

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

На правах рукописи

ГОРБАНЬ ПОЛИНА ВИКТОРОВНА

**СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В АВТОРСКИХ
TELEGRAM-КАНАЛАХ ВОЕННЫХ КОРРЕСПОНДЕНТОВ**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор, академик РАО
ВАРТАНОВА Е.Л.

Москва – 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. РАЗВИТИЕ ВОЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ МЕДИА	18
1.1. Историческая эволюция и современное состояние военной журналистики в России	18
1.2. Особенности военной журналистики в новых медиа	36
1.3. Регулирование журналистской деятельности при освещении вооруженных конфликтов	52
Выводы по Главе 1	63
ГЛАВА 2. СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	66
2.1. Основные средства выразительности в журналистских текстах	66
2.2. Функции средств выразительности в медиадискурсе	75
2.3. Особенности использования средств выразительности в журналистских текстах	95
Выводы по Главе 2	107
ГЛАВА 3. СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В АВТОРСКИХ TELEGRAM- КАНАЛАХ РОССИЙСКИХ ВОЕННЫХ КОРРЕСПОНДЕНТОВ	109
3.1. Методика исследования	109
3.2. Характеристики средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов	120
3.3. Использование средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов	126
Выводы по Главе 3	153
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	155
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	163
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	189
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	192
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	193
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	202

Введение

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью цифровых медиа в условиях современных вооруженных конфликтов, где информационное пространство становится ключевым полем формирования общественного мнения. В последние годы Telegram утвердился как ведущая платформа оперативного распространения информации, привлекающая внимание миллионов пользователей благодаря скорости передачи новостей, прямой коммуникации с аудиторией и относительной устойчивостью к внешнему регулированию. Эта платформа, соединяющая оперативность блогов, профессионализм традиционных медиа и индивидуальный стиль авторов, стала важнейшим каналом информирования, особенно в 2022-2023 годах, соответствующих начальному этапу проведения специальной военной операции на Украине (далее – СВО). Личные Telegram-каналы военных корреспондентов, являющихся официальными сотрудниками ведущих российских СМИ, представляют собой уникальный феномен, объединяющий классическую журналистику, публицистику и авторскую выразительность, что делает их новым значимым инструментом военной журналистики.

Анализ языковых средств выразительности в текстах подобных Telegram-каналов позволяет выявить механизмы, используемые для привлечения внимания аудитории в условиях информационной насыщенности и конфликта. Применяемые корреспондентами приемы обеспечивают оперативную передачу информации и создают эмоционально насыщенные текстовые конструкции, отражающие события в рамках СВО.

Исследование личных Telegram-каналов как нового медийного инструмента военных корреспондентов отвечает потребности в осмыслении трансформации медиасреды и характера современной журналистики. Тексты военных корреспондентов остаются малоизученными с научной точки зрения и представляют собой динамичный материал, отражающий тенденции цифровой коммуникации и особенности освещения конфликта. Актуальность исследования подкрепляется его социальной и научной значимостью. Анализ

текстов военных корреспондентов способствует пониманию работы журналистов в условиях цифровизации и конфликта, что имеет междисциплинарное значение.

Степень научной разработанности проблемы. В рамках проведения исследования был проанализирован широкий спектр российских и зарубежных источников, включая научные статьи, диссертации, аналитические доклады, отчеты, академические словари, справочники, а также материалы из открытых источников, таких как официальные сайты СМИ и специализированных ведомств. Настоящий обзор объединяет ключевые работы, посвященные теории журналистики, военной журналистике, лингвистике, а также специфике медиакommunikаций в условиях цифровизации.

Исследования в области теории журналистики раскрывают жанровые и стилистические особенности журналистских текстов, а также механизмы взаимодействия с аудиторией. Е. Л. Вартанова анализирует эволюцию медиасистем, трансформацию профессиональных стандартов журналистики и взаимовлияние медиа и конфликтов, подчеркивая значение конфликтов для развития академического дискурса и изменений медийных практик в условиях цифровой среды. А. В. Колесниченко рассматривает пересечение журналистики с блогосферой, отмечая трансформацию жанров под воздействием цифровых платформ. Д. В. Биндас исследует военные сообщества в медиа как новую философию ведения войны, подчеркивая их влияние на трансформацию медиапрактик в цифровой среде¹.

¹ Вартанова Е. Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России // Меди@льманах. 2019. № 2. С. 8-18; Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8-14; Вартанова Е. Л., Дунас Д. В., Гладкова А. А. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3-32; Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. №1. С. 51-74; Биндас Д. В. Феномен военных сообществ в современных медиа как новая философия ведения войны // Общество: философия, история, культура. 2022. №12 (104). С. 125-132.

Рассмотрен широкий спектр исследований, посвященных военной журналистике в Российской империи², в первой половине XX века³, в СССР⁴. Особое внимание уделяется военной журналистике, ее историческому развитию и современным вызовам. Л. П. Громова рассматривает влияние существующих в конкретные периоды ценностей и профессиональных проблем на становление российской журналистики. Р. П. Овсепян в работе под редакцией Я. Н. Засурского характеризует историю новейшей отечественной журналистики как динамичный процесс, отражающий социально-политические изменения и эволюцию медийных практик. О. Д. Минаева разбирает модель печати России в контексте событий

² Крымская война 1853-1856 гг. в дневниках, письмах и воспоминаниях участников: сборник документов / Федеральное архивное агентство, Российский государственный военно-исторический архив, Институт востоковедения РАН; составитель, автор предисловия и комментариев М. Р. Рыженков. М.: Фонд «Связь эпох»: Кучково поле Музеон, 2023. 927 с.; Тарле Е. В. Крымская война. СПб.: Наука, 2011. 507 с.; Кочуков С. А. К вопросу формирования корпуса военных корреспондентов в Русско-турецкой войне 1877-1878 годов // Известия Саратовского университета. Сер. История. Международные отношения. 2011. № 2-2. С. 64-72.; Немирович-Данченко В. И. Год войны: дневник русского корреспондента, 1877-1878. Санкт-Петербург: тип. В. И. Лихачева и А. С. Суворина, 1878. Т. 1. 326 с.; Бархатов М. Е. История русско-японской войны. СПб.: Товарищество Р. Голике и А. Вильборг, 1907. 258 с.; Левицкий Н. А. Русско-японская война: 1904-1905. М.: Изографус; СПб.: Эксмо, 2003. 667 с.; Новикова С. А. Правовое положение русских военных корреспондентов во второй половине XIX – начале XX в. // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2013. № 2. С. 33-44.

³ Гужва Д. Г. Русская военная печать в годы Первой мировой войны // Военно-исторический журнал. 2007. № 12. С. 37-41.; Бережной А. Ф. Русская легальная печать в годы Первой мировой войны. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1975. 152 с.; Котов Б. С. Начало Первой мировой войны и участие в ней России в осмыслении российской прессы // Перспективы. Электронный журнал. 2023. № 4 (35). С. 121-127.; Надёхина Ю. П. События Первой мировой войны в освещении московских журналов // Вестник ГУУ. 2014. № 7. С. 285-288.; Назарова Т. П., Морозова Н. В. Цели и причины Первой мировой войны в дискурсе Российской центральной печати (1914 г.) // Манускрипт. 2019. № 7. С. 34-38.

⁴ Майский И. М. Воспоминания Советского посла. Война 1939-1943. М.: Издательство «Наука», 1965. 407 с.; Черчилль У. Вторая мировая война: В 3 кн. Кн. 3. Т. 5.: Кольцо смыкается; Т. 6: Триумф и трагедия. М.: Альпина нон-фикшн, 2022. 750 с.; Гапон В. К. Военные корреспонденты. М.: Издательство Патриот, 2018. 253 с.; Рунов В. А. Афганская война. Боевые операции. М.: Яуза, 2008. 428 с.; Громов Б. В. Ограниченный контингент. М.: Яуза-Каталог, 2019. 380 с.; Тимофеев В. И. Цензура военной печати в период войны в Афганистане // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 173-194.; Каверзнев А. А. Александр Каверзнев: Сценарии. Воспоминания. Статьи. М.: Искусство, 1985. 247 с.; Дышев С. М. Манящая бездна. О жизни и гибели военного журналиста В. Глезденева. Ижевск: Удмуртия, 1991. 158 с.

1917 г., характеризуя этот период как наиболее свободный в истории развития прессы. В. А. Шошин исследует работу писателей-корреспондентов в период Великой Отечественной войны, акцентируя их значение в создании героического образа и укреплении общественного мировоззрения⁵.

