Член совета администрации Запорожской области, председатель запорожского общественного движения «Мы вместе с Россией» Владимир Рогов заявил со ссылкой на бойцов ЧВК, что Евгений Пригожин и командир ЧВК Дмитрий Уткин, также находившийся на борту, погибли (Коммерсант, 23.08.2023).*

В отдельную группу стоит выделить расширенные функциональные наименования, под которыми мы понимаем случаи одновременного использования нескольких должностных или квазидолжностных номинаций, указывающих на сферу деятельности субъекта, его звание (учёное, воинское, духовное и пр.) и социальный статус. В новостном тексте они наиболее часто соседствуют с аналитическим или иным экспертным комментарием, исходящим от субъекта, который обладает достаточными для комментария компетенциями, но недостаточно высокой узнаваемостью (популярностью):

*Самым распространенным видом рака у мужчин в России является рак трахеи, бронхов и легкого, на него приходится более 16%, а у женщин – рак молочной железы (больше 22%), заявил РИА Новости главный внештатный онколог Минздрава, академик РАН Андрей Каприн (РИА Новости, 11.02.2023).*

*Причиной развития болезни Альцгеймера могут стать бактерии-возбудители воспалительного процесса в полости рта, сопровождающие проблемы с зубами и деснами. Об этом «Известиям» 21 сентября, в Международный день распространения информации о болезни Альцгеймера, рассказала врач-невролог, старший научный сотрудник лаборатории нейрogerиатрии РГНКЦ РНИМУ им. Н.И. Пирогова, доцент, кандидат медицинских наук Мария Чердак (Известия, 21.09.2023).*

*Ранее в четверг ведущий научный сотрудник Центра арабских и исламских исследований Института востоковедения РАН доктор исторических наук Борис Васильевич Долгов заявил «Известиям», что проведение Израилем наземной операции в секторе Газа зависит от складывающейся ситуации в мире вокруг палестино-израильского конфликта (Известия, 19.10.2023).*

Вместо должности сферу экспертности субъекта может обозначать общая номинация (*юрист, физик, экономист* и пр.), не маркирующая полномочия субъекта и пространственный показатель их распространения, но сигнализирующая о том, что субъект обладает знаниями и компетенциями в данной области:

*Об этом написал британский таблоид Daily Mail со ссылкой на юриста из штата Колорадо Кевина Эванса (Известия, 03.01.2023).*

*Немецкий физик Кристофер Киб заявил, что “световое загрязнение” ежегодно усиливает яркость неба на 10% (КП, 30.05.2023).*

*Экономист в сфере труда, профессор Калифорнийского университета в Ирвайне Дэвид Ноймарк, чей анализ приводится в судебном иске, подсчитал, что в среднем разница в зарплате у мужчин и женщин в Disney, работающих на одинаковых должностях и выполняющих аналогичную работу, составляет 2% (Коммерсант, 02.07.2023).*

Некоторые должностные наименования содержат в себе компонент темпоральной ограниченности полномочий (*временно исполняющий обязанности*), свойственный скорее маркерам снижения авторитета:

*Российская армия «тактически оставила» село Работино в Запорожской области, сообщил **врио губернатора региона** Евгений Балицкий (Коммерсант, 06.09.2023).*

*Командир батальона «Спарта» Артем Жога избран председателем Народного совета Донецкой народной республики, сообщил **временно исполняющий обязанности главы ДНР** Денис Пушилин (КП, 20.09.2023).*

*"Председатель СК России поручил **и. о. руководителя СУ СК России по Хабаровскому краю и ЕАО** Трубчику Э. А. возбудить уголовное дело и представить доклад о проведенных первоначальных следственных действиях", - сообщили в СК (ТАСС, 19.11.2023).*

Темпоральный компонент отчётливо проявляется и в наименованиях, указывающих на то, что субъект занимал какую-либо должность в прошлом (*бывший советник, экс-президент* и пр.). С одной стороны, такие номинации

сигнализируют о том, что полномочия субъекта уже истекли, следовательно, его высказывание нельзя расценивать как официальное. С другой, они могут указывать на то, что за время нахождения на этой должности субъект приобрёл знания и опыт, которые позволяют ему позиционировать себя как значимого участника дискуссии. Авторы сообщений, вероятно, делают ставку на второй сценарий интерпретации: *Мощь российской артиллерии, систем ПВО и средств радиоэлектронной борьбы поменяют правила игры в случае прямого конфликта с Западом, написал в Twitter экс-разведчик ВС США Скотт Риттер* (РИА Новости, 04.07.2023).

*Бывший президент США Дональд Трамп высказал обеспокоенность по поводу ситуации на Ближнем Востоке, указав на то, что в сложившейся ситуации виновен Вашингтон* (МК, 17.12.2023).

*Экс-губернатор Кувшинников станет сенатором от Вологодской области* (РБК, 03.11.2023).

Когда авторам необходимо упомянуть субъекта несколько раз, они обращаются к перефразированию должности, чтобы избежать повторений (*президент, лидер государство, первое лицо* и пр.). Такие перефразирования встречаются и в первичной номинации, хоть и относительно нечасто. Они могут выступать ещё и как способ реализации каких-либо коммуникативных тактик, например, сближения и создания общности (*египетский коллега* в третьем фрагменте):

*Главный чиновник Пентагона по делам Китая посетит Тайвань в ближайшие дни, сообщает Financial Times со ссылкой на источники* (РИА Новости, 17.02.2023).

*Помощь России и Ирана сыграла важную роль и дала возможность Сирии выстоять во время кризиса, заявил в среду, 9 августа, сирийский лидер Башар Асад в интервью Sky News Arabia* (Известия, 09.08.2023).

*Президент РФ Владимир Путин и его египетский коллега Абдель Фаттах ас-Сиси провели телефонный разговор, в ходе которого выразили обеспокоенность высоким числом жертв среди мирного населения сектора Газа* (Известия, 14.11.2023).

Иногда должностное наименование в прямом смысле выносится за скобки, выступая дополнительным средством усиления авторитета субъекта. Такой сценарий используется в ситуациях, когда авторы сообщения сомневаются в том, что упоминаемый субъект достаточно узнаваем среди предполагаемых адресатов либо перед ними стоит задача создания видимости этого:

*Украинский совет по нацбезопасности ввел санкции против племянника патриарха Кирилла Михаила Гундяева (представитель РПЦ при Всемирном Совете Церквей и других международных организациях в Женеве)...* (РИА Новости, 24.01.2023).

*"Вчера мы встречались в Стамбуле с [президентом Украины Владимиром] Зеленским. Надеюсь, в августе встретимся с Путиным", - сказал Эрдоган на митинге в городе Байбурт на северо-востоке страны. Трансляцию вел телеканал TRT* (ТАСС, 08.07.2023).

Имя и должность субъекта авторитета обладают ассиметричной функциональной нагрузкой: имя аккумулирует все коммуникативно значимые признаки субъекта (но они актуализируются лишь при условии опознания субъекта объектом), а должность лишь те, которые описаны в предыдущем сегменте параграфа. Если имя субъекта неузнаваемо, то и его авторитет, соответственно, является низким или вовсе отсутствует, а автору сообщения необходимо прилагать больше усилий для его конструирования. О функциональном неравенстве имени и должности свидетельствуют и полученные в ходе исследования данные: наименования с указанием должности составляют 17,01 % от общего количества выявленных маркеров, в то время как наименования с указанием **имени без должности** составляют лишь 1,29 % (254 из 19693):

*Михаил Мишустин подписал распоряжение об освобождении Сергея Михайлова от должности генерального директора ТАСС по собственному желанию* (РБК, 05.07.2023).

*Чиновник также добавил, что Украине необходим "справедливый прочный мир", согласно "формуле" Владимира Зеленского* (КП, 04.09.2023).

*Нетаньяху разговоре с **Байденом** в воскресенье пообещал помочь значительно увеличить поставки гуманитарной помощи в Газу - Белый дом* (РИА Новости, 30.10.2023).

Случаи наименований субъекта, состоящих из **должности без имени**, составляют 2,24 % (75 из 3349) от всех обнаруженных употреблений должностных маркеров. Их можно разделить на две условные группы. К первой мы относим случаи, когда наименование через должность оказывается достаточным из-за популярности субъекта — должность замещает собой имя, так как между ними сформирована прямая ассоциативная связь. Такие должности обычно подразумевают крайне высокую широту полномочий и пространственное распространения, поэтому в текстах федеральных изданий случаи их употребления сводятся к номинациям глав крупных государств, а в региональных к ним также могут добавляться наименования глав административных единиц более низкого уровня (например, губернаторов и мэров):

***Канцлер ФРГ** намерен продолжать созваниваться с **Путиным*** (РИА Новости, 29.01.2023).

***Президент Израиля** призвал правительство немедленно остановить процесс принятия судебной реформы* (Известия, 27.03.2023).

*"По указанию **президента Российской Федерации** и в соответствии с запросом турецкой стороны два самолета-амфибии российского чрезвычайного ведомства вылетели с аэропорта Платов г. Ростов-на-Дону в города Мугла и Измир Турецкой Республики для тушения крупных лесных пожаров", - сказали в МЧС* (ТАСС, 18.07.2023).

Ко второй группе целесообразно отнести случаи наименований, в которых значимость имени субъекта снижается и отсекается, так как на первом плане находится авторитет его должности. При этом имя субъекта может быть восстановлено адресатом, если он обратится к стороннему источнику, так как подобные номинации возможны только если на одной должности находится один субъект:

*Делегация семи стран Африки, в которую вошли **президенты Замбии, Коморских Островов, Сенегала, ЮАР, премьер-министр Египта**, а также **представители***

*Республики Конго и Уганды, посетила 16 июня Киев, где провела переговоры с президентом Украины Владимиром Зеленским (ТАСС, 15.07.2023).*

*На встрече союзников Украины, которая прошла 19 сентября на американской авиабазе Рамштайн в Германии, глава Пентагона заявил, что наращивание сил ПВО для Украины важнее поставок дальнобойных ракет (Коммерсант, 21.09.2023).*

Наконец, наименее частотным случаем номинации оказались наименования **анонимного источника** — они составляют 0,84 %<sup>39</sup> (17 из 3349) от всех должностных маркеров. Эти номинации так же основываются на авторитете должности, но в отличие от описанных выше наименований с должностью без непосредственного имени, такие номинации являются обезличенными, восстановление имени субъекта в них является крайне затруднительным. Достаточно часто авторы сообщений стремятся компенсировать отсутствие именного компонента положительной характеристикой субъекта, указывая на занимаемое им высокое место в какой-либо организации или иное коммуникативное преимущество (например, присутствие на месте описываемого события):

*О том, что Евросоюз не ведет с Россией переговоры по обмену замороженными активами, ранее писала Financial Times со ссылкой на **четырёх высокопоставленных чиновников ЕС** (РБК, 25.08.2023).*

*Командование Вооруженных сил Украины (ВСУ) использует рядовых солдат как приманку для того, чтобы выявлять российских снайперов на Купянском направлении. Об этом сообщил **разведчик 1-й гвардейской танковой армии Западной группировки войск** (КП, 27.08.2023).*

*Крупнейшая криптовалютная биржа Binance пересматривает свой российский бизнес и может полностью уйти из России. Об этом газете The Wall Street Journal сообщил **представитель биржи** на условиях анонимности (Коммерсант, 28.08.2023).*

---

<sup>39</sup> Не учитываются случаи типа *эксперты предсказали, аналитики сообщили, синоптики спрогнозировали* и пр. экспертные и квазиэкспертные номинации.

Для группового субъекта его имя в какой-то степени оказывается ещё более значимым, чем для личностного. Наличие более одного участника подразумевает присвоение этому субъекту новой номинации, под которой он будет позиционировать себя в коммуникативном пространстве. Она может и отсутствовать (если не рассматривать перечисление имён её членов), но разговор об авторитетности таких субъектов имеет смысл лишь в отдельных ситуациях. В контексте группового субъекта стоит говорить даже не о номинации, а о номинативной системе с открытой структурой, так как для него характерно наличие сразу нескольких устойчивых наименований с потенциалом возникновения новых: например, в новостных сообщениях субъект *Правительство Российской Федерации* гораздо чаще именуется как *Россия*, *Москва* или *Кремль*, значительно реже как *Российская Федерация*, крайне редко как *РФ*. В отдельных публикациях можно увидеть и другие варианты с явной негативной коннотацией: *Россиянистан*, *Россияния*, *Эрэфия*<sup>40</sup> и пр., однако в рассмотренных нами сообщениях они отсутствовали. Выделение базового наименования группового субъекта как маркера авторитетности представляется нам излишним, так как автор новостного сообщения в любом случае должен как-то обозначить субъекта вне зависимости от его коммуникативных параметров. Поэтому мы не рассматривали базовые номинации вроде *Правительство Российской Федерации (России)*. Рассматривались все остальные варианты, занимающие позицию первичной номинации при условии отсутствия в данном сообщении базовой номинации — мы исходим из того, что такие номинации считаются адресатом только при условии наличия у него знаний о данном субъекте; а если у него есть такие знания, данный субъект обладает какой-то значимостью и может рассматриваться как носитель авторитета.

Наиболее продуктивную группу таких наименований составляют политические (дипломатические) штампы, представляющие собой метонимические образования, оформившиеся в характерные для в политической

---

<sup>40</sup> Примеры зафиксированы и описаны, в том числе, в статье А. И. Грищенко [Грищенко, 2012].

коммуникации клишированные конструкции. Мотивировка переноса в них может основываться на пространственно-политическом (*Восток, Запад* и пр.), административном (*Россия* как правительство России и пр.) или социальном (*западный партнёр, скандинавские соседи* и др.) признаках. Проиллюстрируем:

**Кремль** заявил, что причиной этого решения стало невыполнение **Западом** предложенных условий (МК, 17.07.2023).

В апреле этого года **Вашингтон, Токио** и **Сеул** призывали **Пхеньян** вернуться к переговорам и уже заявляли, что открыты к диалогу (Коммерсант, 18.08.2023).

**Украина** оказалась в сложной ситуации с исполнением государственного бюджета, поскольку нет ясности относительно дальнейших перспектив финансовой помощи от **западных партнеров** (МК, 24.08.2023).

Номинация страны через её столицу является предпочтительной в дипломатической коммуникации, однако далеко не все столицы легко опознаются средним российским (предполагаем, не только российским) читателем новостей, поэтому для большинства стран такие номинации используются лишь как вторичные:

"Для Марокко никогда не стоял вопрос о том, чтобы положительно ответить на приглашение на запланированную в ЮАР встречу "БРИКС - Африка" или участвовать в этой встрече на каком-либо уровне. Это встреча организована на основе односторонней инициативы правительства ЮАР", - отметил он, добавив, что официальный **Рабат** оценил это приглашение в свете своих напряженных двусторонних отношений с **Преторией** (ТАСС, 19.08.2023).

Другой «неоднозначный» момент — использование таких номинаций в отношении стран, в правовом поле которых отсутствует понятие столицы или столица государства не признаётся другой страной, в которой базируется издание. Самый яркий пример — Израиль и номинация *Тель-Авив* (см. раздел 2.5):  
*Генассамблея ООН приняла резолюцию по палестино-израильскому конфликту <...> Резолюция также призывает отменить требование **Тель-Авива** к жителям Газы и сотрудникам ООН переместиться на юг сектора* (МК, 27.10.2023).



Попытки использования штампа в условиях отсутствия возможности упоминания его опорного компонента представляются сомнительными вне зависимости от окружающего их политического контекста. Если какое-то средство по тем или иным причинам не удаётся воплотить в тексте, от него всегда можно отказаться и использовать базовую или иную номинацию. В противном случае, они искажают транслируемые высказывания и влияют на картину мира адресата.

Другую часто встречающуюся группу наименований составляют аббревиатуры. Здесь опять же стоит обозначить, что не все аббревиатурные номинации стоит рассматривать как показатели авторитета группового субъекта. Базовыми аббревиатурными номинациями мы считаем все номинации государств (*РФ, США, ФРГ* и пр.) и международных объединений, имеющих признаки государственности (*ЕС*), их административных единиц разных уровней (*ХМАО, ЮЗАО* и пр.), а также нерелевантные исследованию несубъектные аббревиатуры (*УК, КоАП* и пр.). К ним мы приравниваем и сложносокращённые наименования (*Минфин, Минобороны* и пр.), сохраняющие в своей форме опорный компонент для прочтения как базовой номинации. Все остальные случаи аббревиатурных наименований рассматриваются при условии отсутствия в сообщении базовой номинации. Приведём несколько иллюстраций:

*«Мы поддерживаем Украину вместе со всем G7, и я обещаю, что мы никуда не денемся», — сказал Байден (РБК, 21.05.2023).*

*Журналист Мария Дежевская заявила, что решением отправить Украине касетные снаряды президент США Джо Байден признал критическое положение ВСУ на поле боя (КП, 10.07.2023).*

*Центральный аппарат СКР возбудил дело по факту обстрела по ч. 3 ст. 30, ст. 105, ст. 167 УК РФ (покушение на убийство, убийство, умышленное уничтожение или повреждение имущества) (Коммерсант, 31.12.2023).*

Степень эффективности использования таких наименований зависит от предварительных знаний адресата: если адресат способен развернуть аббревиатурное наименование до исходного, его использование можно считать успешным. Исключением являются аббревиатуры, которые крайне активно

используются в инфополе и в силу этого не требуют восстановления названия, за последние годы такими наименованиями стали *ВОЗ* и *ВСУ*; и те, которые могут редко встречаться в инфополе, но закрепились в сознании адресатов через другие каналы, например, кинематограф (*ФБР*, *МИ-6* и пр.).

