

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

*На правах рукописи*

**КОНКИНА КСЕНИЯ МИХАЙЛОВНА**

**ДОСТИЖЕНИЕ ДОСТОВЕРНОСТИ  
В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЯХ**

Специальность 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

**ДИССЕРТАЦИЯ**

на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор социологических наук, профессор  
КОЛОМИЕЦ В.П.

Москва — 2022

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение	3
ГЛАВА 1. НОВОСТЬ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	16
1.1 Трансформация современных новостей	17
1.2 Актуальность проблемы достоверности в медиаисследованиях	27
1.3 Достоверность: от гносеологической проблемы до коммуникативной категории	35
1.4 Форма и содержание телевизионных новостей	48
Выводы	56
ГЛАВА 2. МЕХАНИЗМЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЯХ	60
2.1 Возможности достижения достоверности в телевизионных новостях	61
2.2 Тематическая повестка и контексты освещения новостей	66
2.3 Механизмы конструирования достоверности в телевизионных новостях	90
2.4 Авторская свобода при конструировании достоверности	105
Выводы	115
Заключение	122
Список литературы	129
Приложения	146

## Введение

Начало XXI века ознаменовалось активным развитием новых технологий, процессом цифровизации различных сфер общественной жизни. В результате увеличения доступности для аудитории Интернета медиа стали элементом повседневности, где опосредованные социальные коммуникации являются рутинной практикой. С развитием Интернета журналисты потеряли «монополию» на доставку информации, оказавшись в новой для медиа высококонкурентной среде. В современном мире новостная информация настолько обширна, что конкуренция усиливается не только за счет отношений традиционных СМИ и новейших медиа, но и из-за борьбы за доли снижающейся аудитории между крупнейшими источниками новостей, например, отдельными телеканалами.

Наряду с доступностью информации возник феномен фейковых новостей. В новостном дискурсе, который представляет собой множество информационных сообщений, стало проблематично определить, насколько достоверна та или иная новость. Так, возникают скандалы подлинности — негативная реакция аудитории (или ее части) на уже принятую за достоверную фейковую новость. И если ранее дезинформация в СМИ, несомненно, существовала, то феномен фейковых новостей стал наиболее обсуждаемым и даже болезненным в настоящее время: *fake news* стало словом 2017 года, по версии Академического словаря *Collins*<sup>1</sup>. Испытывают кризис доверия не только новые медиаисточники, но и традиционные СМИ.

Отметим, что сегодня телевидение является одним из основных каналов получения информации. Несмотря на активную дискуссию о падении интереса к нему, во время пандемии и особенно в период карантина в 2020 году стало очевидно, что аудитория все ещё может активно

---

<sup>1</sup> Hunt J. 'Fake news' named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017// Independent. 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-gender-fluidity-fidget-spinner-a8032751.html> (дата обращения: 19.01.2022).

использовать телевидение как ключевой источник новостей, что доказывают высокие аудиторные доли в данный период<sup>2</sup>. Можно заключить, что интерес к телевизионным новостям может возрастать во время социальной напряженности. Тем не менее, опасение у исследователей вызывает то, что телевидение, как традиционный источник новостей, используется россиянами все реже<sup>3</sup>. Одно из оснований для критики телевизионных новостей — их достоверность.

Сегодня внимание аудитории акцентируется на критической оценке существующего медиапространства с множеством источников информации и, в частности, на достоверности телевизионных новостей. В этой связи поставлен следующий исследовательский вопрос: как реальное событие конструировать в виде достоверной телевизионной новости в условиях многочисленности вариантов освещения этого же события другими источниками?

Данная логика приводит нас к фиксации **актуальности** рассматриваемой современной проблемы, связанной с возможностью достижения достоверности в репортажах и телевизионных материалах. На наш взгляд, сегодня важным стал вопрос определения факторов, оказывающих влияние на достоверность телевизионной новости. В современных условиях профессиональная новостная журналистика нуждается в аргументации достоверности публикуемых ими материалов. Недостаточно стало просто точно излагать факты, первоочередной стала проблема восприятия аудиторией достоверности материала. Оказалось, что достоверность имеет различные формы и проявления, многовариантна и оценочна. Умение работать с таким свойством текста, как достоверность, на

---

<sup>2</sup> Россияне стали больше смотреть ТВ во второй половине марта // Mediascope.. URL: <https://mediascope.net/news/1112736/> (дата обращения: 10.08.2021).

<sup>3</sup> Тренды медиапотребления// ВЦИОМ. 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-mediapotrebleniya-2022> (дата обращения: 07.10.2022).

наш взгляд, является необходимым элементом профессиональной подготовки журналиста и журналистского творчества.

**Степень научной разработанности проблемы.** Значительную группу исследований теории массовых коммуникаций представляют собой работы, посвященные проблемам медиавоздействия и соответствия тексту СМИ объективной реальности. Подобные вопросы были поставлены представителями теории медиавоздействия — Д. Лассуэлла, М. МакКомбса, Д. Шоу, У. Липпмана, Г. Такмана, Е. Абея, Д. Уайта, П. Шумэйкера и С. Риза<sup>4</sup>. Критическая теория в работах М. Хоркхаймера и Т.В. Адорно, Н. Лумана, В. Беньямина, П. Бурдьё<sup>5</sup> обращает внимание на определение акторов, влияющих на формирование картины мира в медиа. Достоверность новостных сообщений также рассматривал С. Холл и понимал ее как соответствие, *вписанность* в систему ценностей, возможность ее идентификации аудиторией для последующего создания контекстов<sup>6</sup>.

Современные теории и концепции также остро реагируют на проблему достоверности конструируемой в медиа реальности. Например, теоретики медиатизации считают, что, если когда-то существовали границы между

---

<sup>4</sup> Липпман У. Общественное мнение. М., Институт «Фонда Общественного мнения», 2004.; Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society// In L. Bryson (ed.) The Communication of Ideas. N.-Y.: Harper, 1948. P. 37-51.; McCombs M.E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass-media// Public Opinion Quarterly. 1972. P. 176–187; Tuchman G. Making News: A Study in the Construction of Reality. N.-Y.: Free Press. 1978; Abel E. Television in International Conflict// In A. Arno, W. Dissayanake (eds.)/ The News Media and National and International Conflict. Boulder, CO: Westview Press. 1984. P. 63–70; White D. The Gatekeepers: A Case Study in the Selection of News// Journalism Quarterly. 1950. Vol. 27, P. 383–391; Shoemaker P. J., Reese S. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. USA: Longman, 1996; Shoemaker P.J., Reese S. A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model// Mass Communication and Society. 2016. Vol. 19 (4). P. 389–410.

<sup>5</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М., СПб: Медиаум, Ювента, 1997; Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005; Беньямин В. Гете// Он же. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Медиаум, 1996; Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

<sup>6</sup> Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B. Policing the Crisis: Mugging, The State, and Law and Order. L.: Macmillan, 1978.

реальной жизнью и тем, что появляется в СМИ, то сегодня трудно вообразить даже условные границы между транслируемым в медиа и повседневностью. Проблематика символических границ рассматривается в работах Дж. Томпсона, Р. Сильверстоуна, А. Хеппа, С. Хьярварда, Н. Коулдри, Ф. Кротца<sup>7</sup>.

Понятие «достоверность» является также ключевым в работах, посвященных «фейковым новостям». Исследователи подчеркивают, что существуют различные ракурсы осмысления достоверности информационных сообщений: правдоподобность, надежность данных, объективность, точность, а также корреляция между достоверностью источника и достоверностью сообщения<sup>8</sup>. Отметим, что часто исследования как зарубежных, так и российских авторов фокусируются на оценке достоверности непосредственно новостного сообщения, а не источника, а также посвящены анализу возможных эффектов влияния «фейковых новостей» на повестку или аудиторию<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Thompson J. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity, 1995; Silverstone R. *Complicity and Collision in the Mediation of Everyday Life*// *New Literary History*. 2002. Vol. 33 (4). P. 745–764; Hepp A., Hjarvard S., Lundby K. *Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society*// *Media, Culture & Society*. 2015. Vol.37(2). P. 314–322; Hjarvard S. *The Mediatization of Culture and Society*. L.: Routledge, 2013; Couldry N. *Media Society World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity, 2012; Krotz F. *Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change*. In: Lundby K (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. N.-Y.: Peter Lang. 2009. P. 21–40.

<sup>8</sup> Metzger M., Flanagin A., Eyal K., Lemus D., Mccann R. *Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment*// *Annals of the International Communication Association*. 2003. Vol. 27 (1). P. 293–335.

<sup>9</sup> Ершов Ю. М. *Феномен фейка в контексте коммуникационных практик*// *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2018. № 52. С. 245–256; Зуйкина К. Л., Соколова Д. В. *Особенности идентификации фейковых новостей молодежной аудиторией*// *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2021. № 71. С. 310–326; Balmas M. *When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism*// *Communication Research*. 2014. Vol. 41(3). P. 430–454; Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. *Defining “fake news”: a typology of scholarly definitions*// *Digital Journalism (Online First)*. 2017. Vol. 6 (3). P. 1-17; Tandoc E. C., Ling R., Westlund O., Duffy A., Goh D., Zheng Wei L. *Audiences’s acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework*// *New Media & Society*. 2018.

Достоверность является центральной категорией проблематики *fake news*. Так, А.П. Суходолов и А.М. Бычкова разрабатывают классификацию «фейковых новостей», три из пяти критериев которой «содержат» достоверность: соотношение достоверной и недостоверной информации, достоверность обстоятельств времени и места произошедшего события, уровень восприятия достоверности «новости»<sup>10</sup>.

К феномену достоверности информации обращаются многие отечественные исследователи журналистики и массовых коммуникаций. Рассматривали проблематику достоверности в СМИ Б. А. Грушин, Е. П. Прохоров, М. Н. Ким, Л. Г. Свитич<sup>11</sup>. Ставят вопрос об объективности отраженной в медиа действительности Я. Н. Засурский, А. А. Тертычный, М. Г. Яковлева<sup>12</sup>.

Также обращаются к проблематике социальности медиaproстранства и медиапотребления в своих исследовательских работах В. П. Коломиец, М. М. Назаров, И. А. Полуэхтова<sup>13</sup>. А. А. Мирошниченко обращает внимание

---

Vol. 20(8). P. 2745–2763; Vargo C. J., Guo L., Amazeen M. A. The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016// *New Media & Society*. 2018. Vol. 20 (5). P. 2028–2049.

<sup>10</sup> Суходолов А. П. Бычкова А.М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaproстранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия// *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017. Т. 6. № 2. С. 143–169.

<sup>11</sup> Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М.: Политздат, 1987; Прохоров Е. П. Публицист и действительность. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973; Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2001; Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов// *Вопросы теории и практики журналистики*. 2013. № 1. С. 16–36.

<sup>12</sup> Засурский Я. Н. Колонка редактора: три шага к свободе печати// *Вестник Моск. ун-та*. 2007. Сер. 10: Журналистика. № 3. С. 3–9; Тертычный А. А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она?// *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2018. Т. 37. №1. С. 113–120.; Яковлева М. Г. Объективное vs. реальное: критические замечания к концепции объективной журналистики// *Медиаскоп*. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2208> (дата обращения: 19.01.2022)

<sup>13</sup> Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации// *Медиаскоп*. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575> (дата обращения 19.01.2022); Назаров М. М. Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация// *Социологические исследования*. 2018. № 8. С. 54–64; Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения// *Знание. Понимание. Умение*. 2018. № 4. С. 71–82.

на субъективность современной журналистики, которая комментирует текущие события с оценочных позиций «правильно или неправильно», «хорошо или плохо»<sup>14</sup>.

Конструирование опосредованного мира в текстах медиа с помощью различных лингвистических средств изучается И. В. Анненковой, В. В. Богуславской, В. Д. Мансуровой<sup>15</sup>. Основополагающими для данного исследования являются работы отечественных лингвистов Н. Н. Панченко, А. В. Белозеровой, посвященные анализу достоверности, как коммуникативной категории<sup>16</sup>. Также необходимо упомянуть труды В. В. Виноградова, Ю. М. Лотмана, Ю. С. Степанова<sup>17</sup>, посвященные вопросу модальности выражения действительности в дискурсе.

Методологические рамки данного исследования определены теорией социального конструктивизма. Мы предполагаем наличие возможностей у журналистов конструировать медиареальность и отношение к повседневности. Исследовательский подход, таким образом, находит свое обоснование в работах П. Бергера и Т. Лукмана, Н. Лумана, А. Хеппа и Г. Энгли<sup>18</sup>.

---

<sup>14</sup> Mir A. Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization. Toronto: Independently published, 2020.

<sup>15</sup> Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: анализ журналистских текстов: [монография]. Изд. 2-е. Москва: Изд-во ЛКИ, 2008; Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации: [монография]. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2002. Annenkova I .V. On the constant of mass media texts: presenting issues of rhetoric modality// Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). P. 71–76.

<sup>16</sup> Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория : [монография] / Н. Н. Панченко; науч. ред. В. И. Шаховский. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010; Белоедова А. В. Категория достоверности в современных журналистских текстах (теоретический и практический аспекты) / Дисс... на соискание ученой степени канд. филол. н. Белгород, 2017.

<sup>17</sup> Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке// Труды Института русского языка АН СССР. М., Л.: АН СССР, 1950; Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек- текст – семиосфера – история. М.: «Языки русской культуры», 1996; Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности// Язык и наука конца XX века. Сборник статей. М.: РГГУ, 1995.

<sup>18</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: 1995; Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005; Couldry

В качестве основания для последующей самостоятельной разработки концептуальной модели были использованы результаты исследования группы авторов из Университета Мангейма под руководством А. Хальфманна<sup>19</sup>. Данная модель также основана на идеях социального конструктивизма, эмпирически доказывает корреляцию между использованием видео очевидцев в телевизионных новостях и воспринимаемой зрителями достоверности (*perceived trustworthiness*). В настоящей диссертационной работе эта теоретическая модель применяется для анализа телевизионных новостей.

**Научная новизна исследования.** В данной исследовательской работе достоверность новостей анализируется в качестве коммуникативной категории. Достоверность представляет собой социально обусловленную конструкцию, которая обнаруживается не только на этапе осмысления текста аудиторией, но и при создании текста журналистом или редакционным коллективом.

Достоверность представляет собой коммуникативную категорию, которая конструируется автором на всех уровнях текста. В данном исследовании категория достоверности анализируется в рамках формального содержания телевизионных новостей. Под достижением достоверности мы понимаем отражение в тексте определенных категорий. Автором проводится анализ телевизионных новостей с оценкой возможностей достижения достоверности.

**Цель исследования** — выявить механизмы достижения достоверности телевизионных новостей.

---

N., Hepp A. The mediated construction of reality. Cambridge, Mass: Polity, 2016; Enli G. Mediated Authenticity. How the Media Constructs Reality. N.-Y.: Peter Lang, 2015.

<sup>19</sup> Halfmann A., Dech H., Riemann J., Schlenker L., Wessler H. Moving Closer to the Action: How Viewers' Experiences of Eyewitness Videos in TV News Influence the Trustworthiness of the Reports// Journalism & Mass Communication Quarterly. 2019. Vol. 96 (2). P. 367–384.

**Объектом исследования** стали инструменты достижения достоверности в новостных сюжетах пяти российских телеканалов.

**Предмет исследования** – комбинации механизмов создания достоверности телевизионных новостей, проявляющиеся на этапе создания текста.

В соответствии с поставленной целью были решены следующие исследовательские **задачи**:

- выявить сходства и различия в создаваемой тематической повестке и использованных тематических контекстах телевизионных новостей крупных телевизионных телеканалов, стимулирующих необходимость в использовании специальных механизмов достижения достоверности в новостных материалах;

- определить ключевые варианты соотношения формальных элементов создания телевизионного новостного материала и категорий проявления достоверности в новостях, формирующие базовые подходы (паттерны) к достижению достоверности в телевизионном эфире;

- проследить корреляционные связи между использованными формальными элементами и категориями достоверности в новостях, позволяющие судить о возможной форматной предзаданности или, напротив, допустимой авторской свободе при конструировании телевизионных новостей.

В основу исследования было положено предположение, что для достижения достоверности телевизионных новостей можно использовать как содержание новости, так и ее форму. В общем виде новость представляет собой совокупность: 1) *содержания* (сообщение, заключенное в новости, передаваемая информация); 2) *формы*, в которой представлено содержание новости; 3) *физического воплощения* материала (технологическая платформа, где публикуется новость: онлайн, телевидение, радио и т.д.).

Форма, в отличие от содержания, зависит от ограниченного и контролируемого круга факторов — редакционной политики, правил формулирования информационных сообщений, профессиональных практик редакции и сформулированных ею норм. Мы считаем, что форма телевизионной новости может быть эффективным инструментом для конструирования достоверности информационного сообщения. Также мы предполагаем, что существуют некоторые общие конструируемые элементы формы, которые возможно использовать в качестве механизмов создания достоверного новостного материала.

**Методика исследования.** Эмпирическая часть исследования включает в себя контент-анализ содержания новостей и анализ формы новостей посредством выявления частоты использования отдельных инструментов конструирования достоверности.

**Эмпирическими объектами** исследования являются материалы телевизионных новостей. Было отобрано 4930 оригинальных новостей пяти телеканалов. Выбор телеканалов был основан на их объективном различии как функциональном, так и содержательном.

Выбор был продиктован необходимостью исключить отраслевые или узкоспециальные новости и выбрать те материалы, которые бы формировали более широкую повестку и не были ограничены в публикациях какой-либо сферой социальной жизни. В результате были выбраны телеканалы «Россия 24», «Москва 24», ОТР, «Мир» и Euronews. Стоит отметить, что телеканалы направлены на разные группы аудиторий: «Россия 24» — федеральный круглосуточный информационный телеканал, «Москва 24» — региональный круглосуточный информационный канал, ОТР — общественный федеральный телеканал с регулярными выпусками новостей, «Мир» — телеканал с регулярными выпусками новостей, направленный на аудиторию стран СНГ, Euronews — европейский круглосуточный телеканал, с переведённым для российской аудитории контентом.

Было проанализировано 1123 телевизионных новостей телеканала «Россия 24», 1398 новостей телеканала «Москва 24», 1178 материалов канала ОТР, 816 новостей канала «Мир» и 415 телевизионных новостей Euronews.

Эмпирическая база была сформирована в соответствии с целями исследования и предполагала возможность встретить разнообразные инварианты форм телевизионных новостей.

**Хронологические рамки исследования** были ограничены периодом с 1 февраля по 29 февраля 2020 года. Телевизионные новости были отобраны при помощи сплошной выборки в рамках указанного периода. Выбор периода обусловлен необходимостью рассмотреть, как телевизионные редакции используют возможности конструирования новостей во время формирования социальной напряженности. 30 января 2020 года Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила чрезвычайную ситуацию<sup>20</sup>, 31 января появляются первые сообщения о распространении вируса на территории России<sup>21</sup>. Мы предполагаем, что до объявления пандемии в марте 2020 года темы, связанные с коронавирусом, не были центральными в повестке, и редакции имели бóльший выбор новостей.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

- На трансформацию новостей оказала влияние медиатизация общественной жизни. Вследствие медиатизации возник феномен рекурсивности новостей, который предполагает многообразие информационных материалов и постоянно «обновляющийся» новостной дискурс. В этом контексте содержание новостей в разных источниках часто одинаково, новости тематически и контекстуально однородны. Содержание

---

<sup>20</sup> Вспышка вируса 2019-нCoV объявлена чрезвычайной ситуацией, имеющей международное значение. URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/01/2019-ncov-outbreak-is-an-emergency-of-international-concern> (дата обращения: 13.05.2020).

<sup>21</sup> В России выявили первых зараженных коронавирусом из Китая. URL: <https://www.rbc.ru/society/31/01/2020/5e341f929a7947d43c9aa308> (дата обращения: 13.05.2020).

новостей продиктовано событийным нарративом, поэтому возможность конструирования достоверности материала реализуется с помощью формы новостей.

- Механизмы конструирования достоверности с помощью формы телевизионных новостей достаточно разнообразны. Телевизионные редакции, независимо от их внутренней политики, используют общие механизмы, которые можно представить в виде паттернов. Несмотря на многообразие схем конструирования паттернов, журналисты используют возможности достижения достоверности не в полной мере и прибегают к использованию наиболее простых форм.

- Отсутствуют сильные корреляционные связи между формальными элементами и категориями достоверности. Это значит, что автор располагает большей творческой свободой при конструировании достоверности с помощью формы телевизионной новости. Автор самостоятельно может принимать решение, какие механизмы конструирования достоверности он задействует в определенном случае. Каждая редакция самостоятельно формирует механизмы построения формы телевизионной новости и вырабатывает собственные «правила» конструирования достоверности. Телевизионные редакции самостоятельны в решении, какие из элементов формального содержания они будут использовать.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что научные положения и выводы работы расширяют возможность использования понятия «достоверность» в качестве коммуникативной категории. Также теоретическая значимость исследования определяется формированием набора критериев для эмпирического изучения конструирования достоверности в телевизионных новостях и апробацией данных критериев.

**Практическая значимость** работы определяется выявлением механизмов и описанием различных технологий достижения достоверности в

новостях. Результаты исследования могут быть использованы как исследователями, круг научных интересов которых затрагивает проблематику достоверности, так и практиками медиаиндустрии.

Результаты исследования могут быть использованы в образовательном процессе при подготовке телевизионных журналистов и специалистов в области создания аудиовизуального контента. В практической деятельности результаты могут быть востребованы среди сотрудников средств массовой информации с целью применения предложенных в работе положений для корректировки профессиональных методов и технологий создания новостей.

**Апробация результатов исследования.** Результаты настоящего исследования были опубликованы в статьях «Форма телевизионной новости как фактор достижения эффекта достоверности»<sup>22</sup>, «Континуум новостей: концептуальное структурирование»<sup>23</sup>, «Конструктивная журналистика: зарубежные теоретические концепции и практические решения»<sup>24</sup>, «Контексты освещения коронавируса в повестке телевизионных новостей после объявления чрезвычайной ситуации»<sup>25</sup>.

Промежуточные результаты были представлены на международных научно-практических конференциях: IX Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований» (М., 2019), Международный молодежный научный форум «Ломоносов» (М., 2020), Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия,

---

<sup>22</sup> Конкина К. М. Форма телевизионной новости как фактор достижения эффекта достоверности // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. №1. С. 206-207.

<sup>23</sup> Конкина (Филиппова) К. М. Континуум новостей: концептуальное структурирование // Медиаскоп. 2021. Вып. 2.

<sup>24</sup> Конкина (Филиппова) К. М. Конструктивная журналистика: зарубежные теоретические концепции и практические решения // МедиаАльманах. 2020. № 4. С. 87-96.

<sup>25</sup> Конкина К. М. Контексты освещения коронавируса в повестке телевизионных новостей после объявления чрезвычайной ситуации // Известия Уральского федерального университета. Сер.1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 4. С. 42-51.

индустрия» (М., 2021), Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия» (М., 2022).

**Структура и объем исследовательской работы** определяется ее целью и задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

В первой главе описаны теоретико-методологические основания изучения достоверности как категории медиаисследований, различия содержания и формы телевизионных новостей, формулируются исследовательские вопросы. Во второй главе представляются результаты эмпирического исследования. Библиографический список включает в себя 179 источников.

## ГЛАВА 1. Новость в цифровую эпоху

Данное диссертационное исследование предполагает операционализацию понятия «новость», значение которого в условиях многообразия коммуникационных практик и способов распространения информации претерпевает определенные изменения. В этой связи возникла исследовательская необходимость сформулировать подходы к пониманию новостей, на которые мы будем опираться в данной работе.

Мы исходим из того, что цифровая среда привела к изменению роли коммуникации в процессах функционирования социальных структур. Некоторые современные исследования обращают внимание на трансформацию форм социальной коммуникации в связи с активным развитием информационных технологий<sup>26</sup>. Необходимо учитывать процесс медиатизации — важнейшего социокультурного изменения общественной жизни. Как отмечает В. П. Коломиец, медиатизация трансформирует традиционный институт СМИ, появляются новые коммуникационные и технологические практики<sup>27</sup>.

Цифровая трансформация современного медиапространства влияет на описывающий его категориальный ряд. Данное диссертационное исследование уточняет исходные понятия, поэтому мы начинаем его с анализа современного содержания понятий «новость», «телевизионная новость» и «новостное пространство».

---

<sup>26</sup> Ринкявичус Л., Буткявичене Э. Концепция общности (Gemeinschaft/community) и ее специфика в виртуальном пространстве// Социологические исследования. 2007. № 7. С.3–10.; Федорищенко П. А., Серикова И. Б. Амбивалентная природа виртуальной реальности// Гуманитарий Юга России. 2016. Том. 18. № 2. С.264–272; Разин П. В., Конкина К. М. Сетевые и фантомные социальные формы: реальность и фантазия// Медиаскоп. 2020. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2676> (дата обращения: 23.03.2022); Ulianovskii A., Filatova O., Golubev V., Dobrova T., Smirnov A. Out-convergence: co-evolution of media and reality of life// In Proceedings of the International Conference, IMS-2017. 2017. New York: Association for Computing Machinery. P. 55–59.

<sup>27</sup> Коломиец В. П. Медиатизация медиа. М.: Изд. Московского университета, 2020. С. 236.

## 1.1 Трансформация современных новостей<sup>28</sup>

Впервые попытка теоретического анализа новостей была предпринята в 1690 году Тобиасом Пойсером в диссертации «*De relationibus novellis*»<sup>29</sup>. В этой работе новость была рассмотрена в историческом ракурсе, а также были обозначены предпосылки ее появления. Т. Пойсер дает определение новости, понимая ее как форму текста, в котором сообщается о множестве различных событий в разных местах мира<sup>30</sup>.

Как правило, новость определяют в рамках структурно-функциональной традиции через ее основное функциональное значение – информирование. Такой подход классификации журналистских текстов использовали М. Н. Ким, Л. Е. Кройчик, М. И. Шостак, А. А. Тertyчный<sup>31</sup>. Дефиниция новости в советской и российской теории журналистики наиболее конкретна и восходит к понятию «новой информации».

Влияние на жесткость дефиниции оказало два факта: 1) во-первых, проблема разделения публицистики и художественной литературы вплоть до XX века<sup>32</sup>; 2) во-вторых, использование в качестве синонимов понятий «новость» и потенциально значимой для общества «информации»<sup>33</sup>.

---

<sup>28</sup> Параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Конкина (Филиппова) К. М. Континуум новостей: концептуальное структурирование// Медиаскоп. 2021. Вып. 2.

<sup>29</sup> Atwood R. A., de Beer A. S. The Roots of Academic News Research: Tobias Peucer's "De relationibus novellis"(1690)// Journalism Studies. 2001. Vol 2(4). P.485–496.

<sup>30</sup> de Beer A. S., van Ryneveld L. F., Schreiner W. N. Leipzig: From Tobias Peucer's De Relationibus Novellis (1690) to Ecquid Novi (2000)// Ecquid Novi: African Journalism Studies. 2000. Vol.21(1). P. 6–61.

<sup>31</sup> Ким М. Н. Жанры современной журналистики. СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2004; Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста: учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000; Тertyчный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2017; Шостак М. И. Новости прессы. Заметки, репортажи, интервью: Учеб. Пособ. М.: МедиаМир, 2013.

<sup>32</sup> Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики. М.: Мысль, 1973.

<sup>33</sup> Шапшай Н. А. Новостные материалы в региональной печати: структурные и жанровые особенности: на публикациях газет Владимирской области: дис. ... канд. фил. Наук :10.01.10/ Наталья Ивановна Шапшай; Моск. гос. ун-т. М., 2009.

Таким образом, в отечественной теории журналистики исторически сложилось представление о публицистике, как, в некотором смысле, высшей форме журналистского творчества, тогда как информационные жанры воспринимались как менее творчески затратный труд. По этой причине классификация новостей была строго регламентирована в рамках дифференциации информационных жанров. Например, А. А. Тертычный предлагает определять новость в качестве одного из информационных жанров (например, новостная заметка, отчет и пр.<sup>34</sup>). А. В. Колесниченко основанием классификации новостей видит их качественные признаки и предлагает делить на подгруппы: новость-факт, новость-цитата, новость-событие<sup>35</sup>. Еще одним основанием для классификации традиционно является разделение новостей по каналу их распространения: печатные СМИ, радио, телевидение, Интернет. Так, например, Т. Г. Добросклонская считает, что канал распространения является также значимым для типологического описания современных медиатекстов<sup>36</sup>. Т. Г. Добросклонская заключает: *«Каждое средство массовой информации, будь то печать, радио, телевидение или Интернет, характеризуется особым набором медийных признаков, которые оказывают существенное влияние на лингвоформатные свойства текста»*<sup>37</sup>.

Несмотря на традиционность и «жесткость» типологизации и классификации информационных материалов в теории отечественной журналистики, невозможно не отметить влияние процесса конвергенции медийных жанров, в связи с чем, возникает необходимость в проработке более актуальной систематизации.

---

<sup>34</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2017.

<sup>35</sup> Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2013.

<sup>36</sup> Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: «КДУ», «Добросвет», 2020. С. 36.

<sup>37</sup> Там же. С. 36.

Если обратиться к зарубежной теории журналистики, то стоит отметить, что в рамках нее возможны более вариативные дефиниции новости. Связано это с тем, что под новостью понимается результат *любой журналистской деятельности*<sup>38</sup>. Классификация основывается на типологии «жестких» и «мягких» новостей: материалы строгой и нестрогой формы. Более того, деление на «жесткие» и «мягкие» новости может основываться на тематическом рубрикаторе, где более развлекательные и *лайфстайл* темы определяют «мягкие» новости.

Наиболее общими основаниями для классификации новостей в зарубежных теориях журналистики являются: 1) принцип «срочности» информации; 2) тематическое разделение (новости спорта, экономики, политики, культуры, происшествия, погода и т. д.); 3) канал распространения (печать, радио, телевидение). Многие исследователи ставят вопрос пересмотра определения и классификации новостей<sup>39</sup>. Необходимость заключается в том, что существующие классификации новостей ограничены структурным функционализмом и не учитывают трансформаций, происходящих в медиа сегодня (например, диффузия жанров). Например, М. Шудсон считает, что роль новости, как простого источника знаний, исчерпала себя, тогда как медиа становится главным социальным институтом, хранит в себе знания и культуру<sup>40</sup>.