Современные цифровые технологии кардинально изменяют медиaprостранство. Ключевую роль выполняют онлайн-платформы, которые способствуют быстрому распространению информации и формированию общественных взглядов в условиях кризисных ситуаций. Е. Л. Вартанова изучает роль социальных сетей и мессенджеров, включая Telegram, в современной журналистике. И. Н. Денисова отмечает популярность Telegram-каналов как источника информации о военных действиях, подчеркивая их оперативность, доступность и доверие аудитории. Г. В. Лукьянова и А. Ю. Соловьев подчеркивают способность Telegram-каналов формировать повестку дня благодаря оперативности распространения информации, активности и таргетированному влиянию на аудиторию. Последнее, по мнению авторов, усиливает общественные дискуссии и популяризацию мнений. О. И. Агнестикова выделяет усиление субъективного журналистского голоса в новостях как ключевой тренд цифровой среды, связанный с ростом индивидуальности и эмоциональности медиадискурса⁶. Специфика личных Telegram-каналов военных

⁵ Громова Л. П. Ценностные ресурсы русской журналистики: исторический опыт // Век информации. 2025. Т. 9, № 1 (30). С. 81-90; Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Издательство Московского университета: Наука, 2005. 349 с.; Минаева О. Д. Модель печати России в феврале-октябре 1917 г.: к вопросу о методике анализа // Меди@льманах. 2018. № 1 (84). С. 112-123; Шошин В. А. Писатели-корреспонденты на фронтах Великой Отечественной войны. СПб.: Наука, 2006. 609 с.

⁶ Вартанова Е. Л., Дунас Д. В., Гладкова А. А. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3-32; Вартанова Е. Л. К вопросу о субъективности конфликта в медиакommunikационной среде // Меди@льманах. 2021. № 3. С. 8-18; Денисова И. Н. Освещение вооруженного конфликта в Telegram (на примере телеграм-каналов военкорov) // Социально-гуманитарные знания. 2023. №12. С. 132-136; Лукьянова Г. В., Соловьев А. Ю. Особенности формирования повестки дня в мессенджере Telegram // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 90-97; Агнестикова О. И. Усиление присутствия

корреспондентов, работающих в ведущих российских СМИ, остается недостаточно изученной, что подчеркивает актуальность дальнейших исследований.

Риторика и стилистика журналистских текстов анализируется в работах А. П. Сковородникова, где язык журналистики рассматривается как функционально-стилистическая система, сочетающая информативность, экспрессивность и прагматическую направленность, что обеспечивает эмоциональное воздействие на аудиторию. М. Н. Кожина рассматривает язык журналистики как функционально гибкий, сочетающий информативность, экспрессивность и социальную ориентированность, что проявляется в стилистической вариативности, образности и диалогичности текстов. В другой фундаментальной работе М. Н. Кожиной «Стилистика русского языка» систематизированы принципы функциональной стилистики, которые применяются в диссертационном исследовании для анализа языковых характеристик медиадискурса. О. С. Ахманова характеризует язык журналистики как динамичную систему, интегрирующую информационные, экспрессивные и воздействующие функции, и адаптирующуюся к социокультурным контекстам. Т. В. Жеребило систематизирует стилистические приемы, используемые для формирования нарративов. Г. Г. Хазагеров анализирует тропы, раскрывая их роль в структурировании текста и обогащении риторических механизмов коммуникации. В другой работе исследователь рассматривает риторику как инструмент формирования общественного дискурса⁷.

субъективного журналистского голоса в новостях как тренд цифровой среды // Вестник КГУ. 2022. №4. С. 86-92.

⁷ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. 840 с.; Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожиной. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. 694 с.; Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. 464 с.; Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. 569 с.; Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с.; Хазагеров Г. Г. Четыре взгляда на троп: монография. 2-е изд., стер. М.:

Г. Я. Солганик исследует эволюцию публицистического стиля, акцентируя внимание на лексических и синтаксических средствах, обеспечивающих выразительность медиатекстов, а также на тенденциях упрощения и диалогизации языка СМИ. В. В. Славкин и И. Б. Александрова рассматривают массовую коммуникацию как потенциально диалогичную систему, где журналист конструирует диалог с аудиторией даже при отсутствии прямого контакта. А. П. Чудинов анализирует динамику российских метафорических систем, предлагая подход к изучению базисных метафор для выявления особенностей национального сознания⁸.

Вопросы языка военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах остаются малоизученными. Е. Л. Вартанова исследует общие особенности Telegram как медиаплатформы. И. А. Быков и С. В. Курушкин⁹ разработали типологию военных корреспондентов, публикующих контент в Telegram, выделяя классических и анонимных корреспондентов, а также военных экспертов, и отмечая схожесть их контент-стратегий между собой. Комплексных исследований языковых и стилистических особенностей текстов военных корреспондентов в личных авторских Telegram-каналах, особенно соответствующих начальному этапу СВО, недостаточно. Диссертационное исследование направлено на восполнение этого пробела, что подчеркивает его научную актуальность и новизну.

ФЛИНТА, 2024. 280 с.; Хазагеров Г. Г. Риторический манифест. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. 45 с.

⁸ Солганик Г. Я. Язык СМИ на современном этапе // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 21-24; Солганик Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития // Мир русского слова. 2008. № 2. С. 9-18; Александрова И. Б., Славкин В. В. Диалогичность как категориальная характеристика речи современного общества // Медиаскоп. 2015. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2029> (дата обращения: 30.10.2024); Чудинов А. П. Российская политическая метафора в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 86-92.

⁹ Быков И. А., Курушкин С. В. Военкоры как профессиональное сообщество журналистов: проблемы типологизации // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 18–19 ноября 2022 года. Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург: Медиапир. 2022. С. 43-46.

Научная новизна результатов исследования заключается в выявлении языковых особенностей публикаций российских военных корреспондентов в их авторских Telegram-каналах, рассматриваемых как значимый элемент современной военной журналистики в цифровой среде. Впервые Telegram-каналы корреспондентов ведущих российских СМИ (ВГТРК и Медиагруппа «Комсомольская правда») анализируются как уникальное медийное пространство, отражающее сочетание индивидуальных авторских подходов, профессиональной этики, редакционных стандартов и норм законодательства.

На материале публикаций в Telegram-каналах Е. Поддубного, А. Коца и А. Сладкова за 2022-2023 годы, соответствующие начальному этапу специальной военной операции, определяются особенности языка и стиля военной журналистики, сформировавшиеся в условиях конфликта. Особое внимание уделено использованию средств языковой выразительности, которые способствуют созданию эмоционального фона и индивидуальных стилистических подходов, выявленных на основе анализа текстов и интервью с корреспондентами.

В диссертационном исследовании разработана авторская методика анализа журналистских текстов, учитывающая специфику цифровой коммуникации. Данная методика позволила изучить Telegram как платформу, сочетающую оперативность блогов и профессионализм традиционных медиа. Предложена систематизация средств выразительности, основанная на выделенных автором функциях, реализуемых военными корреспондентами (информирование, мотивирование, убеждение), что подчеркивает их роль в формировании индивидуальных стилистических подходов, отражающих тенденции современной военной журналистики.

Выявлены индивидуальные стилевые особенности трех корреспондентов, включая языковые приемы, направленные на усиление информативной, мотивирующей и убеждающей функций текстов. Подчеркнута уникальность Telegram как платформы, позволяющей

корреспондентам сочетать выражение личной позиции с соблюдением профессиональных и редакционных стандартов, что определяет значимость их каналов как эффективного инструмента освещения конфликта.

Объект исследования – авторские Telegram-каналы военных корреспондентов, освещающих специальную военную операцию на Украине.

Предмет исследования – особенности использования военными корреспондентами языковых средств выразительности в публикациях в авторских Telegram-каналах.

Цель исследования заключается в том, чтобы на основе анализа творческих приемов военных корреспондентов Е. Поддубного, А. Коца, А. Сладкова выявить тенденции использования средств выразительности в их авторских Telegram-каналах при освещении специальной военной операции в 2022-2023 гг.

Для достижения поставленной цели исследования сформулированы следующие **задачи**:

- охарактеризовать развитие военной журналистики в России и оценить влияние новых медиа в ее преобразовании;
- установить функции и специфику использования средств выразительности в медиадискурсе военной тематики;
- выявить подходы к использованию средств выразительности в публикациях в авторских Telegram-каналах российских военных корреспондентов;
- определить устойчивые элементы авторского стиля военных корреспондентов, реализуемые через средства выразительности в их Telegram-каналах.