Стоит отметить, что аббревиатурные наименования могут иметь и личностные субъекты, однако они считаются массовым адресатом лишь в единичных случаях. Наиболее яркие примеры — *БГ*<sup>41</sup> и *ВВП*<sup>42</sup>. И то, предполагаем, большинство средних россиян сможет развернуть *ВВП* до полного наименования, а вот считывание *БГ* может оказаться для них затруднительным, особенно для более молодых россиян. Зато последним будет проще развернуть до полного наименования *БРБ*<sup>43</sup>, с чем вряд ли справится средний взрослый россиянин.

Отдельно стоит упомянуть аббревиатурные номинации новостных изданий. Некоторые из рассмотренных нами изданий используют такое наименование как основное (*РБК* и *ТАСС*), другие имеют устоявшееся аббревиатурное наименование, которое используется редко<sup>44</sup> («Комсомольская правда» — *КП*, «Московский комсомолец» — *МК*). Особый случай — «Коммерсант» и его короткое название «*Ъ*», которое используется лишь самим изданием:

*«При этом отметим, что "Сбер" является одним из крупнейших налогоплательщиков в РФ — за 2022 год банк заплатил налог на прибыль в размере 310 млрд руб. Кроме того по итогам 2022 года Сбера выплатил дивиденды в размере 565 млрд руб.»*, — сообщила пресс-служба банка (есть у «*Ъ*») (Коммерсант, 25.08.2023).

Номинация обезличенного (анонимного) группового субъекта крайне скудна. Она ограничивается различными наименованиями, отсылающими к экспертности её членов, то есть выполняет функцию характеристики:

*Эксперты американской исследовательской корпорации RAND опубликовали доклад о том, как Вашингтон может сотрудничать с Россией и Китаем в сфере*

<sup>41</sup> Борис Гребенщиков.

<sup>42</sup> Владимир Владимирович Путин.

<sup>43</sup> Big Russian Boss (Игорь Серавин).

<sup>44</sup> Случаи употребления обнаружили по одному разу в сообщениях других изданий.

*безопасности. Их исследование началось еще до пандемии COVID-19. Аналитики пришли к выводу, что в условиях стратегического соперничества у трех стран очень узкое поле возможного сотрудничества — взаимодействие будет сводиться к тому, чтобы сделать это соперничество более безопасным. Препятствий для сотрудничества становится все больше, вбить клин между Россией и Китаем становится все труднее, а преимущества от взаимодействия в противовес соперничеству не перевешивают издержки, подчеркивают исследователи (РБК, 11.03.2023).*

### 3.1.2 Положительная характеристика

Оценочный компонент номинативной части авторитета не несёт в себе никаких опорных характеристик субъекта, которые позволили бы его идентифицировать, поэтому он не используется без хотя бы одного из двух других (именного или должностного). Характеристика может быть направлена как на усиление авторитета субъекта, так и на его снижение (см. параграф 3.2.2). Базовую группу усиления составляют прилагательные *влиятельный*, *знаменитый*, *известный* и их эквиваленты, направленные, в первую очередь, на конструирование значимости субъекта, который, по мнению авторов сообщения, может оказаться незнакомым адресату:

*Отмечается, что лента может быть посвящена американской журналистке и одной из самых влиятельных кинокритиков Полин Кейл (КП, 15.03.2023).*

*Знаменитый шведский футболист Златан Ибрагимович объявил о завершении карьеры (МК, 05.06.2023).*

*К прогнозам голландца Фрэнка Хугербитса, предсказавшего в обозримом будущем мощное землетрясение на Дальнем Востоке, сложно относиться серьезно, рассказал РИА Новости известный сахалинский ученый, кандидат физико-математических наук Алексей Коновалов (РИА Новости, 25.04.2023).*

Прилагательные *официальный* и *высокопоставленный* маркируют возможность субъекта обладать информацией ограниченного доступа и выступать в качестве достоверного источника. *Высокопоставленный* субъект, как это было проиллюстрировано ранее, в отличие от *официального*, может вводиться в текст как анонимный источник — это наиболее типичный сценарий, в котором указание на должностной допуск субъекта к информации может компенсировать его анонимность. Характеристика *высокопоставленный* в связке с именем и функциональной номинацией субъекта встречается значительно реже и выполняет скорее функцию базовой характеристики:

*Американские военные сбили беспилотник-камикадзе в нескольких километрах от военной базы США Айн-аль-Асад в Ираке, дальнейших инцидентов не последовало, заявил РИА Новости **официальный** представитель Пентагона (РИА Новости, 27.10.2023).*

*В интервью турецкому телеканалу Haberturk на прошлой неделе Халед Машааль, еще один **высокопоставленный** деятель ХАМАС, намекнул, что группировка ожидает более сильной поддержки со стороны Анкары (РБК, 23.10.2023).*

Помимо должностного допуска анонимного субъекта к информации характеристикой могут стать и другие указания на его осведомлённость, например, близость к органам власти. Коммуникативный эффект от таких характеристик, на наш взгляд, ниже предыдущего, так как для адресата остаётся неизвестным, как именно источник получил доступ к транслируемой информации:

*Власти Евросоюза собираются в ближайшие месяцы начать антимонопольное расследование против Microsoft. Об этом сегодня, 3 июля, сообщило агентство Reuters со ссылкой на источники, **знакомые с ситуацией** (Коммерсант, 03.07.2023).*

*«Генерал армии Сергей Суровикин освобожден от занимаемой должности в связи с переходом на другую работу и находится в распоряжении» (Минобороны. — РБК), рассказал РБК источник, знакомый с ситуацией, и подтвердил источник, **осведомленный о кадровом решении в Минобороны** (РБК, 22.08.2023).*

*Власти Турции «вежливо отослали» одного из лидеров палестинской группировки ХАМАС Исмаила Ханию и его подчиненных из страны, утверждает Al Monitor со ссылкой на несколько **информированных** источников (РБК, 23.10.2023).*

*...Как сообщил источник «Ъ», **близкий к городским властям**, средства в размере 18,6 млн руб., предназначавшиеся на строительство «Ракушки», не пропадут и пойдут на строительство памятника героям спецоперации — его могут установить в сквере у Дома чекистов на улице Сибирская (Коммерсант, 25.10.2023).*

В качестве характеризующего компонента может выступать и указание на действие субъекта. Если о действии субъекта сообщается в новостном сообщении, оно обладает социальной значимостью (в противном случае неясно, зачем о нём сообщается), соответственно, характеризует субъекта. Указание на действие субъекта маркирует его место в иерархии власти:

*Госсекретарь США Энтони Блинкен **осудил антиправительственные выступления**, начавшиеся в столице Бразилии, и **призвал немедленно прекратить их** (ТАСС, 09.01.2023).*

*В частности, в бюджете не нашлось денег на программу «Земский работник культуры», <...> а также на поддержку детского отдыха и строительства жилья для детей-сирот. Председатель партии Дмитрий Медведев расценил эти факты как «дискредитацию» и **потребовал исправить недоработки** (Коммерсант, 31.01.2023).*

*Председатель парламента Грузии Шалва Папуашвили **призвал к спокойствию** митингующих в Тбилиси против законопроектов об иноагентах (ТАСС, 09.03.2023).*

Отдельно стоит рассмотреть характеристику, которую субъект даёт самому себе. Прямая автохарактеристика вроде *я известный, я популярный* и пр., воспринимающаяся в языковом сознании носителей русского языка скорее негативно (обычно как хвастовство), в рассмотренных сообщениях нам ожидаемо не встретилась. Если опустить автохарактеристику через сообщаемую информацию, которая отчасти уже была описана в предыдущих разделах,

оставшиеся случаи можно свести к двум группам — указание на осведомлённость и экспрессивный перформатив; обе группы автохарактеристик свойственны политической речи. Основным способом сообщения о собственной осведомлённости является прямое указание на неё: *Бывший завод Volvo в Калуге возобновит работу уже в этом году, в 2024-м производство должно выйти на полную мощность, сообщил губернатор Калужской области Владислав Шапша во время прямого эфира на своей странице в социальной сети «ВКонтакте». «<...> Я знаю, что в этом году уже планируется возобновление работы предприятия. На полную мощность оно выйдет уже следующим году», — сказал Шапша (РБК, 26.09.2023).*

Перформативная характеристика обычно встречается в сообщениях с повышенной эмоциональностью. Обратимся к коммуникативному фрагменту: *Армия Израиля оповестила семьи 155 заложников о том, что их близкие удерживаются в плену радикалами из палестинского движения ХАМАС. Об этом сообщил официальный представитель израильской армии Даниэль Хагари, сообщает издание The Times of Israel. <...> "Семьям заложников: я знаю, что каждая секунда для вас равна вечности, мы делаем все, чтобы вернуть ваших родных домой", - сказал он (ТАСС, 15.10.2023).*

Субъект обращается к конкретной группе адресатов (вероятно, не пересекающейся с адресатами данного новостного сообщения), маркирует, что он понимает их чувства и совершает действия вместе с другими акторами (*мы делаем*), чтобы освободить заложников из плена: субъект характеризует себя как разделяющего чувства семей заложников человека, участвующего в действиях по их освобождению. Перформативность высказывания субъекта обусловлена занимаемой им должностью: перформатив используется в форме 1-го лица мн. ч., так как субъект не является единственным актором, а входит в их группу или, точнее, представляет её (официальный представитель израильской армии).

Характеристика группового субъекта не имеет существенных отличий от характеристики субъекта-личности, лишь изредка добавляя уникальные конкретизаторы. Основная часть выявленных контекстов с усилительной

характеристикой сводится к дополнительной квалификации транслируемой информации как достоверной. Наиболее частотным является указание на её официальность:

*Во Владивостоке тренера по легкой атлетике обвинили в растлении малолетней воспитанницы, сообщает 29 октября **официальный** Telegram-канал СУ СК РФ по Приморскому краю (Известия, 29.10.2023).*

*По данным **официального** прогноза центробанка, годовая инфляция по итогам 2023 года ожидается в диапазоне 5-6,5% (КП, 31.07.2023).*

Аналогичную функцию реализует указание на принадлежность к государству, однако в отличие от предыдущего адресат может интерпретировать его и в негативном ключе. Основным компонентом в нём является маркирование официального статуса транслируемой информации:

*В мечети в городе Бар-Эльяс на востоке Ливана началась стрельба, сообщило **государственное** информационное агентство NNA (РБК, 07.07.2023).*

***Госагентство** «РИА Новости» со ссылкой на источник, знакомый с ситуацией, утверждает, что ракетный удар вооруженных сил РФ по Чернигову пришелся на место сбора личного состава ВСУ (Коммерсант, 19.08.2023).*

*Запуск спутника «Марафон» запланирован на 26 декабря 2023 года. Об этом 4 октября сообщила **госкорпорация** «Роскосмос» (Известия, 04.10.2023).*

Если упоминаемый субъект не имеет подобного статуса, достоверность информации может маркироваться его близостью к первоисточнику, объясняющей путь получения доступа к информации:

*Владимир Зеленский правильно ведет себя по отношению к Западу, заявил президент Белоруссии Александр Лукашенко. Его слова приводит **близкий к администрации белорусского лидера** телеграм-канал «Пул Первого» (РБК, 06.10.2023).*

### 2.1.3 Маркеры доступа к информации

Интересную группу маркеров авторитета группового субъекта составляют различные указания на доступ к информации, специфичные для нескольких новостных изданий. Интересной она представляется нам в силу отсутствия какой-либо необходимости, а местами даже избыточности, использования таких указаний. Издания, стремясь подчеркнуть факт наличия у них какой-либо информации, отсутствующей в открытом доступе, сообщают об этом в тексте напрямую, при этом иногда остаётся неясным, что именно есть у них в распоряжении (см. третий коммуникативный фрагмент), так как опорным компонентом указание является наличие, а не сама информация:

*В увеличении инвестиций нуждается почти половина (47%) российских промышленных предприятий, и лишь у 5% потребность в капиталовложениях снизилась, показал опрос руководителей по итогам 2022 года, проведенный Центром конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ (результаты есть у РБК) (РБК, 15.06.2023).*

*Опрос маркетингового агентства «Сервизория» на тему «Идеальная доставка: как покупателю пройти тернистый путь и не потерять веру в маркетплейс» показал, что россияне считают, что делать покупки на маркетплейсах выгоднее, чем в офлайн-магазинах. Такое мнение высказали больше 70% респондентов. Также 21% опрошенных не видит особой выгоды, а 9% предпочитают делать покупки в обычных магазинах. **Результаты исследования появились в распоряжении «Известий» 30 сентября (Известия, 30.09.2023).***

*«При этом отметим, что "Сбер" является одним из крупнейших налогоплательщиков в РФ — за 2022 год банк заплатил налог на прибыль в размере 310 млрд руб. Кроме того по итогам 2022 года Сбера выплатил дивиденды в размере 565 млрд руб.», — сообщила пресс-служба банка (есть у «Ъ») (Коммерсант, 25.08.2023).*

Неожиданным стало и достаточно частое использование в сообщениях вариантов выражения *сообщить в кулуарах...*, находящегося скорее на языковой



периферии. Формально оно означает, что журналист «поймал» какого-либо спикера в перерыве между официальными частями мероприятия, на котором они находятся, и добился от него комментария. Выражение, вероятно, стоит рассматривать как более слабый эквивалент маркера эксклюзивности — о ней не сообщается эксплицитно, но на неё указывает контекстуальное окружение:

*Российская компания, разработчик системы распознавания лиц, NtechLab создаст систему для поиска домашних животных. Об этом нам сообщил официальный представитель NtechLab Александр Томас в кулуарах ЦИПР-2023 (ТАСС, 02.06.2023).*

*В настоящее время курс рубля находится не на оптимальном уровне и в скором времени должен укрепиться. Таким мнением поделился председатель правления Сбербанка Герман Греф в кулуарах Финансового конгресса Центробанка (КП, 06.07.2023).*

*Зарегистрированная на Кипре компания TCS Group, которая владеет Тинькофф-банком, планирует провести редомициляцию и перейти под юрисдикцию другой страны. Об этом председатель правления Тинькофф-банка Станислав Близнюк сообщил журналистам в кулуарах форума Finopolis (Коммерсант, 10.11.2023).*

## 3.2 Средства ослабления авторитета

### 3.2.1 Должностные номинации

В новостных сообщениях можно встретить функциональные наименования с именем, должностью и негативной оценочной характеристикой. Обратимся к коммуникативным фрагментам:

*Лидер правоэкстремистской партии "Жесткий курс" Расмус Палудан заявил, что не ожидал такой бурной общественной реакции на акт сжигания Корана перед посольством Турции в Стокгольме, добавив, что не сожалеет о проведенной акции (ТАСС, 23.01.2023).*

*Эрдоган в воскресенье также обвинил оппозицию в том, что та действует по указаниям лидера запрещенной в стране и признанной террористической организации **FETÖ** Фетхуллага Гюлена (РИА Новости, 03.04.2023).*

В обоих фрагментах используется механизм опосредованной характеристики. В первом из них автор стремится снизить авторитет субъекта при помощи снижения статуса партии, которую он возглавляет: вместо принятых в политическом дискурсе условно нейтральных определений *правый* и *праворадикальный* употребляется определение *правоэкстремистский*, обычно используемая при описании идеологии фашизма. Во втором, опять же, внимание адресата направляется на область работы субъекта, а не на него самого — в функциональную часть наименования включается информация о негативном правовом статусе организации, которую он возглавляет, а также деструктивной направленности её деятельности.

### 3.2.2 Отрицательная характеристика

Характеристики, направленные на снижение авторитета субъекта, встречаются и вне должностных номинаций. В новостной текст такие оценки могут вводиться как через высказывания других коммуникантов, так и обезличено в непосредственно авторской части. Приведём примеры:

*Бывший советник Кучмы также назвал **глупостью** слова нового министра обороны Украины Рустема Умерова о том, что Вооруженные силы Украины (ВСУ) якобы будут предпринимать некоторые действия этой осенью (КП, 18.10.2023).*

*Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова заявила, что **визит** главы МИД Германии Аннелены Бербок в Харьков и Киев **был сделан ради картинки и ни на что не влияет, это исключительно работа на камеру**. По словам дипломата, Бербок не знает ни истории Харькова, который посетила, ни истории страны, не имеет представления о том, что за разрушенные здания*

*ей показывают, "ей абсолютно все равно, где она находится"* (ТАСС, 13.01.2023).

Отметим, что в ситуации, когда один субъект даёт негативную характеристику второму, в глазах адресата эта характеристика может стать триггером вынесения вердикта о качествах обоих коммуникантов — возможны ситуации, когда намерение снизить авторитет оппонента оборачивается для субъекта снижением его авторитета, а в отдельных случаях ещё и повышением авторитета оппонента. Иллюстрации представляются нам здесь излишними, так как они слишком сильно зависят от мировоззрения интерпретатора (адресата), но упомянем, что в политической коммуникации таких примеров достаточно много.

Репертуар автохарактеристики, направленной на снижение собственного авторитета, крайне мал. Это обусловлено тем, что в нормальной ситуации субъект не может быть заинтересован в ослаблении собственного коммуникативного статуса. Тем не менее снижающая автохарактеристика присутствовала в некоторых рассмотренных сообщениях — в большинстве случаев, на наш взгляд, она используется неосознанно, но бывают и ситуации, когда она может использоваться целенаправленно для реализации некоторых коммуникативных тактик. О снижении можно говорить в случаях, когда субъект заявляет о своей неосведомлённости. Приведём ещё несколько коммуникативных фрагментов для иллюстрации:

*Странно как комментирует Пригожин. "Я сейчас не знаю подробностей происшествия, мне доложили только то, что, к сожалению, Владлен Татарский погиб. Об остальных подробностях я не в курсе..."* (МК, 03.04.2023).