---

<sup>38</sup> Schudson M. Four Approaches to the Sociology of News// In Mass Media and Society. New York: Hodder Arnold, 2005.

<sup>39</sup> Баранова Е. А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет// Вестник Волжск. гос. ун-та им. В. Н. Татищева. 2016. Т. 1. № 3. С. 115-119; Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ// Вестник Моск. ун-та. 2019. Сер. 10: Журналистика. С. 3-21; Солганик Г. Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры?// Вестник Моск. ун-та. 2016. Сер. 10: Журналистика. С. 127-131; Шилина М. Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК// Вестник Моск. ун-та. 2010. Сер. 10: Журналистика. С. 6-22.

<sup>40</sup> Schudson M. The Power of News. Massachusetts London, England: Harvard University Press Cambridge, 1995.

Трансформация коснулась как структуры новости, так и принципов ее создания и дальнейшего распространения<sup>41</sup>. Границы понимания новости становятся размыты, и все чаще формат новости становится развлекательным<sup>42</sup>. Например, Д. Туссу отмечает такую тенденцию, как «болливудизация» телевизионных новостей в Индии, а именно - большее внимание к событиям жизни звезд и Болливуда, вплоть до использования в телевизионных новостях в качестве фона музыки из болливудских фильмов<sup>43</sup>. Так, информационные выпуски становятся развлекательным контентом.

А. А. Мирошниченко также обращает внимание на изменение механизма работы традиционных СМИ<sup>44</sup>. По его мнению, СМИ политизируют и радикализируют свою повестку, чтобы получить «подписку» читателя, которого они «теряют» из-за Интернета. Кроме того, современная аудитория обращается к традиционным источникам не для того, чтобы узнать какую-то информацию, а чтобы найти подтверждение в релевантном источнике уже известных из социальных сетей новостей. Традиционные СМИ также потеряли рекламодателя, который «ушел» за более дешевой рекламой в Интернет, поэтому СМИ меняют механизм работы и привлекают читателя не для того, чтобы он читал новости, а позиционируют себя в качестве площадки для проверки достоверности новостей «из Интернета».

В теории медиакоммуникаций появляются исследования, которые используют концепцию «сетевого общества» и сетевой подход к пониманию

---

<sup>41</sup> Ткачева Н. В., Вартапов С.А., Дунас Д.В., Гуреева А.Н. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, “жизненного цикла”// Вестник Московского университета. 2016. Сер. 10: Журналистика. №3. С. 3-16.

<sup>42</sup> Baym G. Journalism and the hybrid condition: Long-form television drama at the intersections of news and narrative// Journalism. 2017. Vol. 18 (1). P. 11–26; Mast J, Coesemans R., Temmerman M. Hybridity and the news: Blending genres and interaction patterns in new forms of journalism// Journalism. 2017. Vol.18 (1). P. 3–10; Thussu D. K. News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment. London: Sage Publications, 2007.

<sup>43</sup> Thussu D. K. News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment. London: Sage Publications, 2007. P.103–104.

<sup>44</sup> Mir A. Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization. Toronto, Canada: Independently published, 2020.

текстов медиа<sup>45</sup>. Концепция восходит к идеям сетевого взаимодействия акторов<sup>46</sup>. Так, внимание акцентируется на рекурсивности системы новостей — постоянном воспроизводстве элементов системы, увеличение связей внутри нее и изменение их качества.

Стоит отметить, что подобные работы являются единичными и не находят широкого распространения. Как отмечают авторы коллективной монографии «От теории журналистики к теории медиа», российский академический дискурс остается замкнутым, традиционным и придерживается филологичности и нормативности<sup>47</sup>.

В диссертационном исследовании мы будем проводить операционализацию понятия «новость» с учетом современных тенденций. В работе будут выделены значимые атрибуты современных новостей. Выявление ключевых свойств современных новостей позволит нам, с одной стороны, сузить понятие, а с другой, расширить уже существующие в академическом дискурсе значения.

Так, автором были выделены следующие атрибуты современных новостей: 1) источник их происхождения или создания; 2) форма, способ подачи материала; 3) пространство распространения новостей; 4) актуальность новости; 5) и достоверность освещаемой в новости информации.

---

<sup>45</sup> Лапошина Д. А. Электронный гипертекст сквозь призму концепции ризомы Ж. Делеза и Ф.Гваттари// Современные проблемы науки и образования. 2014. №3. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13435> (дата обращения: 25.03.2022); Шилина М. Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования категориально-понятийного аппарата// Медиаскоп. 2012. Выпуск №2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1081> (дата обращения: 25.03.2022).

<sup>46</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура/ Пер.с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000; Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию/ Пер.с англ. И.Полонской. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014.

<sup>47</sup> От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России/ под ред. Е.Л. Вартановой: колл. моногрф. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. Журн. МГУ. 2019. С.155.

*Источник происхождения новости* представляет собой характеристику интенции ее создания, с чьей стороны был проявлен интерес к новостной ценности сообщения. Так, новость может появиться посредством: 1) публикации в официальных СМИ и медиа (как результат профессиональной работы журналистов: звонки в редакцию, собственные источники, работа с пресс-релизами и т.д.); 2) публикации в социальных сетях, когда информация о событии становится известна аудитории не из официальных медиаисточников, а из районных групп, тематических «пабликов», на личных страницах в социальных сетях (это могут быть сообщения о событиях, происшествиях и т.п.); 3) посредством «хайпа», а именно, намеренного стимулирования интереса к материалу посредством PR-технологий.

Новость имеет характеристику «новостной ценности», которая, в свою очередь, основана на ожиданиях журналистов, что могло бы быть интересно аудитории. Если создание новости профессионалами является традиционной и понятной процедурой, которая представляет собой обработку обращений в редакцию, собственный поиск информации, а также взаимодействие с экспертами и героями, то второй и третий способ независимы от профессиональных работников СМИ или медиа. Как правило, журналисты освещают подобные новости уже постфактум, когда они известны части аудитории и «раскручены» в социальных сетях. Появление новых источников новости отчасти связано с развитием виртуальных сообществ и непрофессиональных медиа.

Изменились *формы и способы подачи материала*. К классическим схемам построения новостей (например, композиция «перевернутой пирамиды») добавились такие формы, как «закусочные новости» и гибридные новости. Понятие «закусочных новостей» стало использоваться недавно для обозначения популярного в Интернете композиции материалов в

виде краткого рассмотрения темы новостей с заголовком, «тизером» и, в некоторых случаях, с использованием сопутствующих тексту изображений<sup>48</sup>.

Гибридные новости представляют собой композицию, которая, как может включать в себя различные рекреативные элементы (например, опрос, «игры»<sup>49</sup> и т.д.), так и проявляться в сближении с художественными нарративами, расширять продолжительность «драмы» новости<sup>50</sup>.

Мы не отрицаем, что способ подачи материала зависит от площадки распространения новостей — телевидение, радио или размещение их в сети Интернет. Но в то же время, необходимо подчеркнуть, что у каждого из данных каналов распространения сегодня мы можем обнаружить как традиционные способы подачи материала, так и новейшие или так называемые гибридные или упрощенные («закусочные»).

*Пространство распространения* новостей определяется тремя процессами: их глобализацией, локализацией или глокализацией. Глобальными новости смогли стать именно в эпоху распространения и доступности Интернета, возможности быстрого и не затруднительности доступа к новостям в любой точке мира. Глобальные новости имеют интернациональные контекст восприятия и новостную ценность.

Несмотря на процессы глобализации, среди аудитории сохранился интерес к локальным (общенациональным, районным, местным) новостям — материалам, которые признают значимость страны, конкретного города, населенного пункта, а также событий, которые там происходят. Аудитория таких новостей характеризуется пространственной идентичностью.

---

<sup>48</sup> Schäfer S., Sülflow M., Müller P. The Special Taste of Snack News: An Application of Niche Theory to Understand the Appeal of Facebook as a News Source// First Monday. 2017. Vol. 22 (4). URL: 10.5210/fm.v22i4.7431 (дата обращения 28.03.2022)

<sup>49</sup> García-Ortega A., García-Avilés J. A. When journalism and games intersect: Examining news quality, design and mechanics of political newsgames// Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2020. Vol. 26 (3). P. 517–536.

<sup>50</sup> Baym G. Journalism and the hybrid condition: Long-form television drama at the intersections of news and narrative// Journalism. 2017. Vol. 18 (1). P. 11–26.

Усиление значения локальных социальных связей в то же время не означает, что региональная пресса отказывается от мировых или масштабных новостей. Путем решения стал процесс адаптации глобальных новостей для локальной аудитории — их глокализации (*glocal news*)<sup>51</sup>.

Глокализация имеет дело с контекстуализацией глобальных событий для местной аудитории. Это может быть как использование примеров, знакомых местной аудитории, так и экстраполирование ситуации или проблемы на региональный уровень.

Непрерывность производства новостей, в свою очередь, подчеркивает значимость такого атрибута новости, как их *актуальность*. Для редакций стало достаточно важным, когда публикуется новость, появлялась ли в других СМИ или медиа «обновления», дополнительная информация. Иными словами, сократился период, когда новость может быть еще актуальной, и нужны ли обновления информации.

По мнению Д. К. Туссу, «CNNзация» телевидения изменила сроки жизни новостей, и теперь цикл их производства непрерывен<sup>52</sup>. В дальнейшем, в связи с развитием онлайн-медиа, новости уже не могли вернуться к привычным и традиционным циклам, и для аудитории теперь не существует ни временных, ни пространственных ограничений доступа к информации.

Таким образом, мы можем выделить следующие «циклы жизни» новости: 1) актуальная новость — последняя информация, не требующая обновления; 2) неактуальные новости — устаревшие, не получившие развитие или не имеющие обновления, которые уже не интересны аудитории, но еще существующие в новостном дискурсе, а также «умирающие»

---

<sup>51</sup> Lee A. Y. L. Between Global and Local: The Glocalization of Online News Coverage on the Trans-regional Crisis of SARS.// Asian Journal of Communication. 2005. Vol.15 (3). P. 255–273.

<sup>52</sup> Thussu D.K. Live TV and bloodless deaths: War infotainment and 24/7 news/ In D.K. Thussu & D. Freedman (Eds.), War and the media: Reporting conflict 24/7. 2003. London: Sage. P. 117–132.

новости — это такие новости, которые еще могут найти интерес некоторой части аудитории, тогда как в других источниках уже появляются обновления.

Также в XXI веке важным атрибутом современных новостей достоверность освещаемой в них информации. Так, за последние годы феномен *fake news* (или фейковых новостей, или фейк-ньюс) стал объектом многих исследований. Причины возникновения *fake news* объясняют как с точки зрения идеологических и экономических интересов неких акторов<sup>53</sup>, так и связывают с особенностями качественного изменения медийного пространства<sup>54</sup>.

Более чувствительную реакцию на проблему достоверности материалов СМИ некоторые исследователи связывают со страхами аудитории потерять контроль над реальной жизнью<sup>55</sup>. Переживание связано с тем, что структурно они похожи на обычные новости, тогда как в постоянно обновляющейся новостной ленте трудно разобраться, каким из них стоит верить. Классификация по данному признаку новостей, как правило, ограничивается достоверными и недостоверными (фейковыми) новостями. Важно подчеркнуть, что *fake news* могут представлять собой частично достоверное сообщение, тогда как какие-то ее части могут иметь отношение к действительности, а другие намеренно искажаться.

Трансформация структуры новости и новостного дискурса диктует необходимость формулировать иные подходы понимания новостей, которые бы учитывали эти процессы. Поэтому диссертационное исследование

---

<sup>53</sup> Saquete E., Tomas D., Moreda P., Martinez-Barco P., Palomar M. Fighting post-truth using natural language processing: A review and open challenges// *Expert Systems With Applications*. 2020. Vol. 141. P. 141.

<sup>54</sup> Zimmermann F., Kohring M. “Fake News” als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs// *Medien & Kommunikationswissenschaft*. 2018. Vol. 66. P. 526–541.

<sup>55</sup> Syvertsen T., Enli G. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity// *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2019. Vol. 26 (5-6). P. 1269–1283.

акцентирует внимание на тех факторах, которые атрибутируют современные новости.

Обозначенные нами атрибуты возможно представить в виде следующей классификации новостей:

- *Источник происхождения и создания новостной ценности:*
  - новость «отобрана» работниками медиа;
  - интерес к новости возник среди аудитории в социальных сетях; – хайп – интерес создан и подогревается индивидом или группой лиц.
- *Форма, способ подачи материала:*
  - классические структуры новостной заметки (например, «пирамида»);
  - упрощенные композиции (например, «закусочные новости» или публикация короткой «молнии»);
  - гибридные формы новости (включение развлекательных или дополняющих элементов (опрос, «игры» и пр.).
- *Пространство распространения новостей:*
  - глобальные;
  - локальные;
  - локализованные (glocal news).
- *Актуальность:*
  - актуальные новости;
  - не актуальные материалы, не получившие развитие или не имеющие обновление, но еще существующие в новостном дискурсе, а также «умирающие» новости.
- *Достоверность информации:*
  - новость не вызывает сомнений аудитории в достоверности информации;
  - дезинформация:
    - а) ложный инфоповод;
    - б) ложные контексты, в которые заключен инфоповод.

Данная классификация не использует вертикальную ось ранжирования новостей и намеренно не учитывает функциональное значение новостей, так как новостной дискурс понимается автором как единая взаимосвязанная сеть материалов, формирующих информационную повестку. Такой подход не исключает, что основания классификации могут быть изменчивы в связи с тем, что изменчива сама медиасистема. Необходимость составления классификации продиктована операционализацией понятия «новость» и возможностью ее использования в эмпирической части исследования.

Таким образом, под новостью в данной работе мы будем понимать такой вид медиаконтента, в котором заключено информационное сообщение, созданного как профессиональным журналистским сообществом, так и другими акторами, обладающего различной структурой построения, для глобальной и региональной аудитории, значимыми атрибутами которого являются актуальность, а также достоверность освещаемой информации.

## **1.2 Актуальность проблемы достоверности в медиаисследованиях<sup>56</sup>**

В предыдущем параграфе было отмечено, что одним из важных атрибутов современных новостей стала оценка их достоверности. Тем не менее, проблема достоверности была актуальна всегда, не только в рамках современных дискуссий, касающихся *fake news*.

Вопрос, что следует считать достоверным, является одним из основных в теории массовых коммуникаций. Достоверность можно представить в двух ракурсах: 1) как атрибут информации; 2) как атрибут журналистского материала (или медиатекста). Несмотря на разнообразие жанров

---

<sup>56</sup> Параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Конкина (Филиппова) К. М. Конструктивная журналистика: зарубежные теоретические концепции и практические решения // МедиаАльманах. 2020. № 4. С. 87-96.

традиционных журналистских текстов, вопрос проблемы достоверности чаще всего возникает в ракурсе новостной журналистики.

Впервые проблема достоверности журналистских текстов была поставлена в рамках *теории медиавоздействия*. Изучение возможности влияния СМИ на аудиторию начинаются еще во время Первой мировой войны в США, и в дальнейшем теория набрала единомышленников<sup>57</sup>.

На популярность направления повлияло появление таких средств массовой информации, как радио и телевидение. В рамках теории любая информация в средствах массовой информации считается намеренно искаженной и недостоверной, так как это необходимо авторам для достижения различных эффектов влияния.

Данные идеи мы можем обнаружить в работах Г. Д. Лассуэлла, М. МакКомбса и Д. Шоу, Г. Такман, Е. Абея, Д. Уайта, П. Шумэйкер и С. Риза<sup>58</sup>. Обобщить понимание достоверности в рамках теории медиавоздействия можно цитатой У. Липпмана: *«версия истины, предлагаемая журналистом, — это исключительно его версия»*<sup>59</sup>. По мнению У. Липпмана, журналист не способен продемонстрировать реальность в том виде, в котором она ему предстает, так как *«видит мир через очки субъективности»*<sup>60</sup>. Более того, в эпоху активного развития медиа

---

<sup>57</sup> Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Издательский дом Вильямс, 2004. С.54–60.

<sup>58</sup> Abel E. Television in International Conflict/ In A. Arno, W. Dissayanake (eds.) The News Media and National and International Conflict. Boulder, CO: Westview Press, 1984. P. 63–70; Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society/ In L. Bryson (ed.) The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948. P. 37–51; McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass-media// Public Opinion Quarterly. 1972. P. 176–187; Shoemaker P.J., Reese S. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. USA: Longman, 1996; Tuchman G. Making News: A Study in the Construction of Reality. New York: Free Press, 1978. P. 244; White D. The Gatekeepers: A Case Study in the Selection of News// Journalism Quarterly. 1950. Vol.27. P. 383–391.

<sup>59</sup> Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт «Фонда Общественного мнения», 2004. С.333.

<sup>60</sup> Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт «Фонда Общественного мнения», 2004. С.333.

могут определять правовые, этические и профессиональные взгляды<sup>61</sup>. Таким образом, в рамках теории медиавоздействия достоверность рассматривается и как атрибут информации, и как атрибут журналистского текста, и в обоих случаях, по мнению теоретиков, достоверности быть не может, так как СМИ намеренно искажают объективную реальность.

*Критическая теория* продолжает традицию рассмотрения материалов СМИ, как продукта творческой деятельности журналиста. В то же время, теория расширяет понимание сферы влияний на материалы СМИ, акцентируя внимание на то, что в основе «продукта СМИ» не только воля разных агентов, но и «идеология» и культура [Хоркхаймер, Адорно, Беньямин, Бурдьё<sup>62</sup> и др.]. Впрочем, медиареальность рассматривается в качестве амбивалентного феномена, который состоит как из проекций объективной реальности, так и результатов профессиональной деятельности журналиста<sup>63</sup>.

Журналистские практики основаны на некотором инструментарии, который представляет собой «фильтр» отбора произошедших в реальности событий для того, чтобы в последующем они стали новостями.

Так, журналистский материал может казаться достоверным в том случае, если он не противоречит представлениям общества о реальности. Определение же достоверности самой информации делегируется работникам СМИ.

Представители *культурологической теории* понимают под достоверностью новостных сообщений их соответствие системе ценностей

---

<sup>61</sup> Shoemaker P. J., Reese S. A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model// Mass Communication and Society. 2016. Vol. 19 (4). P. 389–410.

<sup>62</sup> Беньямин В. Гёте// Он же. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Медиум, 1996.; Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002; Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М.-СПб: Медиум, Ювента, 1997.

<sup>63</sup> Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.

аудитории и существующим контекстам<sup>64</sup>. Достоверность информационного сообщения — это его *вписанность* в систему ценностей, а также его контекстуализация и последующая идентификация аудиторией<sup>65</sup>. Так, в рамках парадигмы наиболее важными являются представления аудитории: они обуславливают как то, какой журналистский материал можно считать достоверным, так и какая вообще информация может быть понята в качестве достоверной.

*Теория медиатизации* продолжает рассуждения в данном контексте. Если ранее возможно было обозначить символические границы между «историями из СМИ» и реальной жизнью, то сегодня трудно обозначить даже условные границы между медиа и повседневностью. Так, по мнению М. Дезе, сегодня мы имеем возможность индивидуального и коллективного контроля над медиареальностью и отождествляем ее с действительностью, как будто существуя «в мире с возможностью бесконечной изменчивости реальности»<sup>66</sup>. М. Дезе также вводит понятие «*медиажизнь*».

Журналисты также воспринимают собственные публикации как отражение объективного мира, поэтому ожидают, что публикации в СМИ формируют у аудитории представление о реальной действительности. В «*эпоху глубокой медиатизации*» развитие общества зависит от коммуникативных процессов и возможностей функционирования коммуникационных технологий<sup>67</sup>.

В теории медиатизации рассмотрение достоверности наиболее подробно происходит в рамках парадигмы социального конструктивизма. Исследователи считают, что процесс конструирования реальности с помощью медиа влечет за собой как изменения в строении и взаимосвязях

---

<sup>64</sup> Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B. Policing the Crisis: Mugging, The State, and Law and Order. London: Macmillan, 1978. P. 53–57.

<sup>65</sup> Ibid., p. 96.

<sup>66</sup> Deuze M. Media Life. Cambridge, Mass: Polity Press, 2012.

<sup>67</sup> Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality. Cambridge, Mass.: Polity, 2016. P. 256.

социальных институтов, так и в долгосрочной перспективе может влиять на легитимность власти и доверия к ней<sup>68</sup>.

Возникает понятие опосредованной аутентичности (достоверности) медиа — иллюзии реалистичности, соответствия повседневной реальности, которая достигается как посредством технологий или эффектов, но существует в рамках общественного договора о том, что можно считать достоверным<sup>69</sup>. Данная достоверность касается не только сообщениям СМИ, она ценится во всех проявлениях *медиажизни*: развитие виртуальных сообществ, реклама и продвижение брендов, даже практика «селфи» создает впечатления достоверного опыта и связи с реальным миром<sup>70</sup>.

Ф. Ваннини и Дж. П. Уилльямс предлагают центрировать культуру вокруг теории аутентичности, понимая под аутентичностью социально сконструированный феномен, «объективацию процесса репрезентации», или определяемый обществом в определенное время и в определенном месте, меняющийся набор качеств, который должен соответствовать идеалу или образцу<sup>71</sup>.

Аутентичность, по их мнению, циклична и «однажды сконструированная, будет использоваться для строительства или проверки своих собственных проявлений и характеристик»<sup>72</sup>. В данной работе мы отождествляем аутентичность и достоверность, так как эта категория: 1) изменчива; 2) социально обусловлена; 3) проверяема; 4) оценочна. Причина заключается в том, что в российском переводе понятие «аутентичность» приобретает некоторую элитарность, близость к теории

---

<sup>68</sup> Ibid., p. 212.

<sup>69</sup> Enli G. Mediated Authenticity. How the Media Constructs Reality. New York: Peter Lang, 2015. P. 3–10.

<sup>70</sup> Kwon Y. J., Kwon K.-N. Consuming the Objectified Self: The Quest for Authentic Self// Asian Social Science. 2015. Vol. 11(2). P. 301–312.

<sup>71</sup> Vannini P., Williams J.P. Authenticity in Culture, Self, and Society. Ashgate, Aldershot, 2009. P. 3.

<sup>72</sup> Ibid., p. 13.

искусств. В то же время, «подлинность» не может являться полноценным эквивалентом, так как обозначает собственно оригинал.

Подход современного социального конструктивизма повлиял на многие направления концептуализации журналистских практик. Понятие *authenticity* стало использоваться в работах Дж. Меррилла об экзистенциальной журналистке<sup>73</sup>.

Реакцией на запрос «аккуратной» к медиареальности социально ответственной журналистики в зарубежных странах становится возникновение множества направлений и движений: журналистика решений, «мирная» журналистикой, публичная журналистика, медленная (slow) журналистика, позитивная журналистика и т.д.<sup>74</sup> Так, например, направление конструктивной журналистики подчеркивает активную роль журналистов в конструировании медиареальности, а также их ответственность перед обществом<sup>75</sup>.

По мнению приверженцев активно распространяющегося направления, конструктивные методы могут вернуть некогда утраченное доверие аудитории. Популярность подобных направлений, как конструктивная журналистика, обусловлено появлением специализированных организаций (например, *Проект конструктивной журналистики*), специальных программ обучения (например, *Windesheim University College* в Нидерландах) и тематических выпусков в научных изданиях<sup>76</sup>.

В то же время, необходимо обозначить некоторые проблемы современных направлений, которые ставят перед собой цель вернуть доверие аудитории посредством конструирования в медиа определённой «картины

---

<sup>73</sup> Merrill J. C. *Existential journalism* (rev. ed.). Ames, IA: Iowa State University Press, 1995.

<sup>74</sup> Конкина К. М. Конструктивная журналистика: зарубежные теоретические концепции и практические решения. 2002. МедиаАльманах. №4. С.91.

<sup>75</sup> Gyldensted C. *From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. Charleston, SC: Group Publishin, 2015.

<sup>76</sup> См.: *Journalism*, 2019, 20 (4). URL: <https://journals.sagepub.com/action/showTocPdf?volume=20&issue=4&journalCode=joua> (дата обращения 22.03.2022)

мира». Проблема заключается в том, что среди направлений формируется убежденность в тождественности повседневности и реальности медиа. Например, принцип социальной активности подразумевает, что реальность повседневности журналиста и реальность результатов его творчества - одинаковы. Таким образом, достоверность получает большую нагрузку, так как отождествляется, помимо прочего, с достоверностью восприятия журналистом повседневной жизни.

К проблематике социальной ответственности журналиста в ракурсе проблематики достоверности обращались также многие отечественные исследователи (Г. В. Лазутина, Е. П. Прохоров, Я. Н. Засурский, Л. Г. Свитич<sup>77</sup>).

Также в отечественных исследованиях поднимался вопрос связи существующей действительности и механизмах отражения ее в средствах массовой информации. Так, Б. А. Грушин дает определение действительности через характер ее отражения общественным сознанием<sup>78</sup>, Е. П. Прохоров описывал действительность посредством публицистического метода<sup>79</sup>, тогда как М. Н. Ким соотносит типы информации с механизмами отражения действительности в журналистских текстах<sup>80</sup>. Исследовательское внимание обращено и к социальности медиaprостранства и медиапотребления<sup>81</sup>.

---

<sup>77</sup> Засурский Я. Н. Колонка редактора: три шага к свободе печати// Вестник Моск. ун-та. 2007. Сер. 10: Журналистика. № 3. С. 3–9; Лазутина Г. В. Журналистика и качество массовых информационных потоков: этический аспект// Вестник Моск. ун-та. 2004. Сер. 10: Журналистика. № 1. С. 33–45; Прохоров Е. П. Эффективность журналистики как объект социологического исследования// Социологические исследования эффективности журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1986; Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов// Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 16–36.

<sup>78</sup> Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М.: Политздат, 1987.

<sup>79</sup> Прохоров Е. П. Публицист и действительность. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973.

<sup>80</sup> Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2001.

<sup>81</sup> Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации// Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575> (дата обращения: 18.02.2022); Назаров М. М.

В отечественной теории журналистики встречаются следующие определения достоверности: 1) достоверность как *точность и полнота*, раскрытие смыслов<sup>82</sup>; 2) как *верифицируемость журналистского факта*<sup>83</sup>; 3) как истинность полученного журналистом знания<sup>84</sup>; 4) как нейтрально-объективный стиль изложения информации<sup>85</sup>; 5) как подлинность сообщения, подтверждаемая в практической деятельности посредством использования ссылок к другим источникам и комментариев<sup>86</sup>.

Н. Н. Панченко и А. В. Белоедова рассматривают достоверность как интердискурсивную категорию, которая в разных стилях реализуется по-разному<sup>87</sup>. Они предлагают рассматривать достоверность как коммуникативную категорию, единство содержания и формы<sup>88</sup>. Данный взгляд является концептуально важным для нашего исследования. Тем не менее, для формирования теоретической концепции настоящей работы также необходимо вписать категорию «достоверность» в более широкий социально-философский контекст с целью выявления ее характеристик.

---

Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация// Социологические исследования. 2018. № 8. С. 54–64; Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения// Знание. Понимание. Умение. 2018. № 4. С. 71–82.

<sup>82</sup> Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 69.

<sup>83</sup> Козлов А. В. Достоверность журналистского факта, или как цель оправдывает средства// Известия Уральского федерального университета. 2018. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 24, № 1 (171). С. 72–79.

<sup>84</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011; Чевозерова Г. В. Проблемы познания в журналистике. Достоверность журналистской информации// Медиаскоп. 2016. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2090> (дата обращения: 18.02.2022).

<sup>85</sup> Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта, 2008. С. 103.

<sup>86</sup> Мельникова Е. А. Точность и достоверность как критерии информативности текста новостного сообщения// Вестник Волгоградского государственного университета. 2014. Серия 2, Языкознание. № 5 (24). С. 94–100.

<sup>87</sup> Белоедова А. В. Категория достоверности в современных журналистских текстах: теоретический и практический аспекты : автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10/ Белоедова Анна Викторовна; [Место защиты: Воронеж. гос. ун-т]. - Воронеж, 2018.

<sup>88</sup> Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория: Автореф. дис. ... д-ра филоло. наук. Волгоград, 2010. С. 7.

### 1.3 Достоверность: от гносеологической проблемы до коммуникативной категории

В рамках социально-философского знания существуют несколько различных концепций понимания достоверности. Так, в Античности категория достоверности неразрывно была связана с понятием «истинности». Впервые к вопросу, что следует считать достоверным, Платон обращается в произведении «Теэтет», где Сократ и его ученик ищут определение «знания»<sup>89</sup>. На обсуждение в качестве определений ими выносятся понятия «чувственное восприятие», «истинное мнение» и «истинное мнение с присоединением определения», которые, в конце концов, ими отвергаются.

Как отмечает С. В. Никоненко, Платон понимает достоверность как предикат высказываний, содержащих мнение, а не знание<sup>90</sup>. Таким образом, Платон стал основоположником того, что в науке стали использовать высказывания, которые возможно было подвергнуть рациональной проверке, и доказать их достоверность. Так же Аристотель считал, что любое сущее является истинным и ложным<sup>91</sup>, тогда как истинность может быть как противопоставлением лжи, так и противопоставлением незнания. Вслед за Платоном, Аристотель понимает достоверность как результат достижения знания — *подтверждения истинности*.

Таким образом, в Античности достоверность основывается на знании, является ее атрибутом. В то же время не отрицалось, что казаться достоверным может и ложное знание. Например, загадки и высказывания софистов выглядели вполне достоверными, тогда как к истине не имели никакого отношения. Так, для решения задачи отличия достоверного в

<sup>89</sup> Платон. Теэтет. М., Л.: Соцэкгиз, 1936.

<sup>90</sup> Никоненко С. В. Аналитика достоверности// Альманах 'Vita Cogitans'. 2003. Выпуск №3. №2. С.87–90.

<sup>91</sup> Аристотель. Метафизика. СПб: Алетейя; Киев: Эльга, 2002.; Aristotle. Metaphysics. /Agamemnon. 