Методика исследования. В рамках исследования разработана оригинальная методика анализа языка журналистики, основанная на комплексном подходе. Основные методы включают лингвостилистический анализ, прагматилистический анализ, контент-анализ, полуструктурированные интервью.

Особое внимание уделено языковым стратегиям и стилистическим особенностям, определяющим специфику журналистского дискурса при освещении вооруженных конфликтов в цифровой коммуникации Telegram-каналов. Исследование проводилось в несколько этапов: определение ключевых событий, сбор корпуса текстов, их анализ с применением указанных методов, интерпретация результатов для выявления закономерностей в использовании средств выразительности. Данный подход позволил учесть специфику авторского стиля и контекста цифровой среды.

Для анализа были отобраны публикации из Telegram-каналов военных корреспондентов Евгения Поддубного, Александра Сладкова и Александра Коца, обладающих значительным опытом освещения вооруженных конфликтов и представляющих ведущие российские медийные организации – ВГТРК (Е. Поддубный и А. Сладков) и Медиагруппу «Комсомольская правда» (А. Коц). Подробное описание методики, включая критерии отбора авторов, Telegram-каналов, событий и информационные справки об анализируемых корреспондентах, представлено в параграфе 3.1 диссертационного исследования.

Основной эмпирический материал представлен публикациями за период с 21 февраля 2022 года по 15 марта 2023 года, охватывающие освещение 34 событий в рамках первого года проведения СВО. Составлен список ключевых слов, отражающих популярные поисковые запросы по этим событиям и смежным военно-политическим вопросам, с учетом доступности для широкой аудитории. С сохранением формулировок этих слов был проведен анализ: Яндекс Подбор слов¹⁰ – для оценки общественного интереса через объем поисковых запросов (сервис Google Trends¹¹ не был использован, поскольку показывает усредненное значение); архив

¹⁰ Яндекс Подбор слов. URL: <https://wordstat.yandex.ru> (дата обращения: 23.10.2023).

¹¹ Google Trends – сервис для определения популярности поисковых запросов и тем, интересующих аудиторию. URL: <https://trends.google.com/trends/> (дата обращения: 23.10.2023).

РИА Новости¹² – для определения числа и характера официальных публикаций; TGStat.ru¹³ – для анализа количества публикаций в открытых Telegram-каналах (с учетом общего числа постов и ограниченной выборки оригинального контента на русском языке из России). Яндекс, РИА Новости и Telegram представляют взаимодополняющие сегменты информационного пространства: поисковые запросы отражают активный интерес пользователей, РИА Новости – структурированное освещение в официальных СМИ, Telegram – динамику оперативных обсуждений. Сопоставление данных (Приложение 1 и 2) выявляет корреляции между интересом аудитории, официальной повесткой и активностью в новых медиа, формируя целостную картину восприятия событий СВО.

Для проведения диссертационного исследования были вручную отобраны публикации трех военных корреспондентов, относящиеся к освещению пяти событий, методика отбора которых подробно описана в параграфе 3.1. Первичный отбор публикаций осуществлялся по критерию временного охвата: рассматривались публикации, созданные корреспондентами в течение одного месяца с официальной даты каждого события. За период с февраля 2022 года по март 2023 года указанными корреспондентами было опубликовано 12042 уникальных материала. Репосты, общее количество которых составило 7536, не включены в число материалов исследования. На первом этапе анализа вручную отобраны 5210 публикаций, в которых выявлена выраженная авторская позиция или элементы дискуссионного характера. Отбор осуществлялся на основе следующих критериев: наличие оценочных суждений, стилистических приемов, а также релевантность тематике событий СВО. Для углубленного анализа на основе качественных критериев отобрана 81 публикация, характеризующаяся наиболее интенсивным использованием стилистических

¹² РИА Новости. Архив новостей. URL: <https://ria.ru/search/?query=> (дата обращения: 23.10.2023).

¹³ TGStat. Аналитика публикаций в Telegram. – URL: <https://tgstat.ru/search> (дата обращения: 23.10.2023).

приемов и отражающая уникальные авторские подходы корреспондентов. Для идентификации авторской позиции в публикациях были выделены следующие маркеры:

- 1) использование оценочной лексики, например, эпитетов, наречий или глаголов с положительной или отрицательной коннотацией;
- 2) наличие определенных синтаксических конструкций и приемов, например, инверсия, параллелизм, риторический вопрос, используемых для подчеркивания авторской позиции;
- 3) создание дополнительного смыслового плана повествования за счет использования средств выразительности, например, метафор, аллегорий или символов, усиливающих глубину и образность текста.

По результатам проведенного исследования сформулированы **положения, выносимые на защиту:**

1. Современные возможности, предоставляемые платформой Telegram военным корреспондентам, существенно расширяют инструментарий их профессиональной деятельности. Telegram-каналы обеспечивают оперативную публикацию материалов, прямое взаимодействие с аудиторией и использование разнообразных форматов, таких как текст, аудио, фото и видео. Эти возможности позволяют военным корреспондентам создавать выразительные сюжеты, подчеркивая эмоциональную насыщенность материалов. Функции комментариев, опросов и сохранение анонимности пользователей способствуют формированию активного взаимодействия с аудиторией, что позиционирует Telegram как значимую платформу для информационной работы в условиях конфликта.

2. Традиционные средства выразительности, исторически присущие российской военной журналистики благодаря ее близости к литературным традициям, в условиях новых медиа адаптируются к цифровому формату, усиливая экспрессивность и формируя архитектуру текстов. Эта адаптация способствует сохранению эмоциональной насыщенности текстов при

сокращении их объема. В цифровой среде средства выразительности поддерживают образность и динамику повествования.

3. Тропы и фигуры речи, используемые в авторских Telegram-каналах российских военных корреспондентов, выполняют функции стилистической организации текста и усиления его выразительности. Анафора, повтор и параллелизм создают ритмическую структуру, акцентируя ключевые идеи публикаций. Антитеза подчеркивает контрасты, усиливая дихотомию «свой-чужой». Метафоры, гиперболы и ирония формируют выразительные образы, представляющие одну сторону с положительной коннотацией, а другую – с отрицательной. Парадокс и сарказм используются для опровержения стереотипов, которые формируются в дискурсе оппонентов в условиях информационного конфликта.

4. Индивидуальный языковой стиль военных корреспондентов формируется под влиянием их профессионального опыта и специфики основного СМИ, что также определяет выбор средств языковой выразительности. Александр Коц, представляющий печатные СМИ, в своих публикациях в Telegram-канале использует образность и метафоричность, стремясь к эстетическому воздействию и опираясь на традиции репортажной публицистики. Евгений Поддубный, телевизионный журналист, ориентирован на фонетическое восприятие текста, что проявляется в использовании парцелляции для усиления ритмики и динамики повествования. Стиль Александра Сладкова, обладающего значительным опытом военной службы, характеризуется лаконичностью, прямолинейностью и использованием сарказма, подчеркивая точность и ясность военной коммуникации.

5. Выбор тропов и фигур речи в материалах военных корреспондентов варьируется в зависимости от профессионального опыта: журналисты с большим опытом репортажной работы склонны к образности, тогда как журналисты с военным прошлым и активным взаимодействием с вооруженными силами предпочитают лаконичность. Профессиональный

контекст и опыт существенно влияют на языковую стилистику и подход к ведению Telegram-каналов.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в расширении научных представлений о функционировании языка в цифровой коммуникации, с акцентом на медиадискурс Telegram-каналов, освещающих вооруженные конфликты. Работа вносит вклад в изучение языковых особенностей текстов военных корреспондентов, выявляя специфику применения средств выразительности в публикациях А. Коца, Е. Поддубного, А. Сладкова за первый год СВО. Анализ их авторских материалов позволил систематизировать лингвостилистические характеристики, эмоционально-экспрессивные конструкции и риторические приемы, которые формируют индивидуальный стиль авторов. В рамках исследования уточнена терминологическая база через определение ключевых акторов, создающих контент о вооруженных конфликтах, что способствует более глубокому пониманию их роли в медиaprостранстве. Разработанный подход к анализу публикаций в Telegram создает методологическую основу для изучения других цифровых платформ и жанров, дополняя существующие классификации в риторике и стилистике. Исследование углубляет знания о роли языка в отображении кризисных событий, внося вклад в теорию конфликтного дискурса и стратегий языкового выражения в условиях информационных вызовов. Результаты могут служить основой для дальнейших исследований цифрового медиадискурса и языковых особенностей текстов в кризисных контекстах.