*На вопрос, будет ли приостановка работы правительства, Кевин Маккарти ответил: «Я не знаю. Спросите президента Байдена»* (Коммерсант, 27.09.2023).

Снизить авторитет субъекта может и его констатация предела собственных возможностей. Конечный коммуникативный эффект таких автохарактеристик предсказать трудно: адресат может интерпретировать его как в позитивном ключе (например, снижение собственного статуса для выравнивания коммуникативной

позиции с оппонентом или демонстрации искренности), так и в негативном — коммуникант не в состоянии контролировать что-либо (обладать властью).

В качестве снижающей характеристики группового субъекта могут использоваться различные средства. Покажем основные их группы на примере коммуникативных фрагментов:

*Освобождение заложников, которых удерживает **радикальная** палестинская группировка ХАМАС, достаточно сложный процесс, который будет состоять из нескольких этапов* (Известия, 23.11.2023).

*"Сегодня у нас на сессию идет очередная партия имущества (под национализацию. — Прим. ред.) — крупные винодельческие предприятия, банковские структуры, квартира наркомана Зеленского и прочее имущество всех способствующих **террористическому режиму** на Украине. Как обещал — в российском Крыму враги России зарабатывать не будут", — сказал он, поблагодарив парламент за решение о национализации* (РИА Новости, 24.05.2023).

В первом фрагменте характеристика *радикальный* восходит к формально нейтральному политическому термину, содержание которого при этом не воспринимается как нейтральное; сущность радикализма заключается в стремлении кардинального изменения действующей системы, что не может восприниматься нейтрально приверженцами иных политических взглядов<sup>45</sup>. Во втором фрагменте характеристика *террористический режим* является наименованием, которое адресант присваивает упоминаемому групповому субъекту, не имеющего подобного статуса с официальной позиции на момент публикации сообщения<sup>46</sup>.

Как и в случае с субъектом-личностью, в качестве характеристики группового субъекта могут выступать различные указания на их неосведомлённость или иные действия и состояния, оказывающие негативное влияние на их коммуникативные параметры: *Движение ХАМАС во вторник и среду*

<sup>45</sup> Важно отметить, что для адресата со схожими политическими взглядами такая характеристика будет считываться скорее как нейтральная или положительная.

<sup>46</sup> И на момент описания этой единицы, соответственно.

*отпустит 20 израильских заложников, удерживаемых в секторе Газа, заявили в МИД Катара. Также сообщили, что Катар не может подтвердить число заложников, которые удерживаются в секторе Газа (ТАСС, 28.11.2023).*

### 3.2.3 Указание на спорную легитимность

Отдельную группу наименований с негативной характеристикой составляют случаи указания на спорную легитимность субъекта. Количество их использования в новостных текстах значительно выросло в 2022–2023 годах на фоне сложной общественно-политической ситуации. Характеризующий компонент может транслироваться через разнообразные определения, относящиеся как к самой должности субъекта авторитета, так и её локализации с позиции норм международного права — *аннексированный, поставленный, назначенный* и пр.; а также заключения должностного наименования в кавычки. Рассмотренные случаи использования маркера показали, что в наименование часто включается сразу несколько оценочных компонентов: *Около 200 тонн ранее похищенной гуманитарной помощи для ВСУ обнаружено в подконтрольной Киеву части Запорожской области, сообщил во вторник назначенный украинскими властями "глава областной администрации" Юрий Малашко (РИА Новости, 21.11.2023).*

Указания на спорную легитимность составляют значительную часть характеристик группового субъекта. Как в и случае с личностным субъектом, такие указания носят констатирующий характер и используют схожий спектр средств выражения, обозначающих статус субъекта с позиции международного права (*аннексированный, захваченный, самопровозглашённый* и пр.), а также кавычки, маркирующие позицию авторов сообщения по отношению к упоминаемому субъекту: *Полиция самопровозглашенного Косово сообщила о поиске напавших на сотрудников правоохранительных органов на мосту рядом с селом Баньска (КП, 24.09.2023).*

### 3.2.4 Обвинение во лжи

Квалификация информации как несоответствующей действительности может обретать разные формы. Наиболее мягкой из них мы считаем опровержение, описанное в разделе 2.4, — субъект объявляет опубликованную ранее информацию ложной, акцент делается на текущем сообщении с истинной, на его взгляд, информацией, а предыдущее сообщение указывается лишь в качестве источника без конкретизации личности его распространителя. Иными словами, в ситуации опровержения коммуникант выражает своё несогласие с содержанием сообщения другого коммуниканта, сообщает свою версию и предлагает считать её приоритетной без экспликации обвинений в адрес данного коммуниканта.

Жёсткой формой можно считать ситуацию, в которой для коммуниканта первичным становится не предложение собственной интерпретации события, а обвинение другого коммуниканта во лжи. Своя интерпретация события при этом может и вовсе не предлагаться, на первый план всегда выходит личность распространителя первичной (неистинной) информации и указание на то, что распространённая им информация не соответствует действительности:

*Должность главы палаты представителей США освободилась 3 октября, после того как конгрессмены впервые в истории Соединенных Штатов проголосовали за отстранение спикера Кевина Маккарти. Причиной этому послужило прошение об отставке его соратника Мэтта Гетца, который 2 октября **обвинил Маккарти во лжи конгрессу** в связи с принятием решения о финансировании правительства (Известия, 25.10.2023).*

*"**Информация** о якобы блокировке товаров на сумму 50 млрд рублей, которую распространил председатель Общественной наблюдательной комиссии Москвы, глава Союза электронной торговли Георгий Волков, **не соответствует действительности**", — сказано в сообщении (ТАСС, 26.05.2023).*

Второй коммуникативный фрагмент хорошо иллюстрирует разницу между опровержением информации и обвинением во лжи. В обоих случаях в качестве опорной может выступать конструкция *информация не соответствует*

*действительности*, но в данном фрагменте она является обвинительной, а не пояснительной: коммуникант излагает содержание первичного сообщения, называет его распространителя и обвиняет его во лжи. Выбор мягкой конструкции, вероятно, обусловлен тем, что оппонентами здесь являются представители крупного бизнеса и представитель властной структуры. Коммуникативный эффект усиливает и единица *якобы*, излишне подчёркивающая вердикт адресанта.

Крайним проявлением обвинения во лжи стоит считать обвинение в клевете. Клевета, в отличие от лжи, лежит в поле уголовного права и определяется как «распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию» [Кодекс Российской...]. Репутация — основанное на общественной оценке свойство субъекта, формирующееся на протяжении всего времени его активного присутствия в общественном пространстве. «Подорвать» её может вербализация даже малейшей проблемы, возникшей в ходе взаимодействия с коммуникантом, причём ущерб наступает ещё до появления подтверждений, поэтому обвинение в клевете — эффективный способ снижения коммуникативного статуса оппонента:

*Ранее в апреле защита Хантера Байдена уже обращалась в Управление по этике в связи с заявлениями Марджори Тейлор Грин в отношении президентского сына, которые его адвокаты считают клеветой* (РИА Новости, 21.07.2023).

В сообщениях встречаем и обвинения во лжи в адрес групповых субъектов, однако они, в отличие от описанных ранее, тяготеют к более мягкой форме:

*Запорожская АЭС находится в городе Энергодаре, который контролирует Россия. Она неоднократно обвиняла украинскую сторону в обстрелах территории станции. Киев в свою очередь обвинял Москву в изучении сценария «террористического акта с выбросом радиации» на станции. Кремль называл эти данные ложью* (РБК, 31.08.2023).

Прямое обвинение во лжи в выявленных контекстах составляет меньшую часть употреблений и использовалось в основном при передаче высказываний представителей первых государственных лиц. В остальных случаях используются

единицы, тяготеющие к менее конфронтационным конструкциям — *N* преувеличивает достижения, информация *N* не подтверждается властями и пр.

### Выводы по главе 3

Авторитетность на уровне упоминаемого субъекта, в отличие от уровня сообщения, обнаруживает меньшую зависимость от других коммуникативных категорий в силу того, что на первом плане здесь оказывается непосредственно коммуникант. Значительная часть средств конструирования уровня сообщения заимствуется авторитетностью у других категорий, например, у достоверности (выражение уверенности, предположение и др.); маркеры уровня субъекта направлены на отражение свойств коммуниканта через его номинативный комплекс и указания на совершаемые им действия, которые реализуют характеризующую функцию.

Авторитет субъекта в номинативном срезе конструируется при помощи различных характеристик, в том числе автохарактеристик, и конфронтационных маркеров (указание на спорную легитимность, обвинение во лжи и пр.). В зависимости от количества включённых в него членов в формировании именного и функционального компонентов номинации задействуются разные маркеры. Специфичными для авторитета упоминаемой личности оказываются функциональные номинации с указанием должности, направленные как на усиление авторитета, так и на его снижение. Авторитет группы конструируется различными устойчивыми наименованиями, а также маркерами доступа к информации и авторитета количества. Содержательная составляющая авторитета субъекта обретает экспликацию на уровне сообщения.

Таблица с выявленными в ходе исследования средствами конструирования авторитетности приводится в Приложении Б.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Характеристику современных новостных медиа невозможно свести только к информированию и воздействию. Они представляют собой сложную дискурсивную систему, аккумулирующую все изменения в общественно-политической жизни и в каком-то смысле позволяющую этой жизни продолжаться: открывая новости, адресат оказывается в сконструированной медийной действительности, через которую авторитетные издания транслируют авторитет заинтересованных адресантов. В теоретической части работы при описании новостного медиадискурса мы фокусировались на его конститутивных признаках, но даже при таком подходе не удалось избежать многостраничного перечисления его свойств — настолько значимым является каждое из них. При этом можно с уверенностью констатировать, что не менее значимыми оказываются и свойства, которые актуализируются действительностью: в настоящее время российский новостной дискурс подвергается активному воздействию политических факторов, приводящим к его качественным и количественным трансформациям, что мы попытались отразить, насколько это позволяет ситуация, уже в практической части работы.

Авторитетность — одна из основных коммуникативных категорий, базирующаяся на зафиксированных в обществе представлениях о власти, создающих ситуации конкуренции и борьбы за высокий статус, социальный, академический, профессиональный и пр. Она представляет собой многополярное рассредоточенное экстралингвистическое явление, которое проявляется в конкретной субъектной локализации, но находится над ней или вовсе не имеет реального воплощения-субъекта. Авторитет субъекта находится в прямой зависимости от признания его объектом: каким бы высоким ни был авторитет адресанта, вердикт о нём всегда выносит адресат. В следствие этого необходимо говорить о сопротивлении авторитету, которое может возникать у адресата из-за любого несовпадения его коммуникативных параметров и ожиданий с теми показателями субъекта авторитета, которые транслируются в сообщении или

сопровождают его как предварительные знания. Авторитет, таким образом, является динамической сущностью, способной изменяться во время каждого коммуникативного соприкосновения с объектом, воздействовать на его восприятие и оказывать влияние на авторитет других субъектов.

Ряд характеристик авторитетности актуализируется лишь в конкретном виде дискурса (научном, политическом, рекламном и др.). Так, для научного дискурса авторитетность является условием существования научного познания, участвуя в производстве нового знания и создавая ситуации конкуренции, выводящие интеллектуальные продукты одного из субъектов авторитета в статус образца; авторитетность здесь базируется на факторе веры — как субъекта авторитета в результаты собственной научной деятельности, так и в эти же результаты со стороны его объекта. Политическая авторитетность находится в непосредственной близости к категории власти, из-за чего все её компоненты смещаются в сторону воздействующей функции; политический авторитет обнаруживает тесную связь с коммуникативным и социально-административным лидерством. В рекламном дискурсе авторитетность так же нацелена на достижение перлокутивного эффекта, чем обусловлен её групповой, делегированный характер и специфичный языковой код. Прогностический дискурс обращается к авторитетности из-за своей мифологизированной природы: особое значение в нём имеет эмотивная функция, поэтому эффективность коммуникации здесь во многом зависит от индивидуальных характеристик и ораторских способностей адресанта-интерпретатора (астролога, составителя гороскопа, автора прогностического текста).

В новостном медиадискурсе эти характеристики проявляются ещё ярче и приобретают особые черты, так как он аккумулирует и транслирует знания из всех сфер общественной жизни. Авторитетность здесь обнаруживает сильную связь с коммуникативными категориями достоверности, объективности, фактичности и эвиденциальности, проявляясь в сообщении, каждая из которых оказывает влияние на восприятие адресатом остальных категорий. Достоверность связана с процедурой верификации информации, которая может проводиться как авторами

новостного сообщения, так и непосредственно читателем; достоверность того, что адресат видит в новости, служит для него подтверждением авторитетности её распространителя. Границы между авторитетностью и объективностью в глазах читателя во многом уже стёрлись, так как открывая новости, он ожидает увидеть объективную информацию; при этом объективность в журналистике всегда сопряжена с рядом ограничений, которые не позволяют ей приблизиться к объективности абсолютной. Издания предлагают читателю гибкую интерпретацию факта, которая становится для него более привлекательной, чем сам факт; в медиaprостранстве любая информация становится знанием с декларируемо доказанной или проверенной достоверностью, хотя это может основываться исключительно на авторитете издания. Эвиденциальность маркирует, каким образом была получена транслируемая информация и может ли она претендовать на истинность; она позволяет авторам новостного сообщения ссылаться на авторитетных лиц и материалы других авторитетных изданий, тем самым повышая достоверность своего сообщения и собственный коммуникативный статус.

В новостном сообщении авторитетность конструируется при помощи различных языковых и внеязыковых единиц, образующих коммуникативную систему открытого типа. В данной работе мы в основном описывали уровни авторитетности сообщения и авторитета упоминаемых в нём субъектов, так как они являются опорными для остальных уровней и на них сконцентрировано наибольшее количество лингвистических маркеров. Некоторые из них формируют или корректируют авторитет субъекта в номинативном ключе (кто говорит) — большая их часть описывается в третьей главе; другие инкорпорируются непосредственно в содержательную часть сообщения (что и как говорит) — им посвящена вторая глава. В нём также описываются маркеры внесубъектного конструирования авторитетности новостного сообщения: экспрессивный призыв, дисклеймер, инфографика и пр. В результате проведённого исследования мы установили, что на каждом из уровней структуры авторитетности обнаруживается свой набор маркеров, участвующих как в формировании авторитета субъекта данного уровня, так и субъектов «высших» уровней, при этом отношения между

субъектами разных уровней ассиметричны: если авторитет издания зависит от авторитета субъектов всех остальных уровней, то авторитет упоминаемого в сообщении субъекта находится в минимальной зависимости от них и ограничивается рамками данного сообщения.

Логичным продолжением работы станет изучение способов конструирования выделенных уровней авторитета автора сообщения и авторитета издания; особенно перспективным представляется проведение подобных исследований в междисциплинарном ключе с более глубоким привлечением понятийного аппарата журналистики, медиакоммуникаций и связей с общественностью. Обозначим ещё несколько возможных векторов дальнейшей разработки темы: исследование авторитетности с позиции адресата (например, на материале пользовательских комментариев к новостным сообщениям), описание авторитетности в разных видах дискурса, в частности, рекламном и дипломатическом, изучение отдельных аспектов авторитетности и смежных коммуникативных категорий.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

### Литература

1. Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр.; сер. «Аспекты языка и коммуникации»; вып. 4 / под общ. ред. В. Б. Кашкина. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008. 216 с.
2. Андриади И.П. Авторитет учителя и процесс его становления: моногр. М.: МПГУ, 1997. 206 с.
3. Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ: моногр. М.: Изд-во МГУ, 2011. 391 с.
4. Антонова С.Н. Стратегия выстраивания новостного дискурса в интернет-медиа / С. Н. Антонова, А. С. Остапенко, Т. Ю. Плетяго // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2019. №1. С. 25–33.
5. Арутюнова Н.Д. Диалогическая цитация (к проблеме чужой речи) // Вопросы языкознания. М., 1986. № 1. С. 50–64.
6. Астахова Т.Н. Проявление категорий «Эвиденциальность» и «Авторитетность» в текстах немецких СМИ // Вестн. Северного (Арктического) федерального ун-та. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2014. №1. С 71–75.
7. Ахренова Н.А. Структурные особенности новостного текста в интернет-дискурсе / Н. А. Ахренова, Р. И. Зарипов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. №3. С. 87–98.
8. Баева Г.В. Семантико-прагматические особенности вербальных и невербальных знаков в рекламном дискурсе (на материале немецкой пресс-рекламы): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Баева Галина Валентиновна. Тамбов, 2000. 24 с.
9. Баранов А.Г. Динамические тенденции в исследовании текста // Stylistyka. Vol. IV. Opole, 1995. С. 54–69.
10. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Баранов Анатолий Григорьевич. Ростов н/Д, 1993. 182 с.

11. Басовская Е.Н. Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Дискурс-Пи. Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2020. №1 (38). Стр. 21–33.
12. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского // Собр. соч. в 7 т. Т. 6. М., 2002, С. 7–300.
13. Бейлинсон Л.С. Осмысление сомнения в паремиологии и афористике / Л. С. Бейлинсон, В. И. Карасик // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2019. Т. 8, № 5. С. 8–12.
14. Белоедова А.В. Категория достоверности в современных журналистских текстах: теоретический и практический аспекты: дис. ... канд. филолог. наук: 10.01.10 / Белоедова Анна Викторовна. Воронеж, 2018. 246 с.
15. Блинова О.А. О стилистическом потенциале несобственно-прямой речи в газетном тексте // Вестн. МГЛУ. 2010. № 596. С. 136–146.
16. Богданов В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. 88 с.
17. Богуславская В.В. Медиатекст и хэштеги: цифровая трансформация СМИ / В. В. Богуславская, И. В. Богуславский // Гуманитарный вектор. 2017. Т. 12, № 5. С. 51–58.
18. Богуславская В.В. Медиатекст с позиции участников медиапотребления // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: Сб. материалов Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 18–19 апреля 2019 года / Ред. В. В. Васильева. Т. 2. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2019. С. 165–166.
19. Болдырева А.А. Авторитетность в научной коммуникации // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008. С. 88–97.
20. Болдырева А.А. Категория авторитетности в научном дискурсе / А. А. Болдырева, В. Б. Кашкин // Язык, коммуникация и социальная среда. Вып. 1. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2001. С. 58–70.
21. Болдырева А.А. Категория авторитетности в научном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. / Болдырева Анна Александровна. Воронеж, 2006. 182 с.

22. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. М.: ЛИБРОКОМ, 2011. 288 с.
23. Бредемайер К. Искусство словесной атаки: практическое руководство / пер. с нем. Е. Жевага, ред. И. Фатиева. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 190 с.
24. Буева Л.П. Общественный прогресс и гуманизм. М.: Знание, 1985. 64 с.
25. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М.: МГУ, 1968. 268 с.
26. Бурмакина Н.Г. Репрезентация категории авторитетности в жанре научной статьи // Национальная идентичность сквозь призму диалога культур. Исследования в области гуманитарных наук в ибероамериканском и российском научном пространстве: материалы III Международного конгр., Ростов-на-Дону - Кадис, 28–30 сентября 2017 года. Ростов н/Д: ЮФУ, 2020. С. 362–368.
27. Варгина Е.И. Научное знание в англоязычной прессе // Романо-германистика: Сб. ст. по материалам XLVI Международной филологической конф., Санкт-Петербург, 13–22 марта 2017 года / Отв. ред. Г. А. Баева, Н. Г. Мед, Т. И. Петухова, Н. А. Шадрина. СПб.: Изд-во ВВМ, 2017. С. 167–172.
28. Варгина Е.И. Научный текст: функция воздействия: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Варгина Екатерина Ионовна. СПб., 2004. 31 с.
29. Вебер М. Типы господства / Пер. с нем. А. Б. Рахманова // Личность. Культура. Общество. 2008. Вып. 1 (40). С. 31–47.
30. Вико Д. Основания новой науки об общей природе наций / Пер. с итал. А. А. Губера. М.–К.: REFL-book, ИСА, 1994. 656 с.
31. Винокурова И.Ж. Лингвостилистические средства репрезентации сомнения в современном английском языке / И. Ж. Винокурова, Л. С. Каменева // Вестн. Академии знаний. 2013. №4 (7). С. 104–111.
32. Винокурова М.А. Смысл "предположение" и языковые средства его выражения в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Винокурова Мария Анатольевна. Барнаул, 2004. 184 с.
33. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Пер. с англ. и нем. Р. Водак. Волгоград: Перемена, 1997. 139 с.

- 34.Волынец Ю.П. Анализ современных исследований цитации в медиадискурсе // XXI век: Итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. Пенза, 2015. № 6. С. 213–217.
- 35.Вольская Н.Н. Язык СМИ как элемент культуры // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста: материалы Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2018. С. 177–179.
- 36.Воробьев А.В. Роль авторитета в научном коллективе: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Воробьев Анатолий Васильевич. Томск, 1973. 22 с.
- 37.Воронова Е.С. Показатели неуверенности в диалектной речи // Вестн. Том. гос. ун-та. 2016. №406. С. 14–17.
- 38.Вырвцева Е.В. Радикализация новости в современных массмедиа: возможности «новой» грамматики // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: ст. участников ежегодного апрельского научного форума, Санкт-Петербург, 21–22 апреля 2022 года. Т. 1. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 78–80.
- 39.Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы филос. герменевтики: Пер. с нем. / Общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. М.: Прогресс, 1988. 704 с.
- 40.Гессен С.И. Основы педагогики. Введение в прикладную философию / Отв. ред. и сост. П. В. Алексеев. М.: Школа-Пресс, 1995. 448 с.
- 41.Глушак Т.С. Категория субъективной модальности и ее текстовая репрезентация в публицистическом дискурсе / Т. С. Глушак, О. Е. Рымкевич // Известия Смоленского государственного университета. Филологические науки. 2012. №3 (19). С. 72–79.
- 42.Гольбах П. Избранные произведения в двух томах / Пер. с фр. М. Соцэкгиз, под общ. ред. Х. Н. Момджяна. М.: Изд-во социально-экономической литературы, 1963. Т. 1. 715 с.
- 43.Грищенко А.И. Между русскими и россиянами: современная русская публицистика в поисках новых этнических номинаций // Вестн. НГУ. Сер.: История, филология. 2012. №11. С. 124–131.



44. Демьянков В.З. «Событие» в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. Т. 42. 1983. №4. С. 320–329.
45. Демьянков В.З. Коммуникативное и когнитивное маневрирование // Когнитивные исследования языка. №3. 2023. С. 36–40.
46. Демьянков В.З. Об эпистемических гарантиях в тексте // Управление наукой: теория и практика. 2022. Т. 4, № 3. С. 218–228.
47. Демьянков В.З. Репрезентация событий: интегрированный подход с позиции когнитивных наук: коллективная моногр. / В. И. Заботкина, Э. Пёппель, Я. Бао, В. З. Демьянков и др.; отв. ред. В. И. Заботкина. М.: Языки славянской культуры, 2017. 360 с.
48. Демьянков В.З. Семиотика событийности в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пос. Ч. 2 / Отв. редактор М. Н. Володина. М.: Изд-во МГУ, 2004. С. 68–83.
49. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестн. МГУ. Сер. 10: Журналистика. 2006. №2. С. 20–33.
50. Добросклонская Т.Г. Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. 2016. №2 (12). С. 13–25.
51. Дускаева Л.Р. Принципы типологии газетных речевых жанров // Язык современной публицистики: Сб. статей. 3-е изд. М.: Флинта, 2008. С. 115–144.
52. Емельянова Л.Ю. Прагмасемантический аспект высказываний сомнения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Емельянова Любовь Юрьевна. Тверь, 2010. 15 с.
53. Ефремов И.И. Проблема авторитета в социальной философии // Философия и общество. 2004. №3. С. 60–70.
54. Ефремов И.И. Функции и роль авторитета как феномена социальной жизни // Философия и общество. 2005. №1. С. 38–49.
55. Зарипов Р.И. Фасцинация как основа медиатекста и информационно-психологического воздействия // Политическая лингвистика. 2024. №1 (103). С. 57–69.

- 56.Звегинцев В.А. Предложение и его отношение к языку и речи. М.: Изд-во МГУ, 1976. 308 с.
- 57.Золотова Г.А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова. Под ред. Г. А. Золотовой. М.: Филол. фак. МГУ, 1998. 528 с.
- 58.Ирисханова О.К. Игры фокуса в языке. Семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. М.: Языки славянской культуры, 2014. 320 с.
- 59.Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика: коллективная моногр., посвящ. 80-летию проф. Г. Я. Солганика. М.: Флинта, 2012. С. 320–334.
- 60.Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. пос. /А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 383 с.
- 61.Каптерев С.Е. Власть авторитета и авторитет власти // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер.: Международные отношения, Политология, Регионоведение. 2003. №1. С. 176–202.
- 62.Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2005. 832 с.
- 63.Карасик В.И. Оценочная квалификация медиафакта // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: мат-лы VI Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: Медиапир, 2022. С. 625–629.
- 64.Карасик В.И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. С. 25–33.
- 65.Карасик В.И. Фактоиды как лингвокультурное явление // Политическая лингвистика. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2017а. №3. С. 21–30.
- 66.Карасик В.И. Языковая пластика общения: монография. Волгоград: Парадигма, 2017б. 462 с.
- 67.Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

68. Кашкин В.Б. Авторитетность в рекламном дискурсе // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008а. С. 149–155.
69. Кашкин В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008б. С. 7–23.
70. Кашкин В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Изв. Волгоградского гос. пед. ун-та. Волгоград: Изд-во ВГПУ, 2007. №5. С. 12–18.
71. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. М.: Ин-т языкознания РАН, 2009. №2. С. 3–21.
72. Клушина Н.И. Медиастилистика // Экология языка и коммуникативная практика. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2014. №2. С. 69–77.
73. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. М.: Медиа-Мир, 2008. 244 с.
74. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Науч. ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. №12 (83). Белгород: Изд-во БГУ, 2010. Вып. 12. С. 13–21.
75. Кожемякин Е.А. Объективность как философская категория в журналистском дискурсе // Науч. ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. №18 (113). Белгород: Изд-во БГУ, 2011. С.187–194.
76. Козинцева Н.А. Категория эвиденциальности (проблемы типологического анализа) // Вопр. языкознания. М.: Наука, 1994. №3. С. 92–104.
77. Коротеева О.В. Дефиниция в педагогическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Коротеева Ольга Васильевна. Волгоград, 1999. 24 с.
78. Костомаров В.Г. Изучение и преподавание русского слова от Пушкина до наших дней: материалы конф. и семинаров / В. Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1999. С. 7–14.
79. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М.: Изд-во МГУ, 1971. 267 с.
80. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-Пресс, 1994. 248 с.

- 81.Краснова Т.И. Основы русской грамматики. Языковая норма. Слово и предложение: Материалы лекционного курса. СПб.: Сударыня, 2007. 95 с.
- 82.Кукса И.Ю. Средства выражения модального значения уверенности / неуверенности в текстах газет первой половины XIX века // Вестн. БФУ. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2008. №8. С. 59–64.
- 83.Кулешова А.В. Цитация как ключевой элемент «чужого слова» во французской прессе // Вестн. МГПУ. Сер.: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2014. № 4. С. 62–68.
- 84.Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. 240 с.
- 85.Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык средств массовой информации: учеб. пос. для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. С. 146–169.
- 86.Лингвокультурологическое моделирование медиатекста / И. В. Ерофеева, В. В. Богуславская, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова; Забайкальский государственный университет. Чита: Забайкальский гос. ун-т, 2017. 202 с.
- 87.Ломов А.М. Чужая речь в письменном тексте // Вестн. Балтийского федерального ун-та им. И. Канта. 2012. № 8. С. 31–36.
- 88.Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе Тверь: Изд-во Твер. ун-та, 1998. 200 с.
- 89.Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
- 90.Макарцев М.М. Эвиденциальность в пространстве балканского текста. М.; СПб.: Нестор-История, 2014. 444 с.
- 91.Манаенко С.А. Языковые методы и приемы формирования читательской позиции при конструировании картины мира // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. №2 (22). С. 31–34.
- 92.Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности: автореф. дисс ... д-ра филос. наук: 09.00.11 / Мансурова Валентина Дмитриевна. Барнаул, 2003. 38 с.

93. Международные стандарты профессиональной этики журналистов: учеб.-метод. пос. / сост. А. В. Байчик, Ю. В. Курышева, С. Б. Никонов. СПб.: СПбГУ, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2012. 102 с.
94. Мельник Г.С. Методы журналистики: учеб. пос. для студентов фак. журналистики / Г. С. Мельник, М. Н. Ким. СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. 271 с.
95. Менджерцкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2006. №2. С. 50–55.
96. Мультимедийная журналистика: учеб. для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Изд-во ВШЭ, 2017. 413 с.
97. Мыркин В.Я. Язык - речь - контекст - смысл: учеб. пос. Архангельск: Изд-во Поморского ун-та, 1994. 97 с.
98. Нагорный И.А. Ситуация сомнения и специфика ее репрезентации в русском языке // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2012. №12. С. 23–28.
99. Накорякова К.Н. Цифра в публицистическом тексте // Грамота.ру, 24.12.2000. URL: <https://gramota.ru/journal/stati/zhizn-yazyka/tsifra-v-publitsisticheskom-tekste> (дата обращения 01.04.2024).
100. Негрышев А.А. Референтное событие и референтная база новостного медиатекста // Медиалингвистика. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2015. №2. С. 78–90.
101. Негрышев А.А. Референциальный фокус медиатекста (на материале новостей печатных СМИ) // Стилистика сегодня и завтра. Материалы конф. Ч. II. М.: Фак. журналистики МГУ, 2014. С. 246–249.
102. Никольская И.Г. Семантика сомнения и способы ее выражения в русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Никольская Ирина Геннадьевна. СПб., 2009. 24 с.
103. Ницше Ф. По ту сторону добра и зла. Прелюдия к философии будущего / Пер. с нем. Н. Полилов. М.: Эксмо-Пресс, 2017. 160 с.
104. Падурец А.А. Прямая и косвенная авторитетность в текстах СМИ и научном дискурсе / А. А. Падурец, Е. В. Сарафанникова // Инновационные процессы в лингводидактике: Сб. науч. тр. Воронеж: Воронежский гос. технический ун-т, 2017. С. 35–42.

105. Петренко Е.Л. Авторитет / Е. Л. Петренко, С. С. Неретина, А. С. Бергман // Гуманитарный портал: Концепты. Центр гуманитарных технологий, 2022. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7166> (дата обращения: 22.11.2022).
106. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения / Пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. М: Логос, 2000. 448 с.
107. Плунгян В.А. Общая морфология: Введение в проблематику. М.: Едиториал УРСС, 2003. 384 с.
108. Полонский А.В. Массмедийность как качество текста современных массмедиа // Медиалингвистика. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2015. № 2 (8). С. 7–16.
109. Полонский А.В. Медиа — дискурс — концепт: опыт проблемного осмысления // Современный дискурс-анализ. Белгород: Медиаперспектива, 2012. №6. С. 42–57.
110. Пром Н.А. Знание как ценностный компонент медиафакта // Знак: проблемное поле медиаобразования. Челябинск: Знак, 2019. №3. С. 104–109.
111. Пром Н.А. Фактуализация реальности в медиадискурсе: характеристики, типы, способы выражения: моногр. / Под науч. ред. д-ра филол. наук, проф. В. И. Карасика. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2020. 188 с.
112. Радбиль Т.Б. Манипулятивный потенциал метаязыковых комментариев в языке современных русских интернет-СМИ // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Москва, 21–22 апреля 2022 года / Гл. ред. Г. Н. Трофимова, под общей редакцией В. В. Барабаша, Э. Г. Куликовой. Т. 1. М.: РУДН, 2022. С. 8–16
113. Радбиль Т.Б. Прецедентные тексты как языковые механизмы создания аттрактивности газетного заголовка в медиадискурсе Интернета / Т. Б. Радбиль, Л. В. Рацибурская // Русский язык в школе. 2024. №85(4). С. 90–98.
114. Рацибурская Л.В. Специфика русских медийных новообразований в отражении социальных реалий / Л. В. Рацибурская, Е. А. Жданова // Русистика. 2021. Т. 19. №4. С. 466–480.

115. Редакционный стандарт ТАСС: учеб. пособие для студентов вузов / автор-сост. А. В. Лебедев; отв. ред. М. Г. Филимонов. М.: ТАСС, 2019. 176 с.
116. Савицкайте Е.Р. Авторитетность в прогностическом дискурсе // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008. С. 123–148.
117. Савицкайте Е.Р. Дискурсивные характеристики прогностических текстов (на материале немецких гороскопов): дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.04 / Савицкайте Елена Романовна. Воронеж, 2006. 239 с.
118. Сарафанникова Е.В. Авторитетность в новостном дискурсе // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008. С. 111–122.
119. Сарафанникова Е.В. Авторитетность в телевизионном новостном сообщении // Вестн. ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. №4. С. 31–34.
120. Сарафанникова Е.В. Авторитетность новостного дискурса (на примере дискурсивного маркера якобы) / Е. В. Сарафанникова, А. А. Падурец // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2020. №1 (45). С. 74–84.
121. Сарафанникова Е.В. Категория авторитетности в медиадискурсе // Russian Linguistic Bulletin. 2024. №3 (51). URL: <https://rulb.org/archive/3-51-2024-march/10.18454/RULB.2024.51.8> (дата обращения: 01.04.2024).
122. Свитич Л.Г. Профессия журналист. Учеб. пос. М.: Аспект Пресс, 2003. 255 с.
123. Серио П. Как читают тексты во Франции / Пер. с фр. И. Н. Кузнецовой // Квадратура смысла. Французская школа анализа. М.: Прогресс, 1999. С. 12–53.
124. Симакова С.И. Инфографика в журналистике: медиаэстетический код: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Светлана Ивановна Симакова. Челябинск, 2021. 456 с.
125. Симакова С.И. Цифра в газетном тексте (на примере рекламно-информационной газеты «Интересное предложение») // Вестник ЧелГУ. 2010. №32 (213). С. 128–131.

126. Сиротинина О.Б. Тексты, текстоиды, дискурсы в зоне разговорной речи Человек - Текст - Культура. Екатеринбург: Изд-во ИРРО, 1994. С. 105–124.
127. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): моногр. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.
128. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе. М.: МГУ, 2000. С. 14–15.
129. Солдатов В.Е. Авторитет должности и авторитет личности: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.02 / Солдатов Владимир Евгеньевич, 1990. 19 с.
130. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
131. Спиридовский О.В. Авторитетность в политической коммуникации // Авторитетность и коммуникация: коллективная моногр. Воронеж: ВГУ, Издательский дом Алейниковых, 2008. С. 98–110.
132. Степанов А.А. Онтогносеологическая концепция авторитета: автореф. дис. д-ра. филос. наук: 09.00.01 / Степанов Александр Анатольевич. Томск, 2002. 38 с.
133. Степанов А.А. Проблема становления авторитета в научном познании (философско-методологический аспект): автореф. дис. ...канд. филос. наук: 09.00.01 / Степанов Александр Анатольевич. Томск, 1996. 16 с.
134. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века: Сб. ст. М.: Изд-во РГГУ, 1995. С. 35–73.
135. Стройков С.А. Комплексное лингвистическое исследование гипертекстовой ссылки электронного гипертекста // Вестн. Череповецкого гос. ун-та. Череповец: Изд-во ЧГУ, 2019. №4 (91). С. 99–111.
136. Субботин М.М. Теория и практика нелинейного письма // Вопросы философии. М.: Наука, 2001. № 5. С. 35–48.
137. Сычева Е.В. Понятие дискурса масс-медиа и методы его изучения // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. №3. С. 261–268.