Ном.	Од.	9.1.	URL:
<a href="http://data.perseus.org/citations/urn:cts:greekLit:tlg0086.tlg025.perseus-eng1:9">http://data.perseus.org/citations/urn:cts:greekLit:tlg0086.tlg025.perseus-eng1:9</a>			(дата обращения 20.02.2022).

рамках упражнения логики был разработан *Закон достаточного основания*, согласно которому, достоверным является только то суждение, для доказательства которого использованы достаточные основания<sup>92</sup>. Таким образом, *под достоверностью понималась подлежащая рациональному доказательству категория, которая является отражением или проекцией истинного положения дел.*

В XVII веке к идее достоверности обращается Рене Декарт в своих «Медитациях»<sup>93</sup>. Он устанавливает следующее правило достоверности: *«Истинно все то, что я воспринимаю очень ясно и отчетливо»*<sup>94</sup>. Эмпирический чувственный опыт сомнительный, и Декарт развивает теорию субъективности, понимая абсолютную достоверность в существовании мыслящего «Я». Признаками истинного знания являются безусловная достоверность и очевидность<sup>95</sup>. Очевидность — это непосредственная достоверность, которую возможно проверить с помощью собственного ума. Следуя декартовской мысли, сомнительность и достоверность являются показателем отношения мышления к объектам, а не свойством самих объектов<sup>96</sup>. Истину возможно достичь либо посредством интуитивного знания (наглядная очевидность), либо аналитически вывести их из очевидностей (опосредованное знание, достоверно обоснованное<sup>97</sup>).

Идеи Декарта повлияли на развитие концепции достоверности. Так, Дж. Локк видел основу достоверности как в идеях, так и в разуме, а под наиболее достоверным видом знания понимал интуитивное познание<sup>98</sup>.

---

<sup>92</sup> Гусев Д. А. Краткий курс логики. М.: Изд-во НЦ ЭНАС. 2003. С. 121.

<sup>93</sup> Декарт Р. Сочинения в 2-х томах. Т.2. М.: «Издательство «Мысль», 1994.

<sup>94</sup> Декарт Р. Сочинения в 2-х томах. Т.2. М.: «Издательство «Мысль», 1994. С. 331.

<sup>95</sup> Дмитриев Т. А. Проблема методологического сомнения в философии Рене Декарта. М.: ИФ РАН, 2007. С.35.

<sup>96</sup> Декарт Р. Сочинения в 2-х томах. Т.2. М.: «Издательство «Мысль», 1994. С. 347.

<sup>97</sup> Дмитриев Т. А. Проблема методологического сомнения в философии Рене Декарта. М.:ИФ РАН. 2007. С.75.

<sup>98</sup> Локк Дж. Сочинения в трех томах. Т.2. М.: Мысль. 1985. С. 7–8.

Дж. Беркли, напротив, считал, что не существует ничего, кроме чувственных идей, а достоверным источником знания могут быть ощущения<sup>99</sup>.

В XVIII веке достоверность также подвергается переосмыслению в связи с постановкой новых философских проблем и деконструкции существующих положений. Так, И. Кант в «Критике чистого разума» ставит перед собой проблему возможностей познания. Прежде всего, философ утверждает, что восприятие объекта возможно посредством представления, условиями которого является пространство и время<sup>100</sup>. Пространство и время являются двумя чистыми формами чувственного созерцания, принципами познания. Они существуют независимо, не являются результатами опыта, но познание мира без них невозможно. Пространство является внешним условием ощущений (созерцаний), то есть, у субъекта складывается представление о протяженности того или иного объекта<sup>101</sup>. Тогда как время — это условие внутреннего наглядного представления<sup>102</sup>.

Познание является результатом мыслительных практик, которые получены через условия пространства и времени, следовательно, воспринимаемые нами объекты могут быть не тождественны самим объектам. Таким образом, следуя И. Канту, признание истинности какого-либо суждения о мире является признанием субъективной значимости, которые, в свою очередь, могут быть представлены на трех ступенях: мнение, вера и знание<sup>103</sup>. Между друг другом они отличаются наличием субъективной и объективной достаточности.

Важно отметить, что Кант использует достаточно близкие понятия: если в качестве понятия субъективной достаточности он применяет термин *Überzeugung* (убежденность, уверенность), то для объективной

---

<sup>99</sup> Беркли Дж. Сочинения. М.: «Мысль», 1978. С. 186.

<sup>100</sup> Кант И. Критика чистого разума. М.: Наука, 1999. С.109–113.

<sup>101</sup> Кант И. Указ. соч. С.95

<sup>102</sup> Там же. С. 85.

<sup>103</sup> Там же. С. 1031.

достаточности использует термин *Gewißheit*<sup>104</sup> (вера, уверенность, несомненность)<sup>105</sup>. Далее И. Кант вводит понятие моральной достоверности — *der moralischen Gesinnung* — это убежденность в рамках моральной веры, которая опирается на субъективное восприятие личности<sup>106</sup>.

Иначе И. Кант описывает разные виды достоверности в рамках разного типа мышления. Для знания характерна аподиктическая (логическая) достоверность опытного знания, которая ясна *для других*, тогда как для веры и мнения достоверность — это субъективное убеждение, понятное *одному*.

Важно отметить, что логическая достоверность не может быть применима к трансцендентному, так как опытное знание существует в границах условий пространства и времени, и «*из опыта никогда не может быть извлечено доказательство существования пустого пространства или пустого времени*»<sup>107</sup>. Иначе, то, что будет достоверным в рамках познания, не может быть достоверным в рамках веры.

Влияние на понимание достоверности оказал Г. В. Ф. Гегель. В «Феноменологии духа» он понимает познание как субъективный процесс, а бытие есть ни что иное, как его «определенность» для сознания<sup>108</sup>. Опыт сознания — это процесс накопления знаний об объекте и «формообразование» идей в сознании. Тем не менее, субъект может достичь абсолютное познание в случае, если идеи пройдут путь от сознания, затем самосознания и, наконец, к абсолютному субъекту.

На каждом из этих уровней, по мнению Гегеля, достоверность различна. На уровне сознания он выделяет *чувственную достоверность (die sinnliche Gewißheit)* — простой способ познания, уровень сознания, чистое

---

<sup>104</sup> Прим.: Автор обращает внимание на термин в оригинальном тексте, так как достоверность имеет различные переводы в немецком языке. В дальнейшем автор намеренно рассматривает эволюцию термина «достоверность» в значении «*Gewißheit*» и у других немецкоязычных авторов.

<sup>105</sup> Кант И. Указ. соч. С. 1030.

<sup>106</sup> Там же. С. 1039.

<sup>107</sup> Там же. С.299.

<sup>108</sup> Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Наука. 2000. С.18 –19.

непосредственное первое впечатление, выделение объектов, субъектов, времени и пространства<sup>109</sup>. Истинным для сознания является самосознание. На уровне самосознания Гегель выделяет достоверность себя самого (*die Gewißheit seiner selbst*) — свободы собственного сознания, или самосознание<sup>110</sup>.

На третьем уровне Гегель выделяет непосредственную достоверность (*die unmittelbare Gewißheit*), когда разум уверен в сознании всего сущего<sup>111</sup>. Так, Гегель считал, что чувственная достоверность является ступенью познания, возможностью достижения абсолютного знания<sup>112</sup>.

Определение достоверности — это повседневный процесс и деятельность сознания, «постоянно сменяющееся определение истинного и снятие этого определения»<sup>113</sup>. Можно заключить, что в рамках феноменологии достоверность воспринимается как субъективная категория, представление индивидов о возможностях истинности того или иного знания.

В рамках феноменологии идея субъективности достоверность встречается также в других работах. Например, Э. Гуссерль в «Катеризанских размышлениях» ведет некий философский спор с Декартом о том, можно ли считать достоверным непосредственный опыт. Он задается вопросом: *«Любое обоснование, всякое выявление истины и бытия протекает целиком и полностью во мне, и их исход — это определенная характеристика моего cogito в cogitatum<sup>114</sup> <...> Но как вся эта игра, протекающая в имманентности жизни сознания, может обрести объективное значение?»<sup>115</sup>*.

<sup>109</sup> Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Наука. 2000. С. 54–56.

<sup>110</sup> Там же. С. 92.

<sup>111</sup> Там же. С. 122–123.

<sup>112</sup> Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Наука. 2000. С. 72.

<sup>113</sup> Там же. С. 71.

<sup>114</sup> Пер.: «Мысль» в «потоке жизни сознания».

<sup>115</sup> Гуссерль Э. Картезианские медитации. М.: Академический проект, 2010. С. 108.

Философ предлагает феноменологию основывать на строгих априорных понятиях и вводит понятие «очевидность» — подразумевание а priori чего-либо как реального в действительности<sup>116</sup>. При критической рефлексии возникают аподиктические очевидности — те, в которых можно усомниться, которые как могут быть достоверными, так и не быть.

Дискуссию с Декартом продолжает и М. Хайдеггер в «Бытие и время». Он писал: *«Достоверность основана истине или равноисходно принадлежит ей. Выражение «достоверность» имеет подобно термину «истина» двойное значение»*<sup>117</sup>. М. Хайдеггер считает, что истина — это не абстрактная категория, она тождественна достоверности.

Достоверным может являться только то, в чем субъект в смысле своего представления может быть уверен. Модус достоверности — это убежденность, возможность с помощью присутствия определить свое понимание объектов. В качестве примера философ рассматривает феномен собственной смерти, которая эмпирически не может быть достоверна.

Так, М. Хайдеггер вводит понятие «достоверности присутствия» (убежденности в истинности без допущений), там самым, критикуя идеи Р. Декарта<sup>118</sup>. Достоверность присутствия, как считал М. Хайдеггер, выше, чем применяемая в теоретических исследованиях аподиктическая достоверность. Абсолютной достоверности не существует, так как она зависима от субъекта.

М. Хайдеггер писал: *«Человек учреждает сам себя законодателем всех мер, которыми отмеряется и измеряется (вычисляется), что имеет право считаться достоверным, т. е. истинным и стало быть*

---

<sup>116</sup> Гуссерль Э. Картезианские медитации. М.: Академический проект, 2010. С. 23

<sup>117</sup> Хайдеггер М. Бытие и время. М.: Ad Marginem. 1997. С. 256.

<sup>118</sup> Хайдеггер М. Время и бытие. Статьи и выступления// Европейский нигилизм. М.: Республика. 1993. С. 48.

существующим»<sup>119</sup>. Достоверность, таким образом, это категория, зависящая от субъекта, его понимания и присутствия.

Проблеме достоверности познания было посвящено множество работ как зарубежных, так и отечественных авторов. К постановке вопроса о возможностях объективности достоверности в дальнейшем возвращаются Ф. Ницше, Ю. Хабермас, А. Бергсон, Ж. Деррида, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр<sup>120</sup>. Например, экзистенциалистская мысль расширяет концепт достоверности до идеи аутентичности, фундаментально связанной с этическим вопросом существования<sup>121</sup>.

В отечественной литературе аналогичную проблему рассматривали в своих работах В.С. Соловьев, Н.О. Лосский, М.М. Бахтин, А.И. Ракилов, В.А. Лекторский<sup>122</sup>.

Долгое время понимание достоверности, как было уже описано выше, основывалось на взглядах идеалистической философской парадигмы. Например, М. Вебер поддерживал концепцию И. Канта<sup>123</sup>.

---

<sup>119</sup> Хайдеггер М. Время и бытие. Статьи и выступления// Европейский нигилизм. М.: Республика. 1993. С. 60.

<sup>120</sup> Беньямин В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения// О программе грядущей философии. М.: РГГУ. 2012. С. 31–51; Бергсон А. Сознание и жизнь. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010; Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Издательский дом «Постум», 2015; Деррида Ж. Письмо и различие. СПб: Академический проект, 2000; Ницше Ф. Сочинения в 2-х томах. Т. 2. М.: Мысль, 1990; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука. 2001.

<sup>121</sup> Wellman M. L, Stoldt R., Tully M., Ekdale B. Ethics of Authenticity: Social Media Influencers and the Production of Sponsored Content// Journal of Media Ethics. 2020. Vol. 35 (2). P. 68–82.

<sup>122</sup> Бахтин М. М. К философии поступка// Философия и социология науки и техники/ Ежегодник: 1984-1985. 1986. С.109–112; Лекторский В. А. Трансформация эпистемологии: новая жизнь старых проблем// Эпистемология: перспективы развития. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012; Лосский Н. О. Избранное. М.: Правда, 1991; Ракилов А. И. Философия, Основные идеи и принципы: Попул. Очерк. М.: Политздат, 1990; Соловьев В. С. Оправдание добра. Нравственная философия. М.: РГБ, 2012. URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01005436185#?page=786> (дата обращения: 18.01.2022).

<sup>123</sup> Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. Т. I. Социология. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. С. 62.

М. Вебер считал, что понимающая социология рассматривает индивида и его действия как элементарную единицу, а любые рассуждения индивида субъективны, даже в случае, если кто-то имеет возможность влиять на них<sup>124</sup>.

Также в рассуждениях о значении истины в социально-экономических науках он утверждает, что истина представляет собой порядок понятий и суждений, *«не являющиеся эмпирической действительностью и не отражающие ее, но позволяющие должны образом мысленно ее [истину] упорядочить»*<sup>125</sup>. Если исследователь упорядочивает действительность субъективно, то с оглядкой на культурные ценности.

Ценностные идеи формируют принципы и методологию, тогда как без них невозможно познание индивидуальной реальности. Например, при изучении культуры исследователь *«должен уметь осознанно или неосознанно соотносить явления действительности с универсальными «ценностями культуры» и в зависимости от этого вычленять те связи, которые для нас значимы»*<sup>126</sup>.

В XX веке социально-конструктивистский подход вытеснил другие течения и утвердил пределы достоверности, под которыми принято понимать социальный консенсус и определения смыслов<sup>127</sup>. В статье «О некоторых первобытных формах классификации» Э. Дюркгейм и М. Мосс обращаются к идее коллективного сознания, мышления и представлений<sup>128</sup>. Ими было обнаружено, что индивиды одного клана могут иметь некие общие представления о реальности.

---

<sup>124</sup> Weber M. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen: J.C.B.Mohr, 1985. P. 439–440.

<sup>125</sup> Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания// Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 413.

<sup>126</sup> Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания// Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 380.

<sup>127</sup> Роулз Э. У. Эпистемология Дюркгейма: незамеченный аргумент// Социологическое обозрение. 2014. Т.13. №2. С. 85.

<sup>128</sup> Дюркгейм Э., Мосс М. О некоторых первобытных формах классификации. К исследованию коллективных представлений// Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии / Пер. с фр. А.Б. Гофмана. М.: КДУ, 2011. С.55–124.

Как позднее замечает Э. Н. Роулз, наиболее полное представления Э. Дюркгейма об эпистемологической достоверности содержатся в работе «Элементарные формы религиозной жизни», а именно, в ней выделены категории достоверности — время, пространство, классификация, сила, причинность и всеобщность<sup>129</sup>. Согласно Э. Дюркгейму, достоверным понимание индивида становится во время практики, следовательно, все выделенные категории имеют социоземпирическое происхождение.

Н. Луман понимает под социальными системами — системы коммуникации, основанные на взаимных ожиданиях ее участников. Он определяет достоверность (*Gewißheit*) в качестве индивидуального переживания, тогда как здравый смысл — это или истина, или ее критерий<sup>130</sup>.

Н. Луман уточняет, что достоверность индивидуального понимания проходит проверку соответствия коммуникационной реконструкции сознания к «внешнему» миру коммуникации<sup>131</sup>. В отличие от классической теории науки, которая на первое место выводит проблему «интерсубъективно требуемой достоверности», обусловленной психологией, Н. Луман предлагает искать ответ в ракурсе рассмотрения социальных систем<sup>132</sup>.

Новое знание, основанное на связи социальных систем с реальностью, исключает индивидуальную субъективность познания, так как социальные системы самореферентны и имеют собственные возможности познания, существуют вне объекта и субъекта<sup>133</sup>. Системы сами наблюдают за окружающим и описывают его, то есть, коммуникация является определенным типом наблюдения мира. Взаимодействие общества (эпизоды)

---

<sup>129</sup> Дюркгейм Э., Мосс М. Указ. соч. С. 89.

<sup>130</sup> Луман Н. Социальные системы: Очерк общей теории. СПб: 2007. С. 585–586.; Luhmann N. Soziale Systeme Grundriß einer allgemeinen Theorie suhrkamp taschenbuch Wissenschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991. P. 616.

<sup>131</sup> Луман Н. Общество как социальная система. М.: Издательство «Логос», 2004. С. 107.

<sup>132</sup> Луман Н. Социальные системы. СПб: Наука, 2007. С. 622

<sup>133</sup> Там же. С. 625.

основывается на уверенности в достоверности предыдущего опыта социального общения и возможности его будущего.

Так, достоверность познания не фундаментальна и может менять значение: *«схема достоверное/недостоверное является собственным достижением познания, которое оно может использовать, пока функционирует его аутопойезис»*<sup>134</sup>.

Основываясь на этом, мы можем расширить свое понимание достоверности. Так, достоверность является социально-модальной категорией. Ее оценка возможна в двух ракурсах: 1) *отношение к пониманию обществом «недостоверного»*; 2) *по степени наибольшей приближенности в понимании «достоверного»*.

Коммуникация обеспечивает проверку достоверности. Например, немецкий логик Г. Фреге считал, что истина не является свойством мысли, а представляет собой связь предложения с реальностью, отношение к ней или ссылку на нее<sup>135</sup>. В «Логике и логической семантике» он приходит к выводу, что «истинно» и «истинность» являются предикатом предложения (или мысли)<sup>136</sup>. Он также вводит понятие *истинное значение* — *Wahrheitswert* — денотат предложения, который, по его мнению, соотносится с реальным объектом. Стоит отметить, что Г. Фреге понимал «истину» в рамках идеалистических представлений того времени, то есть, предполагал возможность прямого достижения ее путем познания.

Проблематику выявления связи между реальностью и языком, а также определение достоверных конструкций можно обнаружить в работах многих исследователей области лингвистики. Проявления реальности в языке и речи

---

<sup>134</sup> Луман Н. Общество как социальная система. М.: Издательство «Логос», 2004. С 136.

<sup>135</sup> Frege G. Eine Einführung in sein Werk./ Franz von Kutschera. Berlin; New York: de Gruyter, 1989. P. 188.

<sup>136</sup> Фреге Г. Логика и логическая семантика: Сборник трудов. М.: Аспект Пресс, 2000. С 375–376.

рассмотрены Ф. де Соссюром<sup>137</sup>, субъективность восприятия реальности посредством языка — в трактате Х. Г. Гадамера<sup>138</sup>. Повлиявший на развитие лингвистической философии, Л. Витгенштейн разделял объективную и субъективную достоверность, признавая как возможность описать достоверность предложения, так и невозможность логического и эмпирического обоснования тех из них, которые представляют собой аксиомы жизненного опыта<sup>139</sup>.

Литовский философ и лингвист Р. И. Павиленис в рассуждениях о связи языка и внешнего мира использует понятия референции и кореференции объектов действительного мира<sup>140</sup>. По его мнению, индивиды могут с помощью языка создавать концептуальные структуры опосредованно, тогда как язык играет важную роль в процессе формирования, организации и структуризации знаний о мире<sup>141</sup>.

Рассуждения о возможностях определения действительности с помощью языка и речи можно также встретить у многих отечественных исследователей области языкознания. Например, Л. В. Щерба считал, что действительность воспринимается с помощью традиционных для разных народов форм выражения языка, поэтому иногда можно обнаружить, что она воспринимается для разных языковых групп по-разному<sup>142</sup>.

В. В. Виноградов также обнаруживает возможности языка оценивать действительность. Он писал: «<...> предложение, отражая

---

<sup>137</sup> Соссюр де Ф. Курс общей лингвистики. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 1999.

<sup>138</sup> Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988.

<sup>139</sup> Витгенштейн Л. О достоверности// Вопросы философии. 1991. №2. С. 67–120.

<sup>140</sup> Прим.: Референция – отношение языкового знака к фрагменту внешнего мира, который он означает. Кореференция – отсылка к одному и тому же элементу действительности нескольких языковых единиц.

<sup>141</sup> Павиленис Р. И. Проблемы смысла: современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983.

<sup>142</sup> Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, Ленингр. Отд-ние, 1974. С. 42.

*действительность в ее практическом общественном осознании, естественно, выражает отнесенность (отношение) содержания речи к действительности <...>*<sup>143</sup>.

Следуя В. В. Виноградову, категория модальности (или модальное значение) связана с разнообразием типов предложений, которые содержат в себе отношение к действительности. Позже Ю. М. Лотман писал, что наука рубежа XX-XXI века актуализировала проблему языка, а также достоверности описания действительности субъектом<sup>144</sup>. Он акцентировал внимание на том, что во всех областях исследований возникла проблема «перевода языков» объекта и наблюдателя, а особую глубину обрела семиотическая проблематика.

Ю. С. Степанов, в свою очередь, развивал концепт дискурса и рассматривает его связь с объективно существующей категорией «фактов» (или «событий»). Ю. С. Степанов соотносит «факт» как элемент объективного мира с дискурсом: *«факт есть результат представления некоторого действительного «положения дел» в системе данного языка»*<sup>145</sup>.

Лингвист Н. Д. Арутюнова также в своих работах анализирует проблематику референции, и рассматривала факт, или его значение, как *«способ анализа событий действительности, имеющего своей целью выделение в них таких сторон, которые релевантны с точки зрения семантики текста»*<sup>146</sup>. По ее мнению, факт может получить доступ к действительности только через оппозицию истины и лжи — определения его соответствия или несоответствия действительности.

---

<sup>143</sup> Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке // Труды Института русского языка АН СССР. М., Л.: АН СССР, 1950. С. 55.

<sup>144</sup> Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек- текст – семиосфера – история. М.: «Языки русской культуры», 1996. С. 380.

<sup>145</sup> Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. Сборник статей. М.: РГГУ, 1995. С.51.

<sup>146</sup> Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988. С.162.

Н. Д. Арутюнова отождествляет «события» и «факты» и считает, что независимо происходящие в объективном мире «события» подвергаются человеческому осмыслению, как следствие, образуется «семиологическое отношение» или контекст: *«прочтение действительности» стимулирует переход от событий к фактам*<sup>147</sup>. Н. Д. Арутюнова подчеркивает, что «события» сферы жизни сблизилась с принадлежащим области знания «фактами»<sup>148</sup>.

Современная лингвистика продолжает исследования отношений предмета референции и его выражения с помощью языковых средств<sup>149</sup>. Как отмечает Н. Н. Панченко, сегодня лингвистика различает категории «истинности» и «достоверности»<sup>150</sup>. «Истинность» представляет собой некий общий инвариант, который не нуждается в доказательствах, тогда как «достоверность» вариативна, подлежит верификации и зависит от субъективных факторов.

*По мнению Н. Н. Панченко, рассматривать достоверность необходимо в качестве коммуникативной категории, которая обладает следующими функциями: 1) коммуникативно-организующей; 2) и регулирующей (влияет на дискурс) функциями*<sup>151</sup>. Достоверность — это категория оппозитивного типа, которую можно представить в виде шкалы: 1) безусловная достоверность; 2) проблемная достоверность; 3) безусловная

---

<sup>147</sup> Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988. С.177–178.

<sup>148</sup> Там же. С.199.

<sup>149</sup> Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: Референциальные аспекты семантики местоимений. М.: Издательство ЛКИ, 2010; Фролова О. Е. Мир, стоящий за текстом: Референциальные механизмы пословицы, анекдота, волшебной сказки и авторского повествовательного художественного текста. М.: Изд-во ЛКИ, 2007; Янко Т. Е. Достоверность и вероятность: регулярная полисемия в зеркале русской просодии// Логический анализ языка. Понятие веры в разных языках и культурах. М.: Гнозис, 2019. С. 129–140.

<sup>150</sup> Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория [Текст] : монография / Н. Н. Панченко. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010.

<sup>151</sup> Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория [Текст] : монография / Н. Н. Панченко. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010. С. 7.

*недостоверность*. Иначе, достоверность подвергается градации по степени субъективной оценки информации: от отсутствия достоверности до ее максимальной степени<sup>152</sup>.

В парадигме лингвистических исследований подчеркивается оценочность категории. Достоверность обладает градацией, которая реализуется посредством языковых и речевых средств. Конечно, оценка достоверности представляет собой индивидуальную практику, однако, мы допускаем, что индивидуальный опыт опосредован опыту социальному (например, обычаям и нормам).

Таким образом, достоверность представляет собой социальную оценочную категорию. Конечно, разные социальные группы или даже этносы могут оценивать достоверность по-разному, но в данной работе мы предполагаем влияние средств массовой коммуникации и медиа на формирование некоторых общих паттернов восприятия достоверности. Работа обращена к массовой коммуникации и достоверности сообщений медиа или СМИ, которые ориентируются на массовую аудиторию.

#### **1.4 Форма и содержание телевизионных новостей**

Развитие кинематографа значительно повлияло на дальнейшее развитие журналистики, а также на появление тележурналистики. Особую документальность аудиовизуального языка отмечали еще советские кинематографы и теоретики кино Л. В. Кулешов, С. Э. Эйзенштейн и В. И. Пудовкин. Например, проблема достоверности документального кино была рассмотрена С. В. Дробашенко в работе «Феномен подлинности», где он поставил вопрос о возможности вмешательства кинодокументалиста в виде

---

<sup>152</sup> Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория [Текст] : монография / Н. Н. Панченко. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010. С.15.

«стимулирующей атмосферы» для последующего возникновения эмоций у зрителей<sup>153</sup>.

Позже в «Пространстве экранного документа» С. В. Дробашенко писал, что экранный документ представляет собой «удвоенную реальность», которая, с одной стороны, сохраняет облик действительной реальности, с другой стороны, моделируема кинодокументалистом<sup>154</sup>. По мнению Л. Ю. Мальковой, киножурналистика и тележурналистика обладают общей образностью в документальном отражении жизни<sup>155</sup>.

Телевидение быстро обрело популярность у зрителя, в том числе, благодаря возможностям более эффективной передачи информации посредством аудиовизуальных средств. Так, Р. А. Борецкий видел причины интереса к телевидению, например, среди политических сил Германии, и в том числе его дальнейшего активного развития на территории других стран в желании некоторых акторов использовать телевидение в качестве инструмента влияния на массовую аудиторию<sup>156</sup>.

Проблема влияния телевидения на аудиторию становится ключевой для медиаисследований XX-XXI веков. Например, потенциал влияния телевидения на аудиторию стал одной из популярных проблем в культурных<sup>157</sup> и в этнографических<sup>158</sup> исследованиях.

Телевизионная журналистика имеет дело с вариативностью средств выразительности. По мнению А. Ю. Юровского, особая достоверность или документальность телевидения — это феномен, отличающий его от других

---

<sup>153</sup> Дробашенко С. В. Феномен достоверности. Очерки теории документального фильма. М.: Наука, 1972. С. 156.

<sup>154</sup> Дробашенко С.В. Пространство экранного документа/С.В. Дробашенко. М.: Искусство, 1986.

<sup>155</sup> Малькова Л. Ю. О противоречиях в осмыслении аудиовизуальных СМИ// Вестник Моск. Ун-та. 2016. Серия 10: Журналистика. № 1. С.120–131.

<sup>156</sup> Борецкий Р. А. Начало. К истории ТВ: выпавшее звено, или Мое забытое телевидение. М.: ВК, 2010. С.13–16.

<sup>157</sup> Gerbner G., Gross L., Signorielli N., Morgan M., Jackson-Beeck M. The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10. Journal of Communication. 1979. Vol.29 (3). P.177–196.

<sup>158</sup> Morley D. Family Television: Culture power and domestic leisure. L.: Comedia, 1986.

искусств и видов массовой коммуникации<sup>159</sup>. В. И. Михалкович также сопоставляет телевидение и искусство и считает, что в отличие от последнего, телевидение разрушает архетипную «конструкцию мира», возможность деления на внутренний мир индивида и внешнее бытие, и превращает их в общий континуум<sup>160</sup>. Иначе, мир телевидения аудитория отождествляет с реальной действительностью.

Отметим факт того, что информационные телевизионные жанры в СССР появились позже, чем художественные. Это также повлияло на определение информационных жанров телевидения. Первый репортаж с фабрики «Красный Октябрь» был выпущен только в 1955 году<sup>161</sup>, тогда как до этого в эфире были преимущественно различные художественные жанры (например, концерты или спектакли). Поэтому при определении информационных жанров, теория журналистики вновь столкнулось с проблемой близости с публицистикой.

Так, Р. А. Борецкий в основании классификации телевизионных жанров видел деление на игровые и неигровые, или информационно-публицистические жанры<sup>162</sup>. К группе информационно-публицистических он выделил такие жанры, как: комментарий, обзор, репортаж, интервью, беседа, дискуссия, пресс-конференция и выступление в кадре. В. Л. Цвик же отделяет информационные жанры от аналитической публицистики, и относит к информационным заметку, интервью и событийный репортаж<sup>163</sup>.

Такие условия, как трансформация социально-экономической системы и адаптация западных телевизионных проектов, по мнению А. Г. Качкаевой,

---

<sup>159</sup> Юровский А. Я. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации// Телевизионная журналистика. М.: Изд-во Мос-ого Унив-тета. 2005. С. 33–37.

<sup>160</sup> Михалкович В. И. О сущности телевидения. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1998.

<sup>161</sup> Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 24.

<sup>162</sup> Борецкий Р. А. Информационные жанры телевидения. М.: Прогресс, 1989. С. 85.

<sup>163</sup> Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. М.: Аспект Пресс, 2004.

повлияли на появление на российском телевидении «форматов»<sup>164</sup>. А. А. Новикова определяет формат как телевизионный материал, главным признаком которого является гибридность, то есть, заимствование «признаков, приемов и методов воздействия из других зрелищных искусств»<sup>165</sup>. Форматы стали дополнением к существующим жанрам телевизионной журналистики. Например, Ю. И. Долгова считает, что общественно-политическое телевидение имеет жанрово-форматную структуру<sup>166</sup>. Э. С. Никольская отмечает, что трансформация жанров происходит из-за попытки журналистов привлечь аудиторию и, как следствие, тяготению к развлекательному контенту, но, как показывает пример жанра ЛТТ, при этом сохраняется сильный информационный компонент<sup>167</sup>.