Практическая значимость результатов исследования заключается в разработке инструментария для анализа и совершенствования коммуникативных стратегий в Telegram-каналах, освещающих вооруженные конфликты. Результаты исследования могут быть использованы журналистами, включая военных корреспондентов, для осознанного применения средств выразительности, что позволит повысить качество взаимодействия с аудиторией. Разработанные подходы найдут применение в

образовательных программах по журналистике, медиаанализу и цифровым коммуникациям, способствуя подготовке специалистов, способных создавать качественный контент. Исследование вводит в научный оборот данные для изучения особенностей коммуникации в кризисных ситуациях, полезные при разработке стратегий взаимодействия с аудиторией в сложных информационных контекстах вооруженных конфликтов. Полученные результаты могут быть применены в социологических и медиаисследованиях для анализа эмоционального воздействия текстов Telegram-каналов, а также для совершенствования языковых стратегий, направленных на повышение качества медиаконтента и укрепление информационной безопасности.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были представлены на международных научных конференциях и профильных мероприятиях: XXXI Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2024» (Москва, 2024 г.), 23-я Международная научная конференция студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 2024 г.), XXX Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2023 г.).

Основные результаты, положения и выводы диссертационного исследования опубликованы в 5 научных работах, общий объем которых составляет 5,6 авторских листов, все 5 из которых опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете в МГУ имени М. В. Ломоносова по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Публикации, необходимые для защиты:

одна статья опубликована в издании, входящем в базу Scopus:

1. Горбань П.В. Метафорический код языка военкоров в Telegram: расшифровка смысловых символов // Медиалингвистика. 2025. Том 12. № 1. С. 43-58. EDN: YXLYHN; DOI: 10.21638/spbu22.2025.103. (Объем 1,2 а.л.) [ИФ – 0,376 (SJR)]

и четыре статьи опубликованы в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ и входящих в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденных решением Ученого совета Московского университета для защиты по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика:

2. Горбань П.В. Пропаганда сквозь призму времени и вооруженных конфликтов: эволюция и основные техники // Политическая лингвистика. 2024. № 5 (107). С. 76-83. EDN: FOTZIU. (Объём 0,9 а.л.). [ИФ – 0,603 (РИНЦ)]

3. Горбань П.В. Функциональные аспекты иронии и сарказма в авторских Telegram-каналах военных корреспондентов // Политическая лингвистика. 2024. № 4 (106). С. 144-155. EDN: IOXQQR. (Объём 1,4 а.л.). [ИФ – 0,603 (РИНЦ)].

4. Горбань П.В. Языковые средства выразительности в авторских телеграм-каналах военных корреспондентов // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 35-42 (Объём 0,9 а.л.). END: RSPANW; DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2024.3542. [ИФ – 0,799 (РИНЦ)].

5. Горбань П.В. Специфика передачи информационных поводов через различные каналы коммуникации // Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104). С. 54-65. EDN: TBUNFF. (Объём 1,2 а.л.). [ИФ – 0,603 (РИНЦ)].

Структура диссертации определена целью исследования и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трёх глав, разбитых на параграфы, заключения, приложения и списка литературы. Список использованной литературы включает 258 наименований научных работ отечественных и зарубежных авторов, словарей, официальных документов, отчётов и интернет-источников. В приложениях представлены сравнительные таблицы показателей отбора событий, тексты расшифровок исследовательских интервью с А. Коцем и Е. Поддубным.

ГЛАВА 1. Развитие военной журналистики в России в контексте технологических трансформаций медиа

В рамках первой главы представлены результаты исследования процесса адаптации военной журналистики к условиям цифровой среды в том числе с целью расширения аудитории и выражения авторской позиции. Представлен результат анализа специфики применения новых медиа как инструмента для распространения информации о вооруженных конфликтах. Изучена эволюция военной журналистики в контексте развития технологий. Особое внимание уделено процессу формирования образа вооруженного конфликта через использование новых медиа.

1.1. Историческая эволюция и современное состояние военной журналистики в России

Вооруженные конфликты с участием представителей различных государств, как и любой масштабный кризис, неизменно сопровождали, сопровождают и, с высокой вероятностью, будут сопровождать общественные процессы. Несмотря на глобальный прогресс в развитии социальных структур, полностью исключить вероятность возникновения военных действий в мире не удалось. Общество, в свою очередь, испытывает потребность в объективной информации о причинах и динамике таких конфликтов. Эту функцию выполняют журналисты, обеспечивая аудиторию сведениями о военных событиях и стремясь минимизировать эскалацию общественной вражды. При этом военные корреспонденты обязаны соблюдать конфиденциальность, избегая разглашения секретных данных, которые могут стать им доступны, а также действовать в соответствии с законодательством и нормами профессиональной этики.

Военная журналистика в России обладает богатой историей, эволюционировавшей от первых опытов освещения боевых действий до современных конфликтов, таких как специальная военная операция на Украине. Эта сфера опирается на профессиональные традиции,

сформированную благодаря историческому опыту, когда писатели и журналисты, выступая в роли хроникеров и свидетелей, запечатлевали события военных лет.

В условиях стремительного развития технологий массовой коммуникации пресса и другие формы массмедиа существенно трансформировали профессиональные практики журналистики, включая освещение вооруженных конфликтов. Внедрение цифровых платформ и современных инструментов обработки информации позволило повысить оперативность передачи новостей, расширить доступ к разнообразным источникам и усилить эмоциональное воздействие на аудиторию. В контексте военной журналистики эти изменения обусловили появление новых подходов к репрезентации конфликтов, где акцент смещается на визуальную и повествовательную выразительность, а также на интерактивное взаимодействие с аудиторией. Такой подход способствует выявлению трансформаций профессиональных практик в условиях исторических изменений, подчеркивая специфику отображения военных событий в информационном пространстве.

Для более глубокого понимания этих процессов представляется целесообразным рассмотреть эволюцию военной журналистики через призму ее исторического развития. С этой целью систематизированы ключевые этапы развития военной журналистики.

Особенности военной журналистики в Российской империи определялись техническими возможностями и каналами распространения информации. В период Восточной (Крымской) войны¹⁴ (1853-1856 гг.) доминирующим средством массовой информации была печатная пресса. Телеграф только начинал внедряться и использовался преимущественно для

¹⁴ Выводы базируются на данных из следующих источников: Крымская война 1853-1856 гг. в дневниках, письмах и воспоминаниях участников: сборник документов / Федеральное архивное агентство, Российский государственный военно-исторический архив, Институт востоковедения РАН; составитель, автор предисловия и комментариев М. Р. Рыженков. М.: Фонд «Связь эпох»: Кучково поле Музеон, 2023. 927 с.; Тарле Е. В. Крымская война. СПб.: Наука, 2011. 507 с.

военных и административных целей, не являясь инструментом массового информирования. В ходе Русско-турецкой войны¹⁵ (1877-1878 гг.) печать сохраняла лидирующие позиции, однако телеграф получил более широкое распространение в военной и государственной сферах. Несмотря на это, он все еще не был массовым каналом для граждан, а информация доходила до читателей через газеты. К началу Русско-японской войны¹⁶ (1904-1905 гг.) телеграф стал играть заметную роль в передаче военных новостей, в том числе благодаря Российскому телеграфному агентству. Печатные издания дополнялись телеграфными сводками, что ускоряло распространение информации, хотя доступ к ней для широкой публики оставался опосредованным. Для наглядного представления основных изданий, освещавших указанные внешние межгосударственные конфликты в период существования Российской империи, составлена таблица 1, которая дополняет анализ особенностей военной журналистики периода.

Военная журналистика Российской империи (до 1917 года) характеризуется рядом особенностей. Прежде всего, выраженный патриотизм и ориентация на государственную идеологию. Такие издания как «Русский инвалид» выступали инструментами прославления успехов армии, монархии и военных кампаний. Для достижения данной цели использовались официальные сообщения и контроль информации, направленные на укрепление общественной поддержки военных действий государства.

¹⁵ Выводы базируются на данных из следующих источников: История Русско-Турецкой войны 1877-1878 г. в Европейской Турции. СПб.: Народные издания «Досуг и дело». Вып. 1. Причины и переход через Дунай. 1903. 31 с.; Русско-турецкая война 1877-1878 / В. И. Ачкасов, А. П. Барбасов, В. И. Виноградов и др.; под. ред. И. И. Ростунова. М.: Воениздат, 1977. 263 с.; Кочуков С. А. К вопросу формирования корпуса военных корреспондентов в Русско-турецкой войне 1877-1878 годов // Известия Саратовского университета. Сер. История. Международные отношения. 2011. № 2-2. С. 64-72.