138. Тенева Е.В. Имплицитные авторитеты в политико-публицистическом дискурсе (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4–1(58). С. 155–158.
139. Тенева Е.В. К вопросу о категории авторитетности в политико - публицистическом дискурсе // Современные концепции развития науки: Сб. ст. Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 28 января 2017 года / Отв. ред. А. А. Сукиасян. Т. 2. Екатеринбург: ОМЕГА САЙНС, 2017. С. 30–32.
140. Тенева Е.В. Приемы идентификации и самопрезентации в политико-публицистическом дискурсе (на материале британских газетных статей): автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.04 / Тенева Екатерина Веселиновна. СПб., 2011. 24 с.
141. Тенева Е.В. Эксплуатация авторитетов в публицистике // Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. №3. С. 248–255.
142. Терентьева Е.Д. Прагматические аспекты цитирования в испанских медиатекстах // Вестн. РУДН. Сер.: Лингвистика. 2016. №3. С. 43–56.
143. Трошина Н.Н. Социокультурные параметры дискурса // Социолингвистика вчера и сегодня: сб. обзоров. М.: ИНИОН РАН, 2004. С. 107–131.
144. Трунова Е.Г. Способы повышения авторитетности рекламного текста / Е. Г. Трунова, Л. А. Гречихина // Индустрия перевода. 2014. Т. 1. С. 104–109.
145. Уланова Е.Э. Реализация коммуникативной категории авторитетности в дискурсе ток-шоу (на материале российского ток-шоу «Жить Здорово»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Уланова Екатерина Эдуардовна. Краснодар, 2018. 169 с.
146. Успенский В.А. О вещных коннотациях абстрактных существительных // Семиотика и информатика. Вып. 35. 1997. С. 146–152.
147. Утяшев А. Р. Формальные и семантические аспекты гипертекстуальности новостных сообщений в Рунете: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Утяшев Адель Рахимжанович. Москва, 2015. 236 с.

148. Федеральные СМИ: 2022 год // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/11832/> (дата обращения: 16.03.2023).
149. Федеральные СМИ: 2023 год // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/12787/> (дата обращения: 31.01.2024).
150. Фихте И.Г. Основные черты современной эпохи // Сочинения в двух томах. Т. II. / Сост. и прим. В. Волжского. СПб.: Мифрил, 1993. С. 359–617.
151. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Пер. с франц. М.: Касталь, 1996. 448 с.
152. Харламова Т.В. Категория авторитетности в политическом дискурсе (на материале выступлений в ООН) // Языки и культуры: функционально-коммуникативный и лингвопрагматический аспекты: сб. ст. по материалам II Международной научно-практической конф., посвященной памяти С. Г. Стерлигова, Н. Новгород, 12–13 мая 2021 года. Н. Новгород: Нац. исследовательский Нижегородский гос. университет им. Н. И. Лобачевского, 2021. С. 263–269.
153. Хухрянская Н.Н. Квантитативные номинации в российских печатных СМИ 2005–2009 гг.: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Хухрянская Надежда Николаевна. Белгород, 2009. 26 с.
154. Чабанова С.С. Феномен авторитета учителя в истории отечественной педагогики // Человек. Культура. Образование. 2011. №2 (2). С. 122–133.
155. Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пос. М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. 414 с.
156. Чубай С.А. Воздействующая функция цитирования в политической коммуникации // International Journal Of Professional Science. 2016. №1. С. 152–159.
157. Шапочкин Д.В. Политический дискурс: когнитивный аспект: моногр. Тюмень: Изд-во ТГУ, 2018. 292 с.
158. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: моногр. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.

159. Шестеркина Л.П. Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в Интернет-СМИ / Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко // Вестн. ЮУрГУ. Сер.: Лингвистика. №2. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2013. С. 42–46.
160. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: учеб. пос. Воронеж: Родная речь, 2004. 194 с.
161. Юздова Л.П. Грамотность журналистов: понятие о кодифицированной и авторской орфографии и пунктуации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №2 (32). С. 89–93.
162. Юровицкая Л.Н. Английский лингвокультурный концепт "Сомнение" и способы его языковой манифестации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Юровицкая Лариса Николаевна. Самара, 2005. 23 с.
163. Язык СМИ и политика / Г. Я. Солганик, Е. Л. Вартанова, Н. В. Смирнова и др. М.: Изд-во МГУ; Изд-во фак. журналистики МГУ, 2012. 952 с.
164. Якубова Н.М. Дискурс человека сомневающегося и его репрезентация в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Якубова Наталья Михайловна. Уфа, 2016. 22 с.
165. Ясперс К. Духовная ситуация времени. 1932. URL: <http://www.lib.ru/FILOSOF/YASPERS/time.txt> (дата обращения: 30.11.2022).
166. Bednarek M. The Discourse of News Values: How News Organizations Create Newsworthiness / M. Bednarek, H. Caple. New York: Oxford University Press, 2017. 302 p.
167. Bell A. The language of news media. Oxford: Wiley-Blackwell, 1991. 296 p.
168. Brighton P. News Values / P. Brighton, D. Foy. London: Sage, 2007. 216 p.
169. Dijk T.A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 1998. 365 p.
170. Dijk T.A. van. News schemata // Studying Writing. Linguistic approaches. Beverly Hills, CA: Sage, 1986. P. 155–186.
171. Kress G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London: Oxford Press, 2009. 560 p.

172. O’Keeffe A. Investigating Media Discourse (Domains of Discourse). London: Routledge, 2006. 192 p.
173. Padurets A.A. Authority in communication: direct and indirect / A. A. Padurets, E. V. Sarafannikova // Russian Linguistic Bulletin. 2016. No. 4(8). P. 39–41.
174. Russell B. Authority and the Individual. L., New York: Routledge, 2005. 93 p.
175. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Cambridge: Basil Blackwell, 1994. 195 p.
176. Schiffrin D. Discourse Markers. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 1987. 364 p.
177. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford: Basil Blackwell, 1983. 272 p.
178. Teneva E.V. The halo effect in the political discourse of the English-language online media // Russian Linguistic Bulletin. 2020. №3 (23). P. 106–109.
179. Thorndike E.L. A constant error in psychological ratings // Journal of Applied Psychology, №4 (1), 1920. P. 25–29.

### **Словари и словарные статьи**

180. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. с. 136–137.
181. Губский Е.Ф. Авторитет // Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е. Ф. Губский и др. М.: ИНФРА-М, 2009. 569 с. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/21/АВТОРИТЕТ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/21/АВТОРИТЕТ) (дата обращения: 30.11.2022).
182. Дробницкий О. Авторитет // Философская энциклопедия / Под ред. Ф. В. Константинова. В 5 т. М.: Советская энциклопедия, 1960–1970. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/21/АВТОРИТЕТ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/21/АВТОРИТЕТ) (дата обращения: 30.11.2022).
183. Кондратьев М.Ю. Авторитет / М. Ю. Кондратьев, А. В. Петровский // Краткий психологический словарь / Л. А. Карпенко, А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. Ростов н/Д: ФЕНИКС. 1998. URL: <https://psychology.academic.ru/15/авторитет> (дата обращения: 30.11.2022).

184. Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. ун-та, 2007. 288 с.
185. Неретина С.С. Авторитет // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Предс. научно-ред. совета В. С. Степин. М.: Мысль, 2010. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH0155beec78519a2c6289cb55> (дата обращения: 30.11.2022).
186. Панфилов Е. Авторитет // Философская энциклопедия / Под ред. Ф. В. Константинова. В 5 томах. М.: Советская энциклопедия, 1960–1970. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/21/АВТОРИТЕТ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/21/АВТОРИТЕТ) (дата обращения: 30.11.2022).
187. Семигин Г.Ю. Авторитет // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Предс. научно-ред. совета В. С. Степин. М.: Мысль, 2010. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH362f24945da02f640b8c36> (дата обращения: 30.11.2022).
188. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. В. Дмитриева. М.: Астрель; АСТ, 2003. 1582 с.
189. Усков Н.Ф. Авторитет / Н. Ф. Усков, Э. Н. П. // Православная энциклопедия. М.: Церковно-научн. центр «Православная Энциклопедия». 2014. URL: <https://pravoslavnaya.academic.ru/526/АВТОРИТЕТ> (дата обращения: 30.11.2022).
190. Ушаков Д.Н. Факт // Толковый словарь Ушакова, 1935-1940. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1074610> (дата обращения: 31.03.2023).
191. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. М.: Советская энциклопедия, 1983. 840 с.
- Нормативно-правовые документы**
192. Декларация Московской хартии журналистов [Электронный ресурс]. 1994. — URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/758-moskovskaya-khartiya-zhurnalistov> (дата обращения: 15.03.2023).

193. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России [Электронный ресурс]. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista> (дата обращения: 15.03.2023).
194. Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ "Уголовный кодекс Российской Федерации" [Электронный ресурс]. URL: <http://actual.pravo.gov.ru/content/content.html#hash=f29a592d348b400651a6760273edea9dfcbb75f4d56777c1c5b99233244b404c&t1=0> (дата обращения: 25.04.2024).
195. Международные принципы профессиональной этики журналиста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.isthis.narod.ru/princip.html> (дата обращения: 15.03.2023).
196. Федеральный закон РФ «О СМИ» №2124–1 от 27.12.1991 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9003299> (дата обращения: 15.03.2023).

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение А

#### Список материалов исследования, задействованных в качестве иллюстраций

1. "Азимут" начнет полеты из Уфы в Тбилиси // РИА Новости, 15.12.2023. URL: <https://ria.ru/20231215/polety-1916111632.html> (дата обращения: 15.12.2023).
2. "В сознании, постоянно вскакивает, беспокойный": Медик из Коммунарки рассказал о состоянии Костомарова после ампутации и комы // Telegram-канал «Комсомольская правда: КР.RU», 04.03.2023. URL: <https://t.me/truekpru/111727> (дата обращения: 06.06.2023).
3. "По ситуации в Грайворонском округе. Продолжается зачистка территории... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 23.05.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/31866](https://t.me/mk_ru/31866) (дата обращения: 04.06.2023).
4. «В этом году "Тотальный диктант" вполне оправдал свое название» // Коммерсант, 20.04.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2968623> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Mash: в Пскове снова работает ПВО // МК, 31.08.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/08/31/mash-v-pskove-snova-rabotaet-pvo.html> (дата обращения: 31.08.2023).
6. NYT: США решили поставить Украине касетные боеприпасы // Коммерсант, 06.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6084826> (дата обращения: 06.07.2023).
7. Reuters: ЕС в ближайшие месяцы начнет антимонопольное расследование против Microsoft // Коммерсант, 03.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6082780> (дата обращения: 03.07.2023).
8. Reuters: Президент Израиля призвал правительство немедленно остановить процесс принятия судебной реформы // Telegram-канал «IZ.RU», 27.03.2023. URL: <https://t.me/izvestia/126054> (дата обращения: 05.06.2023).
9. SHOT: подросток отравился бузиной и был госпитализирован // Московский комсомолец, 16.07.2023. URL: <https://www.mk.ru/incident/2023/07/16/shot-podrostok-otravilsya-buzinoy-i-byi-gospitalizirovan.html> (дата обращения: 16.07.2023).
10. TCS Group планирует сменить юрисдикцию // Коммерсант, 10.11.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6335263> (дата обращения: 10.11.2023).
11. WAFA: десятки человек погибли в результате нового удара по лагерю беженцев Джабалия // Коммерсант, 01.11.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6312305> (дата обращения: 01.11.2023).

12. WSJ узнала о тайной передаче Киеву ракет ATACMS // РБК, 07.10.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/17/10/2023/652e952f9a7947ab190c591b> (дата обращения: 07.10.2023).
13. WSJ: Binance рассматривает полный уход из России // Коммерсант, 28.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6184994> (дата обращения: 28.08.2023).
14. WSJ: США рассматривают возможность ограничить доступ Китая к облачным технологиям // Коммерсант, 04.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6083275> (дата обращения: 04.07.2023).
15. Автомобильная пробка на подъезде к Крымскому мосту со стороны Кубани сократилась до 5 км // Известия, 02.07.2023. URL: <https://iz.ru/1537932/2023-07-02/avtomobilnaia-probka-na-podezde-k-krymskomu-mostu-so-storony-kubani-sokratilas-do-5-km> (дата обращения: 02.07.2023).
16. Адвокаты Хантера Байдена просят конгресс проверить действия Тейлор Грин // РИА Новости, 21.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230721/advokaty-1885621435.html> (дата обращения: 21.07.2023).
17. Аксенов сообщил об атаке на судостроительный завод в Керчи // РБК, 04.11.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/04/11/2023/654661d79a794720dbd6ef5e> (дата обращения: 04.11.2023).
18. Алькарас обыграл Джоковича и стал победителем Уимблдона // Известия, 16.07.2023. URL: <https://iz.ru/1545034/2023-07-16/alkaras-obygral-dzhokovicha-i-stal-pobeditelem-uimblzona> (дата обращения: 16.07.2023).
19. Армия Израиля сообщила, что в плену у ХАМАС находятся 155 заложников // ТАСС, 15.10.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/19020093> (дата обращения: 15.10.2023).
20. Артем Жога избран председателем парламента ДНР // Комсомольская правда, 20.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5463060/> (дата обращения: 20.09.2023).
21. Асад оценил помощь России и Ирана в рамках сирийского кризиса // Известия, 09.08.2023. URL: <https://iz.ru/1556865/2023-08-09/asad-otcenil-pomoshch-rossii-i-irana-v-ramkakh-siriiskogo-krizisa> (дата обращения: 09.08.2023).
22. Байден в телевизионном интервью призвал не дать Обаме выиграть выборы // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 06.05.2023. URL: <https://t.me/truekp/119749> (дата обращения: 06.06.2023).
23. Байден потерял равновесие и чуть не упал при спуске по трапу самолета в Детройте // Комсомольская правда, 26.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5471878/> (дата обращения: 26.09.2023).



24. Байден решил не включать АТАСМС в новый пакет военной помощи Украине // Коммерсант, 21.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6225931> (дата обращения: 21.09.2023).
25. Байден случайно раскрыл истинное положение ВСУ // Комсомольская правда, 10.07.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5354999/> (дата обращения: 10.07.2023).
26. Балицкий заявил об отходе российских военных из Работино // Коммерсант, 06.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6198508> (дата обращения: 06.09.2023).
27. Банки оценили, как изменился чек на такси после введения закона о регулировании отрасли // Комсомольская правда, 01.12.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5569445/> (дата обращения: 01.12.2023).
28. Бастрыкин поручил возбудить дело по факту ДТП в Хабаровске // ТАСС, 19.11.2023. URL: <https://tass.ru/proisshestviya/19325583> (дата обращения: 19.11.2023).
29. Белый дом рассказал о разговоре Байдена и Нетаньяху // РИА Новости, 30.10.2023. URL: <https://ria.ru/20231030/gaza-1906302848.html> (дата обращения: 30.10.2023).
30. Бизнес назвал самые нужные направления инвестиций // РБК, 15.06.2023. URL: <https://www.rbc.ru/economics/15/06/2023/64899c969a7947601d0e4caa> (дата обращения: 15.06.2023).
31. Бизнес-омбудсмен Борис Титов предложил запретить обследовать помещения без согласования с прокуратурой // Telegram-канал «ТАСС», 11.05.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/191452](https://t.me/tass_agency/191452) (дата обращения: 01.06.2023).
32. Блинкен: США призывают Израиль соблюдать правила ведения войны // Комсомольская правда, 31.10.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5523698/> (дата обращения: 31.10.2023).
33. Богомаз сообщил об ответе российской армии на обстрел Брянской области // РБК, 29.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/29/08/2023/64ee2dfd9a7947e5130d87c1> (дата обращения: 29.08.2023).
34. Больше 70% россиян считают экономной покупку товаров на маркетплейсах // Известия, 30.09.2023. URL: <https://iz.ru/1581711/2023-09-30/bolshe-70-rossiiian-schitaiut-ekonomnoi-pokupku-tovarov-na-marketpleisakh> (дата обращения: 30.09.2023).
35. Бомбардировщик Су-24 упал в Волгоградской области // Коммерсант, 12.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6211392> (дата обращения: 12.09.2023).
36. Бывший депутат Рады Лапин сделал признание: российская армия превосходит ВСУ по всем позициям // Комсомольская правда, 28.12.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5610544/> (дата обращения: 28.12.2023).