Принимая во внимание вышеизложенное, в данной работе мы будем учитывать процесс «форматизации», и под телевизионными новостями будет пониматься любой материал, включенный в информационный выпуск телеканала. Таким образом, под телевизионной новостью в рамках данного исследования мы также будем понимать коммуникационную единицу со своей особой структурой. Диссертационная работа будет учитывать и ряд других особенностей современных новостей.

Несмотря на то, что телевизионная новость является авторской собственностью телеканала, она может транслироваться как в его эфире, так и, например, в Интернете. Для телевизионной новости отличительными

---

<sup>164</sup> Качкаева А. А. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации// Вестник Моск. Ун-та. 2010. Сер. 10. Журналистика. №6. С. 42–51.

<sup>165</sup> Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата// Вестник Моск. Ун-та. 2010. Сер. 10. Журналистика. №6. С. 58.

<sup>166</sup> Долгова Ю. И. Трансформация общественно-политического телевидения в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы// Вестник Моск. Ун-та. 2018. Сер. 10. Журналистика. №5. С. 77.

<sup>167</sup> Никольская Э. С. Место ЛТТ в жанровой палитре телевизионных новостей// Вестник Моск. Ун-та. 2019. Сер. 10. Журналистика. №5. С. 86.

являются некоторые формальные признаки, которые сигнализируют о том, что материал был создан телевизионной редакцией.

Под автором телевизионных новостей мы будем понимать не конкретного журналиста (определенного индивидуума), а редакцию или редакционный коллектив. Для обоснования приведем несколько аргументов.

Во-первых, телевизионная новостная практика из-за сложности технического процесса представляет собой коллективный труд. Например, совместный отбор информационных поводов, экспертов для репортажа, редактирование текста, монтаж и т. д. В свою очередь, работа в редакции предполагает существование собственной редакционной политики, тяготение к определенным механизмам создания материалов и самоцензуру.

Во-вторых, журналистские практики на телевидении институализированы. Внутри телевизионного журналистского сообщества существуют собственные культура, традиция и нормы, которые отражаются как в возникновении «шаблонов» в творческой деятельности, так и профессионального языка (или сленга). Таким образом, индивидуальная авторская включенность, которая имеет отражение в готовом материале, представляет собой выражение в том или ином виде корпоративной культуры редакции или ее редакционной политики.

Публикуемые на разных каналах новости, будь то онлайн-СМИ, радио или телевидение, могут содержать одну и ту же информацию, тогда как форма или механизмы создания конечного продукта могут отличаться. Мы предполагаем, что новость в общем виде представляет собой: 1) собственно *содержание, информационное сообщение*, заключенное в сообщении, передаваемая информация; 2) форму, в которой представлено содержание новости; 3) физическое воплощение материала (технологическая платформа, где публикуется новость: онлайн, телевидение, радио и т. д.).

Из-за изменений структуры самой новости, срока ее жизни, а также растущей конкуренции между каналами распространения информации, как

правило, содержание новостей на разных площадках одинаково. Может трансформироваться текст, способ построения или аудиовизуальное сопровождение, однако содержательно новости повторяют друг друга. Не исключается, что некоторые редакции стремятся к *эксклюзивности* новостных историй. Однако, подобные новости нередко включены в систему уже существующих новостных нарративов, и в случае их содержательной исключительности «подхватываются» другими новостными каналами.

Содержание новостей зависит от «новостной» картины, которая формируется как возникающими в данный момент публикациями в СМИ и медиа, так и прошлыми публикациями. Как было уже отмечено в *Параграфе 1*, важнейшим атрибутом новости является их актуальность, поэтому часто новостные источники публикуют новости об одном и том же. Значимым предметом конкуренции редакционных коллективов становится не содержание новости, а форма ее «подачи».

*Форма* воплощения (или выражения) содержания новости зависит от редакционного исполнения, а именно от того, каким образом и используя какие правила будет сконструировано информационное сообщение. В случае телевизионных новостей из-за особенности их аудиовизуального выражения форма представляет собой общность трех элементов: 1) изображения; 2) текста; 3) образа автора. Форма представляет собой как видеоряд, который используется в телевизионной новости, так и текст материала, который будет озвучен.

Стоит уточнить, что под текстом новостного материала мы будем понимать не только авторскую «озвучку», но и те структурные элементы, которые активно используются в телевизионных новостях: комментарии по телефону (*или «хрип»*) или речевые конструкции, комментарии очевидцев (*например, в «лайфах»*). Так, мы продолжаем традицию понимания медиатекста Т. Г. Добросклонской, а именно, что текст телевидения может быть представлен сразу на нескольких уровнях (вербальный, видеоряд,

звуковое сопровождение<sup>168</sup>). Однако, исходя из исследовательских задач, мы разделяем медиатекст на упрощенные формальные конструкции, которые возможно воспринимать зрителю: изображение (видеоряд), текст (аудиоряд, как текст репортажа), автор.

Как отмечает Т. Г. Добросклонская, для современного медиатекста категория авторства имеет особое значение, возникает дихотомия «авторские и коллегиальные» тексты<sup>169</sup>. Также Т. Г. Добросклонская относит ведущего, корреспондента, участника событий к уровню текста<sup>170</sup>. В данном диссертационном исследовании мы расширяем данную концепцию и намеренно будем выделять автора как ключевую фигуру, которая на формальном уровне текста может воспринимать зритель.

Мы считаем, что форма телевизионной новости предполагает номинального автора новости, необходимость присутствия его образа в сюжете, несмотря на деперсонифицированность журналистского труда на телевидении. Редакционные правила могут подразумевать, каким должен быть автор в кадре (например, собраны волосы, во время Дня Победы должна ли крепиться лента и т. д.). То есть, образ автора также может соответствовать некоторым коллективным представлениям о том, каким должен быть корреспондент телеканала в кадре. Появление корреспондента в кадре как минимум, необходимо для демонстрации или подтверждения имиджа телевизионного канала.

Для каждой редакции образ автора обретает собственные формальные признаки, необходимые для появления корреспондента «в кадре». Часто новость в эфире сообщает только ведущий. Ведущий не присутствует на

---

<sup>168</sup> Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы изучения// Вестник Моск. Ун-та. 2005. Сер. 10. Журналистика. №2. С. 28–34.

<sup>169</sup> Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: «КДУ», «Добросвет», 2020. С. 35.

<sup>170</sup> Там же. С. 60.

месте событий, но может выражать мнение и оценивать происходящее на экране.

*Физическое воплощение материала* — в данной логике, это категория описывает новостной продукт в полном его воплощении. Физически новость может быть подана с использованием текста, визуального ряда, аудиосообщения. То, каким образом «создан» материал, какие технологии были использованы при этом, в большей степени определяет разницу между новостными материалами, понятную для аудитории.

Однако в эпоху развития Интернета физическое воплощение материала становится независимым от площадки его распространения. Например, новостные видеоматериалы на YouTube имеют фактически идентичную телевидению технологию создания. Так же, как материалы в онлайн-СМИ или социальных сетях могут быть похожи на материалы в печатной прессе.

В исследовании мы предполагаем, что *форма воплощения содержания новости является одним из ключевых факторов, который участвует в конструировании достоверности новостного материала*. В отличие от содержания и физического воплощения, форма телевизионной новости обладает большим творческим потенциалом, так как возможны различные варианты ее конструирования.

Стоит обозначить, что во время анализа новостей мы ограничены допущением, что рассматриваем некий идеальный случай, когда на уровне содержания рассматриваемые нами новости не являются намеренным или случайным, возникшим в случае профессиональной ошибки, искажением действительности.

В исследовании мы понимаем под реакцией аудитории некую обобщенную реакцию и исключаем множество факторов как контролируемого, так и не контролируемого характера, например, контекста, в котором происходит телесмотрение или возраста, культуры и состояния зрителя. Это оправдано прагматическими задачами исследования.

Сущность вышеизложенного сводится к положению, что телевизионные новости обладают уникальными возможностями конструирования достоверности. В то же время, журналисты могут корректировать не только содержание, но и форму новостей.

Также на уровне содержания и формы может конструироваться достоверность. Более того, редакционный коллектив может вариативно представлять одно и то же содержание информационного сообщения в разных формах новостей.

### **Выводы**

Первая глава настоящей работы носит теоретико-методологический характер. В главе операционализируются ключевые для диссертационного исследования понятия «новость», «достоверность» и «телевизионная новость».

Новостной дискурс в данной работе понимается как непрерывное многообразие информационных сообщений, где новости могут быть как связаны между собой (как интертекст и гипертекст), так и представлять собой различные информационные сообщения.

Автор считает, что большую значимость у современных новостей обрели такие атрибуты, как: 1) источник их происхождения или создания; 2) форма, способ подачи; 3) пространство их распространения; 4) актуальность; 5) достоверность сообщаемой информации.

В работе под новостью будет пониматься такой вид медиаконтента, в котором заключено информационное сообщение, созданное как профессиональным журналистским сообществом, так и другими акторами, обладающий различной структурой построения, значимыми атрибутами которого являются актуальность, а также достоверность освещаемой информации.

Выделение достоверности в качестве атрибута новостей диктует необходимость операционализации данного понятия.

Была обозначена необходимость операционализации понятия достоверности с помощью междисциплинарного подхода. Посредством обзора философских и социологических трудов нами были разделены такие понятия, как истина, истинность и достоверность.

Значимым для нашего исследования было определение *социального модуса достоверности*. Междисциплинарный подход также позволил наиболее подробно рассмотреть эволюцию интерпретаций данной категории.

Стоит отметить, что интерпретация понятия зависит от контекста времени и обладает аподиктическим характером. Долгое время в философии понятие достоверности тождественно понятию истинность. В XX веке понятие «достоверность» стали связывать с социальным консенсусом о том, что интерпретировать в качестве достоверного.

Так, в рамках критических школ понятие расширяется атрибутами социологичности и индивидуализации познания. Так, мы понимаем под достоверностью социально-модальную категорию, проверку которой возможно обеспечить с помощью коммуникации.

Акцент на социальную модальность достоверности позволил нам расширить теоретический обзор, а именно, связать понятие с полем коммуникационных исследований. Так, в главе достаточно подробно рассмотрена проблематика достоверности в теории массовых коммуникаций. Внимание было уделено различным интерпретациям и эволюции понятия в рамках ключевых подходов изучения журналистики и СМИ.

Также мы акцентируем внимание на современной проблематике социальной ответственности журналиста, которая основывается на идеях медиатизации общественной жизни, следствием чего является восприятие аудиторией действительности как тождественной или опосредованной медиареальности.

Пример современных теоретических и практических школ, в частности, американских и европейских, демонстрирует, что проблематика достоверности является сегодня наиболее актуальной.

Исследовательские задачи обосновывают необходимость определения достоверности как понятия, соответствующего предметному полю теории массовых коммуникаций. В работе была предпринята попытка уточнения дефиниции новости в качестве коммуникативной категории.

Так, достоверность новостей в данном исследовании будет рассматриваться нами как социально обусловленная. Мы принимаем во внимание влияние на восприятие достоверности в массовых коммуникациях субъективных факторов и приходим к выводу, что достоверность обладает характеристикой интердискурсивности, то есть, существуют возможности ее декодирования, как следствие, и кодирования достоверности.

В качестве вывода анализа теоретических источников возможно сформулировать положение о том, что достоверность подлежит верификации, и может быть конструируема на уровне создания контента.

Автор полагает, что достоверность формируется на этапе производства текста. При создании журналистского материала автор осознанно или бессознательно следует некоторым социально обусловленным и/или индивидуальным представлениям, о том, что может быть интерпретировано аудиторией в качестве достоверного журналистского материала.

В случае телевизионных новостей достоверность может быть кодирована как на уровне содержания, так и формы. Уникальность телевизионных новостей, которая содержится в характеристике документальности, позволяет авторам репортажей и сюжетов использовать более разнообразные способы конструирования достоверности.

Под телевизионной новостью мы будем понимать коммуникативную единицу, обладающую содержанием, формой и физическим воплощением, зависящим от механизмов создания материала. Телевизионная новость может

быть представлена как в виде новостной заметки (видеосюжета), интервью, репортажа, прямого включения или выступления корреспондента в кадре (монолог), так и новейших форматов (ЛТТ и пр.).

Дополним, что под автором новостей мы понимаем не одного журналиста, а коллектив авторов по причине того, что в процессе создания материала на телевидении задействованы многие сотрудники редакции, которые так или иначе могут влиять на конструирование новости.

Наконец, мы предполагаем, что более эффективно конструировать достоверность посредством формы новости, а не содержания, так как содержание ограничено новостным дискурсом и экстрадискурсивными факторами (например, самоцензура при создании материала, предположения о возможной реакции аудитории и т. д.).

## **ГЛАВА 2. Механизмы конструирования достоверности в телевизионных новостях**

Во второй главе диссертации представлены результаты эмпирического исследования, которые, в свою очередь, должны подтвердить авторские предположения, теоретически обоснованные в первой главе. Условно исследование можно разделить на две части, которые соответствуют выдвинутым автором положениям.

Первая часть представляет собой разведывательное исследование, необходимое для обоснования тезиса, что содержание современных телевизионных новостей в большей степени зависит от новостного дискурса или повестки, поэтому новости на разных каналах рассказывают об одних и тех же событиях. Согласно теоретическому осмыслению (см. *Глава 1*), современный новостной дискурс представляет собой многообразие новостных сообщений, которые зачастую повторяют друг друга. В данной части исследования, на примере телевизионных новостей, планируется эмпирически обосновать тезис, что содержание новостей в разных источниках одинаково, а, следовательно, телевизионные материалы могут заметно отличаться друг от друга только формой.

Вторая часть эмпирического исследования посвящена форме телевизионных новостей. Следуя исследовательской цели, а также положению, что достоверность может конструироваться на этапе создания текста (см. *Глава 1*), автором была разработана концептуальная модель, а также обозначены категории и единицы анализа. Данная часть исследования фокусируется на другом авторском предположении, что достоверность телевизионных новостей конструируется как на уровне содержания, так и форме, однако конструирование на уровне формы обладает бóльшим потенциалом.

## 2.1 Возможности достижения достоверности в телевизионных новостях<sup>171</sup>

Концептуально значимым для данного исследования является исследование группы авторов из Университета Мангейма под руководством А. Хальфманна<sup>172</sup>. Группа авторов изучала восприятие зрителями видео очевидцев в телевизионных репортажах, а также влияние этих видео на воспринимаемую достоверность (*perceived trustworthiness*). После обработки 328 интервью авторы пришли к выводам, что большое значение для возникновения доверия к новости и восприятия ее в качестве достоверной имели такие факторы, как присутствие, эмпатия и авторская предвзятость.

Выработанная группой авторов теоретическая модель предполагает опосредованные отношения контента и эффектов влияния на аудиторию. Так, работа доказывает восприятие зрителями выделенных формальных характеристик, а также степень достигаемых ими эффектов. Мы взяли за основу теоретическую модель исследования и применили ее к телевизионным новостям.

Таким образом, на основе данной модели была выстроена собственная. Так как в данном исследовании мы понимаем, что достоверность является конструируемым атрибутом, то посчитали, что возможно обнаружить текстовое выражение некоторых категорий, которые зависят от авторского способа подачи материала или механизмов передачи интенций в новостном материале.

---

<sup>171</sup> Прим.: параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Конкина К. М. Форма телевизионной новости как фактор достижения эффекта достоверности // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. №1. С. 206-217.

<sup>172</sup> Halfmann A., Dech H., Riemann J., Schlenker L., Wessler H. Moving Closer to the Action: How Viewers' Experiences of Eyewitness Videos in TV News Influence the Trustworthiness of the Reports// Journalism & Mass Communication Quarterly. 2019. Vol. 96 (2). P. 367–384.

Единицами анализа стали элементы формы телевизионной новости. Так, под единицей анализа мы понимаем три формальных элемента телевизионной новости: 1) изображение; 2) текст; 3) образ автора. Категориями анализа нашего исследования являются: 1) присутствие; 2) эмпатия; 3) авторская включенность.

На основе этих параметров был составлен классификатор (см. Приложение 1). Рассмотрим категории анализа подробнее.

*Категория присутствия* — это воспроизведение или иллюстрация реального события<sup>173</sup>. Переживание присутствия достигается с помощью использования видео очевидцев и других аудиовизуальных материалов, которые для зрителя являются критериями надежности представленной информации.

Эффект присутствия достигается с помощью аудиовизуальных средств, тогда как, например, фотографии, которые представляют реальность только визуально, лишены данного эффекта. Внутреннее содержание присутствия — это описание местности, упоминание локации, а также использование формы настоящего времени. Также эффект присутствия может достигаться с помощью изображения субъекта (автора) на той местности, о которой он говорит. Так, один из инструментов достижения эффекта присутствия — это появление корреспондента в кадре на месте съемок.

*Категория эмпатии* представляет собой эмоциональное наполнение телевизионной новости, выражение сочувствия. В данном случае, речь идет не об аффективной эмпатии. Мы понимаем эмпатию как *переживание и чувственную включенность*. Явным эффектом эмпатии обладает эмоционально-стрессовый контент, а именно: 1) «жесткий» контент, где есть насилие в отношении участников событий (например, гибель людей); 2)

---

<sup>173</sup> Hartmann T., Wirth W., Schramm H., Klimmt C., Vorderer P., Gysbers A., Sacau A. M. The Spatial Presence Experience Scale (SPES): A short self-report measure for diverse media settings// Journal of Media Psychology. 2016. Vol. 28. P. 1–15.

«устрашающие» истории, где насильственный контент направлен на то, чтобы вызвать страх у аудитории; 3) истории, которые включают в себя сюрреалистические или неестественные элементы<sup>174</sup>.

Эмпатия может быть вызвана с помощью экранно-выразительных средств, которые расставляют аудиовизуальные акценты (например, музыкальное сопровождение) или изображения потенциально впечатляющих кадров (происшествия, взрывы, пожары, митинги, дети, животные и пр.), и с помощью субъекта, который может создавать эмпатические эффекты с помощью речевых акцентов (например, изменение тембра, ударение на слове или фразе и т.д.).

*Категория авторской включенности* — это отражение авторского участия и субъективной позиции. Категория противопоставлена объективности — журналистскому принципу, исключающему проявление эмоций или оценки автора, героев и экспертов. Появление включенности в новостях вызывает доверие аудитории, так как она воспринимает текст как желание «донести правду». Выражается это в таких категориях как оценочные суждения автора.

В новостях субъективность может быть выражена с помощью экранно-выразительных средств, например, различных визуальных эффектов: выделение или увеличение какого-либо объекта, «наплыв», звуковое сопровождение, ракурс съемки с коптера, ускорение или замедление съемки и т.д. Автор также может проявлять субъективность — выражение его реакции с помощью мимики является предметом оценки. Внутренний уровень воспринимаемой субъективности можно описать с помощью текстовых конструкций, которые могут передать оценку: вводные слова и конструкции, оценочная лексика (эмоционально-оценочная).

---

<sup>174</sup> Hoffner C., Levine K. Enjoyment of Mediated Fright and Violence: A Meta-Analysis// Media Psychology. 2005. Vol. 7. P. 207–237.

Мы предполагаем, что конструировать достоверность возможно с помощью всех элементов формы телевизионной новости: изображения, текста и при помощи образа корреспондента (автора). Например, мы можем выделить категории присутствия в изображении, в тексте, в авторском присутствии и т.д. *Достижением достоверности является проявление хотя бы одной из трех выделенных нами единиц категории.*

На основе выделенных нами параметров нами был составлен классификатор (см. *Таблица 1*).

**Таблица 1. Классификатор\***

Единица анализа	Изображение	Текст	Образ автора
Категория анализа			
Присутствие	0/ 1	0/ 1	0/ 1
Эмпатия	0/ 1	0/ 1	0/ 1
Авторская включенность	0/ 1	0/ 1	0/ 1

\*где 0 – отсутствие признака, 1 – наличие признака.

Эмпирическими объектами исследования являются материалы телевизионных новостей. Было отобрано 4930 оригинальных новостей пяти телеканалов. Выбор телеканалов был основан на их объективном различии как функциональном, так и содержательном. Выбор был продиктован необходимостью исключить отраслевые или узкоспециальные новости, и выбрать те материалы, которые бы формировали более широкую повестку и не были ограничены в публикациях какой-либо сферой социальной жизни.

В результате, были выбраны телеканалы «Россия 24», «Москва 24», ОТР, «Мир» и Euronews. Стоит отметить, что телеканалы направлены на разные группы аудиторий: «Россия 24» — федеральный круглосуточный информационный телеканал, «Москва 24» — региональный круглосуточный информационный канал, ОТР — общественный федеральный телеканал,

«Мир» — телеканал с регулярными выпусками новостей, направленный на аудиторию стран СНГ, Euronews — европейский круглосуточный телеканал, с переведённым для российской аудитории контентом.

Нами были отобраны как информационные (новостные) телеканалы, так и универсальные. Таким образом, выборка позволяет провести компаративный анализ между новостными материалами телеканалов, которые не только охватывают разные аудитории, но и по-разному могут формировать тематическую повестку.

В выборку вошли материалы новостных выпусков, которые выходили в течение дня, за исключением повторов новостей в эфире. Телевизионные новости отбирались на официальных страницах телеканалов как на сайтах, так и на официальных страницах в YouTube. Например, если в случае «России 24» рассматривались опубликованные материалы, которые заранее были «нарезаны» из новостного выпуска, то в случае ОТР материалы «вычленились» из опубликованных полностью выпусков новостей.

Таким образом, в качестве эмпирических объектов исследования представлены оригинальные материалы телеканалов «Россия 24» (1123), «Москва 24» (1398), ОТР (1178), «Мир» (816) и Euronews (415).

Хронологические рамки исследования были ограничены периодом с 1 февраля по 29 февраля 2020 года. Телевизионные новости были отобраны при помощи сплошной выборки в рамках указанного периода.

Выбор периода обусловлен необходимостью рассмотреть, как телевизионные редакции используют возможности конструирования новостей во время формирования социальной напряженности.

30 января 2020 года Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила чрезвычайную ситуацию<sup>175</sup>.

---

<sup>175</sup> Вспышка вируса 2019-нКов объявлена чрезвычайной ситуацией, имеющей международное значение// URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/01/2019-ncov-outbreak-is-an-emergency-of-international-concern> (дата обращения: 13.05.2020).

31 января появляются первые сообщения о распространении вируса на территории России<sup>176</sup>. Однако, мы предполагаем, что до объявления пандемии в марте 2020 года темы о коронавирусе не были центральными в повестке, и редакции имели бóльший выбор новостей.

Единицы анализа — элементы телевизионных новостей были кодированы посредством двоичной системы, где «0» означал отсутствие признака, а «1» — наличие признака хотя бы один раз.

Кодирование телевизионных новостей представляло собой анализ на наличие или отсутствие выделенных нами категорий. Кодирование телевизионных материалов посредством двоичной системы, было проведено после обоснования тождественности или близости новостного дискурса выбранных нами телеканалов.

## 2.2 Тематическая повестка и контексты освещения новостей<sup>177</sup>

Для дальнейшего анализа формы необходимо определить равнозначность или близость содержания выбранных нами телевизионных новостей. Содержание новостей не может считаться тождественным в случае, если у выбранных телеканалов обнаружено *доминирование* различных тем или контекстов<sup>178</sup>.

Т. А. ван Дейк считает, что дискурсивное доминирование в новостях проявляется в преобладании мнений определенных акторов, а также в том,

---

<sup>176</sup> В России выявили первых зараженных коронавирусом из Китая// URL: <https://www.rbc.ru/society/31/01/2020/5e341f929a7947d43c9aa308> (дата обращения: 13.05.2020).

<sup>177</sup> Прим.: параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Конкина К. М. Контексты освещения коронавируса в повестке телевизионных новостей после объявления чрезвычайной ситуации // Известия Уральского федерального университета. Сер.1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 4. С. 42-51.

<sup>178</sup> Van Dijk T. A. Principles of Critical Discourse Analysis// Discourse & Society. 1993. Vol. 4, №2. P. 254.

чьи действия в новостных текстах чаще «определяются как новости»<sup>179</sup>. Таким образом, необходимо было определить, существует ли доминирование каких-то тематик в эфире выбранных нами телеканалов, а также, есть ли отличия в освещении институализированных тем, а именно, в присвоении им различных контекстов.

Под контекстуализацией мы будем понимать конструирование дополнительного, отличного от основного, смысла в освещении темы. Так, например, контекстуализация может представлять собой как политизацию какой-то из тем повседневной жизни, так и быть намеренной локализацией новостей в качестве сугубо зарубежных или российских явлений. Мы предполагаем, что содержание может быть отличным при сопоставлении освещаемых тематик, а также при сопоставлении дополнительных контекстов, в которые помещена телевизионная новость.

Мы обозначили возможные тематики. Было учтено, что наиболее часто встречающейся темой на период проведения исследования может быть распространение коронавируса, так как именно на момент проведения исследования в феврале 2020 года новая инфекция достаточно активно распространялась по миру. Ей было присвоено название COVID-19<sup>180</sup>. Российская Федерация включает инфекцию 2019-nCoV в перечень опасных заболеваний<sup>181</sup> и принимает первые меры<sup>182</sup>.

Таким образом, нами были обозначены тематики, в рамках которых могут быть сконструированы телевизионные новости, а именно: 1) коронавирус; 2) политика; 3) культура; 4) экономика; 5) спорт; 6) наука; 7) происшествия; 8) погода; 9) повседневность, или социальная жизнь. Выбор

---

<sup>179</sup> Дейк Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. С. 28.

<sup>180</sup> Хронология действий ВОЗ по борьбе с COVID-19// URL: <https://www.who.int/ru/news/item/29-06-2020-covidtimeline> (дата обращения: 28.02.2021).

<sup>181</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 31 января 2020 г. № 66// URL: [http://government.ru/dep\\_news/38904/](http://government.ru/dep_news/38904/) (дата обращения: 28.02.2021).

<sup>182</sup> Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18 февраля 2020 г. № 338-п// URL: <http://government.ru/docs/38996/> (дата обращения: 28.02.2021).

тематик базировался на основаниях классификации новостей, которые были рассмотрены нами в первой главе диссертационного исследования.

Тематика *коронавируса* включает в себя все материалы, которые содержательно относились к проблеме распространения новой коронавирусной инфекции. Это новости, которые рассказывают о количестве заболевших, о распространении вируса, об ограничениях в странах и регионах, также сюда мы включили новости, касающиеся заявлений политиков или медийных персон о вирусе, или в которых говорится о новых открытиях, изобретении вакцин, влиянии вируса на экономику, а также в которых можно найти различные способы интерпретации коронавируса внутри культурного дискурса (коронавирус в искусстве, в медиа и т. д.).

Более того, связанные с коронавирусом темы были рассмотрены нами с точки зрения их возможной контекстуализации. Выбранный нами подход в отношении тематики коронавируса был продиктован тем, что данная тема являлась одной из часто встречающейся в новостном дискурсе на период исследования, поэтому было важно проанализировать, в каких конкретных ракурсах она рассматривалась телеканалами при создании материалов.

Тематика *политики* включает в себя все новостные материалы, которые касались либо деятельности политиков, либо содержала их высказывания. Кроме того, в данную тему нами были включены материалы, которые касаются других политических акторов (например, оппозиционные движения, различные политические союзы или организации, регуляторы политической деятельности, представители законодательной и судебной власти), а также мероприятий политических ведомств (например, мероприятия, явным организатором которого является то или иное министерство, департамент или другие возможные участники политического процесса).

Тематика *культуры* включает в себя материалы, посвященные событиям мира искусства, а также материалы, повествующие о культурных и

исторических событиях (например, праздник Масленицы, День Победы, религиозные праздники, дни памяти и т. д.).

Тематика *экономики* включает в себя телевизионные материалы, которые касались процессов рыночной экономики, деятельности компаний, курса валют, стоимости ресурсов, продажи и покупки различных компаний, также материалы могли рассказывать о текущем состоянии рынка или давать оценку и прогнозы развитию внутренней или внешней торговли и т.д.

Тематика *спорта* включает в себя материалы, посвященные спортивным событиям, высказываниям акторов спортивной сферы, происшествиям и скандалам, которые затрагивают спортсменов и т. д.

Тематика *науки* включает в себя материалы, рассказывающие о разработках, исследованиях, научных конференциях и т. д.

Тематика *происшествий* включает себя материалы, которые рассказывают о чрезвычайных ситуациях. Это могут быть ДТП, преступления, травмы, смерти, нанесение вреда окружающей среде и т. п.

*Погоду* также было решено выделить в отдельную тематическую рубрику, так как она представляет собой сервисную информацию и потенциально может быть значима для аудитории. Данные материалы часто имеют общее структурное построение (например, аудиовизуальное выражение или использование словосочетаний и пр.). Как правило, материалы о погоде сопровождаются прогнозом.

*В круг новостей, касающихся повседневности, социальной жизни,* вошли новости, которые не могут быть идентифицированы в рамках других: смешанные (например, о режиме работы ведомств, банков, МФЦ), советы, “лайфхаки”, интересные факты или темы социального значения (например, работа детских садов, школ, вузов, распространение ОРВИ, парковочные места, проезд транспорта и т. д.).

Также нами была рассмотрена контекстуализация новостей по месту событий: о внутренних или на внешних событиях сообщает та или иная

новость. Новости о внутренних событиях касаются жизни страны, тогда как новости о внешних событиях рассказывают о происходящем в других странах.

Далее мы рассмотрим результат анализа материалов: в каком соотношении представлены темы новостных новостей телеканалов в выделенный нами период — с 1 февраля по 29 февраля 2020 года.



Диаграмма 1. Тематическое разнообразие содержания эфира телеканала «Россия 24».

В эфире телеканала «Россия 24» наиболее часто встречалась тематика политики (34,5% или 387 материалов) и коронавируса (19,8% или 222 материала). Материалы о повседневности, социальной жизни представлены в отношении 13,3% от общей массы (149 материалов), тематика происшествий — 11,6% (130 материалов), тематика спорта — 7,3% (82 материала), культуры — 7,1% (80 материалов), экономики — 3,6% (40 материалов), погода только 2,4% (27 материалов) и наука 0,5% (6 материалов). (см. *Диаграмма 1*).