¹⁶ Выводы базируются на данных из следующих источников: Бархатов М. Е. История русско-японской войны. СПб.: Товарищество Р. Голике и А. Вильборг, 1907. 258 с.; Левицкий Н. А. Русско-японская война: 1904-1905. М.: Изографус; СПб.: Эксмо, 2003. 667 с.; Новикова С. А. Правовое положение русских военных корреспондентов во второй половине XIX – начале XX в. // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2013. № 2. С. 33-44.

Таблица 1. Военная журналистика в Российской империи (XIX – начало XX веков)

Период военных действий	Военная журналистика: ключевые издания	Ключевые авторы – военные корреспонденты
1853-1856 гг.: Восточная (Крымская) война¹⁷	«Русский инвалид»; «Северная пчела»; «Московские ведомости»; «Отечественные записки».	Лев Николаевич Толстой; Николай Берг.
1877-1878 гг.: Русско-турецкая война¹⁸	«Русский инвалид»; «Вестник Европы»; «Московские ведомости»; «Санкт-Петербургские ведомости»; «Новое время»; «Голос»; «Русский мир»; Русское телеграфное агентство (телеграфные сводки).	Василий Немирович-Данченко; Владимир Гиляровский; Николай Каразин; Михаил Скабичевский; Всеволод Гаршин.
1904-1905 гг.: Русско-японская война¹⁹	«Русский инвалид»; «Новое время»; «Русское слово»; «Биржевые ведомости»; Русское телеграфное агентство (телеграфные новости).	Василий Немирович-Данченко; Евгений Трубецкой; Алексей Свирский; Виктор Булла.

¹⁷ Таблица базируется на данных из следующих источников: Крымская война 1853-1856 гг. в дневниках, письмах и воспоминаниях участников: сборник документов / Федеральное архивное агентство, Российский государственный военно-исторический архив, Институт востоковедения РАН; составитель, автор предисловия и комментариев М. Р. Рыженков. М.: Фонд «Связь эпох»: Кучково поле Музеон, 2023. 927 с.; Тарле Е. В. Крымская война. СПб.: Наука, 2011. 507 с.; Толстой Л. Н. Севастопольские рассказы. Севастополь в августе 1855 года. М.: Проспект, 2024. 111 с.; Берг Н. В. Записки об осаде Севастополя. М.: Кучково поле, 2016. 478 с.; Берг Н. В. Севастопольский альбом. М.: Изд. К. Солдатенкова и Н. Щепкина, 1858. 18 с.

¹⁸ Таблица базируется на данных из следующих источников: История Русско-Турецкой войны 1877-1878 г. в Европейской Турции. СПб.: Народные издания «Досуг и дело». Вып. 1. Причины и переход через Дунай. 1903. 31 с.; Русско-турецкая война 1877-1878 / В. И. Ачкасов, А. П. Барбасов, В. И. Виноградов и др.; под. ред. И. И. Ростунова. М.: Воениздат, 1977. 263 с.; Кочуков С. А. К вопросу формирования корпуса военных корреспондентов в Русско-турецкой войне 1877-1878 годов // Известия Саратовского университета. Сер. История. Международные отношения. 2011. № 2-2. С. 64-72.; Немирович-Данченко В. И. Год войны: дневник русского корреспондента, 1877-1878. Санкт-Петербург: тип. В. И. Лихачева и А. С. Суворина, 1878. Т. 1. 326 с.; Гиляровский В. А. Мои скитания: повесть бродяжной жизни. М.: Федерация, 1928. 300 с.; Летенков Э. В. Король репортажа: Владимир Гиляровский. СПб.: ЛЕМА, 2018. 88 с.; Гаршин В. М. Четыре дня. СПб.: Лит. фонд. 1909. 16 с.; Новикова С. А. Образ войны в военных корреспонденциях и публицистике Вас. И. Немировича-Данченко в период русско-турецкой (1877-1878) и русско-японской (1904-1905) войн: сюжеты и роль общественных стереотипов в его формировании // Вестник ПСТГУ. Серия 2: История. История РПЦ. 2014. № 56(1). С. 90-91.

¹⁹ Таблица базируется на данных из следующих источников: Бархатов М. Е. История русско-японской войны. СПб.: Товарищество Р. Голике и А. Вильборг, 1907. 258 с.; Левицкий Н. А. Русско-японская война: 1904-1905. М.: Изографус; СПб.: Эксмо, 2003. 667 с.; Новикова С. А. Правовое положение русских военных корреспондентов во второй половине XIX – начале XX в. // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2013. № 2. С. 33-44.; Вититнев С. Ф., Шмелева А. В. Военная проза Василия Ивановича Немировича-Данченко // Язык и текст. 2022. Том 9. № 4. С. 37-43.

Ключевой особенностью было ограничение доступа представителей прессы к районам боевых операций. Публикации с линии фронта встречались редко из-за строгого надзора военных структур и проблем с организацией передвижений. В частности, в ходе Русско-турецкой войны (1877-1878 гг.) корреспонденты опирались²⁰ преимущественно на письма офицеров или наблюдения из тыла. Именно в это время намечается трансформация: отдельные журналисты предпринимают попытки самостоятельного освещения событий, что становится предпосылкой для развития фронтовых репортажей.

Журналистика данного периода носит ярко выраженный литературный и публицистический характер. Материалы часто оформлялись в виде очерков или рассказов, что характерно для работ В. А. Гиляровского. По мнению Л. П. Громовой, с момента своего возникновения и до середины XIX века журналистика была неразрывной частью литературного процесса, постепенно обособляясь и приобретая собственные черты развития²¹. Слияние журналистики с художественной прозой способствовало созданию эмоциональной связи с читателем. Основными каналами распространения таких текстов выступали журналы («Русская старина» и «Нива»), а ключевым инструментом – описательный стиль повествования.

Скорость передачи информации также оказывает влияние на специфику военной журналистики. На ранних этапах, например, в ходе Крымской войны, отсутствие телеграфа приводило к значительным задержкам в публикациях, снижая их актуальность. К Русско-японской войне внедрение телеграфной связи ускорило процесс доставки новостей, что

²⁰ Очерки по истории русской журналистики и критики. Редколл. Проф. В. Е. Евгеньев-Максимов и др. Ленинград: Издательство Ленинградского государственного университета им. А. А. Жданова, 1950. Т. 1. 604 с.; Манахова А. В. Проблема допуска корреспондентов на Балканский театр русско-турецкой войны 1877-78 гг. // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 3. С. 31-46.

²¹ Громова Л. П. Ценностные ресурсы русской журналистики: исторический опыт // Век информации. 2025. Т. 9, № 1 (30). С. 82.

обозначило важный этап в эволюции инструментария журналистов – переход от традиционной почтовой пересылки к оперативным сообщениям.

В период Первой мировой войны²² (1914-1918 гг.) военная журналистика Российской империи вступила в новую фазу, обусловленную технологическими достижениями, масштабами конфликта и нарастающим социально-политическим кризисом. Печатная пресса и телеграф оставались основными каналами информации, при этом телеграф достиг пика как средство передачи военных новостей. Российское телеграфное агентство выступало ключевым посредником, хотя доступ аудитории к информации осуществлялся преимущественно через газеты. До 1917 года тональность прессы была преимущественно патриотической, поддерживая политику Российской империи. Революционные события 1917 года и последующий переход к РСФСР кардинально изменили ландшафт журналистики: цензура ослабла, а пресса разделилась на противоборствующие лагеря. Либеральные издания, такие как «Речь», выступали за реформы, тогда как революционная печать, например «Правда», приобретала все более радикализированный характер, отражая политические изменения в стране. Эти особенности подчеркивают трансформацию военной журналистики в условиях смены государственного устройства. Для систематизации ключевых изданий данного периода составлена таблица 2.