37. В Facebook и Instagram появится платная подписка для пользователей из ЕС // Известия, 03.10.2023. URL: <https://iz.ru/1583782/2023-10-03/v-facebook-i-instagram-poiavitsia-platnaia-podpiska-dlia-polzovatelei-iz-es> (дата обращения: 03.10.2023).
38. В Банке России заявили о намерении вывести карты "Мир" в пять-шесть новых стран // ТАСС, 03.07.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/18172695> (дата обращения: 03.07.2023).
39. В Варшаве заявили о попытке ЧВК «Вагнер» перейти польскую границу // РБК, 05.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/05/08/2023/64ce6fe29a794769c6a51213> (дата обращения: 05.08.2023).
40. В Великобритании отчеканили монету с замком «Хогвартс» // Известия, 27.03.2023. URL: <https://iz.ru/1489237/2023-03-27/v-velikobritanii-otchekanili-monetu-s-zamkom-khogvarts> (дата обращения: 27.03.2023).
41. В Грузии спасатели нашли тела двух человек на месте схода оползня в крае Рача // Комсомольская правда, 03.08.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5391821/> (дата обращения: 03.08.2023).
42. В ДНР возбуждено уголовное дело по факту убийства девяти жителей Волновахи // Известия, 28.10.2023. URL: <https://iz.ru/1596768/2023-10-28/v-dnr-vozbuzhdeno-ugolovnoe-delo-po-faktu-ubiistva-deviati-zhitelei-volnovakhi> (дата обращения: 28.10.2023).
43. В жилом доме в Хасавюрте произошел взрыв и пожар... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 08.01.2023. URL: <https://t.me/kommersant/45606> (дата обращения: 01.07.2023).
44. В Израиле заявили о нескольких этапах освобождения заложников в секторе Газа // Известия, 23.11.2023. URL: <https://iz.ru/1609719/2023-11-23/v-izraile-zaiavili-o-neskolkikh-etapakh-osvobozhdeniia-zalozhnikov-v-sektore-gaza> (дата обращения: 23.11.2023).
45. В Калужской области ребенок погиб из-за падения снега с крыши дома // РБК, 17.12.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/657f13df9a7947e6e57ec984> (дата обращения: 17.12.2023).
46. В Кемеровской области 25-летний мужчина с винтовкой попытался проникнуть в школу - SHOT // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 18.04.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/29155](https://t.me/mk_ru/29155) (дата обращения: 04.06.2023).
47. В Киеве объявили воздушную тревогу // РИА Новости, 22.10.2023. URL: <https://ria.ru/20231022/tervoga-1904560230.html> (дата обращения: 22.10.2023).
48. В Киеве прозвучали три новых взрыва, сообщило украинское агентство ТСН... // Telegram-канал «ТАСС», 01.01.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/174986](https://t.me/tass_agency/174986) (дата обращения: 01.06.2023).
49. В МВФ назвали необратимой фрагментацию мировой экономики из-за мер Запада // РБК, 26.06.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6498d01a9a79475cabe39902> (дата обращения: 26.06.2023).

50. В мечети на востоке Ливана мужчина открыл огонь по сирийцам // РБК, 07.07.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/64a81b669a79475910fe3955> (дата обращения: 07.07.2023).
51. В МИД Марокко опровергли информацию о подаче заявки на вступление в БРИКС // ТАСС, 19.08.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18544667> (дата обращения: 19.08.2023).
52. В Одессе прозвучали взрывы // РБК, 29.11.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/29/11/2023/6567947a9a79477f2b8aa1e3> (дата обращения: 29.11.2023).
53. В отношении Владимира Квачкова возбуждено административное дело о дискредитации армии // Коммерсант, 18.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6110878> (дата обращения: 18.07.2023).
54. В подконтрольной ВСУ части Запорожской области нашли похищенную гумпомощь // РИА Новости, 21.11.2023. URL: <https://ria.ru/20231121/gumpomosch-1910938059.html> (дата обращения: 21.11.2023).
55. В результате стрельбы в Роттердаме погибли три человека // Коммерсант, 28.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6239853> (дата обращения: 28.09.2023).
56. В России начали применять в лечении технологию, вдвое снижающую число послеоперационных осложнений... // Telegram-канал «IZ.RU», 18.06.2023. URL: <https://t.me/izvestia/134549> (дата обращения: 05.06.2023).
57. В Ростовской области неизвестный мужчина увел девочку из магазина // Московский комсомолец (МК), 18.07.2023. URL: <https://www.mk.ru/incident/2023/07/18/v-rostovskoy-oblasti-neizvestnyy-muzhchina-uveldevochku-iz-magazina.html> (дата обращения: 18.07.2023).
58. В Турции число погибших при землетрясении выросло до 2379 человек... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 07.02.2023. URL: <https://t.me/kommersant/47008> (дата обращения: 01.07.2023).
59. В Хорватии мужчина открыл огонь из автомата, есть погибший // Московский комсомолец, 01.07.2023. URL: <https://www.mk.ru/incident/2023/07/01/v-khorvatii-muzhchina-otkryl-ogon-iz-avtomata-est-pogibshiy.html> (дата обращения: 01.07.2023).
60. В Чувашии при столкновении автобуса и лесовоза погибла девочка // Известия, 22.10.2023. URL: <https://iz.ru/1593551/2023-10-22/v-chuvashii-pri-stolknovenii-avtobusa-i-lesovoza-pogibla-devochka> (дата обращения: 22.10.2023).
61. В Японии оповестили о запуске ракеты КНДР // Известия, 23.08.2023. URL: <https://iz.ru/1563560/2023-08-23/v-iaponii-opovestili-o-zapuske-rakety-kndr> (дата обращения: 23.08.2023).

62. Ветеран ВС США Дрейвен назвал бредом требование Зеленского вернуть Крым без боя // Комсомольская правда, 03.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5436247/> (дата обращения: 03.09.2023).
63. Видим много рассуждений на тему, что теракт в Брянской области Киев устроил... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 03.03.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/25934](https://t.me/mk_ru/25934) (дата обращения: 04.06.2023).
64. Визитку Путина продали на аукционе в Петербурге за два миллиона рублей // РИА Новости, 23.12.2023. URL: <https://ria.ru/20231224/vizitka-1917813488.html> (дата обращения: 23.12.2023).
65. Владимир Зеленский заверил, что у Киева и Вашингтона прозрачные отношения в части предоставления оружия и финансовой поддержки // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 13.04.2023. URL: <https://t.me/truekpru/117112> (дата обращения: 06.06.2023).
66. Владимир Путин примет участие в мероприятии, посвященном 30-летию "Газпрома" // Telegram-канал «ТАСС», 17.02.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/181095](https://t.me/tass_agency/181095) (дата обращения: 01.06.2023).
67. Власти ЕС заявили об отсутствии переговоров об обмене активами с Россией // РБК, 25.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/finances/25/08/2023/64e8885d9a794718a28e7ada> (дата обращения: 25.08.2023).
68. Власти Перми перенаправили деньги с арт-объекта на памятник участникам СВО // Коммерсант, 25.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6297842> (дата обращения: 25.10.2023).
69. Власти предложили запретить зарубежные аппараты ИВЛ в госбольницах // РБК, 28.06.2023. URL: <https://www.rbc.ru/society/28/06/2023/649bab989a7947124792a4e9> (дата обращения: 28.06.2023).
70. Во Владивостоке тренер по легкой атлетике растлил юную спортсменку // Известия, 29.10.2023. URL: <https://iz.ru/1596841/2023-10-29/vo-vladivostoke-trener-po-legkoi-atletike-rastlil-iunuiu-sportsmenku> (дата обращения: 29.10.2023).
71. Во Франции на протесты против полицейского насилия 8 июля вышли почти 6 тыс. человек // ТАСС, 09.07.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18227769> (дата обращения: 09.07.2023).
72. Возникшие из-за серии землетрясений опасения снижают интерес россиян к недвижимости в Турции... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 28.02.2023. URL: <https://t.me/kommersant/47881> (дата обращения: 01.07.2023).
73. Восемь человек пострадали при столкновении автобуса и легковушки в Нижегородской области // Московский комсомолец, 23.07.2023. URL:

- <https://www.mk.ru/incident/2023/07/23/vosem-chelovek-postradali-pri-stolknovenii-avtobusa-i-legkovushki-v-nizhegorodskoy-oblasti.html> (дата обращения: 23.07.2023).
74. Восемь человек пропали без вести после взрыва в Сергиевом Посаде — РБК // РБК, 09.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/society/09/08/2023/64d3d1929a794768378653a8> (дата обращения: 09.08.2023).
75. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) продолжит запрашивать у Китая данные... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 16.02.2023. URL: <https://t.me/kommersant/47396> (дата обращения: 01.07.2023).
76. Вступление Украины в Евросоюз в 2023 или 2024 году маловероятно... // Telegram-канал «IZ.RU», 24.05.2023. URL: <https://t.me/izvestia/132168> (дата обращения: 05.06.2023).
77. ВСУ обстреляли Валерьяновку в ДНР // РИА Новости, 05.09.2023. URL: <https://ria.ru/20230905/obstrel-1894414312.html> (дата обращения: 05.09.2023).
78. Газпромбанк опроверг сообщения о повышении курсов валют // РИА Новости, 24.06.2023. URL: <https://ria.ru/20230624/gazprombank-1880201825.html> (дата обращения: 24.06.2023).
79. Генассамблея ООН приняла резолюцию по палестино-израильскому конфликту // Московский комсомолец, 27.10.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/10/27/genassambleya-oon-prinyala-rezolyuciyu-po-palestinoizrailskomu-konfliktu.html> (дата обращения: 27.10.2023).
80. Герман Греф спрогнозировал укрепление рубля // Комсомольская правда, 06.07.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5349626/> (дата обращения: 06.07.2023).
81. Германия передала Украине новый пакет помощи // Коммерсант, 02.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6252098> (дата обращения: 02.10.2023).
82. Глава ГУР Украины Буданов заявил, что Маск отключал Starlink над Крымом // Комсомольская правда, 23.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5467009/> (дата обращения: 23.09.2023).
83. Глава Еврокомитета по развитию НАТО Фелингер призвал бомбить Белград // Комсомольская правда, 24.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5468210/> (дата обращения: 24.09.2023).
84. Глава МИД Колумбии предложил послу Израиля покинуть республику // ТАСС, 16.10.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/19031579> (дата обращения: 16.10.2023).
85. Глава МИД Украины Кулеба заявил, что путь к дипломатии с РФ лежит через поле боя // Комсомольская правда, 04.09.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5437954/> (дата обращения: 04.09.2023).

86. Глава офиса Зеленского Ермак заявил в интервью: "Нет хороших русских или плохих русских – они все на 100% несут ответственность"... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 03.06.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/32786](https://t.me/mk_ru/32786) (дата обращения: 04.06.2023).
87. Глава Реутова оценил качество новых машин китайской марки Changan, представленные в округе // Реут, 15.03.2023. URL: [https://in-reutov.ru/news/municipalnye\\_obrazovaniya/glava-reutova-otsenil-kachestvo-novyh-mashin-kitajskoj-marki-changan-predstavlennye-v-okruge](https://in-reutov.ru/news/municipalnye_obrazovaniya/glava-reutova-otsenil-kachestvo-novyh-mashin-kitajskoj-marki-changan-predstavlennye-v-okruge) (дата обращения: 15.03.2023).
88. Глава СПЧ призвал перепроверить версию избиения участника СВО в Забайкалье // Московский комсомолец, 17.08.2023. URL: <https://www.mk.ru/social/2023/08/17/glava-spch-prizval-pereproverit-versiyu-izbieniya-uchastnika-svo-v-zabaykale.html> (дата обращения: 17.08.2023).
89. Главный чиновник Пентагона по делам Китая посетит Тайвань в ближайшие дни... // Telegram-канал «РИА Новости», 17.02.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/194508](https://t.me/rian_ru/194508) (дата обращения: 03.07.2023).
90. Госсекретарь США Энтони Блинкен осудил антиправительственные выступления... // Telegram-канал «ТАСС», 09.01.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/175780](https://t.me/tass_agency/175780) (дата обращения: 01.06.2023).
91. Госсовет Крыма национализирует имущество олигархов и квартиру Зеленского // РИА Новости, 24.05.2023. URL: <https://ria.ru/20230524/natsionalizatsiya-1873785914.html> (дата обращения: 24.05.2023).
92. Группировка "Сарая аль-Кудс" утверждает, что наносит ракетный удар по Ашкелону // ТАСС, 08.10.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18944217> (дата обращения: 08.10.2023).
93. Губернатор назвал срок начала работы бывшего завода Volvo в Калуге // РБК, 26.09.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/651328ba9a7947420cfcfdb3> (дата обращения: 26.09.2023).
94. Джо Байден на встрече с президентом Украины Владимиром Зеленским на полях саммита G7 в Японии анонсировал новый пакет военной помощи Украине // Telegram-канал «РБК», 21.05.2023. URL: [https://t.me/rbc\\_news/74488](https://t.me/rbc_news/74488) (дата обращения: 05.07.2023).
95. Дроздов опроверг фейки о проблемах со здоровьем // РИА Новости, 12.10.2023. URL: <https://ria.ru/20231012/drozdov-1902365087.html> (дата обращения: 12.10.2023).
96. Замглавы Пентагона сообщил о смещении акцента с поставок Украине техники на ее ремонт // Коммерсант, 20.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6111776> (дата обращения: 20.07.2023).
97. Захарова объяснила передозировкой слова Зеленского об обмене Белгорода на НАТО // КП, 21.08.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5415804/> (дата обращения: 21.08.2023).

98. Зеленский предложил Турции и ООН продлить "зерновую сделку" в новом формате // Московский комсомолец, 17.07.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/07/17/zelenskiy-predlozhit-turcii-i-oon-prodlit-zernovuyu-sdelku-v-novom-formate.html> (дата обращения: 17.07.2023).
99. Знакомьтесь, Филип Бунс, он же Пиппа Бунс... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 16.03.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/26693](https://t.me/mk_ru/26693) (дата обращения: 04.06.2023).
100. Знаменитый шведский футболист Златан Ибрагимович объявил о завершении карьеры... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 05.06.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/32861](https://t.me/mk_ru/32861) (дата обращения: 04.06.2023).
101. И.о. мэра Чернигова: число пострадавших от удара по городу выросло до 117 // Коммерсант, 19.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6171877> (дата обращения: 19.08.2023).
102. Израильские хакеры заявили о взломе системы контроля нефтяной инфраструктуры Ирана // Коммерсант, 28.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6310062> (дата обращения: 28.10.2023).
103. Источник сообщил о поддержке Джонсона для избрания спикером палаты представителей // Известия, 25.10.2023. URL: <https://iz.ru/1595046/2023-10-25/istochnik-soobshchil-o-podderzhke-dzhonsona-dlia-izbraniia-spikerom-palaty-predstavitelei> (дата обращения: 25.10.2023).
104. Итоги визита Си в Москву в оценках мировых СМИ... // Telegram-канал «РИА Новости», 22.03.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/197611](https://t.me/rian_ru/197611) (дата обращения: 03.07.2023).
105. К Disney подали иск о недоплатах сотрудницам на \$150 млн // Коммерсант, 02.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6082118> (дата обращения: 02.07.2023).
106. К прогнозам голландца Фрэнка Хугербитса, предсказавшего в обозримом будущем мощное землетрясение на Дальнем Востоке, сложно относиться серьезно... // Telegram-канал «РИА Новости», 25.04.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/200769](https://t.me/rian_ru/200769) (дата обращения: 03.07.2023).
107. Кабмин продлил сроки возврата кредитов для "Арктик СПГ - 2" до 2027 года // ТАСС, 03.10.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/18903877> (дата обращения: 03.10.2023).
108. Как стало известно «Ъ», в Мосгорсуд поступило уголовное дело в отношении обвиняемого в госизмене основателя компании Group-IB Ильи Сачкова... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 17.06.2023. URL: <https://t.me/kommersant/52083> (дата обращения: 01.07.2023).
109. Канада расширила санкционный список по Белоруссии // ТАСС, 09.08.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/18479115> (дата обращения: 09.08.2023).

110. Канцелярия премьер-министра Израиля опубликовала фото обгоревших тел детей // Комсомольская правда, 12.10.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5496336/> (дата обращения: 12.10.2023).
111. Канцлер ФРГ намерен продолжать созваниваться с Путиным... // Telegram-канал «РИА Новости», 29.01.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/192507](https://t.me/rian_ru/192507) (дата обращения: 03.07.2023).
112. Карацев вышел во второй круг турнира АТР 500 в Вашингтоне // Коммерсант, 31.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6136259> (дата обращения: 31.07.2023).
113. Касатку, жившую в неволе последние 50 лет, наконец-то выпустят на свободу // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 01.04.2023. URL: <https://t.me/truekpru/115518> (дата обращения: 06.06.2023).
114. Катар сообщил, что ХАМАС отпустит 20 израильских заложников, удерживаемых в секторе Газа // ТАСС, 28.11.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/19398671> (дата обращения: 28.11.2023).
115. Комитет Палаты представителей: Хантер Байден получал деньги от Елены Батуриной // Коммерсант, 09.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6149286> (дата обращения: 09.08.2023).
116. Краснов выразил заинтересованность в обмене опытом и лучшими наработками с Китаем // Известия, 13.07.2023. URL: <https://iz.ru/1543575/2023-07-13/krasnov-vyrazil-zainteresovannost-v-obmene-opytom-i-luchshimi-narabotkami-s-kitaem> (дата обращения: 13.07.2023).
117. Левый берег Киева будет затоплен: слова Шойгу подтвердили православное пророчество // Московский комсомолец, 15.08.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/08/15/levyy-bereg-kieva-budet-zatoplen-slova-shoygu-podtverdili-pravoslavnoe-prorochestvo.html> (дата обращения: 15.08.2023).
118. Лидер правоэкстремистской партии "Жесткий курс" Расмус Палудан заявил, что не ожидал... // Telegram-канал «ТАСС», 23.01.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/177654](https://t.me/tass_agency/177654) (дата обращения: 01.06.2023).
119. Лидер правящей партии Германии публично отказался поставлять Украине танки Leopard // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 08.01.2023. URL: <https://t.me/truekpru/104201> (дата обращения: 06.06.2023).
120. Лидеры РФ и Египта выразили обеспокоенность ростом жертв мирного населения Газы // Известия, 14.11.2023. URL: <https://iz.ru/1605308/2023-11-14/lidery-rf-i-egipta-vyrazili-obespokoennost-rostom-zhertv-mirnogo-naseleniia-gazy> (дата обращения: 14.11.2023).