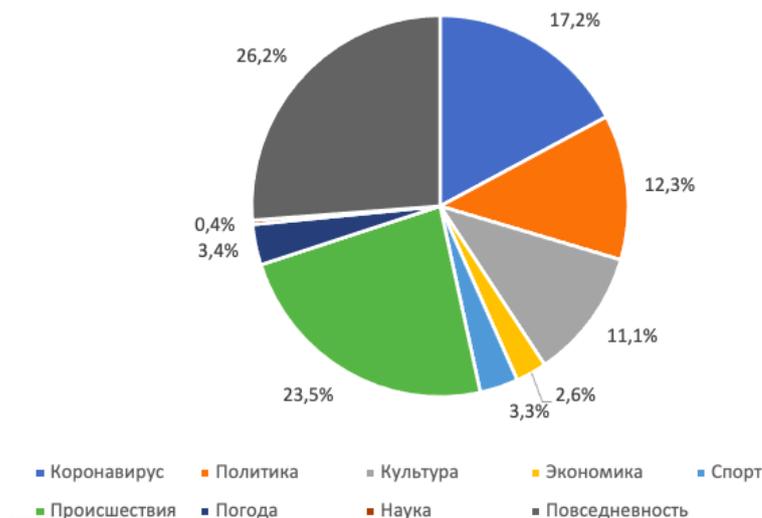


Диаграмма 2. Тематическое разнообразие содержания эфира телеканала «Москва 24».

В эфире телеканала «Москва 24» наиболее часто встречались тематики повседневности или социальной жизни (26,2% или 366 материала) и происшествий (23,5% или 328 материала).

К коронавирусу обращались 17,2% новостей (или 241 материал), к политике — 12,3% (172 материала), культуре — 11,1% (155 материала), к погоде — 3,4% (48 материала), спорте — 3,3% (46 материала), к экономике — 2,6% (37 материалов). В то же время научная тематика почти не представлена — это всего 5 материалов или 0,4% от совокупности новостей телеканала (см. *Диаграмма 2*).

Таким образом, в эфире телеканала «Москва 24» чаще появляются материалы, которые посвящены социальной жизни, происшествиям, коронавирусу, политике и культуре. Тогда как другие тематики затрагиваются в материалах телеканала редко.

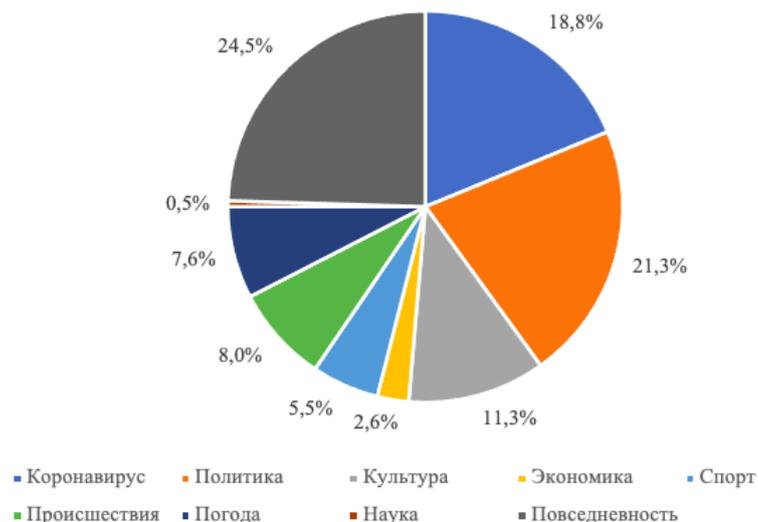


Диаграмма 3. Тематическое разнообразие содержания эфира телеканала Мир.

В эфире телеканала «Мир» чаще всего встречались материалы, относящиеся к теме социального значения (24,5% или 200 материалов), политики (21,3% или 174 материала) и коронавируса (18,8% или 153 материала). Чуть реже встречались темы культуры (11,3% или 92 материала), происшествий (8% или 65 материалов), погоды (7,6% или 62 материала) и спорта (5,5% или 45 материала).

Реже всего обращаются к экономической и научной тематикам — это 2,6%, или 21 материал, и 0,5%, или 4 материала, соответственно (см. *Диаграмма 4*).

Таким образом, в эфире телеканала «Мир» чаще появляются материалы, тематика которых посвящена социальной жизни, политике, коронавирусу, культуре. Материалы на другие тематики в эфире появляются редко.

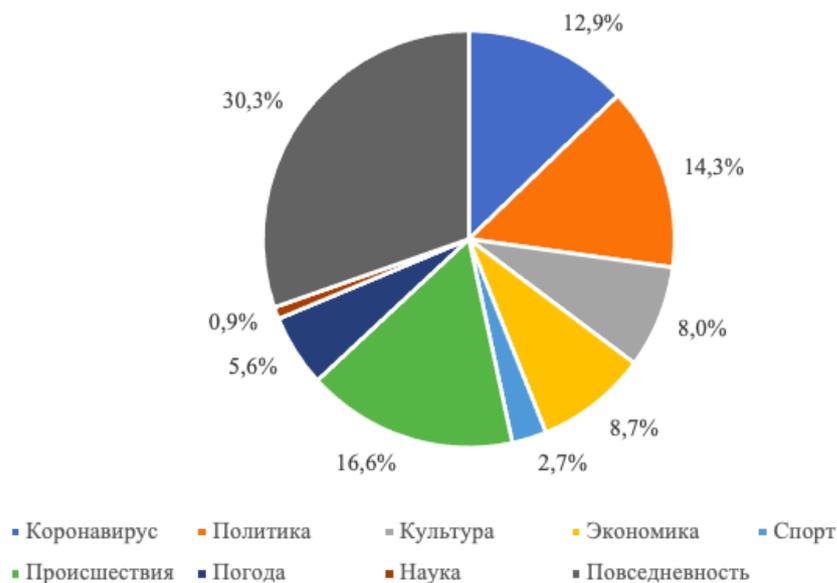


Диаграмма 4. Тематическое разнообразие содержания эфира телеканала ОТР.

Среди новостей телеканала ОТР чаще всего встречаются новости о повседневности или социальной жизни (30,3% или 357 материала), о происшествиях (16,6% или 195 материалов) и политике (14,3% или 168 материала). Коронавирус освещался в 12,9% новостей (152 материала), экономика — 8,7% (103 материала), культура — 8% (94 материала), погода — 5,6% (66 материалов), спорт — 2,7% (32 материала).

Так же редко, как и у других каналов, встречалась научная тематика — это 0,9% от общей массы новостей (см. *Диаграмма 3*).

Таким образом, в эфире телеканала ОТР тематика материалов чаще посвящена также социальной жизни, происшествиям, политике, коронавирусу. Другие тематики материалов в эфире встречаются нечасто.

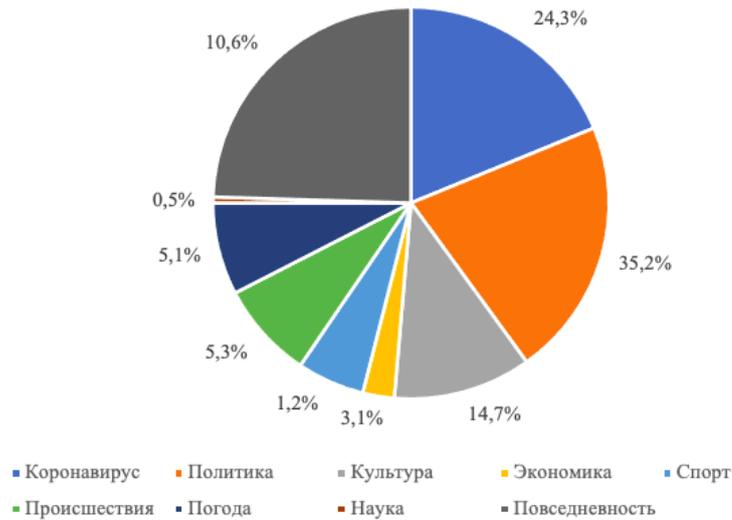


Диаграмма 5. Тематическое разнообразие содержания эфира телеканала Euronews.

Телеканал Euronews чаще всего транслирует в эфире материалы, посвященные политике (35,2% или 146 материалов) и коронавирусу (23,3% или 101 материала). Чуть меньше представлено в эфире культуры — это 14,7%, или 61 материала, новостей о повседневности или социальной жизни — 10,6%, о происшествиях — 5,3%, или 22 материала, погоде — 5,1%, или 21 материал, экономике — 3,1%, или 13 материалов, и о науке — 0,5% от общей совокупности телевизионных новостей (см. *Диаграмма 5*).

Таким образом, материалы телеканала Euronews так же акцентируют внимание на темах политики, коронавируса, культуры, социальной жизни. Редко встречаются материалы на другие тематики.

Мы можем заключить, что чаще всего выбранные нами телевизионные каналы освещают новости, посвященные трем тематикам: политике, коронавирусу и новостям, касающихся повседневности или социальной жизни. Меньше всего в эфире телеканалов встречалась научная тематика. Таким образом, тематика содержания эфира выбранных нами телеканалов похожа.

Часто политическая тематика появляется в эфире каналов «Россия 24», Euronews и «Мир». Больше криминала, ДТП и чрезвычайных ситуаций можно увидеть в эфире телеканала «Москва 24» и ОТР. Тем не менее, если рассматривать общую структуру повестки материалов, которые мы рассматривали за период с 1 по 29 февраля 2020 года, можно отметить, что соотношение тематик для всех телеканалов представлено достаточно однородно. Чаще всего в эфире телеканалов встречаются новости о политике, коронавирусе, новости о повседневности или социальной жизни, тогда как остальные темы представлены в эфире реже.

Тематически новостная повестка телеканалов достаточно однородна. Соотношение тематик демонстрирует, что новостная повестка конструируется телеканалами схоже, и нет оснований полагать, что какой-то из них уделяет большее внимание тем или иным темам.

На следующем этапе анализа содержания телевизионных новостей мы рассмотрели, какие контексты выбранных нами новостей встречаются чаще. Содержание тематик и контекстов в нашем исследовании частично совпадает, поскольку они соотносятся с теми сферами жизни, которые являются наиболее важными и востребованными в повседневной жизни.

Внимание было уделено контекстам, которые используются при освещении темы коронавируса. При анализе данной темы мы обозначили несколько контекстов, которые соотносятся с выделенными нами тематиками (политика, экономика, культура, спорт, наука, повседневность или социальная жизнь). Это объяснено тем, что инфекция затронула различные сферы общественной жизни.

*Контекст повседневности* включает в себя те материалы, которые освещают повседневную реальность и влияние на нее вируса. Например, это те материалы, которые рассказывают о количестве заболевших, ограничениях, новых нормах и правилах поведения, распространении вируса и т. п.

*Контекст политики* включает в себя материалы, которые освещали политические высказывания и решения, связанные с эпидемией, новые законы и решения ветвей власти.

*Контекст экономики* включает в себя те материалы, которые рассказывали о влиянии вируса на работу бизнеса (туроператоры, предприятия и пр.), о реакции рынка (котировки, акции и пр.).

*Контекст культуры* включает те материалы, которые касались отражения коронавируса и создания его образа в массовой культуре, в искусстве, а также влияние на культурные мероприятия (закрытие выставок, отмена праздничных мероприятий и т. д.).

То же касается и *контекста спорта*: это были те сюжеты, которые повествовали о влиянии вируса на отрасль (например, отсутствие болельщиков во время матчей<sup>183</sup>), а также о переносе спортивных событий.

Важно было также определить, были ли в эфире телеканалов новости о коронавирусе в *научном контексте*: научно-популярное объяснение происхождения вируса, рассказ о создании вакцин, о виде коронавирусных инфекций, в целом.

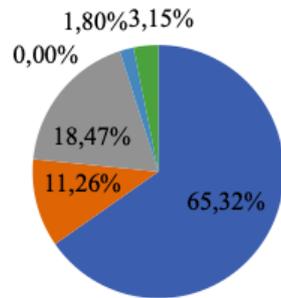
При анализе контекстов мы обратили внимание на то, к каким событиям или явлениям, международным или внутренним, редакции телеканалов обращаются при освещении разных тематик. Как было отмечено в первой главе диссертационного исследования, пространство распространения новостей является одним из оснований дифференциации современных новостей (См. *Параграф 1.1*). Выбор данного основания был основан на том, что контекст места события можно обнаружить при рассмотрении любой из выделенных нами тематик.

Далее мы приведем контексты, которые были определены при детальном рассмотрении заявленных нами тематик.

---

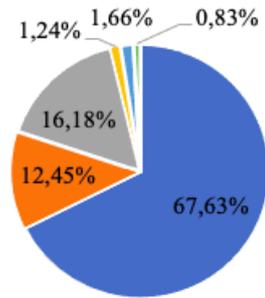
<sup>183</sup> COVID-19: сопутствующий ущерб// URL: <https://youtu.be/KoVrfdczgNk> (дата обращения: 03.03. 2021).

Стоит отметить, что все телеканалы интерпретируют коронавирус чаще в контексте повседневности (см. *Диаграмма 6,7,8,9,10*). Так же часто коронавирус интерпретируется в рамках контекстов политики и экономики, редко встречаются контексты культуры, спорта и науки.



■ Повседневность ■ Политика  
■ Экономика ■ Культура  
■ Спорт ■ Наука

Диаграмма 6. Контексты освещения коронавируса в эфире телеканала «Россия 24».



■ Повседневность ■ Политика  
■ Экономика ■ Культура  
■ Спорт ■ Наука

Диаграмма 7. Контексты освещения коронавируса в эфире телеканала «Москва 24».

В эфире телеканала «Россия 24» большее внимание при освещении коронавируса было уделено контексту науки, чем культуры (см. *Диаграмма 6*). Тогда как для таких телеканалов, как ОТР и Euronews, наоборот, чаще встречаются контексты культуры, а не науки.

Почти «нулевых» значений при освещении коронавируса достиг научный контекст в эфире телеканалов «Москва 24», «Мир», Euronews (см. *Диаграмма 7, 9, 10*). Это говорит о том, что данные телеканалы уделяли меньшее внимание научному обоснованию коронавируса или реже обращались в эфире к мнению научного сообщества об распространении инфекции.



Диаграмма 8. Контексты освещения коронавируса в эфире телеканала ОТР.



Диаграмма 9. Контексты освещения коронавируса в эфире телеканала «Мир».



Диаграмма 10. Контексты освещения коронавируса в эфире телеканала Euronews.

Необходимо обозначить и некоторые различия в местах происходящих событий при освещении коронавируса. Например, если в эфире телеканалов «Россия 24» (54,95%), «Мир» (85,62%), и Euronews (94,06%) новости о коронавирусе освещаются в контексте внешних событий, рассказывают о том, что происходит за границей, в других странах, то в эфире телеканалов «Москва 24» и ОТР новости о коронавирусе конструируются в большей

степени, как местное, локальное явление, то есть, чаще посвящены происходящему на территории Российской Федерации: это 57,25% новостей телеканала «Москва 24», и 59,87% новостей ОТР (см. *Диаграмма 11,12,13,14,15*).



Диаграмма 11. Контекст места события при освещении коронавируса в эфире телеканала «Россия 24».



Диаграмма 12. Контекст места события при освещении коронавируса в эфире телеканала «Москва 24».

Обращение к локальным, местным событиям при обращении к тематике коронавируса в эфире телеканалов «Россия 24», «Москва 24» и ОТР можно объяснить меньшей ориентацией этих редакций на международную повестку. Также позволим себе интерпретировать данные результаты следующим образом: большая внутренняя локализация новостей, касающихся коронавируса, могла быть попыткой телевизионных редакций создать иллюзию безопасности в дискурсе локальных новостей.

Данный вывод становится возможным, поскольку частыми контекстами освещения коронавируса для данных каналов являются политические и экономические контексты, относящиеся к одноименными институтам, которые, в свою очередь, воспринимаются обществом как социальный гарант его стабильности.



Диаграмма 13. Контекст места события при освещении коронавируса в эфире телеканала ОТР.



Диаграмма 14. Контекст места ситуации или события при освещении коронавируса в эфире телеканала «Мир».



Диаграмма 15. Контекст места события при освещении коронавируса в эфире телеканала Euronews.

Далее мы перейдем к рассмотрению контекста места освещаемой ситуации или события при обращении к тематикам политики, повседневности, спорта, экономики, происшествий, культуры, погоды и науки. Возможность контекстуализации данных тематик также представляется нам интересной.

Политическая тематика в новостях в большей степени конструируется телеканалами «Россия 24», «Мир» и Euronews, как международные новости, о «внешнем мире»: 59,43%, 70,69%, 95,89% новостей соответственно (см. *Диаграмма 18*).



Диаграмма 18. Контекст места события при освещении политики «Россия 24», «Мир» и Euronews (слева направо).

В эфире других телеканалов новости политической тематики обращаются к локальному, местному, понятному аудитории контексту событий (см. *Диаграмма 19*).



Диаграмма 19. Контекст места события при освещении политики в «Москва 24», ОТР (слева направо).

Большее внимание телеканалов «Мир» и Euronews на внутренние события в данном случае объясняется их целевой аудиторией и функциональными задачами. Кроме того, следует уточнить, что новости, касающиеся повседневной жизни, в эфире телеканалов «Россия 24», «Москва 24», ОТР ориентированы на внутреннюю повестку (см. *Диаграмма 20*), а новости в эфире телеканалов «Мир» и Euronews — на внешнюю (см. *Диаграмма 21*).

Можно утверждать, что выбор тематики новостей или определение для них контекстов основывается на предположении журналистов, для зрителя каких стран (Российской Федерации или других) они вещают, или какие новости, локальные или глобальные, будут интересны целевой аудитории. Другими словами, выбор контекстов можно объяснить функциями телеканала.

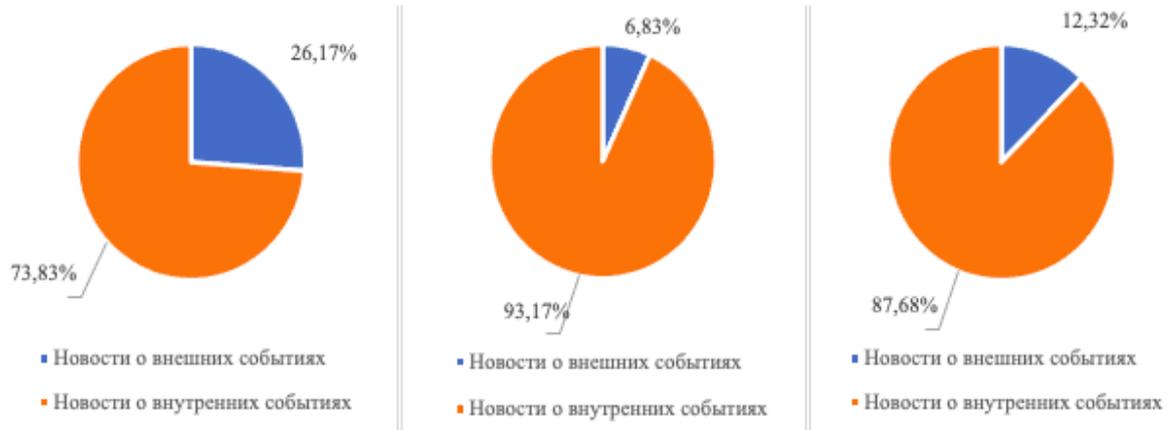


Диаграмма 20. Контекст места события при освещении тематики повседневности или социальной жизни в эфире телеканалов «Россия 24», «Москва 24» и ОТР (слева направо).



Диаграмма 21. Контекст места события при освещении тематики повседневности или социальной жизни в эфире телеканалов «Мир» и Euronews (слева направо).

Экономическая тематика представлена в эфире новостных телеканалов не так разнообразно, как другие. Дело в том, что часто экономике посвящены отдельные тематические передачи, которые не вошли в выборку. Несмотря на это, в эфире некоторых телеканалов экономическая тематика встречалась довольно часто.

Например, тематике экономики в эфире ОТР посвящено 8,7% материалов. Стоит обратить внимание, что, в отличие от других телеканалов, у ОТР новости об экономике выходят не в отдельной тематической передаче, а внутри выпуска новостей и не обособляются от информационного выпуска с помощью цвета, заголовка, отбивки и пр.

Мы анализируем контексты освещения экономики также с точки зрения того, на какие новости, локальные или глобальные, в большей степени ориентируется редакция. Так, например, в эфире телеканалов Мир и Euronews новости на экономическую тематику освещают чаще события, происходящие за границей, тогда как «Россия 24», «Москва 24» и ОТР ориентируются на локальные, внутренние события.

**Таблица 2. Контекст места события при освещении экономической тематики**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=40)	20%	80%
Москва 24 (N=37)	16,22%	83,78%
ОТР (N=103)	11,65%	88,35%
Мир (N=21)	85,71%	14,29%
Euronews (N=13)	100%	0

Необходимо отметить, что о происшествиях в эфире каналов рассказывают редко. Часто происшествия освещаются в эфире телеканалов «Москва 24» (23,5% от совокупности материалов) и ОТР (16,6% от совокупности материалов).

В эфире других телеканалов происшествия освещаются реже. Контексты места события при освещении происшествий также определяются тем, на какую аудиторию ориентирован телеканал (см. Таблица 3). Как и в случае освещения политической тематики, на внутренние события чаще ориентируются телеканалы «Россия 24», «Москва 24» и ОТР, а на международную повестку Euronews и «Мир».

**Таблица 3. Контекст места события при освещении происшествий**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=130)	35,38%	64,62%
Москва 24 (N=328)	11,59%	88,41%
ОТР (N=195)	22,56%	77,44%
Мир (N=65)	78,46%	21,54%
Euronews (N=22)	100%	0

Стоит отметить частое обращение в эфире к тематике культуры. Например, в эфире телеканала Euronews - это 14,7% от эфирного времени. В эфире других телеканалов культуре также уделено внимание: «Мир» — 11,3%, «Москва 24» — 11,1%, ОТР — 8%, «Россия 24» — 7,1%. Это демонстрирует, что, несмотря на различия телеканалов, повестка сформирована достаточно однородно.

Если рассматривать контекст места события при освещении культуры, то в эфире четырех телеканалов преобладают новости о событиях, происходящих в России, а Euronews чаще обращается к международным событиям (см. *Таблица 4*). Телеканалы при информировании зрителей чаще освещают культурные события, происходящие в одном с аудиторией пространстве.

**Таблица 4. Контекст места события при освещении культурной тематики**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=80)	23,75%	76,25%
Москва 24 (N=155)	18,06%	81,94%
ОТР (N=94)	24,47%	75,53%
Мир (N=92)	48,91%	51,09%
Euronews (N=61)	95,08%	4,92%

Контекст места события при освещении спортивной тематики также обнаруживает, что контексты конструирования новостей формируются, исходя из существующих у редакций представлений о своей целевой аудитории (см. *Таблица 5*). Телеканалы «Россия 24», «Москва 24» и ОТР чаще рассказывают о событиях внутри страны.

Другие телеканалы, наоборот, часто освещают «заграничные» события: в эфире телеканала «Мир» это 55,65% материалов, Euronews — 60%. Частое освещение международных спортивных событий у телеканала «Мир» объяснимо его ориентацией на аудиторию стран СНГ.

**Таблица 5. Контекст места события при освещении спортивной тематики**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=82)	31,71%	68,29%
Москва 24 (N=46)	30,43%	69,57%
ОТР (N=32)	9,38%	90,63%
Мир (N=45)	55,56%	44,44%
Euronews (N=5)	60%	40%

Стоит подчеркнуть, что новостей о погоде оказалось не так много. Несмотря на то, что погода представляет собой сервисную информацию, которая может быть потенциально значимой для зрителя, погода не часто встречается в информационном эфире телеканалов.

**Таблица 6. Контекст места события при освещении погоды**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=27)	25,93%	74,07%
Москва 24 (N=48)	10,42%	89,58%
ОТР (N=66)	33,33%	66,67%
Мир (N=62)	56,45%	43,55%
Euronews (N=21)	95,24%	4,76%

Контекст места события при освещении погоды тоже отличается: о погоде как местном событии рассказывают телеканалы «Россия 24», «Москва 24» и ОТР, в контексте зарубежного события — «Мир» и Euronews (см. Таблица 6).

Стоит уделить внимание результатам, которые мы получили после анализа возможных контекстов места событий при освещении науки (см. Таблица 7). Несмотря на то, что научная тематика в эфире телеканалов почти не представлена (на пять телеканалов это всего 28 новостей), между ними были обнаружены существенные отличия. Чаще при освещении такие телеканалы, как Euronews и «Россия 24», обращаются к событиям, происходящим за рубежом.

Интересно, что телеканал «Россия 24» намного реже рассказывает о том, что происходит в российской науке. В эфире телеканалов «Москва 24» и ОТР чаще появляются новости на научную тематику, касающиеся событий внутри страны. Тогда как телеканал «Мир» в равной степени акцентирует внимание и на внутренних, и на внешних событиях.

**Таблица 7. Контекст места события при освещении научной тематики**

Телеканал	Новость о внешних событиях	Новость о внутренних событиях
Россия 24 (N=6)	66,67%	33,33%
Москва 24 (N=5)	20%	80%
ОТР (N=11)	27,27%	72,73%
Мир (N=4)	50%	50%
Euronews (N=2)	100%	0 %

Контекст места событий при освещении различных тематик демонстрирует, что телеканалы в данном вопросе чаще ориентируются на целевую аудиторию или на свою «повестку». В виде исключения, нами были обнаружены две отличные контекстуализации. Так, в эфире телеканала «Россия 24» в рамках научной темы чаще рассказывается о внешних событиях, тогда как в рамках темы культуры телеканал «Мир» чуть больше рассказывает о событиях культурной жизни, касающихся России. Тем не менее, общее соотношение локальных контекстов достаточно однородно.

Более того, при сопоставлении тематик в эфире выбранных телеканалов не было выявлено превалирование какого-либо контекста. На данном этапе исследования не было обнаружено, что какой-то из новостных телеканалов в большей степени эксплуатировал какую-либо из тематик.

Тематический анализ показал, что телевизионные новости похожи по своему тематическому содержанию. Действительно, существуют некоторые отличия в освещении, например, коронавируса, но обнаружить это возможно при глубоком разборе новости. Можно предположить, что это может быть незаметно для зрителя при повседневном телесмотрении.

Резюмируем, что редакции выбранных нами телеканалов ориентируются на значимость одних и тех же социальных институтов (политика, экономика, социальные институты), и авторские коллективы телеканалов при создании новостей не отдают предпочтение той или иной сфере общественной жизни. Данные выводы позволяют нам перейти ко второй части эмпирического исследования, посвященной оценке возможностей конструирования достоверности посредством формы телевизионной новости.

### 2.3 Механизмы конструирования достоверности в телевизионных новостях<sup>184</sup>

В результате кодирования телевизионных новостей на наличие или отсутствие выделенных нами категорий (см. *Таблица 1*), мы получили несколько вариативных комбинаций. В дальнейшем мы будем анализировать данные комбинации, которые, в свою очередь, отражают отсутствие или наличие определенного признака.

При кодировании новостей использовался классификатор (см. *Таблица 1*), согласно которому «0» означал отсутствие признака, а «1» его наличие. Таким образом, мы получили *паттерны* — набор комбинаций из 9 цифр, содержащих нули и единицы. Паттерны представляют собой иллюстрацию механизмов конструирования достоверности с помощью возможных элементов формы телевизионной новости (а именно, изображение, текст, образ автора).

Напомним, что диссертационное исследование основывается на предположении, что достоверность конструируема на уровне текста с помощью таких категорий, как присутствие, эмпатия и авторская включенность. Паттерны обнаруживают эти категории.

Каждый телеканал отличается количеством полученных не повторяющихся паттернов. Так, при кодировании 1123 новостей телеканала «Россия 24» было обнаружено 137 уникальных паттернов.

При кодировании 1398 новостей телеканала «Москва 24» было выявлено 152 уникальных паттерна. Для ОТР — это 71 уникальный паттерн (всего 1178 новостей), «Мир» — 105 (всего 816 новостей), Euronews — 49 (всего 415 новостей).

---

<sup>184</sup> Прим.: параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Конкина К. М. Форма телевизионной новости как фактор достижения эффекта достоверности // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. №1. С. 206-217.

Отношение паттернов к количеству новостей демонстрирует большую творческую свободу при конструировании формы новостей телеканалами «Мир» (12,8% уникальных паттернов), «Россия 24» (12,2% уникальных паттернов). Тогда как у других каналов он меньше: у Euronews — 11,8%, у «Москва 24» — 10,8%, ОТР — 6% (см. Таблица 5).

**Таблица 8. Отношение выявленных не повторяющихся паттернов к количеству телевизионных новостей изученных телеканалов**

Телеканал	Количество телевизионных новостей (A)	Количество не повторяющихся паттернов (B)	Отношение паттернов к количеству новостей (B:A)
Россия 24	1123	137	0,121
Москва 24	1398	152	0,108
ОТР	1178	71	0,06
Мир	816	105	0,128
Euronews	415	49	0,118

Отношение выявленных паттернов к количеству телевизионных новостей демонстрирует, что чаще творчески подходят к конструированию новостей телеканалы «Мир», «Россия 24», Euronews и «Москва 24», так как в эфире данных телеканалов мы сможем обнаружить больше уникальных паттернов.

Значительно меньше, чем у других каналов, отношение выявленных паттернов к количеству новостей телеканала ОТР. Это можно интерпретировать, как большую «стандартизованность» новостей. В свою очередь, это может означать, что либо телеканал выработал общие для редакции правила и придерживается определенных форм, либо испытывает неуверенность в выражении творческой свободы.

В ходе анализа нами также было выделено десять наиболее часто встречающихся паттернов в эфире выбранных нами телевизионных каналов (см. Таблица 9).