Значимым изменением становится расширение доступа журналистов к фронту. Если до 1917 года освещение боевых действий оставалось под строгим контролем военных властей, то после революции корреспонденты получили больше возможностей для работы на передовой. Вместе с тем

²² Выводы базируются на данных из следующих источников: Гужва Д. Г. Русская военная печать в годы Первой мировой войны // Военно-исторический журнал. 2007. № 12. С. 37-41.; Бережной А. Ф. Русская легальная печать в годы Первой мировой войны. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1975. 152 с.; Котов Б. С. Начало Первой мировой войны и участие в ней России в осмыслении российской прессы // Перспективы. Электронный журнал. 2023. № 4 (35). С. 121-127.; Надёхина Ю. П. События Первой мировой войны в освещении московских журналов // Вестник ГУУ. 2014. № 7. С. 285-288.; Назарова Т. П., Морозова Н. В. Цели и причины Первой мировой войны в дискурсе Российской центральной печати (1914 г.) // Манускрипт. 2019. № 7. С. 34-38.

хаотичная обстановка периода ограничивает систематичность репортажей. Наблюдается очередная трансформация: журналистика постепенно отходит от полной зависимости от штабных сводок, переходя к личным наблюдениям и репортажам с мест событий.

Таблица 2. Отечественная военная журналистика в первой половине XX века

Период военных действий	Военная журналистика: ключевые издания	Ключевые авторы – военные корреспонденты
1914-1918 гг.: Первая мировая война²³	«Русское слово»; «Новое время»; «Биржевые ведомости»; «Русский инвалид»; «Речь»; «Утро России»; Русское телеграфное агентство (телеграфные сводки).	Владимир Короленко; Алексей Суворин; Валерий Брюсов; Николай Гумилев; Алексей Толстой.

Характерная особенность текстов этого периода – сочетание публицистики и агитации. После Октябрьской революции 1917 года журналистика приобретает отчетливый агитационный характер, что особенно ярко проявляется в большевистских изданиях («Правда», «Известия»). Основные средства коммуникации – газеты, журналы и листовки – отличались экспрессивной риторикой, формируя общественное мнение в условиях политического переворота. Революционные события 1917 года затмили для россиян значение Первой мировой войны, сместив фокус общественного внимания с фронтовых сводок на внутренние потрясения и идеологическую борьбу²⁴. В работах О. Д. Минаевой отмечается бурный

²³ Таблица базируется на данных из следующих источников: Гужва Д. Г. Русская военная печать в годы Первой мировой войны // Военно-исторический журнал. 2007. № 12. С. 37-41.; Бережной А. Ф. Русская легальная печать в годы Первой мировой войны. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1975. 152 с.; Котов Б. С. Начало Первой мировой войны и участие в ней России в осмыслении российской прессы // Перспективы. Электронный журнал. 2023. № 4 (35). С. 121-127.; Надёхина Ю. П. События Первой мировой войны в освещении московских журналов // Вестник ГУУ. 2014. № 7. С. 285-288.; Назарова Т. П., Морозова Н. В. Цели и причины Первой мировой войны в дискурсе Российской центральной печати (1914 г.) // Манускрипт. 2019. № 7. С. 34-38.; Лукницкий П. Н. Труды и дни Н. С. Гумилева. Санкт-Петербург: Наука, 2010. 890 с.; Крестинский Ю. А. А. Н. Толстой: Жизнь и творчество. М.: Издательство Академии наук СССР, 1960. 314 с.

²⁴ Пайпс Р. Русская революция. Часть первая. М.: РОССПЭН, 1994. С. 312, 366.

количественный рост русской печати на фоне ликвидации цензурных органов и введения Временным правительством ряда демократических свобод²⁵.

Скорость передачи информации также претерпевает изменения. Во время Первой мировой войны телеграф оставался ключевым инструментом для оперативной доставки новостей с фронта. Однако революционные потрясения 1917 года временно нарушили коммуникационные каналы, а после прихода к власти большевиков началась перестройка системы связи, подчиненная партийным задачам. Военная журналистика этого периода отражает переход от имперского идеологического влияния к революционной агитации. Эволюция профессии, обусловленная сменой идеологических приоритетов и появлением новых инструментов (телеграф, листовки, партийные каналы), знаменует промежуточный этап между имперской традицией и формированием советской системы освещения событий.

В Советском Союзе военная журналистика приобрела новый облик, отражая как технологические достижения, так и идеологическую централизацию. Рассматривая внешние межгосударственные конфликты, такие как Великая Отечественная война (1941-1945 гг.) и война в Афганистане (1979-1989 гг.), можно выделить ключевые особенности. В период Великой Отечественной войны²⁶ печать, телеграф и радио стали основными каналами информации. Радио, особенно Всесоюзное, вышло на первый план, обеспечивая массовый охват и дополняя газеты и сводки Совинформбюро. Телеграф поддерживал оперативность газет, но уступал радио в доступности. СМИ были направлены на мобилизацию общества, а после перелома в 1943 году, связанного с победами в Сталинградской и Курской битвах, тон публикаций стал более уверенным.

²⁵ Минаева О. Д. Модель печати России в феврале-октябре 1917 г.: к вопросу о методике анализа // Меди@льманах. 2018. № 1 (84). С. 115.

²⁶ Выводы базируются на данных из следующих источников: Майский И. М. Воспоминания Советского посла. Война 1939-1943. М.: Издательство «Наука», 1965. 407 с.; Черчилль У. Вторая мировая война: В 3 кн. Кн. 3. Т. 5.: Кольцо смыкается; Т. 6: Триумф и трагедия. М.: Альпина нон-фикшн, 2022. 750 с.; Гапон В. К. Военные корреспонденты. М.: Издательство Патриот, 2018. 253 с.

В ходе войны в Афганистане²⁷ радио (Всесоюзное) сохраняло доминирующую роль, связывая центр с регионами через сводки ТАСС, обращения руководства страны и патриотические материалы, включая песни о «воинах-интернационалистах». Тон прессы оставался сдержанным, подчеркивая «интернациональный долг» на фоне отсутствия значительных изменений в ходе конфликта.

Таблица 3. Военная журналистика в СССР.

Период военных действий	Военная журналистика: ключевые издания	Ключевые авторы – военные корреспонденты
1941-1945 гг.: Великая Отечественная война²⁸	«Красная звезда»; «Правда»; «Известия»; «Комсомольская правда»; «Труд»; Всесоюзное радио; Совинформбюро.	Василий Гроссман; Борис Полевой; Константин Симонов; Александр Твардовский; Илья Эренбург.
1979-1989 гг.: Война в Афганистане²⁹	«Известия»; «Комсомольская правда»; «Красная звезда»; «Правда»; «Литературная газета»; ТАСС; Всесоюзное радио.	Артем Боровик; Геннадий Глезденёв; Александр Каверзнев; Владимир Снегирев; Александр Проханов.

²⁷ Выводы базируются на данных из следующих источников: Рунов В. А. Афганская война. Боевые операции. М.: Яуза, 2008. 428 с.; Громов Б. В. Ограниченный контингент. М.: Яуза-Каталог, 2019. 380 с.; Тимофеев В. И. Цензура военной печати в период войны в Афганистане // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 173-194.

²⁸ Таблица базируется на данных из следующих источников: Майский И. М. Воспоминания Советского посла. Война 1939-1943. М.: Издательство «Наука», 1965. 407 с.; Черчилль У. Вторая мировая война: В 3 кн. Кн. 3. Т. 5.: Кольцо смыкается; Т. 6: Триумф и трагедия. М.: Альпина нон-фикшн, 2022. 750 с.; Гапон В. К. Военные корреспонденты. М.: Издательство Патриот, 2018. 253 с.; Симонов К. М. Разные дни войны: Дневник писателя. Таллинн: Ээсти раамат, 1988. Т. 2. 1942-1945 гг. 726 с.; Полевой Б. Н. Самые памятные: История моих репортажей. М.: Молодая гвардия, 1980. 412 с.; Полевой Б. Н. В конце концов. Нюрнбергские дневники. М.: Книжный клуб 36.6, 2021. 301 с.; Эренбург И. Г. Война: апрель 1942 – март 1943. М.: Военное издательство, 2002. 286 с.; Эренбург И. Г. Война. 1941-1945: полная хроника победы. М.: АСТ, 2019. 571 с.