121. Лолита назвала фейком сообщения о массовой сдаче билетов на ее концерт // Московский комсомолец, 26.12.2023. URL: <https://www.mk.ru/social/2023/12/26/lolita-nazvala-feykom-soobshheniya-o-massovoy-sdache-biletov-na-ee-koncert.html> (дата обращения: 26.12.2023).
122. Лукашенко назвал «абсолютно правильным» поведение Зеленского // РБК, 06.10.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/652043ab9a794791c9ef3df5> (дата обращения: 06.10.2023).
123. Маккарти призвал Байдена не допустить прекращения работы правительства // Коммерсант, 27.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6239105> (дата обращения: 27.09.2023).
124. Мальчику зажало голову на эскалаторе в Москве... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 07.01.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/21876](https://t.me/mk_ru/21876) (дата обращения: 04.06.2023).
125. Маркетплейс Wildberries назвал не соответствующей действительности информацию... // Telegram-канал «ТАСС», 26.05.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/193487](https://t.me/tass_agency/193487) (дата обращения: 01.06.2023).
126. Массовое отравление напитком «Мистер Сидр» стало для крупнейших пивоваров поводом... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 07.06.2023. URL: <https://t.me/kommersant/51703> (дата обращения: 01.07.2023).
127. Медведев намекнул, что премьеру Японии хорошо бы совершить ритуальное самоубийство // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 14.01.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/22381](https://t.me/mk_ru/22381) (дата обращения: 04.06.2023).
128. МИД России прокомментировал убийство военкора Журавлева // РИА Новости, 22.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230722/voenkor-1885714906.html> (дата обращения: 22.07.2023).
129. Министерство юстиции США скрывает не менее 400 страниц конфиденциальных документов... // Telegram-канал «IZ.RU», 03.01.2023. URL: <https://t.me/izvestia/117279> (дата обращения: 05.06.2023).
130. Министр обороны Израиля выделил три этапа войны с «Хамасом» // Коммерсант, 20.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6294955> (дата обращения: 20.10.2023).
131. Минобороны заявило о провокации Киева при ротации миссии МАГАТЭ на ЗАЭС — РБК // РБК, 31.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/31/08/2023/64f0af3b9a7947172b0322cc> (дата обращения: 31.08.2023).
132. Минпромторг передал «Восточную верфь» ОСК // Коммерсант, 04.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6253504> (дата обращения: 04.10.2023).

133. Минфин предложил поправку о направлении налога на сверхприбыль в Резервный фонд // Коммерсант, 17.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6110285> (дата обращения: 17.07.2023).
134. Минфин прогнозирует инфляцию в конце года на уровне 6% // Коммерсант, 26.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6184109> (дата обращения: 26.08.2023).
135. Минфин Украины пожаловался на сложную ситуацию с госбюджетом // Московский комсомолец, 24.08.2023. URL: <https://www.mk.ru/economics/2023/08/24/minfin-ukrainy-pozhalovalsya-na-slozhnuyu-situaciyu-s-gosbyudzhedom.html> (дата обращения: 24.08.2023).
136. Мишустин назначил автора фильмов про Путина гендиректором ТАСС // РБК, 05.07.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/05/07/2023/64a541909a7947e275763703> (дата обращения: 05.07.2023).
137. На Запорожской АЭС временно отпустят с работы часть сотрудников — РБК // РБК, 08.09.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/64fb72b29a7947e58d7fe001> (дата обращения: 08.09.2023).
138. На территории бывшего СИЗО "Кресты" в Петербурге произошел пожар // РИА Новости, 11.06.2023. URL: <https://ria.ru/20230611/pozhar-1877566385.html> (дата обращения: 11.06.2023).
139. Над Ростовской областью сбита выпущенная ВСУ ракета // Коммерсант, 09.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6095726> (дата обращения: 09.07.2023).
140. Национальная система платежных карт (НСПК) в 20 раз снижает штрафы... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 10.01.2023. URL: <https://t.me/kommersant/45696> (дата обращения: 01.07.2023).
141. Невролог назвала больные зубы одним из факторов болезни Альцгеймера // Известия, 21.09.2023. URL: <https://iz.ru/1576947/2023-09-21/nevrolog-nazvala-bolnye-zuby-odnim-iz-faktorov-bolezni-alcgeimera> (дата обращения: 21.09.2023).
142. Нетаньяху заявил о предстоящем тяжелом решении по освобождению заложников // Известия, 21.11.2023. URL: <https://iz.ru/1609016/2023-11-21/netaniakhu-zaiavil-o-predstoiashchem-tiazhelom-reshenii-po-osvobozhdeniiu-zalozhnikov> (дата обращения: 21.11.2023).
143. ООН допустила установление нового рекорда в истории погодных наблюдений // Известия, 31.07.2023. URL: <https://iz.ru/1552377/2023-07-31/oon-dopustila-ustanovlenie-novogo-rekorda-v-istorii-pogodnykh-nabliudeni> (дата обращения: 31.07.2023).
144. Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова заявила, что визит главы МИД Германии... // Telegram-канал «ТАСС», 13.01.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/176410](https://t.me/tass_agency/176410) (дата обращения: 01.06.2023).

145. Палата представителей США может не одобрить помощь Украине до конца года // Московский комсомолец, 08.12.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/12/08/palata-predstaviteley-ssha-mozhet-ne-odobrit-pomoshh-ukraine-do-konca-goda.html> (дата обращения: 08.12.2023).
146. Пентагон заявил о сбитом беспилотнике у военной базы США в Ираке // РИА Новости, 27.10.2023. URL: <https://ria.ru/20231027/ssha-1905749279.html> (дата обращения: 27.10.2023).
147. Первый спутник для интернета вещей «Марафон» будет запущен 26 декабря // Известия, 04.10.2023. URL: <https://iz.ru/1583982/2023-10-04/pervyi-sputnik-dlia-interneta-veshchei-marafon-budet-zapushchen-26-dekabria> (дата обращения: 04.10.2023).
148. Перевозчики рассказали о проблеме отключения «авиационного SWIFT» // РБК, 17.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/business/17/08/2023/64dcc8889a79471ea571e137> (дата обращения: 17.08.2023).
149. Песков ответил на сообщения о двойниках президента фразой «Путин у нас один» // Коммерсант, 04.11.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6320919> (дата обращения: 04.11.2023).
150. Песков сообщил, что Путин работает в Кремле // РБК, 24.06.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6496e5ff9a79478452cbc6c1> (дата обращения: 24.06.2023).
151. Песков: лидеры африканской миссии по Украине смогут пообщаться с Путиным в Петербурге // ТАСС, 15.07.2023. URL: <https://tass.ru/politika/18281651> (дата обращения: 15.07.2023).
152. Под автомобиль главы села в Запорожской области заложили бомбу // Известия, 15.07.2023. URL: <https://iz.ru/1544589/2023-07-15/pod-avtomobil-glavy-sela-v-zaporozhskoi-oblasti-zalozhili-bombu> (дата обращения: 15.07.2023).
153. Полицейских, задержавших обвиняемого в подрыве машины Прилепина, наградили // РИА Новости, 05.06.2023. URL: <https://ria.ru/20230605/nagrada-1876263805.html> (дата обращения: 05.06.2023).
154. Посол Украины в Лондоне назвал «нездоровым» сарказм Зеленского в адрес министра Уоллеса // Коммерсант, 13.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6098336> (дата обращения: 13.07.2023).
155. Председатель парламента Грузии Шалва Папуашвили призвал к спокойствию... // Telegram-канал «ТАСС», 09.03.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/183486](https://t.me/tass_agency/183486) (дата обращения: 01.06.2023).
156. Председатель парламента Грузии Шалва Папуашвили призвал к спокойствию митингующих в Тбилиси... // Telegram-канал «ТАСС», 09.03.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/183486](https://t.me/tass_agency/183486) (дата обращения: 01.06.2023).

157. Представитель генсека ООН осудил появление члена СС в парламенте Канады // Коммерсант, 25.09.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6237645> (дата обращения: 25.09.2023).
158. Представитель госдепа Нед Прайс заявил, что ответственные за подавление протестов... // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 08.03.2023. URL: <https://t.me/truekpru/112187> (дата обращения: 06.06.2023).
159. Президент Израиля: у членов «Хамаса» были инструкции по созданию химоружия // Коммерсант, 22.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6295833> (дата обращения: 22.10.2023).
160. Прибыль Raiffeisen в России в первом полугодии выросла на 9% // Коммерсант, 01.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6136398> (дата обращения: 01.08.2023).
161. Профессор ПГУ Галина Канакина о Тотальном диктанте: «Оценка - это повод выяснить, над чем стоит работать» // Пенза-Взгляд, 07.04.2022. URL: <https://penzavzglyad.ru/interview/126685/professor-galina-kanakina-o-totalnom-diktante-ocenka--eto-povod-vyyasnit-nad-chem-stoit-rabotat> (дата обращения: 09.03.2023).
162. Путин встречался с Пригожиным в Кремле 29 июня // РИА Новости, 10.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230710/putin-1883237514.html> (дата обращения: 10.07.2023).
163. Путин за рулем осмотрел Мариуполь: "Удобно, красиво" // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 19.03.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/26872](https://t.me/mk_ru/26872) (дата обращения: 04.06.2023).
164. Путин за рулем осмотрел Мариуполь: "Удобно, красиво"... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 19.03.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/26872](https://t.me/mk_ru/26872) (дата обращения: 04.06.2023).
165. Путин проводит совещание о развитии Восточного полигона железных дорог // РИА Новости, 20.12.2023. URL: <https://ria.ru/20231220/soveschaniye-1917097444.html> (дата обращения: 20.12.2023).
166. Республиканцы обвиняют президента США во взяточничестве // Telegram-канал «Коммерсантъ», 14.06.2023. URL: <https://t.me/kommersant/51941> (дата обращения: 01.07.2023).
167. Рогов: ВСУ бросают тела погибших на поле боя, страшное зрелище // Комсомольская правда, 25.07.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5377835/> (дата обращения: 25.07.2023).
168. Росморречфлот: получивший пробоину танкер «Сиг» находится на плаву, загрязнения среды нет // Коммерсант, 05.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6147182> (дата обращения: 05.08.2023).

169. Российская компания, разработчик системы распознавания лиц, NtechLab создаст систему для поиска домашних животных // Telegram-канал «ТАСС», 02.06.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/194448](https://t.me/tass_agency/194448) (дата обращения: 01.06.2023).
170. Российские артиллеристы уничтожили украинскую станцию спутниковой связи Starlink // Комсомольская правда, 02.07.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5342000/> (дата обращения: 02.07.2023).
171. Российские системы ПВО поразили вторую ракету в Ростовской области // РИА Новости, 28.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230728/pvo-1886950061.html> (дата обращения: 28.07.2023).
172. Российский боец Влад Туйнов дал прогноз на поединок Ислама Муртазаева и Сергея Пономарева... // Telegram-канал «IZ.RU», 09.02.2023. URL: <https://t.me/izvestia/121014> (дата обращения: 05.06.2023).
173. Российский снайпер заявил, что командование ВСУ использует рядовых как приманку // Комсомольская правда, 27.08.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5425759/> (дата обращения: 27.08.2023).
174. Россия меняет правила игры: разведчик из США предупредил западных генералов // РИА Новости, 04.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230704/razvedchik-1882235826.html> (дата обращения: 04.07.2023).
175. Россия направила в Турцию два самолета-амфибии Бе-200 для тушения лесных пожаров // ТАСС, 18.07.2023. URL: <https://tass.ru/proisshestviya/18306767> (дата обращения: 18.07.2023).
176. Руководство ХАМАС покинуло Турцию — РБК // РБК, 23.10.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/23/10/2023/653697d59a79479ac46a2a3a> (дата обращения: 23.10.2023).
177. Самолет F-15 ВВС Саудовской Аравии разбился вместе с экипажем // Известия, 26.07.2023. URL: <https://iz.ru/1550076/2023-07-26/samolet-f-15-vvs-saudovskoi-aravii-razbilsia-vmeste-s-ekipazhem> (дата обращения: 26.07.2023).
178. Самым распространенным видом рака у мужчин в России является рак трахеи, бронхов и легкого... // Telegram-канал «РИА Новости», 11.02.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/193988](https://t.me/rian_ru/193988) (дата обращения: 03.07.2023).
179. Сбербанк оценил свой разовый налог на сверхприбыль в 3 млрд рублей // Коммерсант, 25.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6175049> (дата обращения: 25.08.2023).
180. Сбивший ребенка насмерть в Москве водитель был пьян // Известия, 06.08.2023. URL: <https://iz.ru/1555226/2023-08-06/sbivshii-rebenka-nasmert-v-moskve-voditel-byl-pian> (дата обращения: 06.08.2023).

181. Сдуло ветром крест Троицкой церкви в Зарайске // Московский комсомолец, 08.10.2023. URL: <https://www.mk.ru/social/2023/10/08/sdulo-vetrom-krest-troickoy-cerkvi-v-zarayske.html> (дата обращения: 08.10.2023).
182. Северная Корея в ночь на четверг запустила баллистическую ракету в направлении Японского моря... // Telegram-канал «РИА Новости», 13.04.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/199692](https://t.me/rian_ru/199692) (дата обращения: 03.07.2023).
183. Сигнал воздушной тревоги прозвучал после недолгого перерыва в Ашкелоне // Известия, 11.10.2023. URL: <https://iz.ru/1587989/2023-10-11/signal-vozdushnoi-trevogi-prozvuchal-posle-nedolgogo-pereryva-v-ashkelone> (дата обращения: 11.10.2023).
184. СК даст оценку информации о преступлениях ВСУ в отношении военных медиков // РИА Новости, 23.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230723/mediki-1885848516.html> (дата обращения: 23.07.2023).
185. СМИ сообщили о взрывах в Сумах // ТАСС, 23.07.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18343039> (дата обращения: 23.07.2023).
186. СМИ сообщили о скором приказе минобороны Израиля по входу в Газу // Известия, 19.10.2023. URL: <https://iz.ru/1592365/2023-10-19/smi-soobshchili-o-skorom-prikaze-minoborony-izrailia-po-vkhodu-v-gazu> (дата обращения: 19.10.2023).
187. СМИ: Зеленский пытается убедить страны НАТО переписать коммюнике // РИА Новости, 11.07.2023. URL: <https://ria.ru/20230711/zelenskiy-1883562145.html> (дата обращения: 11.07.2023).
188. СМИ: российские активы в странах G7 заморозят до выплаты ущерба Украине // ТАСС, 12.10.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18996911> (дата обращения: 12.10.2023).
189. Собянин сообщил об атаке беспилотников на Москву // РБК, 24.07.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/24/07/2023/64bdd9999a7947526dec919a> (дата обращения: 24.07.2023).
190. Сообщение о беженцах, которые отправляют пожертвования ВСУ, оказались фейком // Комсомольская правда, 04.10.2023. URL: <https://www.kp.ru/daily/27564/4832727/> (дата обращения: 04.10.2023).
191. Стала известна личность заказчика пентаграммы у квартиры военкора «Известий» // Известия, 18.10.2023. URL: <https://iz.ru/1591773/2023-10-18/stala-izvestna-lichnost-zakazchika-pentagrammy-u-kvartiry-voenkora-izvestii> (дата обращения: 18.10.2023).
192. Столичный МЧС не обнаружил пожара... // Telegram-канал «ТАСС», 25.05.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/193348](https://t.me/tass_agency/193348) (дата обращения: 01.06.2023).

193. Странно как комментирует Пригожин... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 03.04.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/28031](https://t.me/mk_ru/28031) (дата обращения: 04.06.2023).
194. Суд оштрафовал на 30 тыс. рублей Максима Гликина за нарушение работы иноагента // ТАСС, 13.11.2023. URL: <https://tass.ru/proisshestviya/19271207> (дата обращения: 13.11.2023).
195. Суровикин освобожден от должности главкома ВКС // РБК, 22.08.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/22/08/2023/64e4dab49a794799c04141a8> (дата обращения: 22.08.2023).
196. США, Япония и Южная Корея заявили о готовности к диалогу с КНДР // Коммерсант, 18.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6171501> (дата обращения: 18.08.2023).
197. Сын Виктора Черномырдина: Отцу предлагали захватить власть, пока Ельцин был на операциях // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 09.04.2023. URL: <https://t.me/truekpru/116571> (дата обращения: 06.06.2023).
198. Тарантино завершил работу над сценарием для своего последнего // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 15.03.2023. URL: <https://t.me/truekpru/113097> (дата обращения: 06.06.2023).
199. ТАСС: на начальника полиции Мариуполя совершено покушение // Коммерсант, 27.03.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5900205> (дата обращения: 27.03.2023).
200. Трамп: ситуация на Ближнем Востоке вышла из-под контроля по вине США // Московский комсомолец, 17.12.2023. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/12/17/tramp-situaciya-na-blizhnem-vostoke-vyshla-izpod-kontrolya-po-vine-ssha.html> (дата обращения: 17.12.2023).
201. Три поручения программной комиссии «Единой России» (ЕР) не были выполнены... // Telegram-канал «Коммерсантъ», 31.01.2023. URL: <https://t.me/kommersant/46719> (дата обращения: 01.07.2023).
202. Трое военных погибли и трое пострадали в ДТП с грузовиком Росгвардии в Петербурге // Московский комсомолец, 22.08.2023. URL: <https://www.mk.ru/incident/2023/08/22/troe-voennykh-pogibli-i-troe-postradali-v-dtp-s-gruzovikom-rosgvardii-v-peterburge.html> (дата обращения: 22.08.2023).
203. У железной дороги на севере Москвы нашли около 200 снарядов // Московский комсомолец, 31.07.2023. URL: <https://www.mk.ru/incident/2023/07/31/u-zheleznoy-dorogi-na-severe-moskvy-nashli-okolo-200-snaryadov.html> (дата обращения: 31.07.2023).
204. Украинский совет по нацбезопасности ввел санкции против племянника патриарха Кирилла Михаила Гундяева... // Telegram-канал «РИА Новости», 24.01.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/192015](https://t.me/rian_ru/192015) (дата обращения: 03.07.2023).
205. Умерла вдова писателя Синявского литератор Мария Розанова // Коммерсант, 13.12.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6396811> (дата обращения: 13.12.2023).