**Таблица 9. Часто встречающиеся паттерны в эфире телеканалов**

Телеканал	Россия 24		Москва 24		ОТР		Мир		Euronews	
	Комбинация	Частота								
1	110000000	201	110000000	173	110000000	387	110000000	179	110110000	82
2	110100000	75	110110000	120	110110000	212	110100000	85	110000000	76
3	110110000	55	110100000	105	110100000	172	110110000	77	110100000	72
4	110001000	41	110001000	70	110010000	79	110010000	43	110010000	25
5	110000100	41	110010000	45	110001000	38	110111000	35	110111000	22
6	110100100	37	110101000	44	110101000	30	110101000	30	110000100	18
7	110010000	36	110100100	40	010000000	28	110001000	28	110110100	7
8	110101000	32	110000100	35	110111000	22	110100100	21	110100100	4
9	110111000	27	110001010	31	010000100	16	110000100	17	111000000	4
10	111110000	20	110101100	30	110000100	16	110000001	13	110111100	4

Цвета в таблице 9 отмечены паттерны, которые встречаются у четырех и более телеканалов<sup>185</sup>. Несмотря на разное количество новостей у выбранных телеканалов, часто редакции конструируют форму новостей по

<sup>185</sup> Прим.: Для удобства восприятия читателя при разборе паттернов автор сохраняет цветовые обозначения из таблицы 6.

некоторым общим принципам. Использование одинаковых паттернов говорит об общих схемах и механизмах построения сюжета.

Далее мы рассмотрим каждый из них подробно.

1. **1100000000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, отсутствие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте, отсутствие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора*).

Телеканалы чаще всего используют данный паттерн, который означает наличие категории присутствия на уровне изображения и присутствия на уровне текста. В таких материалах описано или упомянуто место произошедшего события, а также используется видеоряд, который его изображает.

Другие возможности построения достоверности в новостях не используются: новостной репортаж подается отстраненно, без авторской позиции, носит чисто информационный характер и лишен эмпатии. Данная схема была использована авторами редакции «Россия 24» 201 раз, «Москва 24» — 173, ОТР — 387, «Мир» — 179, Euronews — 76. Таким образом, данная схема представляет собой сущностную характеристику новостей. Новостные редакции часто используют подобные упрощенные паттерны построения формы, и они в большей мере наполняют эфир.

Приведем несколько примеров подобных телевизионных новостных репортажей. Так, в материале телеканала «Россия 24» о завершении капитального ремонта корпуса Боткинской больницы<sup>186</sup> показана сама больница, упомянута локация, но в кадре нет субъекта, кого бы мы могли

---

<sup>186</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CouB1SeK6sk> (дата обращения: 03.03.2021).

идентифицировать, как корреспондента, нет оценочных суждений или речевых акцентов при чтении новости ведущим.

Также отсутствуют аудиовизуальные средства выразительности или особые ракурсы. Еще одним примером может быть новость телеканала «Мир», которая посвящена открытию подстанции «Дюбенди» президентом Азербайджана<sup>187</sup>. Материал отражает упрощенную форму конструирования достоверности: в тексте указывается локация, используется соответствующий аудиовизуальный ряд, тогда как отсутствует автор и атрибуты авторского выражения, а также возможности аудиовизуальной выразительности.

Доминирование подобных материалов возможно объяснить несколькими факторами. Во-первых, жанр подобных материалов часто представляет собой короткую телевизионную новостную заметку. Во-вторых, данная форма не задействует большинство редакционных ресурсов и, возможно, ограничивает время производства материала: не нужно отправлять корреспондента на место события, ждать от него текст материала, редактировать его и т. д.

2. **110100000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте, отсутствие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора*).

Другой часто встречающийся паттерн означает проявление присутствия на уровне текста и изображения, а также использования яркого вызывающего эмпатию визуального ряда. Подобная схема встречалась в эфире телеканала «Россия 24» 75 раз, «Москвы 24» — 105, ОТР — 172, Мир — 82, Euronews — 72.

---

<sup>187</sup> URL: [https://www.youtube.com/watch?v=d5P-7R\\_uhEg](https://www.youtube.com/watch?v=d5P-7R_uhEg) (дата обращения: 03.03.2021).

Примером воплощения подобной формы может выступить новость телеканала Euronews о мигрантах, которые пытаются попасть в Великобританию<sup>188</sup>. В материале названа локация события (а именно, палаточный городок *на границе Великобритании*), и с помощью видеоряда место также продемонстрировано.

Изображение может вызвать сочувственный отклик зрителя: показаны дети мигрантов, которые находятся в городке, условия их жизни, их попытки пройти через заборы на границе. В то же время, в данном репортаже отсутствуют автор и его авторская оценка, текст озвучен отстраненно, и нет возможности определить, как автор относится к тому, о чем рассказывать новость.

Подобные формы построения новостей часто встречаются при конструировании материалов о катаклизмах. Например, в новости телеканала ОТР о сильнейшем шторме на Балканах<sup>189</sup> мы можем выделить эффекты присутствия на уровнях текста и картинки и эмпатию на уровне изображения (шторм, гром, буря и пр.). В то же время, шторм на Балканах не стал причиной смерти людей или фактором того, что они пострадали, поэтому мы не можем оценить текст, как эмпатичный.

3. **110110000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, наличие эмпатии в тексте, отсутствие эмпатии автора, отсутствие проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора*).

Еще один из часто встречающихся паттернов означает, что были обнаружены проявление присутствия и эмпатии на уровнях изображения и

<sup>188</sup> URL: [https://www.youtube.com/watch?v=FsdSHHo\\_MzM](https://www.youtube.com/watch?v=FsdSHHo_MzM) (дата обращения: 02.03.2022).

<sup>189</sup> URL: <https://otr-online.ru/news/novosti-06022020-0400-polnyu-vypusk-146095.html> (дата обращения: 02.03.2022).

текста. В подобных телевизионных новостях показано место события, в тексте есть его описание, также повествуется о некоторых «ужасающих» событиях (смерть, убийство, пандемия и т. д.), использован выразительный видеоряд.

Примером таких материалов являются некоторые новости в рамках темы коронавируса, так как в них часто используется яркая и впечатляющая «картинка» (люди в масках и респираторах, защитных костюмах, автомобили скорой помощи и т. д.), также идет речь о смертях и пострадавших.

В качестве примера подобной формы материала мы можем рассмотреть новостную заметку телеканала «Москва 24» о действиях по сдерживанию новой коронавирусной инфекции на территории Италии<sup>190</sup>. Так, при зачитывании текста ведущим не используется оценочная лексика, не передается собственное отношение к происходящему, текст зачитывается не эмоционально, спокойно. Кроме того, в телевизионной новости используется выразительный видеоряд (маски, скорая и т. д.), говорится о смертности.

Подобная схема построения формы телевизионных новостей встречается в эфире телеканала «Россия 24» 55 раз, «Москвы 24» — 120, ОТР — 212, «Мир» — 77, Euronews — 82.

4. Стоит отметить, что из десяти наиболее часто встречающихся схем построения формы телевизионной новости встречаются паттерны, которые используют возможности проявления авторства посредством изображения. Так, телеканалы часто используют возможности экранных средств выразительности (ракурсов, наплывов и т. д.). Пример такого паттерна — **110000100** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, отсутствие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте, отсутствие эмпатии автора, проявление авторской позиции при помощи*

<sup>190</sup> URL: <https://youtu.be/BUtWAZjav90> (дата обращения: 03.03.2021).

*экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора).*

Подобная схема встречается 41 раз в эфире телеканала «Россия 24», 35 раз в эфире телеканала «Москва 24», 18 раз в эфире телеканала Euronews, и 17 раз в эфире телеканала «Мир». Чуть реже в эфире телеканала «Россия 24» используется схема, где к данным категориям добавляется вызывающий эмпатию видеоряд — 37 раз. В эфире телеканала Euronews подобный паттерн использован 4 раза. Важно отметить, что экранные средства выразительности встречаются недостаточно часто, но в то же время, они могут быть обнаружены.

5. **110010000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, отсутствие эмпатии в изображении, наличие эмпатии в тексте, отсутствие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора*).

Часто у всех пяти телеканалов встречается такой паттерн, который обозначает проявление присутствия на уровне изображения и текста, а также эмпатии в тексте.

Паттерн означает, что демонстрируется место, где произошло событие, место также обозначено в тексте, и кроме того, в текст материала может вызвать эмоциональный отклик аудитории (например, новость рассказывает о насилии, катастрофах, смертности, эпидемиях и пр.) Такие паттерны встречаются в эфире телеканала «Россия 24» 36 раз, «Москвы 24» — 45, ОТР — 79, «Мир» — 43, Euronews — 25.

6. **110100100** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте,*

*отсутствие эмпатии автора, проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора).*

Часто у всех пяти телеканалов встречается такой паттерн, который означает наличие присутствия изображения, текста, а также проявление эмпатии и авторской включенности на уровне изображения. Это значит, что в материале показано место события, также оно упоминается в тексте. Изображаемое на экране может получить эмоциональный отклик зрителя (например, музыкальное сопровождение или средства визуальной выразительности, приемы монтажа (стоп-кадр, размытие фона).

Также изображаемое на экране выражает авторскую субъективную позицию и оценку (например, выделение объекта, ракурсы, укрупнение объекта). Паттерн был использован в эфире телеканала «Россия 24» 37 раз, «Москвы 24» — 40 раз, «Мира» — 21 раз, Euronews — 4 раз.

Теперь обратимся к паттернам, которые были обнаружены у четырех из пяти телеканалов, что говорит также о частом обращении к такому механизму построения формы телевизионных материалов.

7. **110111000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, наличие эмпатии в тексте, наличие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора).*

Данный паттерн встретился у телеканалов «Россия 24», «Москва 24», «Мир» и Euronews. Его можно дешифровать как проявление присутствия в изображении и тексте телевизионной новости, а также эмпатии в изображении, тексте и в авторской позиции.

Последнее означает, что эмоциональный отклик пытаются можно получить как с помощью изображаемого: автор расставляет соответствующие речевые акценты, а история посвящена устрашающей или трепетной ситуации. Паттерн был использован в эфире телеканала «Россия 24» 27 раз, ОТР — 22, «Мир» — 35, Euronews — 22.

8. **110101000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте, наличие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора*).

Часто этот паттерн использовался при построении сюжетов «России 24» (32 раза), «Москвы 24» (44 раза), ОТР (30 раз) и «Мира» (30 раз).

Паттерн означает, что обнаружено присутствие в тексте и изображении, эмпатия проявляется в изображении и при помощи автора. Иллюстрацией формы такой новости может быть материал телеканала «Москва 24» о том, что в России могут разрешить выкупать для питомцев соседнее кресло в самолетах<sup>191</sup>. Демонстрируются российские самолеты, животные на борту, в тексте указывается, что проект планируется в России. Речь ведущего достаточно акцентированная. Например, он подчеркивает, что «у пассажирки из Перми в Берлин потеряли собаку» и «под норму попадают немногие, даже коты!». В видеоряде подряд демонстрируются играющих, сидящих в клетках животных, что может также вызывать чувственный отклик у зрителя.

9. **110001000** (*расшифровка: наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, отсутствие корреспондента на месте события, отсутствие эмпатии в изображении, отсутствие эмпатии в тексте, наличие эмпатии автора, отсутствие проявления авторской*

<sup>191</sup> URL: [https://www.youtube.com/watch?v=8N1lpT4\\_9Ds](https://www.youtube.com/watch?v=8N1lpT4_9Ds) (дата обращения: 03.03.2021).

позиции при помощи экранно-изобразительных средств, отсутствие авторской позиции в тексте, отсутствие невербальной субъективности автора).

Последним общим из часто встречающихся паттернов у четырех каналов является тот, который означает проявление присутствия в изображении и тексте, а также эмпатии со стороны автора.

В эфире телеканала «Россия 24» он встречался 41 раз, «Москвы 24» — 70, ОТР— 38, «Мир» —28. Как правило, данный паттерн означает, что речь ведущего эмоционально окрашена, он расставляет акценты при чтении текста с сурфлера. В свою очередь, в эфире Euronews такие материалы не встречаются часто, что говорит о большей авторской отстраненности ведущего.

**Таблица 10. Процент материалов изученных телеканалов, созданных при помощи часто встречающихся паттернов**

Телеканал	Количество телевизионных новостей	Количество материалов, где использованы часто встречаемые паттерны	Процент материалов, созданных при помощи часто встречающихся паттернов (%)
Россия 24	1123	565	50,3
Москва 24	1398	693	49,57
ОТР	1178	1000	84,9
Мир	816	528	64,7
Euronews	415	314	75,6

Больше половины материалов всех изучаемых телеканалов были созданы при помощи часто встречающихся паттернов (см. *Таблица 7*). Чаще всего одни и те же паттерны использовали телеканалы ОТР (84,9%), Euronews (75,6%) и Мир (64,7%). Примерно половина материалов создана

при помощи «популярных» паттернов у «России 24» (50,3%) и «Москва 24» (49,57%).

Также нами были выделены редко встречающиеся в эфире выбранных телеканалов паттерны, а именно те, которые встречались только один раз. Так, в эфире телеканала «Россия 24» было найдено 40 таких «единичных» паттернов. В эфире телеканала «Москва 24» — это 51 паттерн. Для телеканала ОТР было обнаружено 29 паттернов, для «Мир» — 38 паттернов, для Euronews — это 21 только один раз используемый паттерн. Такие паттерны встречаются в эфире выбранных нами телеканалов очень редко (см. Таблица 11).

**Таблица 11. Отношение редко встречающихся паттернов к количеству телевизионных новостей изученных телеканалов**

Телеканал	Количество телевизионных новостей (A)	Количество редко встречающихся паттернов (B)	Отношение редко встречающихся паттернов к количеству новостей (B:A)
Россия 24	1123	40	0,035
Москва 24	1398	51	0,036
ОТР	1178	29	0,02
Мир	816	38	0,04
Euronews	415	21	0,05

Если рассчитать отношение «единичных» паттернов ко всем комбинациям, которые были обнаружены при кодировании телевизионных новостей, то результат демонстрирует, что телеканалы часто не повторяют механизмы построения материалов. Количество паттернов, которые используются телеканалом только один раз, может достигать 30-40% от количества обнаруженных паттернов. Так, большое количество «единичных»

комбинаций обнаружено у каналов Euronews, ОТР, «Мир», «Москва 24» (см. *Таблица 12*).

**Таблица 12. Отношение редких паттернов ко всем обнаруженным паттернам**

Телеканал	Количество паттернов	Встречающиеся только один раз паттерны	Процент (%)
Россия 24	137	40	29
Москва 24	154	51	33,1
ОТР	71	29	40,8
Мир	105	38	36,1
Euronews	49	21	42,8

Можно отметить, что телеканалы избегают использование одних и тех же паттернов. Было обнаружено 7 общих «единичных» паттернов, которые использовались при построении сюжетов телеканалов только один раз (см. *Таблица 13*).

Телеканалы «Россия 24», «Москва 24», ОТР, «Мир» и Euronews редко используют паттерн, где выражены такие категории, как присутствие в изображении и эмпатия автора. Часто в эфире телеканалов используются такие паттерны, где эмпатия автора «сопровождается» проявлением эмпатии или на уровне изображения, или в тексте. Можно сделать вывод, что корреспонденты (или ведущие) чаще применяют речевые акценты в случае, если они оправданы темой материала или видеорядом.

Таблица 13. Редко используемые телеканалами паттерны

№	«Единичные» паттерны	Расшифровка
1	100001000	Наличие присутствия в изображении, наличие эмпатии автора. Другие категории не обнаружены.
2	111010000	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в тексте. Другие категории не обнаружены.
3	110110010	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие эмпатии в изображении, наличие эмпатии в тексте, наличие авторской позиции в тексте. Другие категории не обнаружены.
4	110010010	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие эмпатии в тексте, наличие авторской позиции в тексте. Другие категории не обнаружены.
5	111011010	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в тексте, наличие эмпатии автора, наличие авторской позиции в тексте. Другие категории не обнаружены.
6	111110100	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие корреспондента на месте события, наличие эмпатии в изображении, наличие эмпатии в тексте, проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств. Другие категории не обнаружены.
7	110100110	Наличие присутствия в изображении, наличие присутствия в тексте, наличие эмпатии в изображении, проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств, наличие авторской позиции в тексте. Другие категории не обнаружены.

Важно отметить, что редко используются такие паттерны, где выражена авторская позиция в тексте. Анализ эфира выбранных нами телеканалов демонстрирует, что редко встречаются такие паттерны, где проявляется эмпатия в изображении или эмпатия в тексте, а также редко на уровне изображения используются выразительные средства для определения уникального авторского отношения. Это говорит о том, что телеканалы намеренно избегают в информационных выпусках субъективности авторской позиции, даже когда она может быть «подкреплена» другими категориями.

В то же время, редко встречаются паттерны, где выявлены присутствие на уровнях изображения, текста, корреспондент находится на месте событий, подкреплено все выразительным и раскрывающим позицию автора видеорядом, а также рассказом о тревожных событиях.

Редкость использования таких паттернов может быть интерпретирована нами, как намеренное снижение участия корреспондентов в подобного рода «тяжелых» историях. Как демонстрирует анализ содержания новостей, а именно, их тематической «повестки» и контекстов (см. *Параграф 2.1*), в эфире телеканалов не часто рассказывается о происшествиях. Мы можем объяснить и факт того, что корреспондент часто отсутствует во время освещения подобных событий.

Редко встречаются такие паттерны, которые содержат в себе выражение авторской позиции в тексте. Можно заключить, что телевизионные редакции намеренно избегают субъективности корреспондентов и ведущих, поэтому такие паттерны встречаются редко у всех телеканалов.

Стоит подчеркнуть, что даже небольшой процент обнаруженных паттернов в общем объеме телевизионных материалов (от 6 до 13%), демонстрирует возможности конструирования достоверности в телевизионных новостях (см. *Таблица 8*). Несмотря на то, что примерно 1/3 часть паттернов составляют те, которые встречаются только один раз (см. *Таблица 13*), их наличие говорит об уникальных возможностях для автора конструировать достоверность в телевизионных новостях. Безусловно, это может говорить о творческой свободе автора в формировании новостных материалов.

Следующий параграф диссертационного исследования фокусируется на возможностях творческой свободы автора при конструировании достоверности при помощи формы телевизионных новостей - чему посвящен более детальный анализ.

#### **2.4 Авторская свобода при конструировании достоверности**

Следующий этап анализа использования паттернов выбранных нами телеканалов ставил перед собой задачу рассмотреть возможные корреляции между ними. С помощью корреляционных связей мы хотели доказать возможность свободного использования механизмов конструирования достоверности, иллюстрацией которых, собственно, и являются паттерны.

Необходимость данного этапа имеет под собой основания. Например, в паттернах часто обнаруживается такая «связка», как проявление присутствия на уровне изображения и на уровне текста. Это, в свою очередь, может свидетельствовать о том, что, если в телевизионной новости в тексте обозначено место происходящего, то будет показано и место, где произошло событие. Если корреляция между проявлением категорий доказана, то это будет означать, что выделенные нами категории достоверности в большей степени зависят не от воли автора, а от механизмов создания телевизионных новостей.

Таким образом, нами были поставлены следующие исследовательские вопросы:

1. Возможно ли, что выделенные нами элементы формы телевизионных новостей могут быть взаимосвязаны друг с другом?

2. Тогда как проявление выделенных нами категорий достоверности может означать отсутствие авторской творческой свободы при создании новостей?

В этой связи, нами были рассмотрены корреляционные связи внутри паттернов. А именно, составлены корреляционные матрицы, в которых было представлены *взаимосвязи между наличием единиц в категории* (см. *Таблица 14, 15, 16, 17, 18*). Таблицы демонстрируют, есть ли связь между проявлением признака на разных уровнях телевизионной новости (изображение, текст, образ автора).

В качестве интерпретации коэффициента корреляций мы будем использовать шкалу Пирсона со следующими значениями: 1) от 0,75 до 1,00 — сильный уровень связи; 2) от 0,5 до 0,74 — высокий; 3) от 0,25 до 0,49 — средний; 4) от 0,00 до 0,24 — слабый. Данная шкала была выбрана нами по причине того, что она применима к исходным данным, представляющими собой бинарные величины (в данном случае, это «0» и «1» — отсутствие или наличие признака).

Теперь более подробно рассмотрим таблицы корреляций для каждого из телеканалов. Всего было проанализировано пять корреляционных таблиц (см. Таблицы 14, 15, 16, 17, 18).

**Таблица 14. Корреляции между проявлением категорий достоверности в полученных паттернах после кодирования новостей телеканала "Россия 24".**

	<i>Присутствие в изображении</i>	<i>Присутствие в тексте</i>	<i>Присутствие автора на месте события</i>	<i>Эмпатия в изображении</i>	<i>Эмпатия в тексте</i>	<i>Эмпатия автора</i>	<i>Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств</i>	<i>Проявление авторской позиции в тексте</i>	<i>Невербальная субъективность автора</i>
Присутствие в изображении									
Присутствие в тексте	0,39								
Присутствие автора на месте события	0,11	0,03							
Эмпатия в изображении	0,20	0,07	0,18						
Эмпатия в тексте	-0,07	0,06	0,08	0,23					
Эмпатия автора	0,15	0,13	0,11	0,18	0,01				
Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	0,05	0,10	0,10	0,12	-0,01	0,19			
Проявление авторской позиции в тексте	0,08	0,00	0,17	0,09	-0,04	0,26	0,22		
Невербальная субъективность автора	0,08	0,04	0,29	0,03	-0,11	0,26	0,13	0,29	

Значения корреляции: 1) **красный** — от 0,75 до 1,00, сильный; 2) **оранжевый** — от 0,5 до 0,74 высокий; 3) **зеленый** — от 0,25 до 0,49, средний; 4) **черный** — от 0,00 до 0,24 слабый.

Таблица корреляций для телеканала «Россия 24» обнаруживает средние корреляции проявления присутствия на уровне тексте к присутствию в изображении (см. *Таблица 14*). Иначе, телеканалы с частой вероятностью будут описывать место и время события в случае, если есть его изображение на экране. Тем не менее, это не означает, что демонстрация места события обязательно предполагает, что оно будет названо в тексте. И наоборот, так как корреляционная связь между проявлением категорий средняя.

Также средние корреляции обнаружены между проявлением авторского мнения и его эмпатии: в случае, если автор выражает собственную оценку новости, скорее, он будет использовать интонационные средства выразительности. Более того, если автор присутствует на месте события, он будет невербально оценивать происходящее (больше жестикулировать, улыбаться, хмуриться и т. д.).

Невербальная демонстрация отношения к происходящему в равной мере будет средне влиять на выражение авторского мнения в тексте.

От того, испытывает ли автор в телевизионной новости эмпатию к происходящему, в равной степени зависит и проявление других категорий достоверности. Стоит отметить, что не обнаружены и примеры высоких корреляций (значения от 0,5 до 0,75).

В корреляционных матрицах обнаруживаются чаще слабые и средние значения. Безусловно, их анализ тоже необходим, так как независимо от величины и силы коэффициента, он демонстрирует возможность взаимосвязи параметров.

Корреляции проявления категорий достоверности в телевизионных новостях «Москвы 24» демонстрирует, что присутствие в тексте средне взаимосвязано с присутствием в изображении (см. *Таблица 15*). Сила коэффициента представлено в таблице величиной 0,35.

Таблица 15. Корреляции между проявлением категорий достоверности в полученных паттернах после кодирования новостей телеканала "Москва 24".

	Присутствие в изображении	Присутствие в тексте	Присутствие автора на месте события	Эмпатия в изображении	Эмпатия в тексте	Эмпатия автора	позиции при помощи экранно-изобразительных средств	Проявление авторской позиции в тексте	Невербальная субъективность автора
Присутствие в изображении									
Присутствие в тексте	0,35								
Присутствие автора на месте события	0,12	0,06							
Эмпатия в изображении	0,27	0,11	0,07						
Эмпатия в тексте	0,12	0,13	0,06	0,21					
Эмпатия автора	0,06	0,03	0,11	0,03	-0,18				
Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	0,06	0,06	0,09	0,01	-0,12	0,13			
Проявление авторской позиции в тексте	0,03	0,03	0,18	0,02	-0,11	0,24	0,07		
Невербальная субъективность автора	0,01	0,08	0,32	0,02	-0,17	0,22	0,02	0,22	

Значения корреляции: 1) **красный** — от 0,75 до 1,00, сильный; 2) **оранжевый** — от 0,5 до 0,74 высокий; 3) **зеленый** — от 0,25 до 0,49, средний; 4) **черный** — от 0,00 до 0,24 слабый.

Проявление присутствия в изображении имеет средние связи с проявлением эмпатии в изображении. Значение корреляции между проявлением данных категорий — 0,27.

Так же, как и для канала «Россия 24», выявлена средняя корреляционная связь между невербальной субъективностью автора и его присутствием на месте событий (сила коэффициента 0,32). Это говорит о том, что есть некоторые взаимосвязи между тем, находится ли корреспондент телеканала «Москва 24» на месте событий и проявляет ли он собственную позицию посредством жестов, мимики и др. Это не означает, что все корреспонденты телеканала будут эмоциональны в жестикуляции и мимике,

но в некоторых случаях данные факты взаимосвязаны между собой.

Средних корреляционных связей при анализе паттернов телеканала «Москва 24» обнаружено меньше, чем при анализе паттернов телеканала «Россия 24» (3 и 5, соответственно).

**Таблица 16. Корреляции между проявлением категорий достоверности в полученных паттернах после кодирования новостей телеканала ОТР.**

	Присутствие в изображении	Присутствие в тексте	Присутствие автора на месте события	Эмпатия в изображении	Эмпатия в тексте	Эмпатия автора	Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	Проявление авторской позиции в тексте	Невербальная субъективность автора
Присутствие в изображении									
Присутствие в тексте	0,34								
Присутствие автора на месте события	0,05	0,01							
Эмпатия в изображении	0,13	0,08	0,03						
Эмпатия в тексте	0,02	0,01	0,07	0,37					
Эмпатия автора	0,05	0,02	0,19	0,04	0,07				
Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	0,25	0,04	0,06	0,01	0,01	0,01			
Проявление авторской позиции в тексте	0,01	0,02	0,03	0,05	0,05	0,10	0,14		
Невербальная субъективность автора	0,04	0,02	0,16	0,01	0,04	0,19	0,01	0,07	

Значения корреляции: 1) **красный** — от 0,75 до 1,00, сильный; 2) **оранжевый** — от 0,5 до 0,74 высокий; 3) **зеленый** — от 0,25 до 0,49, средний; 4) **черный** — от 0,00 до 0,24 слабый.

Другие величины коэффициентов, представленные в корреляционной матрице при анализе паттернов телеканала «Москва 24», имеют слабые значения. Это означает, что между ними есть некоторые взаимосвязи, но они не имеют закономерности в проявлении тех или иных категорий достоверности.

Возможно обозначить некоторые различия при рассмотрении корреляционных связей между проявлением категорий достоверности на примере телеканала ОТР (см. *Таблица 16*).

Нами была обнаружена средняя взаимосвязь проявлением присутствия в тексте и присутствия в изображении (сила коэффициента 0,34). Кроме того, была найдена средняя взаимосвязь между проявлением эмпатии в тексте и проявлением эмпатии в изображении (значение коэффициента 0,37).

Стоит отметить, что при анализе паттернов «России 24» и «Москвы 24» такой средней корреляции обнаружено не было. Данная корреляция может свидетельствовать о том, что если в эфире телеканала ОТР новость повествует о вызывающих эмоциональный отклик событиях, то, скорее всего, она «подкрепляется» соответствующим видеорядом.

Тем не менее, это средняя корреляционная связь не предполагает закономерности между проявлением этих категорий, а лишь говорит о возможности встретить эту «связку» категорий в паттерне чаще, чем другие.

Подчеркнем, что средних корреляционных связей на примере телеканала ОТР обнаружено меньше, чем при анализе телеканалов «Россия 24» и «Москва 24». Так, при анализе телеканала ОТР было обнаружено только две средних корреляционных связи. Другие корреляционные связи, представленные в матрице, свидетельствуют о слабой взаимосвязи между проявлением категорий достоверности в паттерне.

Таблица 17. Корреляции между проявлением категорий достоверности в полученных паттернах после кодирования новостей телеканала «Мир».

	Присутствие в изображении	Присутствие в тексте	Присутствие автора на месте события	Эмпатия в изображении	Эмпатия в тексте	Эмпатия автора	позиции при помощи экранно-изобразительных средств	Проявление авторской позиции в тексте	Невербальная субъективность автора
Присутствие в изображении									
Присутствие в тексте	0,33								
Присутствие автора на месте события	0,06	0,03							
Эмпатия в изображении	0,09	0,04	0,04						
Эмпатия в тексте	0,04	0,01	0,02	0,27					
Эмпатия автора	0,04	0,01	0,24	0,14	0,01				
Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	0,09	0,00	0,11	0,10	0,07	0,15			
Проявление авторской позиции в тексте	0,04	0,02	0,16	0,13	0,05	0,16	0,13		
Невербальная субъективность автора	0,01	0,01	0,36	0,00	0,13	0,15	0,13	0,10	

Значения корреляции: 1) **красный** — от 0,75 до 1,00, сильный; 2) **оранжевый** — от 0,5 до 0,74 высокий; 3) **зеленый** — от 0,25 до 0,49, средний; 4) **черный** — от 0,00 до 0,24 слабый.

Корреляционный анализ проявления категорий достоверности в паттернах, полученных из новостей телеканала «Мир», так же демонстрирует отсутствия «сильных» и «высоких» взаимосвязей (см. Таблица 17). «Красным» отмечены только корреляции между проявлением категории к самой себе. «Оранжевым» цветом не выделена ни одна взаимосвязь.

Тем не менее, были обнаружены три примера средних корреляционных связей. Например, средняя взаимосвязь так же, как и на анализе других телеканалов, была найдена между проявлением присутствия в тексте и присутствия в изображении (сила коэффициента 0,33).

Средняя корреляционная связь также выявлена между проявлением

эмпатии в тексте и эмпатии на уровне изображения (значение 0,27). Среднюю силу имеет коэффициент взаимосвязи между проявлением невербальной субъективности автора и его присутствием.