²⁹ Таблица базируется на данных из следующих источников: Рунов В. А. Афганская война. Боевые операции. М.: Яуза, 2008. 428 с.; Громов Б. В. Ограниченный контингент. М.: Яуза-Каталог, 2019. 380 с.; Тимофеев В. И. Цензура военной печати в период войны в Афганистане // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 173-194.; Снегирев В. Н. Как карта ляжет: от полюса холода до горячих точек. М.: Аякс, 2017. 383 с.; Снегирев Владимир Николаевич. По-разному ребята попадали в афганский плен (2 часть). Проект «Афган, без вести пропавшие». URL: <https://rutube.ru/video/b177e244af09252f54f0120c6cc73044/> (дата обращения 12.05.2024); Каверзнев А. А. Александр Каверзнев: Сценарии. Воспоминания. Статьи. М.: Искусство, 1985. 247 с.; Дышев С. М. Манящая бездна. О жизни и гибели военного журналиста В. Глезденева. Ижевск: Удмуртия, 1991. 158 с.

Эти особенности иллюстрируют эволюцию советской военной журналистики в условиях конфликтов. Для систематизации основных изданий и каналов, использовавшихся в данных войнах, составлена таблица, представленная далее.

Ключевая особенность журналистики периода – идеологическая мобилизация. В годы Великой Отечественной войны издания («Правда», «Красная звезда») укрепляли боевой дух, акцентируя внимание на подвиги армии и борьбе с фашизмом. В Афганистане («Известия», «Комсомольская правда») освещение строилось вокруг «интернационального долга» и поддержки социализма. Это достигалось через газеты, радио и листовки, обеспечивая единство общества и армии. Контроль над информацией остается строгим.

Воздействие на аудиторию происходит за счет жанрового разнообразия. В годы Великой Отечественной войны³⁰ преобладали очерки, стихотворения, призывы (И. Г. Эренбург «Убей!»³¹), в Афганистане – редкие элементы прозы (А. Г. Боровик³²). Основные каналы – газеты, журналы («Огонёк») и (в Афганистане) телевидение. Технологический прогресс влияет на оперативность. В период Великой Отечественной войны радио и телеграф (Совинформбюро) обеспечивают быструю доставку сводок. В Афганистане телевидение («Время») стало массовым инструментом, цензура замедляла публикации. Эта тенденция определяет переход от радиовещания к телерепортажам как ключевому средству коммуникации.

Каждый исторический этап вносил существенный вклад в становление военной журналистики в России, формируя ее современный

³⁰ Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Издательство Московского университета: Наука, 2005. 349 с.; Шошин В. А. Писатели-корреспонденты на фронтах Великой Отечественной войны. СПб.: Наука, 2006. 609 с.

³¹ Эренбург И. Г. Убей! Статья. 24 июля 1942 г. // Красная звезда. 1942. 24 июля. № 173 (5236). С. 4. URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/320629-erenburg-i-g-ubey-statya-24-iyulya-1942-g#mode/inspect/page/1/zoom/4> (дата обращения: 14.01.2023).

³² Боровик А. Г. Афганистан. Еще раз про войну. М.: Международные отношения, 1990. 252 с.

облик. Эта сфера, унаследовав традиции и опыт минувших эпох, неизменно опиралась на силу слова, которое в текстах военных корреспондентов выступало не только средством передачи событий, но и способом осмысления их исторической значимости. Писатели, находившиеся на передовой, – от авторов очерков XIX века до хроникеров Великой Отечественной войны, – заложили фундамент профессиональных стандартов, определивших траекторию развития военной журналистики. Их работы, насыщенные художественной глубиной и точностью наблюдений, стали эталоном для последующих поколений, задав высокую планку мастерства репортажа и анализа. Вместе с тем современная практика сталкивается с новыми вызовами: изменением форматов подачи и потребления информации, развитием цифровых технологий и усилением информационных противостояний. Эти факторы требуют от журналистов исключительной компетентности и способности к непрерывному профессиональному росту в условиях динамичной информационной среды. Данные, предоставленные в таблицах 1, 2 и 3, охватывающие период с XIX века до конца XX века, иллюстрируют эволюцию подходов к освещению вооруженных конфликтов – от официальных хроник к более независимым репортажам и аналитическим форматам, сложившимся в эпохи крупных войн.

С наступлением XXI века изменение информационного ландшафта, развитие и усиление роли технологий обогатило традиционные жанры журналистики новыми категориями участников информационного процесса, что побуждает к уточнению терминологии, применимой к современной практике. Приведенные ниже определения, разработанные на основе анализа академической литературы, представляют собой оригинальные формулировки, ранее не встречавшиеся в научной практике в подобной интерпретации. В условиях усложнения цифровой медиакommunikационной среды и становления ее полисубъектности, как отмечает Е. Л. Вартанова³³, на

³³ Вартанова Е. Л. Полисубъектность медиасреды и ее потенциальное влияние на социальный конфликт // Меди@льманах. 2022. № 3. С. 8-14.

поле военной журналистики формируются новые типы авторов: наряду с военными корреспондентами действуют военные блогеры и военные аналитики, каждый из которых вносит уникальный вклад в освещение конфликтов. В условиях развития цифровой коммуникации эти новые участники формируют альтернативные подходы к созданию контента, дополняя традиционные каналы информации о вооруженных конфликтах. Изучение их ролей в медиaprостранстве позволяет более полно раскрыть статус и значение военных корреспондентов, чья деятельность остается ключевым элементом в формировании общественного дискурса и фиксации событий. Рассмотрим эти понятия далее.

Военный корреспондент – это аккредитованный при военных структурах Российской Федерации профессиональный журналист, работающий по поручению редакции в зонах вооруженных конфликтов и создающий материалы на основе полученных данных. Его деятельность регламентирована законом «О средствах массовой информации» и соответствует стандартам профессии, обеспечивая достоверное освещение событий через официально зарегистрированные средства массовой информации. Данное определение сформировано на основе третьей Женевской конвенцией от 12 августа 1949 года³⁴, работ И. П. Коновалова³⁵ и А. В. Козлова^{36, 37}.

Военный блогер – это формально независимый субъект медиакommunikационной среды, создающий контент о военных событиях и распространяющий его посредством цифровых платформ, нередко функционирующий вне рамок законодательного и профессионального

³⁴ Женевская конвенция от 12 августа 1949 года «Об обращении с военнопленными». ООН. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/geneva_prisoners_1.shtml (дата обращения: 24.02.2023)

³⁵ Коновалов И. П. Военная тележурналистика: особенности жанра // Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы. Ред.-сост. М. Погорелый, И. Сафранчук. М.: Гендальф, 2002. С. 43.

³⁶ Три лица военной журналистики. Интервью. Журнал «Журналист». URL: <https://jrnlst.ru/2024/04/09/148001/> (дата обращения 24.02.2025).

³⁷ Козлов В. А. Международно-правовой статус журналиста в условиях вооруженного конфликта // Культура в фокусе научных парадигм. 2020. № 10-11. С. 311-316.

регулирования. Деятельность такого автора может подпадать под действие законодательства о противодействии экстремизму, при этом его материалы характеризуются выраженной субъективностью и открытым отражением личной позиции. Данное определение сформировано на основе работ А. В. Козлова³⁸, Е. А. Кожемякина и А. А. Попова³⁹, Н. И. Иовва и Г. А. Мокричук⁴⁰.

Военный аналитик – это эксперт, осуществляющий интерпретацию военных событий и их последствий с учетом исторического контекста, современной геополитической конъюнктуры и стратегических приоритетов, чья профессиональная деятельность подчинена этическим стандартам и результаты которой находят отражение в специализированных официально зарегистрированных изданиях или на цифровых платформах. Данное определение сформировано на основе работ Е. Л. Вартановой⁴¹, И. В. Понкина^{42,43}.

Определив заявленные ключевые понятия через профессиональные роли, отличающиеся по методам работы и целям, перейдем к анализу термина «военная журналистика» в актуальных научных исследованиях медиа. Рассмотрение работ по военной журналистике за последние шесть лет позволяет выявить тренды, отражающие эволюцию этих ролей в условиях цифровизации и глобальных конфликтов.

³⁸ Три лица военной журналистики. Интервью. Журнал «Журналист». URL: <https://jrnlst.ru/2024/04/09/148001/> (дата обращения 24.02.2025).

³⁹ Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2012. № 6 (125). С. 154.

⁴⁰ Иовва Н. И., Мокричук Г. А. Блогосфера в системе массовой коммуникации // МедиаВектор. 2022. №3. С. 39.

⁴¹ Вартанова Е. Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России // Меди@льманах. 2019. № 2. С. 8-18.

⁴² Понкин И. В. Военная аналитика: доктринальный подход. Ассоциация ветеранов боевых действий ЦА МВД России, ОВД и Внутренних войск г. Москвы. URL: <https://mvdmos.ru/content/ponkin-iv-voennaya-analitika-doktrinalnyy-podhod> (дата обращения: 24.02.2025).