206. Хинштейн: Роскомнадзор выявил признаки пропаганды... // КП, 22.12.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5602326/> (дата обращения: 22.12.2023).
207. Цена нефти Brent на ICE опустилась ниже \$74 за баррель впервые с 29 июня // ТАСС, 07.12.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19485243> (дата обращения: 07.12.2023).
208. Цена нефти Brent на бирже ICE опускалась ниже \$77 за баррель впервые с 7 июля // ТАСС, 16.11.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19306167> (дата обращения: 16.11.2023).
209. Центробанк спрогнозировал рост годовой инфляции в ближайшие месяцы // Комсомольская правда, 31.07.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5386482/> (дата обращения: 31.07.2023).
210. Через 20 лет люди не увидят звезд в ночном небе // Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU», 30.05.2023. URL: <https://t.me/truekprou/121934> (дата обращения: 06.06.2023).
211. Число жертв нападений боевиков в Нигерии возросло до 160 // ТАСС, 25.12.2023. URL: <https://tass.ru/proisshestiya/19627421> (дата обращения: 25.12.2023).
212. Число погибших после ударов армии Израиля по сектору Газа выросло до 370 // Коммерсант, 08.10.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6265818> (дата обращения: 08.10.2023).
213. Число погибших при обстреле Белгорода возросло до 20 человек // Коммерсант, 31.12.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6441328> (дата обращения: 31.12.2023).
214. Число пострадавших от землетрясения в провинции Западный Азербайджан... // Telegram-канал «ТАСС», 29.01.2023. URL: [https://t.me/tass\\_agency/178495](https://t.me/tass_agency/178495) (дата обращения: 01.06.2023).
215. Членам ЦИК РФ могут запретить использовать iPhone и iPad в служебных целях // ТАСС, 20.07.2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/18319577> (дата обращения: 20.07.2023).
216. Что значит решение России о прекращении огня и почему это не перемирие с Украиной // Комсомольская правда, 06.01.2023. URL: <https://www.kp.ru/daily/27449.3/4702649/> (дата обращения: 06.01.2023).
217. Что известно о крушении самолета, пассажиром которого числится Евгений Пригожин // Коммерсант, 23.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6174135> (дата обращения: 23.08.2023).
218. Что происходило после ввода войск России на Украину. День 505-й // Коммерсант, 13.07.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6098001> (дата обращения: 13.07.2023).
219. Шесть человек погибли в ДТП на трассе А-300 в Самарской области // РБК, 27.06.2023. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/649a165a9a79476fd815719d> (дата обращения: 27.06.2023).



220. Экс-губернатор Кувшинников станет сенатором от Вологодской области // РБК, 03.11.2023. URL: <https://www.rbc.ru/politics/03/11/2023/6544d9759a7947d9d5cebd1b> (дата обращения: 03.11.2023).
221. Эксперт: Китайские автомобили не уступают продукции ушедших из России компаний // Взгляд, 28.03.2023. URL: <https://vz.ru/news/2023/3/20/1203931.html> (дата обращения: 28.03.2023).
222. Эксперты американской исследовательской корпорации RAND опубликовали доклад... // Telegram-канал «РБК», 11.03.2023. URL: [https://t.me/rbc\\_news/70018](https://t.me/rbc_news/70018) (дата обращения: 05.07.2023).
223. Эксперты назвали приоритетное направление наступления ВСУ: удар по Крыму // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 12.03.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/26434](https://t.me/mk_ru/26434) (дата обращения: 04.06.2023).
224. Эксперты назвали уроки предполагаемого ЧП в Макеевке: рассредоточение, маскировка... // Telegram-канал «Московский комсомолец: главное сегодня», 02.01.2023. URL: [https://t.me/mk\\_ru/21616](https://t.me/mk_ru/21616) (дата обращения: 04.06.2023).
225. Экс-советник Кучмы Соскин: бои в зоне СВО будут заморожены уже в ноябре // Комсомольская правда, 18.10.2023. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5505156/> (дата обращения: 18.10.2023).
226. Эрдоган заявил, что его двери закрыты для посла США в Анкаре Джеффри Флейка... // Telegram-канал «РИА Новости», 03.04.2023. URL: [https://t.me/rian\\_ru/198718](https://t.me/rian_ru/198718) (дата обращения: 03.07.2023).
227. Эрдоган заявил, что рассчитывает на встречу с Путиным в августе в Турции // ТАСС, 08.07.2023. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/18225317> (дата обращения: 08.07.2023).
228. Russia-China Summit Showcases Challenge to the West // Wall Street Journal, 21.03.2023. URL: <https://www.wsj.com/articles/china-xi-jinping-vladimir-putin-meet-in-russia-400d39e1> (accessed: 21.03.2023). Access mode: full-text is available via subscription.
229. Xi and Putin Bind China and Russia's Economies Further, Despite War in Ukraine // New York Times, 21.03.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/21/world/europe/xi-putin-russia-china-ukraine.html> (accessed: 21.03.2023).
230. Xi and Putin showcase alliance but offer no path to peace in Ukraine // Washington Post, 21.03.2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2023/03/21/xi-putin-russia-china-alliance/> (accessed: 21.03.2023).

## Приложение Б

### Средства конструирования авторитетности в новостном медиатексте

Таблица А.1. Средства конструирования авторитетности в медиатексте

<b>Авторитетность новостного сообщения</b>		
<b>Группа</b>	<b>Подгруппа</b>	<b>Маркер</b>
Указание на источник информации	Одно-/двухуровневая текстовая ссылка	Напр., <i>Об этом в интервью газете «Известия» рассказала директор департамента национальной платёжной системы.</i>
	Ссылка на обобщённый источник	<i>Напр., По данным российских СМИ...</i>
	Одно-/двухуровневая ссылка с гипертекстом	Напр., <i>Источник: <a href="#">The Jerusalem Post</a>.</i>
	Ссылка на нормативный правовой акт	Напр., <i>Согласно ст. 20.3.3 КоАП...</i>
Цитирование	—	Напр., <i>«Мы выступаем против любого чествования людей, которые активно участвовали в деятельности нацистов во время Второй мировой», — сказал он.</i>
Средства усиления достоверности	Маркирование уверенности	Вводные слова без сомнения ( <i>нет сомнения</i> ), в самом деле, конечно, разумеется; наречиями безусловно, бесспорно, верно, действительно, достоверно, естественно, неопровержимо, несомненно, однозначно, определённо, очевидно, подлинно, поистине, точно, убедительно, явно (часть слов может также выступать в роли вводных слов и предикативов); существительные <i>правда</i> и <i>факт</i> ; личные формы краткого причастия <i>уверен</i> и причастная единица <i>сам собой разумеющийся (само собой)</i> ; глагольные единицы <i>соответствовать действительности</i> и <i>не сомневаться</i> ; частица <i>да</i> . Напр., <i>«Мы <b>уверены</b>, что Иран уже понимает масштаб ущерба, который он имеет в настоящее время», — говорится в сообщении.</i>
	Фактические и статистические данные	Напр., <i>Матч завершился со счётом <b>7:6 (7:3), 6:1</b>, он длился <b>1 час 38 минут</b>.</i>
	Уточнение и подтверждение	Напр., <i>В пресс-службе Росгвардии Северо-Западного округа <b>подтвердили</b> появившуюся в СМИ информацию о ДТП с грузовиком в Санкт-Петербурге.</i>
	Аналитическое усиление	Напр., <i>Проект Tinkoff Data банка «Тинькофф» сообщил, что средняя цена на поездку в такси в ноябре этого года составила 343 рубля, или на 8% ниже, чем в августе, но на 21% больше, чем в ноябре 2022.</i>

	Указание на актуальность информации	Напр., <i>По последним данным, при взрыве на территории Загорского оптико-механического завода пострадали 60 человек.</i>
	Апелляция к органам чувств адресата	Напр., <i>«Тела погибших ВСУ бросают. Страшное зрелище. У нас очень жарко, запах стоит страшный от разлагающихся тел сотен людей, когда ветер дует в нашу сторону, дышитесь с трудом...»</i> , — рассказал Рогов.
	Призыв	Напр., <i>Соблюдайте спокойствие и доверяйте только официальным источникам информации.</i>
	Использование специальной лексики	Напр., <i>При использовании цветков, незрелых ягод, листьев, может наступить отравление амигдалином, который переходит в синильную кислоту.</i>
Средства ослабления достоверности	Маркирование сомнения	Префиксоиды квази-, около- и псевдо-; лексемы сомневаться, сомнение, сомнительный и их синонимы возможность, неуверенность и др., включая личные формы глаголов называться, решаться и уточняться (с отрицательной частицей), думать, казаться, колебаться, полагать, находиться в раздумье, считать и модальный глагол мочь; предикативы должен, вероятно, маловероятно, неясно, неизвестно; местоименное прилагательное некоторый; местоимения некто, нечто, кое-кто, кое-что; наречия возможно, косвенно, скорее (всего), спорно, предположительно; вводные слова и конструкции должно быть, видно, видимо, кажется, как видно, наверное, по (всей) видимости, по-видимому, пожалуй, по-моему, похоже, по слухам; модальные частицы авось, будто (бы), дескать, как будто, вроде (бы), вряд ли, едва ли, едва ли не, как бы, навряд ли, не так ли, небось, неужели, неужто, мол, поди, разве, словно, чай, что ли, чуть ли не, якобы, то ли..., не то... и др.; междометия мда, ну, хм и др.
	Предположение и прогноз вероятности	Маркеры вероятно, возможно, вряд ли, маловероятно, мочь, наверное, по-видимому (по всей видимости), предположительно, скорее всего и др. Напр., <i>Палата представителей Соединённых Штатов, вероятно, не одобрит законопроект о выделении финансовой помощи Украине.</i>
	Неточные количественные данные	Конструкции типа более (менее)..., в течение..., как минимум..., не менее (не более)..., около..., порядка..., приблизительно... и пр. Напр., <i>Возле железной дороги обнаружили арсенал из около двух сотен снарядов.</i>
	Указание на проблему с информацией	Указания на отсутствие информации, отсутствие информации в других источниках,

		невозможность проверки информации, возможную неактуальность информации, а также опровержение информации и указание на свою неосведомлённость. Напр., <i>В МВД Франции не привели данные о числе задержанных в стране в ходе субботних акций.</i>
	Указание на проблему с источником информации	Указания на абстрактный источник информации, несовпадение данных в разных источниках, отсутствие ссылки на источник информации. Напр., <i>The Magas Time без ссылки на источник сообщает, что трое разыскиваемых были убиты.</i>
	Дисклеймер	Напр., <i>В соцсетях Биньямина Нетанягу опубликовали фотографии младенцев, убитых ХАМАС. Это очень страшные кадры. Подумайте, хотите ли вы их увидеть &lt;...&gt; Ещё раз! Это очень страшные фотографии. Возможно, вам не стоит их видеть. Совсем.</i>
	Нарушение языковой нормы	Напр., <i>Школьник 11 лет с отцом ехали на эскалаторе на "Окружной" МЦК. Мальчик положил голову на лежащую на поручне руку, зацепились волосы... Сейчас ребенок в реанимации с переломам, вывихами челюсти и и ушибами головы и лица. Москве ребёнку зажало голову на эскалаторе...</i>
Манипуляция	Конструирование позиции адресата	Напр., <i>Ермак заявил в интервью: «Нет хороших русских или плохих русских – они все на 100% несут ответственность». Ермак как минимум наполовину русский, его мать из Ленинграда, отец работал на КГБ. Ермаку надо ампутировать половину себя. Или съечь, как жгли людей в Доме профсоюзов в Одессе.</i>
	Экспрессивная эксплуатация чужой речи	Напр., <i>«На сессию идёт очередная партия имущества: крупные винодельческие предприятия, банковские структуры, квартира наркомана Зеленского и прочее имущество всех способствующих террористическому режиму на Украине», – заявил Аксенов.</i>
	Искажение содержания чужой речи	Случаи передачи сообщений других коммуникантов с полным или частичным искажением их смысла.
Дополнительные указания	Указание авторства	Присутствие или отсутствие имён авторов новостного сообщения.
	«Эксклюзив»	Напр., заголовок: <b>ЭКСКЛЮЗИВ.</b> <i>Левый берег Киева будет затоплен: слова Шойгу подтвердили православное пророчество</i>
	«Новость дополняется» и «Обновлено»	Напр., <i>Внесены изменения (23:34 мск) - обновлена информация о числе жертв.</i>
Внеязыковые средства	Фото и видео	
	Инфографика	
	Вставной фрейм	

<b>Авторитет субъекта-личности</b>		
Средства усиления авторитета	Функциональные номинации	Наименования субъекта, состоящие из: должности (или её эквивалента) и непосредственно имени, имени без должности, должности без имени, а также наименования анонимного источника. Напр., <b>Президент Израиля призвал правительство остановить процесс принятия судебной реформы; ...писала Financial Times со ссылкой на четырёх высокопоставленных чиновников ЕС.</b>
	Положительная характеристика	Прилагательные <b>влиятельный, знаменитый, известный</b> и их эквиваленты; <b>официальный и высокопоставленный</b> ; развёрнутые характеристики, напр., ... <b>сообщил источник «Ъ», близкий к городским властям</b> ; указание на действие субъекта, напр., <b>Госсекретарь осудил антиправительственные выступления и призвал немедленно прекратить их.</b>
	Положительная автохарактеристика	Прямая характеристика; перформативная характеристика, напр., <b>«Я знаю, о чем шла речь во время этого разговора. И еще раз официально повторяю, это ложь &lt;...&gt;», — сказал представитель Кремля.</b>
Средства ослабления авторитета	Должностные номинации	Напр., <b>«Военкор» ВГТРК Евгений Поддубный.</b>
	Отрицательная характеристика	Прямая характеристика и сообщение о действии субъекта. Напр., <b>Мария Захарова заявила, что визит главы МИД Германии Аннелены Бербок в Харьков и Киев был сделан ради картинки и ни на что не влияет, это исключительно работа на камеру. По словам дипломата, Бербок не знает ни истории Харькова, который посетила, ни истории страны, не имеет представления о том, что за разрушенные здания ей показывают, «ей абсолютно все равно, где она находится».</b>
	Отрицательная автохарактеристика	Напр., <b>«Когда срок действия этих лицензий истечёт, им больше не будет разрешено производить какую-либо нашу продукцию. Конечно, я не могу гарантировать, что это произойдёт, но мы ожидаем этого», — сказал Оруп-Андерсен.</b>
	Указание на спорную легитимность	Напр., <b>Назначенный украинскими властями «глава областной администрации» Юрий Малашко.</b>
	Обвинение субъекта во лжи	Напр., <b>Продюсер Holidayboy Ульяна Почеко заявила, что будет добиваться от Мизулиной через суд возмещения убытков, которые исполнитель понёс из-за её поста. Она считает слова главы «Лиги безопасного интернета» клеветой.</b>

<b>Авторитет группового субъекта</b>		
Средства усиления авторитета	Устойчивые наименования	Политические (дипломатические) штампы, аббревиатурные наименования, наименования, отсылающие к экспертизе членов группового субъекта. Напр., <b>Кремль</b> заявил..., <b>СКР</b> возбудил дело..., <b>Аналитики</b> пришли к выводу...
	Положительная характеристика	Напр., <i>Владимир Зеленский правильно ведёт себя по отношению к Западу, заявил президент Белоруссии Александр Лукашенко. Его слова приводит близкий к администрации белорусского лидера Telegram-канал «Пул Первого».</i>
	Маркеры доступа к информации	Напр., <i>В увеличении инвестиций нуждается почти половина (47%) российских промышленных предприятий, и лишь у 5% потребность в капиталовложениях снизилась, показал опрос руководителей по итогам 2022 года, проведённый Центром конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ (результаты есть у РБК).</i>
	Авторитет количества	Напр., <i>300 иностранных журналистов, работавших в Москве, потребовали освободить Эвана Гершковича. &lt;...&gt; Письмо подписал 301 журналист из 22 стран, в том числе корреспондент BBC News Орла Герин, бывшие сотрудники The New York Times Билл Келлер и Джон Кампфнер, главный редактор The New Yorker Дэвид Ремник, корреспонденты The Guardian Шон Уолкер и Люк Хардинг и другие.</i>
Средства ослабления авторитета	Отрицательная характеристика	Напр., <i>«Сегодня у нас на сессию идет очередная партия имущества: крупные винодельческие предприятия, банковские структуры, квартира наркомана Зеленского и прочее имущество всех способствующих террористическому режиму на Украине», — заявил Аксенов.</i>
	Указание на спорную легитимность	Напр., <i>Полиция самопровозглашённого Косово сообщила о поиске напавших на сотрудников правоохранительных органов на мосту рядом с селом Баньска.</i>
	Обвинение субъекта во лжи	Напр., <i>«Там происходят жестокие бои, враг действительно пытается добиться промежуточного успеха, но благодаря усилиям наших сил обороны ему это не удастся и он, мягко говоря, преувеличивает в телеграм-каналах свои „достижения“», — отметил Череватый.</i>