**Таблица 18. Корреляции между проявлением категорий достоверности в полученных из новостей паттернах телеканала Euronews.**

	Присутствие в изображении	Присутствие в тексте	Присутствие автора на месте события	Эмпатия в изображении	Эмпатия в тексте	Эмпатия автора	Позиция при помощи экранно-изобразительных средств	Проявление авторской позиции в тексте	Невербальная субъективность автора
Присутствие в изображении									
Присутствие в тексте	0,49								
Присутствие автора на месте события	0,03	0,03							
Эмпатия в изображении	0,02	0,02	-						
Эмпатия в тексте	0,02	0,02	0,02	0,28					
Эмпатия автора	0,12	0,12	0,09	0,04	0,08				
Проявление авторской позиции при помощи экранно-изобразительных средств	0,08	0,02	0,07	0,11	-0,06	0,05			
Проявление авторской позиции в тексте	0,06	0,03	0,09	0,04	-0,08	0,15	0,16		
Невербальная субъективность автора	0,01	0,01	0,26	0,06	-0,03	0,12	0,04	0,08	

Значения корреляции: 1) **красный** — от 0,75 до 1,00, сильный; 2) **оранжевый** — от 0,5 до 0,74 высокий; 3) **зеленый** — от 0,25 до 0,49, средний; 4) **черный** — от 0,00 до 0,24 слабый.

Эти взаимосвязи так же, как и у других телеканалов, не означают выявления некоторых закономерностей, но все же демонстрируют наибольшую возможность встретить эти «связки» в паттернах телеканала «Мир». Стоит отметить, что остальные корреляционные связи так же, как и у других телеканалов, являются слабыми.

Корреляционная матрица анализа паттернов телеканала Euronews демонстрирует проявление только средних и слабых взаимосвязей

(см. *Таблицу 18*). Среднюю силу коэффициента возможно обнаружить только в двух случаях. Во-первых, среднюю корреляционную связь между собой проявляют эмпатия в тексте и эмпатия в изображении (значение коэффициента 0,28). Это так же не означает закономерность, но говорит о возможности частой «связки» проявления эмпатии на уровнях текста и изображения в новостных материалах телеканала Euronews.

Во-вторых, среднюю корреляционную связь можно обнаружить между проявлением авторской позиции при помощи невербальных методов и присутствием автора. Сила коэффициента корреляции между ними составляет 0,26. Остальные корреляционные связи в случае телеканала Euronews являются слабыми.

Корреляционные матрицы демонстрируют, что в случае всех телеканалов не обнаружены сильные и высокие корреляционные связи между проявлением категории достоверности. То есть, построение паттернов является достаточно свободным, тогда как элементы слабо или средне зависят друг от друга.

Несмотря на то, что обнаружены средние корреляционные связи между проявлением, например, присутствия в изображении и в тексте, эмпатией в изображении и в тексте, а также присутствием автора и его невербальным выражением отношения к происходящему, использование элементов независимо и каждая из редакций может их использовать по-своему.

Мы можем утверждать, что использование одних категорий достаточно независимо от использования других. Так, большинство связей имеют среднюю или слабую корреляцию. Следовательно, использование выделенных нами категорий достоверности (присутствия, эмпатии, авторская включенность) достаточно независимо друг от друга. Поэтому мы можем утверждать, что телевизионные редакции самостоятельны в решении, какие бы из элементов формального содержания они не использовали.

Более того, различное соотношение средних корреляционных связей в разных матрицах может быть обусловлено отсутствием общих механизмов конструирования достоверности. Например, если у телеканалов Euronews и ОТР обнаружено только две средние корреляционные связи, то у телеканала «Россия 24» их всего пять.

Можно сделать вывод, что у каждого телеканала есть собственный механизм и «правила» построения паттернов. Это иллюстрирует средние корреляционные связи, которые, с одной стороны, не означают закономерность обязательного использования «связки» некоторые категории, а, с другой стороны, предполагают большую частоту обнаружения таких «связок».

В данном параграфе диссертационной работы нами было продемонстрировано существование некоторых категорий достоверности, которые возможно использовать при создании формы новости, а именно, обнаружить на уровне текста с помощью его кодирования в виде двоичной системы (нулей и единиц).

Кроме того, эти «коды» независимы в своем выражении, то есть, автор обладает свободой их применения при конструировании достоверности при помощи формы новостей.

### **Выводы**

Вторая глава данного исследования посвящена механизмам конструирования достоверности. В первом параграфе главы были введены категории анализа, а также представлена концептуальная модель исследования.

Эмпирическое исследование можно условно разделить на две части:

- 1) анализ тематики и контекстов новостей, необходимый для обоснования положения, что содержание современных телевизионных новостей в большей степени зависит от новостного дискурса или повестки, поэтому новости на разных каналах рассказывают об одних и тех же событиях;
- 2) анализ возможностей реализации категорий достоверности с помощью формы телевизионных новостей. Выбранная методология была продиктована исследовательскими целями и задачами.

Анализ содержания телевизионных новостей был необходим для понимания однородности новостного массива, который был выбран нами в рамках данного исследования.

Во-первых, исследование показало, что дальнейший анализ и кодирование новостей возможно, несмотря на количественную неравнозначность массива новостей каждого из выбранных телеканалов. В качественном выражении, а именно - в структуре повесток или в коммуникационном содержании, телеканалы равнозначны друг другу.

Во-вторых, результаты первого этапа исследования смогли подтвердить одно из положений, выносимых на защиту, а именно: коммуникационное содержание в большей мере зависимо от повестки или новостного дискурса и менее подвержено возможностям конструирования. Содержание новостей часто одинаково, несмотря на возможности тематической надстройки или интертекстуальности новостей.

При анализе возможностей тематической рубрикации коронавируса за выбранный нами период было доказано, что телеканалы используют схожие контексты, а также близкое их соотношение в рамках новостной повестки. Часто встречающимися контекстами освещения коронавируса стали повседневность, политика и экономика, тогда как другие контексты встречались реже.

Также были рассмотрены возможности контекстуализации других часто встречающихся среди каналов тем — политики и новостей, посвященных повседневности или социальной жизни.

Нами был исследован контекст места событий при освещении данных тематик: 1) внутренние новости (связанные с локальной жизнью, со страной или регионом); 2) глобальные или «внешние» (то, что происходит за границей, не связано с повседневной жизнью аудитории того или иного телеканала).

Результаты демонстрируют, что контексты места зависят как от функционального значения канала, а именно, от представлений журналистских редакций о своей потенциальной аудитории, так и от редакционной повестки. Нет оснований полагать, что телеканалы используют в новостных материалах особые контексты с целью передать определенные суждения аудитории или создать определенное отношение к чему-либо. Напротив, анализ подтвердил, что новостные редакции, как правило, следуют за новостным дискурсом, так как тематика новостей схожа, поэтому содержание новостей однородно.

Вторая часть исследования была посвящена анализу категорий достоверности и возможности их конструирования с помощью формы телевизионной новости. После того, как были определены категории анализа эмпирического исследования и составлен кодификатор (*см. Приложение 11*), было осуществлено кодирование текста в комбинацию цифр. Согласно кодированию, «0» означал отсутствие выделенного нами признака, а «1» — его наличие.

После кодирования нами было получено множество вариативных комбинаций. Стоит отметить, что само по себе существование многообразия паттернов говорит о том, насколько не ограничены возможности конструирования достоверности с помощью формы.

На данном этапе эмпирического исследования была обнаружена тенденция стандартизации телевизионных новостей. Телевизионные редакции чаще всего используют «простые» паттерны построения формы новостей. Редко в новостях обнаруживается эмпатия или авторская включенность.

Несмотря на возможности и вариативность построения паттернов, телеканалы чаще пользуются «стандартными» схемами. Это может быть связано со стремлением к объективности, которая основывается на исключении авторского мнения в журналистике. Однако, телеканалы таким образом теряют собственную исключительность, так как их формы «стандартны», а содержание подчинено общей информационной повестке.

Хотя телевидение обладает уникальным потенциалом документальности, чаще новостными телеканалами используется тот паттерн, где категории достоверности обнаруживаются только в тексте и изображении. Автор в телевизионных новостях часто нивелирован, лишен эмоциональности. Текст обезличен и не предполагает никакого выражения авторской позиции.

Редко обнаруживается такая категория, как авторская включенность, так же, как и сам образ автора. Так, телеканал «Россия 24» 20 раз использует паттерн, который обозначает присутствие корреспондента на месте событий, а также присутствие на уровнях изображения, текста и эмпатию на уровнях изображения и текста. В то же время, телеканал Euronews только 4 раза использует паттерн, который означает выражения категории присутствия на уровнях изображения, текста и автора.

Среди часто встречающихся паттернов в эфире телеканала «Москва 24» — тот, где выражена эмпатия автора (речевые акценты, интонирование и т.д.); она была использована 44 раза. В то же время, этот паттерн не предполагает присутствие корреспондента на месте событий, а эмпатия часто проявляется только как экспрессия ведущих эфира.

Во всех десяти наиболее часто встречающихся паттернов отсутствует образ автора. Образ автора на месте событий в телевизионных новостях достаточно редко используется для достижения достоверности. Несмотря на многообразие использования паттернов, чаще используются упрощенные и лишённые авторского начала. Даже если автор находится на месте событий, нет выражения его авторской позиции: автор не эмоционален, не даёт оценок, редко делает выразительные речевые акценты. Это говорит о некоторой попытке нивелировать авторскую позицию в подобных материалах.

Пример такого материала — новость телеканала «Россия 24» о заседании клуба «Валдай»<sup>192</sup>. Несмотря на то, что корреспондент находится на месте события, он не даёт его оценки (например, «хорошо», «плохо», «интересно», «мне нравится» и т. д.). Корреспондент лишен эмоций, отсутствуют невербальные знаки или жестикуляция.

Тенденция заключается в частом использовании «простых» паттернов и отсутствии автора. Более того, встречаются «нулевые» паттерны — это такие материалы, когда ведущий устно озвучивает в студии новость, но отсутствует видеоряд, только фотографии или графика.

В эфире телеканала ОТР такой паттерн был обнаружен 11 раз, «Россия 24» — 10 раз, «Москва 24» — 5 раз, «Мир» — 2 раза, Euronews — один раз. Это может быть связано с необходимостью быстрого освещения новости в эфире, несмотря на отсутствие видеоряда и дополнительных данных о том, где произошло событие и при каких обстоятельствах.

Несмотря на уникальные возможности достижения достоверности посредством формы телевизионной новости, часто они игнорируются телевизионными редакциями. Причиной этого может быть также ориентация редакций на срочную передачу информации в эфире и ограниченность ресурсов.

---

<sup>192</sup> URL: <https://youtu.be/kstscSzyz04> (дата обращения: 03.03.2021).

Тем не менее, вариативность использования паттернов разными телеканалами и неограниченность возможностей их создания позволяет нам предполагать, что форма новостей обладает большим потенциалом в возможностях конструирования достоверности, чем коммуникационное содержание. Все же вариации паттернов достаточно разнообразны, что позволяет думать о том, что редакционные коллективы намеренно игнорируют все возможности достижения достоверности с помощью формы.

Причинами могут выступать несколько факторов. Во-первых, специфика современного новостного дискурса ограничивает время жизни новостей, поэтому телеканалы выдают в эфир новости срочно. Редакционный коллектив не использует все возможности достижения достоверности в форме материалов, так как этот процесс может занять большее время, а также задействовать больше ресурсов.

Например, телеканалы предпочитают выдавать в эфир новость в виде новостных заметок или выступления, редко снимают репортажи с участием корреспондента на месте съемок. Во-вторых, телевизионные каналы часто обезличивают информацию, ограничивают возможности проявления авторской эмпатии или субъективности в том числе во время зачитывания новости ведущим. Эта тенденция говорит об обезличенности автора, обратной стороне представлений телевизионных коллективов о том, что собой представляет объективная информация.

Подобные представления диктуют невозможность автора выразить собственное мнение, давать оценку ситуации и даже выделять интонационно определенные фразы и слова при озвучивании текста. Результаты подтверждают: тексты новостных репортажей чаще представляют собой сухое перечисление фактов или описание событий. Также достаточно редко авторы проявляют свою эмоциональность с помощью жестикуляции и мимики.

Кроме того, независимо от редакции, телевизионные новости зачастую представляют собой не «устрашающие» истории и яркий визуальный ряд, а сухие информационные сообщения. Эти тенденции выявляются при анализе отличающихся по своему функциональному значению телеканалов, что говорит о том, что этот процесс характерен для телевизионных новостей в целом.

Также нами был проведен корреляционный анализ для того, чтобы доказать авторскую свободу при работе с категориями достоверности. Он обнаруживает независимость телевизионных редакций в выборе использовать или не использовать те или иные возможности достижения достоверности.

Корреляционные таблицы обнаружили только средние и слабые корреляционные связи между проявлением присутствия в тексте и в изображении, эмпатии в изображении и тексте, а также между присутствием корреспондента на месте событий и его невербальной жестикуляцией.

Подчеркнем, что корреляции между проявлением категорий подтверждают возможность кодирования телевизионных новостей в паттерны, так как обнаруживает независимость выражения «кодов» и отсутствие связи между ними. Можно сделать вывод, что телеканалы достаточно независимы в выражении элементов в тех или иных категориях.

## **Заключение**

Диссертационное исследование направлено на изучение новостной достоверности и возможностей ее конструирования в телевизионных материалах. Методологические рамки исследования определены теорией социального конструктивизма. Диссертация основывается на предположении, что конструирование достоверности новостного материала возможно не только с помощью содержания новости, но и с помощью формы.

Были определены следующие задачи исследования: выявить сходства и различия в создаваемой тематической повестке и использованных тематических контекстах новостей крупных телеканалов, стимулирующих необходимость в использовании специальных механизмов достижения достоверности; определить ключевые варианты соотношения формальных элементов создания телевизионного новостного материала и категорий проявления достоверности в новостях, формирующие базовые подходы (паттерны) к достижению достоверности в телевизионном эфире; проследить корреляционные связи между использованными формальными элементами и категориями достоверности в новостях, позволяющие судить о возможной форматной предзаданности или, напротив, допустимой авторской свободе при конструировании телевизионных новостей.

Для решения поставленных задач было необходимо разработать методологию и методику эмпирического исследования. Мы столкнулись с необходимостью уточнения определений «новость» и «телевизионная новость», что обосновано, во-первых, трансформациями новостного дискурса, и во-вторых, качественными изменениями как структуры (физическое воплощение новости, конвергенция жанров), так и функций современных новостей (см. *Параграф 1.1, 1.2*).

Проблематика трансформации современного медиадискурса является основанием для различения в данной работе содержания и формы

телевизионных новостей. В качестве результата трансформации медиадискурса мы можем наблюдать феномен рекурсивности новостей, непрерывности и многообразия новостных материалов. Новостной дискурс, в свою очередь, представляет собой постоянно обновляемую децентрализованную систему. Содержание новостей часто одинаково, тогда как новости на разных источниках могут отличаться друг от друга комментариями разных экспертов, контекстами или своей формой. Более явными, таким образом, могут быть различия формы новостей.

Предметом изучения данного исследования стали комбинации механизмов создания достоверности телевизионных новостей, проявляющиеся на этапе создания текста. В диссертационной работе мы исходим из предположения, что не только содержание, но и форма влияет на восприятие достоверности новостного материала. Таким образом, достоверность может конструироваться на этапе производства контента с помощью формы. Достоверность формируется авторами с помощью определенных механизмов, которые, согласно ожиданиям, могут обеспечить правдоподобность новости и ее дальнейшего декодирования для аудитории в качестве достоверной. В частности, возможны большие и разнообразные инварианты конструкций достоверности с помощью формы.

Эмпирическая часть исследования ограничивается авторскими допущениями, что среди рассматриваемых нами новостей нет намеренного или случайного искажения действительности в коммуникационном содержании. Теоретической и практической необходимостью обусловлено определение элементов, с помощью которых на уровне формы возможно достичь большую достоверность новостного материала. Согласно методологии, исследование было разделено на три этапа.

*На первом этапе* было рассмотрено содержание выбранных нами телевизионных новостей пяти телеканалов. Данный анализ был необходим для определения однородности содержания рассматриваемых телевизионных

новостей и надежности проведения дальнейшего исследования. *На втором этапе* был произведен анализ механизмов конструирования с помощью формы новостей. *На третьем этапе* нами были рассмотрены возможные корреляционные связи между формальными элементами и категориями достоверности. Этот анализ был необходим для подтверждения авторской свободы при конструировании достоверности новостей с помощью формы.

Первая часть эмпирического исследования основывается на идее тематической и контекстуальной однородности новостей. Близость содержания выбранных нами телевизионных новостей может быть установлена в случае, если не обнаружено доминирование определенных контекстов, а тематическая повестка однородна. Например, под контекстуализацией мы можем понимать политизацию новостей. Содержание может быть отличным при сопоставлении освещаемых тематик, а также при сопоставлении дополнительных контекстов, в которые помещена телевизионная новость.

Результатом данного этапа исследования стал ряд выводов. Первый вывод на основании результатов — содержание новостей продиктовано событийным нарративом, оно слабо корректируется и конструируется журналистскими редакциями. Второй вывод — содержание рассмотренных телевизионных новостей достаточно однородно с точки зрения тематической повестки, тогда как контексты освещения тем зависят в большей мере от функционального значения телеканала.

Можно также заключить, что так как содержание новостей достаточно однородно, следовательно, в большей мере зависимо от существующего новостного дискурса, возможности достижения эффектов достоверности могут реализовываться на формальном уровне.

На втором этапе исследования были проанализированы механизмы конструирования достоверности с помощью формы новостей у выбранных нами телеканалов. В основе исследования была нормативная модель

взаимосвязи между наличием элементов новостного сообщения и категории достоверности.

Были выделены единицы анализа: 1) изображение; 2) текст; 3) образ автора. Также были выделены следующие категории анализа: 1) присутствие; 2) эмпатия; 3) авторская включенность. Телевизионные новости были кодированы в виде комбинаций, на основании наличия или отсутствия выделенных нами единиц на уровне категорий. Как следствие, нами были получены вариации комбинаций — паттерны. В дальнейшем был произведен анализ выявленных нами паттернов.

Результаты исследования демонстрируют, что возможности конструирования достоверности с помощью формы новостей вариативны. Количество выявленных уникальных паттернов у каждого из телеканалов демонстрирует, что он мало зависим от количества материалов. Отношение выявленных паттернов к количеству новостей показывает, что у телеканалов, где количество телевизионных новостей меньше, чем у других, может использоваться большее разнообразие комбинаций. Например, у телеканалов «Мир» и Euronews было обнаружено больше паттернов, чем у телеканала «Москва 24» (см. *Параграф 2.2*).

Также мы обнаружили тенденцию частого употребления редакциями наиболее простых форм. Несмотря на то, что в вариациях полученных нами были обнаружены и те комбинации, где единицы анализа находили выражение во всех категориях, чаще всего редакции телеканалов использовали упрощенные паттерны.

Частым для всех телеканалов стал такой способ конструирования достоверности, который отражает наличие категорий присутствия в изображении и наличие присутствия в тексте. Редко встречались такие паттерны, которые означают проявление эмпатии и авторства. Более того, нами были обнаружены и «нулевые комбинации», которые означают отсутствие рассматриваемых нами категорий в телевизионных новостях.

Интерпретировать это можно с помощью нескольких суждений. Во-первых, ограниченность использования телеканалами всех возможностей конструирования достоверности на уровне формы может быть объяснена ограниченностью времени авторов для подготовки материала. В связи с трансформацией новостного дискурса и большим ориентированием редакций на «срочность» публикации новостей, редакционные коллективы пренебрегают возможностью «полного» конструирования телевизионной новости и могут ограничить новость до просто озвучивания ее в эфире.

Во-вторых, редакции телеканалов могут быть ограничены в собственных ресурсах, поэтому мы реже наблюдаем корреспондента на месте произошедшего в кадре. Также редким является выражение такой категории, как авторская включенность на уровне изображения, что может быть следствием ограниченности времени на съемку, недостаточным временем на монтаж и т. д.

Телевизионные новости пытаются конкурировать с новостями других каналов распространения, преимущественно, с Интернетом, и ориентируются на срочность освещения новостей.

В-третьих, обезличенность автора в тексте, безэмоциональность корреспондента при появлении в кадре, или же попросту отсутствие корреспондента на месте событий может быть следствием намеренного отказа от субъективности автора. Журналисты конструируют повестку, исходя из своих представлений о том, какие новости могут быть восприняты аудиторией в качестве объективных. В то же время, объективность может быть интерпретирована редакцией как авторская отчужденность. В нашем понимании проявление авторского начала является одной из основных категорий, влияющих на достижения достоверности в телевизионных новостях.

Третий этап эмпирической части исследования показал, что отсутствуют сильные корреляции между формальными элементами и

категориями достоверности. Нами были составлены корреляционные матрицы, в которых были представлены взаимосвязи между наличием единиц в категории, а именно, есть ли связь между проявлением признака на разных уровнях телевизионной новости (изображение, текст, образ автора).

Корреляционные матрицы обнаружили только средние и слабые связи. Исходя из этого, можно сделать вывод, что существует авторская свобода при конструировании формы новостей и достоверности. Мы можем утверждать достаточную независимость авторских коллективов при использовании паттернов.

Мы пришли к выводу, что форма материалов слабо коррелирует с какими-то общими для телеканалов тенденциями или новостным дискурсом и в большей степени соотносится с некоторыми внутренними редакционными практиками. Иначе, построение формы телевизионного материала может быть разнообразным и не ограничиваться какими-то символическими рамками. Этим построение формы отличается от содержания, когда тематики новостей или контексты их освещения могут быть одинаковыми. Содержание новостей соотносится с представлением редакции о том, какая должна быть новость, или в каком контексте новость может быть интересна аудитории. Форма новостей обладает большей свободой творчества.

Резюмируя, мы заключаем, что конструирование достоверности в телевизионных новостях используется авторскими коллективами каналов не в полной мере. Форма, в отличие от содержания, обладает большими возможностями конструирования, тогда как редакции это игнорируют. Достоверность предстает здесь в качестве категории, которую возможно подвергнуть оценке как со стороны авторов, так и со стороны аудитории.

В случае необходимости решения проблемы достоверности с помощью механизма кодирования текстов посредством данной методологии возможно не только выявить, но и оценить возможные проблемы в ее

конструировании. Вместе с тем, вариативность и объем паттернов указывает на то, что телевизионные редакции все-таки используют возможности конструирования достоверности, но часто упрощают возможности реализации достоверности на уровне формы телевизионных новостей.

Нужно отметить, что телевизионные новости обладают уникальными возможностями достижения достоверности. Так как на уровне формы возможны регуляция и контроль категорий, которые влияют на проявление достоверности, то мы можем сказать, что форма обладает большим потенциалом и является более эффективной при конструировании достоверности. Трансформация новостного дискурса ограничила возможности различения новостей по их содержанию, поэтому представляются перспективными дальнейшие исследования формы и механизмов ее конструирования.

Данное исследование в том числе оказывает влияние на возможность понимания достоверности в качестве коммуникативной категории. Также данное исследование обладает практическим значением ввиду возможностей использования выявленных нами механизмов конструирования большей достоверности с помощью формы телевизионных новостей.

## Список литературы

### *Источники на русском языке*

- 1) Аристотель. Метафизика/ Сост. и подгот. текста С. И. Еремеев. — СПб.: Алетейя; Киев: Эльга, 2002. — 826 с.
- 2) Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. — М.: Наука, 1988. — 341 с.
- 3) Баранова Е. А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет // Вестн. Волжск. гос. ун-та им. В. Н. Татищева. — 2016. — Т. 1. — № 3. — С.115-119.;
- 4) Бахтин М. М. К философии поступка// Философия и социология науки и техники. Ежегодник: 1984-1985. — М., 1986. — С.80-160.
- 5) Белоедова А. В. Категория достоверности в современных журналистских текстах: теоретический и практический аспекты: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10 — Воронеж, 2018. — 22 с.
- 6) Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. — М.: Медиум, 1996. — 240 с.
- 7) Беньямин В. Учение о подобию: Медиаэстетические произведения/ Сост. и послесловие И. Чубаров, И. Болдырев. — М.: Издательский центр РГГУ, 2012. — 288 с.
- 8) Бергер П, Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М.: «Медиум», 1995. — 323 с.
- 9) Бергсон А. Избранное: Сознание и жизнь/ Пер. с фр., вступит. статья И. И. Блауберг. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. — 399 с.
- 10) Беркли Дж. Сочинения. Сост. общ. ред. и вступит. Статья И. С. Нарского. — М.: «Мысль», 1978. — 556 с.
- 11) Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: анализ журналистских текстов : [монография]. — Изд. 2-е. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008. — 276 с.

12) Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры/ Пер. с фр. послесл. и примеч. Е. А. Самарской. — М.: Культурная революция, Республика, 2006. — 269 с.

13) Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции/ Пер. с фр. А. Качалова. — М. Издательский дом «Постум», 2015. — 240 с.

14) Большой энциклопедический словарь/ гл.ред. А. М. Прохоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Большая Рос. Энцикл.;СПб.: Норинт, 1997, 1999, 2001, 2004. — 1456 с.

15) Борецкий Р. А. Информационные жанры телевидения. — М.: Прогресс, 1989. — 245 с.

16) Борецкий Р. А. Начало. К истории ТВ: выпавшее звено, или мое забытое телевидение. — М.: ВК, 2010. — 311 с.

17) Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. — М.: Издательский дом Вильямс, 2004. — 432 с.

18) Бурдьё П. О телевидении и журналистике/ Пер. с фр. Т. В. Анисимовой и Ю. В. Марковой. — М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.

19) Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания// Избранные произведения/Пер. с нем. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. — М.: Прогресс, 1990. — С.345-415.

20) Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4.т./ Пер. с нем. Л. Г. Ионина. — Т. I. — Социология. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — С. 65-439.

21) Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке// Труды Института русского языка АН СССР. — Т.2. — М., Л: АН СССР, 1950. — С. 38-79.

22) Витгенштейн Л. О достоверности// Вопросы философии. — 1991. — №2. — С. 67-120.

- 23) Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики/ Пер.с нем.; общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. — М.:Прогресс, 1988. — 704 с.
- 24) Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа/ Пер. с нем. Г. Г. Шпета. — М.: Наука. 2000. — 495 с.
- 25) Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. — М.: Политздат, 1987. — 368 с.
- 26) Гусев Д. А. Краткий курс логики: Искусство правильного мышления. — М.: Изд-во НЦ ЭНАС, 2003. —191 с.
- 27) Гуссерль Э. Картезианские медитации/ Пер. с нем. В. И. Молчанова. — М.: Академический проект, 2010. — 229 с.
- 28) Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации/ Пер. с англ. Е. А. Кожемякина, Е. В. Переверзева, А. М. Амадова. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 344 с.
- 29) Декарт Р. Сочинения в 2-х томах/ Пер. с лат. и фр. В. В. Соколова. — Т.2. — М.: «Издательство «Мысль», 1994. — 633 с.
- 30) Деррида Ж. Письмо и различие/ Пер. с фр. Д. Ю.Кралечкина. — СПб, М.: Академический проект, 2000. — 495 с.
- 31) Дмитриев Т. А. Проблема методологического сомнения в философии Рене Декарта. — М.: ИФ РАН, 2007. — 231 с.
- 32) Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учеб. пособие. — М.: Флинта, 2008. — 263 с.
- 33) Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы изучения// Вестн. Моск. Ун-та. — 2005. — Сер.10. Журналистика. — №5. — С.28-34.
- 34) Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. — М.: «КДУ», «Добросвет», 2020. — 180 с.
- 35) Долгова Ю. И. Трансформация общественно-политического телевидения в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы// Вестн. Моск. Ун-та. — 2018. — Сер. 10. Журналистика. — №5. — С. 62-82.

36) Дробашенко С. В. Феномен достоверности. Очерки теории документального фильма. — М.: Наука, 1972. — 184 с.

37) Дробашенко С. В. Пространство экранного документа. — М.: Искусство, 1986. — 320 с.

38) Дюркгейм Э., Мосс М. О некоторых первобытных формах классификации. К исследованию коллективных представлений// Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии/ Пер. с фр. А. Б. Гофмана. — М.: КДУ, 2011. — С. 56-124.

39) Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик// Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2018. — № 52. — С. 245-256.

40) Засурский Я. Н. Колонка редактора: три шага к свободе печати// Вестн. Моск. ун-та. — 2007. — Сер. 10: Журналистика. — № 3. — С. 3–9.

41) Зуйкина К. Л., Соколова Д. В. Особенности идентификации фейковых новостей молодежной аудиторией// Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2021. — № 71. — С. 310-326.

42) Кант И. Критика чистого разума/ Пер. с нем. Н. О. Лосского. — М.: Наука, 1999. — 655 с.

43) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура/ Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.

44) Качкаева А. А. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации// Вестн. Моск. Ун-та. — 2010. — Сер. 10. Журналистика. — №6. — С. 42-51.

45) Ким М. Н. Жанры современной журналистики. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004. — 335 с.

46) Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. — 319 с.

47) Козлов А. В. Достоверность журналистского факта, или как цель оправдывает средства// Известия Уральского федерального университета. —

2018. — Т. 24. — Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — № 1 (171). — С. 72-79.

48) Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации// Медиаскоп. — 2019. — Вып. 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/2575>.

49) Коломиец В. П. Медиатизация медиа. — М.: Издательство Московского университета, 2020. — 256 с.

50) Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ// Вестн. Моск. ун-та. — 2019. — Сер. 10: Журналистика. — С. 3-21.

51) Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 400 с.

52) Конкина (Филиппова) К. М. Конструктивная журналистика: зарубежные теоретические концепции и практические решения// МедиаАльманах. — 2020. — № 4 (99). — С. 87–96.

53) Конкина К. М. Контексты освещения коронавируса в повестке телевизионных новостей после объявления чрезвычайной ситуации// Известия Уральского федерального университета. — 2021. — Сер.1. Проблемы образования, науки и культуры. — Т. 27. — № 4. — С. 42–51.

54) Конкина (Филиппова) К. М. Континуум новостей: концептуальное структурирование// Медиаскоп. — 2021. — Вып. 2. — URL: <http://mediascope.ru/2704>.

55) Конкина К. М. Форма телевизионной новости как фактор достижения эффекта достоверности// Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10. — №1. — С. 206-217.

56) Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 242 с.

57) Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста: учебник. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. — С. 125-167.

58) Лазутина Г. В. Журналистика и качество массовых информационных потоков: этический аспект// Вестн. Моск. ун-та. — 2004. — Сер. 10: Журналистика. — № 1. — С. 33–45.

59) Лапошина Д. А. Электронный гипертекст сквозь призму концепции ризомы Ж. Делеза и Ф.Гваттари// Современные проблемы науки и образования. — 2014. — №3. — URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13435>.

60) Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию/ Пер.с англ. И.Полонской. — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. — 384 с.

61) Лекторский В. А. Трансформация эпистемологии: новая жизнь старых проблем// Эпистемология: перспективы развития. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012. — С. 5-49.

62) Липпман У. Общественное мнение/ Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.

63) Локк Дж. Сочинения в трех томах/ Пер. с англ. М. Б. Митин. — Т. 2. — М.: Мысль, 1985. — 621 с.

64) Лосский Н. О. Избранное. — М.: Правда, 1991. — 624 с.

65) Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. — М.: «Языки русской культуры», 1996. — 464 с.

66) Луман Н. Общество как социальная система/ Пер. с нем. А. Антоновский. — М.: Издательство «Логос», 2004. — 232 с.

67) Луман Н. Реальность массмедиа/ Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с.

68) Луман Н. Социальные системы: Очерк общей теории/ Пер. с нем. И. Д. Газиева. — СПб: Наука, 2007. — 644 с.

69) Малькова Л. Ю. О противоречиях в осмыслении аудиовизуальных СМИ// Вестн. Моск. Ун-та. — 2016. — Серия 10: Журналистика. — № 1. — С. 116–126.

70) Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации: монография/ В. Д. Мансурова; АлтГУ. — Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2002. — 237 с.

71) Мельникова Е. А. Точность и достоверность как критерии информативности текста новостного сообщения// Вестник Волгоградского государственного университета. — 2014. — Серия 2, Языкознание. — № 5 (24). — С. 94–100.

72) Михалкович В. И. О сущности телевидения. — М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1998. — 50 с.

73) Назаров М. М. Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация// Социологические исследования. — 2018. — № 8. — С. 54-64.

74) Никольская Э. С. Место ЛТТ в жанровой палитре телевизионных новостей// Вестн. Моск. Ун-та. — 2019. — Сер. 10. Журналистика. — №5. — С.72-88.

75) Никоненко С.В. Аналитика достоверности// Альманах «Vita Cogitans», Vita Cogitans. — 2003. — №3. — С.87-90.

76) Ницше Ф. Сочинения в 2-х томах/ Пер. с нем. Ю. М. Антоновского, Н. Полилова, К. А. Свасьяна, В. А. Флёровой. — Т.2. — М.: Мысль, 1990. — 829 с.

77) Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата// Вестн. Моск. Ун-та. — 2010. — Сер. 10. Журналистика. — №6. — С.56-65.

78) От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России/ под ред. Е.Л. Вартановой: колл. монография. — М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. Журн. МГУ, 2019. — 208 с.

79) Павиленис Р. И. Проблемы смысла: современный логико-философский анализ языка. — М.: Мысль, 1983. — 286 с.

80) Падучева Е. Л. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: Референциальные аспекты семантики местоимений. — М.: Издательство ЛКИ, 2010. — 296 с.

81) Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория : монография/ Н. Н. Панченко; науч. ред. В. И. Шаховский. — Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010. — 304 с.

82) Платон. Тезтет/ Пер. с греч. и прим. В. Серезникова. — М., Л.: Соцэкгиз, 1936. — 192 с.

83) Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения// Знание. Понимание. Умение. — 2018. — № 4. — С. 71-82.

84) Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 351 с.

85) Прохоров Е. П. Публицист и действительность. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. — 317 с.

86) Прохоров Е. П. Эффективность журналистики как объект социологического исследования// Социологические исследования эффективности журналистики [Сб.ст.]. — М.: Изд-во МГУ, 1986. — С. 6-16.

87) Разин П. В., Конкина К. М. Сетевые и фантомные социальные формы: реальность и фантазия// Медиаскоп. — 2020. — Вып. 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/2676>.

88) Ракитов А. И. Философия. Основные идеи и принципы: Попул. очерк./ И. Ракитов, В. М. Богуславский, В. Е. Чертихин, Г. И. Эзрин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Политздат. 1990. — 367 с.

89) Ринкявичус Л., Буткявичене Э. Концепция общности (Gemeinschaft/community) и ее специфика в виртуальном пространстве// Социологические исследования. — 2007. — № 7.— С. 3-10.

90) Роулз Э. Эпистемология Дюркгейма: незамеченный аргумент// Социологическое обозрение.— 2014.— Т. 13.— №2.— С. 84-141.

91) Свитич Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов// Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 16–36.

92) Солганик Г. Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры?// Вестн. Моск. ун-та. — 2016. — Сер. 10: Журналистика. — №1. — С. 127-131.

93) Соловьев В. С. Оправдание добра. Нравственная философия. — М.: РГБ, 2012. — URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01005436185#?page=786>.

94) Соссюр де Ф. Курс общей лингвистики/ Пер. с франц. А. Сухотина. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 1999. — 432 с.

95) Степанов Ю. С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности// Язык и наука конца XX века: Сб. статей. — М.: РГГУ, 1995. — С. 35-73.

96) Суходолов А. П. Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaprостранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия// Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6. — № 2. — С. 143-169.

97) Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2017. — 312 с.

98) Тертычный А. А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она?// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2018. — Т. 37. — №1. — С. 113-120.

99) Ткачева Н. В., Вартанов С. А., Дунас Д. В., Гуреева А. Н. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, “жизненного цикла”// Вест. Моск. ун-та. — 2016. — Сер. 10. Журналистика. — № 3. — С.3-16.

100) Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка: 180 000 слов и словосочетаний/ Д. Н. Ушаков. — М.: Альта-Принт, 2005. — 1239 с.

- 101) Федорищенко П. А., Серикова И. Б. Амбивалентная природа виртуальной реальности// Гуманитарий Юга России. — 2016. — Т. 18. — № 2. — С. 264-272.
- 102) Философский энциклопедический словарь/ Под. ред. Ильичев Л. Ф., Федосеев П. Н. — М.: «Советская энциклопедия», 1983. — 840 с.
- 103) Фреге Г. Логика и логическая семантика: Сборник трудов/ Пер. с нем, Б. В. Бирюкова. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 512 с.
- 104) Фролова О. Е. Мир, стоящий за текстом: Референциальные механизмы пословицы, анекдота, волшебной сказки и авторского повествовательного художественного текста. — М.: Изд-во ЛКИ, 2007. — 320 с.
- 105) Хайдеггер М. Бытие и время/ Пер. с нем. В. В. Бибихина. — М.: Ad Marginem, 1997. — 452 с.
- 106) Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. — М.: Республика, 1993. — 447 с.
- 107) Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие/ Пер. с нем. Д. В. Скляднева. — СПб: Наука, 2001. — 382 с.
- 108) Хоркхаймер М. Адорно Т. В. Диалектика просвещения/ Пер. с нем. М. Кузнецова. — М.-СПБ: Медиум, Ювента, 1997. — 312 с.
- 109) Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 382 с.
- 110) Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 171 с.
- 111) Чевозерова Г. В. Проблемы познания в журналистике. Достоверность журналистской информации// Медиаскоп. — 2016. — Вып.1. — URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2090>.
- 112) Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики. — М.: Мысль, 1973. — 272 с.

113) Шапшай Н. А. Новостные материалы в региональной печати: структурные и жанровые особенности: на публикациях газет Владимирской области: дис. ... канд. фил. наук :10.01.10. — Москва, 2009.

114) Шилина М. Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования категориально-понятийного аппарата// Медиаскоп. — 2012. — Выпуск №2. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/1081>.

115) Шилина М. Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК// Вестн. Моск. ун-та. — 2010. — Сер. 10: Журналистика. — С. 6–22.

116) Шостак М. И. Новости прессы: заметки, репортажи, интервью. Учеб. пособ. — М.: МедиаМир, 2013. — 197 с.

117) Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. — Л.: Наука, Ленингр. Отд-ние, 1974. — 427 с.

118) Яковлева М. Г. Объективное vs. реальное: критические замечания к концепции объективной журналистики// Медиаскоп. — 2016. — Вып. 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/2208>.

119) Янко Т. Е. Достоверность и вероятность: регулярная полисемия в зеркале русской просодии// Логический анализ языка. Понятие веры в разных языках и культурах. — М.: Гнозис, 2019. — С. 129-140.

### ***Источники на иностранном языке***

1. Abdenour J. McIntyre K., Dahmen N.S. Seeing Eye to Eye: A Comparison of Audiences' and Journalists' Perceptions of Professional Roles and How They Relate to Trust// Journalism Practice. — 2020. — Vol. 15 (№3). — pp. 329-347.

2. Abel E. Television in International Conflict/ In A. Arno, W. Dissayanake (eds.)// The News Media and National and International Conflict. Boulder, CO: Westview Press, 1984. 250 p.

3. Annenkova I. V. On the constant of mass media texts: presenting issues of rhetoric modality// *Медиалингвистика*. — 2015. — no. 1 (6). — pp. 71–76.
4. Aristotle. *Metaphysics*, ed. W.D. Ross. Oxford: Clarendon Press, 2002.  
URL: <http://data.perseus.org/citations/urn:cts:greekLit:tlg0086.tlg025.perseus-grc1:9>
5. Atwood R.A., de Beer A.S. The Roots of Academic News Research: Tobias Peucer's "De relationibus novellis" (1690)// *Journalism Studies*. — 2001. — Vol 2(4). — pp. 485-496.
6. Balmas M. When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism// *Communication Research*. — 2014. — Vol. 41 (3). — pp. 430–454.
7. Baym G. Journalism and the hybrid condition: Long-form television drama at the intersections of news and narrative// *Journalism*. — 2017. — Vol.18 (1) — pp.11–26.
8. Bro P. Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles// *Journalism*. — 2019. — Vol. 20(4). — pp. 504–519.
9. Couldry N. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity, 2012. 242 p.
10. Couldry N., Mejias U. A. *The cost of connection. How data is coloring human life and appropriating it for capitalism*. Stanford, California: Stanford University Press, 2019. 352 p.
11. Couldry N., Hepp A. *The mediated construction of reality*. Cambridge, Mass.:Polity, 2016. 256 p.
12. De Beer A. S., van Ryneveld L.F., Schreiner W.N. Leipzig: From Tobias Peucer's *De Relationibus Novellis* (1690) to *Ecquid Novi* (2000)//*Ecquid Novi: African Journalism Studies*. — 2000. — Vol. 21 (1) — pp. 6-61.
13. Deuze M. *Media Life*. Cambridge: Polity Press, 2012. 305 p.
14. Enli G. *Mediated Authenticity. How the Media Constructs Reality*. New York: Peter Lang, 2015. 164 p.

15. Frege G. Eine Einführung in sein Werk./ Franz von Kutschera. Berlin; New York: de Gruyter, 1989. 207 p.
16. García-Ortega A., García-Avilés J.A. When journalism and games intersect: Examining news quality, design and mechanics of political newsgames//Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. — 2020. — Vol. 26 (3) — pp. 517-536.
17. Gerbner G., Gross L., Signorielli N., Morgan M., Jackson-Beeck M. The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10// Journal of Communication. — 1979. — Vol.29 (3). — pp.177-196.
18. Gyldensted C. From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism. Charleston, SC: G Group Publishing, 2015. 204 p.
19. Halfmann A., Dech H., Riemann J., Schlenker L., Wessler H. Moving Closer to the Action: How Viewers' Experiences of Eyewitness Videos in TV News Influence the Trustworthiness of the Reports// Journalism & Mass Communication Quarterly. — 2019. — Vol. 96 (2). — pp. 367–384.
20. Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Robertts B. Policing the Crisis: Mugging, The State, and Law and Order. London : Macmillan, 1978. 424 p.
21. Hartmann T., Wirth W., Schramm H., Klimmt C., Vorderer P., Gysbers A., Sacau A. M.The Spatial Presence Experience Scale (SPES): A short self-report measure for diverse media settings// Journal of Media Psychology. — 2016. — Vol. 28. — pp. 1-15.
22. Hepp A, Hjarvard S and Lundby K Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society//Media, Culture & Society. — 2015. — Vol.37 (2). — pp. 314-322.
23. Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society. London: Routledge, 2013. 192 p.
24. Hoffner C. Enjoyment of Mediated Fright and Violence: A Meta-Analysis// Media Psychology. — 2015. — Vol. 7. — P. 207–237.

25. Hoffner C., Levine K. Enjoyment of Mediated Fright and Violence: A Meta-Analysis// *Media Psychology*. — 2005. — Vol. 7.— pp. 207-237.
26. Krotz F Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change/ In: Lundby K (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, 2009. pp 21-40.
27. Kwon Y. J. and Kwon K.-N. Consuming the Objectified Self: The Quest for Authentic Self// *Asian Social Science*. — 2015. — Vol.11 (2). — pp. 301–312.
28. Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society/ In L. Bryson (ed.) *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948. p. 37-51.
29. Lee A. Y. L. Between Global and Local: The Glocalization of Online News Coverage on the Trans-regional Crisis of SARS// *Asian Journal of Communication*. — 2005. — Vol. 15 (3). — pp. 255–273.
30. Le Masurier M. What Is Slow Journalism?// *Journalism Practice*. — 2015. — Vol. 9 (2). — pp. 138–152.
31. Luhmann N. *Soziale Systeme Grundriß einer allgemeinen Theorie* suhrkamp taschenbuch Wissenschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991. 666 p.
32. Mast J., Coesemans R., Temmerman M. Hybridity and the news: Blending genres and interaction patterns in new forms of journalism// *Journalism*. — 2017. — Vol. 18 (1). — pp. 3–10.
33. McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass-media.// *Public Opinion Quarterly*. — 1972. — Vol. 36 (2). — pp. 176-187.
34. Merrill J. C. *Existential journalism* (rev. ed.). Ames, IA: Iowa State University Press, 1995. 136 p.
35. Metzger M., Flanagin A., Eyal K., Lemus D., Mccann R. Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment// *Annals of the International Communication Association*. — 2003. — Vol. 27 (1). — pp. 293-335.

36. Mir A. Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization. Toronto, Canada: Independently published, 2020. 392 p.
37. Morley D. Family Television: Culture power and domestic leisure. L.: Comedia, 1986. 178 p.
38. Saquete E., Tomas D., Moreda P., Martinez-Barco P., Palomar M. Fighting post-truth using natural language processing: A review and open challenges// Expert Systems With Applications. — 2020. — Vol. 141. — URL: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.112943>.
39. Schäfer S., Sülflow M., Müller P. (2017) The Special Taste of Snack News: An Application of Niche Theory to Understand the Appeal of Facebook as a News Source// First Monday. — Vol. 22 (4). — URL: <https://doi.org/10.5210/fm.v22i4.7431>.
40. Schudson M. Four Approaches to the Sociology of News/ In Mass Media and Society. New York: Hodder Arnold, 2005. pp. 172-197.
41. Schudson M. The Power of News. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995. 288 p.
42. Shaw D. The press agenda in a community setting// The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press/ ed. D.L. Shaw, M.E. McCombs. St. Paul, 1974. pp. 19–31.
43. Shoemaker P. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. 2<sup>nd</sup> edn: White Plains, N.Y.: Longman, 1996. 313 p.
44. Shoemaker P.J., Reese S.A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model// Mass Communication and Society. — 2016. — Vol. 19. — pp. 389-410.
45. Silverstone R. Complicity and Collision in the Mediation of Everyday Life// New Literary History. — 2002. — Vol. 33 (4). — pp. 745–764.

46. Syvertsen T., Enli G. Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity// *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. — 2019. — Vol. 26 (5-6). — pp. 1269-1283.
47. Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. Defining “fake news:” a typology of scholarly definitions// *Digital Journalism (Online First)*. — 2017. — Vol. 6 (3). — pp. 1-17.
48. Tandoc E. C., Ling R., Westlund O., Duffy A., Goh D., Zheng Wei L. Audiences’ acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework// *New Media & Society*. — 2018. — Vol. 20 (8). — pp. 2745-2763.
49. Thompson J. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity, 1995. 314 p.
50. Thussu D. K. Live TV and bloodless deaths: War infotainment and 24/7 news/ In D.K. Thussu & D. Freedman (Eds.), *War and the media: Reporting conflict 24/7*. London: Sage, 2003. pp. 117-132.
51. Thussu D. K. *News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment*. London: Sage Publications, 2007. 214 p.
52. Tuchman G. *Making News: A Study in the Contraction of Reality/ G. Tuchman*. N.Y.: Free Press, 1978. 244 p.
53. Ulianovskii A., Filatova O., Golubev V., Dobrova T., Smirnov A. Out-convergence: co-evolution of media and reality of life/ In *Proceedings of the International Conference, IMS-2017*. N.Y.: Association for Computing Machinery, 2017. pp. 55–59.
54. Van Dijk T.K. Principles of Critical Discourse Analysis// *Discourse & Society*. — 1993. — Vol. 4 (2). — pp. 249-283.
55. Vannini P., Williams J.P. *Authenticity in Culture, Self, and Society*. Ashgate: Aldershot, 2009. 276 p.
56. Vargo C. J., Guo L., Amazeen M. A. The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016// *New Media & Society*. — 2018. — Vol. 20 (5). — pp. 2028–2049.

57. Weber M. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. 6., erneut durchgesehen. Aufl. Tübingen: J. C. B. Mohr, 1985. 613 p.

58. Wellman M. L., Stoldt R., Tully M., Ekdale B. Ethics of Authenticity: Social Media Influencers and the Production of Sponsored Content// Journal of Media Ethics. —2018. — Vol.35 (2) — pp. 68-82.

59. White D. The Gatekeepers: A Case Study in the Selection of News// Journalism Quarterly. —1950. — Vol. 27. — pp. 383-391.

60. Zimmermann F., Kohring M. (2018) "Fake News" als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs// Medien & Kommunikationswissenschaft. — 2018. — Vol. 66. — pp. 526-541.

## Приложения

### Приложение 1. Кодификатор

<i>Категории анализа</i>	<i>картинка</i>	<i>текст</i>	<i>субъект (автор)</i>
Присутствие	1) видеоряд, на котором запечатлена местность; 2) «лайф» — отрезок с шумом или действием; 3) аудио или видео очевидцев с места событий.	1) использование настоящего времени – «сейчас»; 2) упоминание или описание места события.	1) изображение человека, которого возможно идентифицировать в качестве автора в кадре на месте событий.
Эмпатия	1) музыкальное сопровождение; 2) выразительные визуальные средства и приемы монтажа (склейки, стоп-кадр, размытие фона, панорама).	1) «жесткий» контент (насилие); 2) истории, которые рассказывают о смертях или о возможности увеличения смертности (об эпидемии, инфекции и т.д.)	1) речевые акценты (например, акцент на некоторых фразах и сочетаниях).
Авторская включенность	1) выделение или обособление чего-то на экране (например, выделение объекта в «круг»); 2) Выразительные средства, которые могут потенциально отразить оценку объекта (ракурсы, укрупнение объекта).	3) Конструкции, отражающие авторскую позицию (например, конструкции «по-моему», «по моему мнению», «я считаю» и т.п.) 4) оценочные суждения: (например, «хорошо», «плохо» и т.п.); 5) описание ощущений, чувств и опыта автора (например, «мне холодно», «мне нравится», «испытываю чувство гордости», «я делаю так же» и т.д.).	1) невербальное выражение авторского отношения (реакции) к происходящему (улыбается, смеется, хмурится, активная жестикуляция).

**Приложение 2. Паттерны, используемые телеканалом «Россия 24»**

<b>№</b>	<b>Паттерн</b>	<b>Частота использования</b>
1	010010000	12
2	111111000	12
3	110110000	55
4	111100010	3
5	110000000	201
6	010010010	1
7	111110110	3
8	111000000	17
9	110010000	36
10	111010000	6
11	111111110	1
12	100001000	1
13	110000111	1
14	111110010	4
15	111110001	1
16	111000010	5
17	110010100	12
18	111111111	4
19	000110000	4
20	000000000	10
21	111000011	3
22	110000010	7
23	110010010	6
24	111110111	1
25	110110100	14
26	111010100	4
27	111100110	6
28	000010000	4

29	111110000	20
30	111010010	2
31	11010000	1
32	010000000	19
33	000000001	1
34	100110000	4
35	100000110	1
36	101110100	1
37	001000000	2
38	111101000	9
39	100000000	6
40	101000000	1
41	100010000	3
42	000010010	1
43	011110000	1
44	001110000	1
45	000010110	1
46	100001111	1
47	000000011	1
48	000110110	1
49	110100000	75
50	111010001	1
51	101100000	1
52	101110000	1
53	101101010	1
54	100000010	2
55	110111010	1
56	110001010	8
57	110001000	41
58	110110010	2

59	111111010	4
60	111001001	10
61	110101010	9
62	110001111	10
63	110110011	1
64	111101100	11
65	110001011	6
66	110011000	13
67	111000001	8
68	110011010	1
69	111101001	6
70	110111000	27
71	110000001	5
72	111000110	4
73	110000100	41
74	111001101	3
75	110111011	3
76	110001001	3
77	111110100	8
78	110001110	13
79	110111110	10
80	110100110	4
81	111000100	3
82	111111100	6
83	110100100	37
84	110011110	2
85	110001100	17
86	110101100	15
87	110101101	5
88	110100001	3

89	010010100	4
90	111100000	9
91	111001100	4
92	111100100	6
93	110001101	4
94	110101000	32
95	110111100	13
96	010000100	9
97	110011101	1
98	110101001	3
99	110011100	3
100	111001111	2
101	111001110	3
102	111100111	4
103	111011101	1
104	110101011	5
105	110000110	4
106	111101011	8
107	110100010	7
108	111001010	3
109	111100011	2
110	111101111	3
111	110101111	4
112	111111101	3
113	111001000	2
114	111101110	4
115	111000101	3
116	110101110	13
117	110010101	1
118	111011100	1

119	111100101	3
120	111101010	1
121	111011000	2
122	110000011	1
123	110011001	1
124	010011100	1
125	111101101	3
126	111011111	1
127	110010110	1
128	010001110	1
129	010001000	2
130	111100001	2
131	110100101	1
132	111000111	3
133	111111011	1
134	010011000	2
135	110111111	2
136	110100111	1
137	110111101	1

### Приложение 3. Паттерны, используемые телеканалом «Москва 24»

№	Паттерн	Частота использования
1	110100000	105
2	110111000	19
3	110000000	173
4	110110000	119
5	010010000	18
6	110110010	11
7	110001010	31
8	111110000	4
9	110010000	45
10	110001000	70
11	111000000	3
12	000010000	14
13	10011000	9
14	110110100	15
15	100000000	3
16	010110000	4
17	000110000	1
18	000000000	5
19	010000000	28
20	100001000	2
21	01010001	1
22	010110001	1
23	111111000	6
24	110111110	5
25	110011000	5
26	111111011	2
27	110001111	11
28	100111100	1

29	110100100	40
30	110000100	35
31	000011100	1
32	110010100	12
33	110111100	9
34	110001011	18
35	000011010	2
36	110000010	22
37	010001000	4
38	010011010	2
39	111101011	12
40	111101001	6
41	111101101	3
42	111101111	2
43	110101000	44
44	110001110	16
45	111110010	2
46	111001010	6
47	111100110	1
48	010000110	2
49	111000010	3
50	110111001	4
51	010001010	3
52	111001111	4
53	110111010	10
54	000000100	1
55	010010100	4
56	110000110	18
57	111101110	3
58	110001100	26

59	110101110	11
60	110101100	30
61	110101111	4
62	111011011	1
63	000010110	1
64	111001011	3
65	111010010	1
66	000010010	1
67	100110000	1
68	100100000	1
69	100001010	1
70	111011110	1
71	010001100	6
72	010000100	8
73	000011000	1
74	111001001	7
75	111111001	1
76	100011000	1
77	110101010	21
78	110010010	4
79	111100001	7
80	111001101	7
81	000001000	1
82	111001000	6
83	010100000	1
84	110000001	13
85	110001001	23
86	111010000	2
87	010011000	9
88	111000011	7

89	111110001	1
90	000111010	1
91	110110001	4
92	110000011	7
93	010000001	7
94	000000001	1
95	110000101	3
96	110001101	10
97	000001010	1
98	010001001	9
99	110011100	5
100	111001100	6
101	010000011	2
102	110100001	11
103	111100101	6
104	111110101	1
105	110101001	12
106	110100110	3
107	110101011	11
108	110010001	5
109	110100010	11
110	110010111	1
111	111010100	1
112	111000100	2
113	119111000	1
114	010000010	1
115	111100100	2
116	110111101	1
117	111101010	1
118	111100111	4

119	111991101	1
120	111110100	2
121	010001011	5
122	111101100	1
123	110100111	1
124	110100011	6
125	119110000	1
126	111199191	1
127	010010010	4
128	111111010	1
129	110101101	4
130	110011010	3
131	111100011	4
132	010100111	1
133	010010001	2
134	111100000	3
135	110100101	1
136	111010001	1
137	111010011	1
138	111000111	1
139	110010101	1
140	111000101	1
141	111100010	3
142	11100011	1
143	110110110	2
144	010001110	1
145	111000110	1
146	111001110	1
147	110111011	2
148	111011000	1

149	010010011	1
150	010011011	1
151	010001111	2
152	110010011	1
153	110011001	1
154	110000111	1
155	111110011	1
156	010101000	1
157	1110100110	1
158	111110110	1

**Приложение 4. Паттерны, используемые телеканалом ОТР**

<b>№</b>	<b>Паттерн</b>	<b>Частота использования</b>
1	110010000	79
2	110110000	212
3	010110000	11
4	110000000	387
5	110011000	6
6	110001000	38
7	110101000	30
8	110000101	1
9	110100000	172
10	010100000	2
11	110111000	22
12	010000010	1
13	010000000	28
14	000000000	11
15	110010100	5
16	000010000	6
17	111010000	1
18	110000001	4
19	100000000	3
20	101010000	1
21	100110000	3
22	111000001	1
23	110010010	1
24	110000100	16
25	110110100	9
26	110100100	11
27	111000111	1
28	111100100	1

29	010010000	11
30	010001000	2
31	110111001	2
32	000001000	1
33	010111001	1
34	110110010	1
35	110110001	2
36	111001000	6
37	111000000	6
38	111001001	3
39	110010001	1
40	000101000	1
41	111100000	5
42	111101000	3
43	010010001	1
44	010100001	1
45	010000001	1
46	110001110	1
47	111111100	1
48	110100110	1
49	110101001	5
50	111000100	1
51	010110100	6
52	110101100	2
53	110001100	2
54	010010100	4
55	11010000	1
56	110001001	3
57	010000100	16
58	110001010	5

59	110000010	1
60	110000110	2
61	010100100	3
62	111011100	1
63	110111100	2
64	010001001	1
65	110100001	2
66	110100111	1
67	220010000	1
68	111001100	1
69	010001100	2
70	111110000	1
71	111101001	1

### Приложение 5. Паттерны, используемые телеканалом «Мир»

№	Паттерн	Частота использования
1	111001000	9
2	110000000	179
3	110100000	85
4	111110000	8
5	110011000	4
6	110010000	43
7	110111000	35
8	111011000	2
9	110110000	77
10	100011000	1
11	111100000	6
12	110100100	21
13	110111110	3
14	110110010	6
15	111111000	9
16	111001001	4
17	000001000	1
18	111000000	4
19	111101001	3
20	111101000	8
21	010110000	3
22	010100000	2
23	110001000	27
24	110110100	13
25	111110001	1
26	110001100	5
27	110101001	6
28	010010000	4

29	111011101	1
30	110101100	12
31	111110101	2
32	110100001	7
33	110000001	13
34	110001010	3
35	110111010	5
36	111010000	3
37	111110010	2
38	111001111	1
39	111001011	3
40	110000100	17
41	111111001	2
42	111111111	1
43	110010100	3
44	111011100	1
45	111011010	1
46	110010010	1
47	110101000	30
48	110001001	5
49	000000000	2
50	000110000	1
51	111000001	9
52	110110001	1
53	010000101	1
54	110001101	3
55	111101100	5
56	110100101	2
57	111100101	4
58	010000100	5

59	110111001	2
60	111101011	3
61	010010001	1
62	110101010	6
63	110101101	3
64	111001010	3
65	110011101	1
66	111100100	1
67	110001110	2
68	110000011	1
69	110101110	5
70	110100010	9
71	110101111	1
72	110000010	2
73	110100110	7
74	111100011	2
75	111010001	1
76	010011100	2
77	110111100	6
78	110101011	1
79	111100111	1
80	111101101	3
81	111101111	2
82	110000110	1
83	111100001	4
84	111100010	2
85	111000010	2
86	111000100	1
87	111000111	1
88	010000000	3

89	010110100	1
90	111001100	5
91	010001000	2
92	111110100	1
93	111111101	1
94	111001101	1
95	111001200	1
96	011101111	1
97	010001100	1
98	220001000	1
99	111000101	1
100	100001101	1
101	11000100	1
102	110000101	1
103	111000110	1
104	110110101	1
105	111001110	1

### Приложение 6. Паттерны, используемые телеканалом Euronews

№	Паттерн	Частота использования
1	100111000	2
2	100001000	1
3	110001100	2
4	000001100	1
5	110000110	3
6	110110100	7
7	110000100	18
8	110010000	25
9	110110010	1
10	110100010	5
11	110110000	82
12	110000000	76
13	111110000	5
14	110100000	72
15	000100000	1
16	110101000	13
17	110001000	18
18	110011000	9
19	110111000	22
20	000000000	1
21	110101100	2
22	110001010	1
23	110010010	1
24	111001001	1
25	010011000	1
26	111000010	1
27	111001000	2
28	110100100	4

29	110011010	2
30	111110100	1
31	111000000	4
32	010101110	1
33	010111000	1
34	111111000	2
35	110111100	4
36	111100000	5
37	111011010	1
38	110011100	2
39	111010000	1
40	111001010	2
41	110010100	2
42	111101000	2
43	110100110	1
44	110101110	1
45	110101010	2
46	110111110	1
47	111100001	1
48	111011001	1
49	110001111	1