⁴³ Понкин И. В. Военная аналитика. Военное применение искусственного интеллекта и цифры. Консорциум «Аналитика. Право. Цифра». М.: Буки Веди, 2022. С. 20-25.

В рамках исследования в полуавтоматическом режиме было проанализировано 4353 публикации в академических журналах, представленных в научной электронной библиотеке eLibrary.ru, за период с 2020 по 2024 год по ключевому запросу «военная журналистика». Из них 639 статей индексируются в базах Web of Science или Scopus, 811 включены в ядро РИНЦ, а 575 относятся к категории RSCI. Наибольшее число публикаций – 343 статьи – принадлежит авторам Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, что является максимальным показателем. Вторую позицию занимает Санкт-Петербургский государственный университет с 243 статьями, третью – Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, исследователями которой опубликовано 123 статей.

Анализ современных научных исследований в области военной журналистики направлен на понимание целостной картины научного интереса к теме, выявление междисциплинарных связей и эволюции исследовательских приоритетов. Представленные в таблицах 4 и 5 данные обеспечивают комплексный подход и глубину анализа, отражая как статистическое состояние научного поля, так и его развитие во времени, что подтверждает обоснованность выбора темы и периода исследования.

Изучение распределения публикаций по выявленным автором диссертационного исследования тематическим направлениям позволяет выявить научные дисциплины, которые активно исследуют данную тему, и какие аспекты военной журналистики находятся в фокусе современной науки. Показатель распределения публикаций по тематическим направлениям подчеркивает междисциплинарный характер исследований, демонстрируя пересечение военной журналистики с такими дисциплинами, как история, языкознание и социология. Лидерство исторических наук указывает на значимость ретроспективного анализа военной журналистики, тогда как высокий интерес со стороны языкознания и журналистики

подчеркивает актуальность изучения языка и медийных практик, что напрямую связано с эмпирической базой диссертационного исследования – языком Telegram-каналов военных корреспондентов. Проведенный анализ не только контекстуализирует исследование, определяя его место в научном поле, но и обосновывает актуальность изучения военной журналистики как многогранного феномена. Представленные ниже данные распределения по научным дисциплинам за период 2020-2024 гг. отражают актуальные тенденции и служат основой для дальнейшего исследования.

Таблица 4. Распределение публикаций по военной журналистике по научным дисциплинам (eLibrary.ru, 2020-2024 гг.)⁴⁴

№	Научная дисциплина	Число статей
1	История. Исторические науки	852
2	Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации	725
3	Языкознание	568
4	Литература. Литературоведение. Устное народное творчество	452
5	Народное образование. Педагогика	322
6	Политика. Политические науки	320
7	Государство и право. Юридические науки	201
8	Социология	151
9	Экономика. Экономические науки	126
10	Философия	123

С целью изучения эволюции научного дискурса в области военной журналистики проведено изучение динамики ключевых слов за десятилетний период (2014-2024), разделенный на два пятилетних (2014-2019 и 2020-2024). Такой подход позволяет учесть влияние ключевых геополитических событий, включая кризис на Украине 2014 года и специальную военную операцию, на исследовательские приоритеты. Сравнение периодов выявляет, как изменялись фокусы научного интереса. Например, рост числа публикаций с ключевыми словами «СМИ, средства массовой информации, медиа» (с 277 до 420) и «социальные сети, новые медиа» (с 69 до 105), а также появление термина «специальная военная операция» (0 в 2014-2019, 32 в 2020-2024).

⁴⁴ Таблица базируется на анализе публикаций из научной электронной библиотеки eLibrary.ru за периоды 2020-2024 гг.

Данные изменения отражают усиление внимания к цифровым медиа и новым аспектам вооруженных конфликтов. Стабильность таких терминов как «информационная война, пропаганда» (149 и 147) и «вооруженный конфликт» (12 и 14), указывает на устойчивые темы в дискурсе. Данный анализ подчеркивает актуальность диссертационного исследования и обосновывает выбор периода 2022-2023 годов для изучения Telegram-каналов военных корреспондентов, демонстрируя связь с актуальными тенденциями в цифровых медиа и военной тематике. Представленные ниже параметры по изменению ключевых слов за указанные периоды иллюстрируют перечисленные тенденции.

Таблица 5. Изменения ключевых слов в исследованиях по военной журналистике (eLibrary.ru, 2014-2019 и 2020-2024 гг.)⁴⁵

Ключевое слово или словосочетание	Число публикаций (2014-2019)	Число публикаций (2020-2024)
СМИ, средства массовой информации, медиа	277	420
Журналистика	191	222
Информационная война, пропаганда	149	147
Социальные сети, новые медиа	69	105
Специальная военная операция	0	32
Вооруженный конфликт	12	14

Основные тематические поля⁴⁶ проанализированных статей отражают как исторические, так и современные аспекты исследовательской тематики «военная журналистика», включая влияние новых технологий и этических вызовов. В их числе:

1. Историческое развитие военной журналистики: вклад военных корреспондентов в освещение значимых конфликтах XX века (Русско-японская война, Великая Отечественная война и другие); изучение эволюции военной журналистики в разные исторические периоды;

⁴⁵ Таблица базируется на анализе публикаций из научной электронной библиотеки eLibrary.ru за периоды 2014-2019 и 2020-2024 гг.

⁴⁶ Список основных тематических направлений базируется на анализе публикаций по теме «военная журналистика», размещенных в научной электронной библиотеке eLibrary.ru за период 2020-2024 гг.

2. Технологические изменения в военной журналистике: воздействие цифровых платформ на скорость и стиль освещения вооруженных конфликтах; применение инновационных инструментов, включая беспилотные аппараты и пользовательский контент в деятельности военных корреспондентов; создание индивидуального имиджа журналиста с помощью современных медиа;

3. Этические и юридические аспекты военной журналистики: вопросы защиты конфиденциальности и безопасности источников в условиях доступности данных; поиск равновесия между свободой выражения и соблюдением государственных норм во время конфликтов; профессиональные и психологические трудности работы в зонах военных операций;

4. Влияние военной журналистики на общественное сознание: эмоциональное воздействие публикаций военных корреспондентов на общество; роль репортажей в формировании восприятия конфликта аудиторией; ослабление доминирования традиционных СМИ и рост альтернативных точек зрения; участие гражданских лиц (например, блогеров) в освещении конфликтов через цифровые платформы;

5. Военная журналистика в контексте информационных противостояний: применение репортажей как элемента гибридных конфликтов; вклад журналистов в борьбу с дезинформацией и ложными сообщениями;

6. Особенности военной журналистики в различных странах: специфика деятельности военных корреспондентов в зависимости от типа политического устройства; влияние культурных и политических аспектов на освещение вооруженных конфликтов и работу журналистов;

7. Перспективы развития военной журналистики: обучение и профессиональная подготовка военных корреспондентов; возможности применения искусственного интеллекта и автоматизированных технологий в

освещении конфликтов; актуальные требования к компетенциям военных журналистов.

Статистический срез становится основой для анализа современного состояния сферы, позволяя глубже понять, как описанные выше показатели формируют текущие тенденции и векторы развития профессии в условиях новых медийных и геополитических реалий.

На современном этапе цифровые медиатехнологии позволяют мгновенно транслировать и получать информацию с поля боя, что ускорило сменяемость новостей и повысило общие требования к точности информации и оперативности. Сегодня любой пользователь, обладающий смартфоном с фото- или видеокамерой и доступом в сеть Интернет, становится потенциальным репортером. В современном мире новые медиа стали мощным каналом передачи информации, что требует от профессионального сообщества разработки новых подходов в работе.

В большинстве случаев военные корреспонденты осуществляют информирование общественности за пределами телевизионного эфира или публикаций в рамках аккредитуемых их изданий. Журналистам, работающим в зонах конфликтов, необходимо преимущественно передавать непредвзятые факты, учитывая при этом потенциальный ущерб как для источников информации, так и для аудитории, воспринимающей эти сведения. Можно говорить о фундаментальном противоречии, исторически присущем взаимодействию между военными и журналистами: эффективность военных операций обусловлена их конфиденциальностью, тогда как деятельность журналистов основана на принципе публичности.

Д. В. Биндас рассматривает появление новых медиа и сообществ внутри социальных сетей как современный закономерный ответ на продолжение вооруженного конфликта в информационном пространстве. «Процесс освоения цифрового пространства (Интернет, телевидение, печатные СМИ, радио и другие) в настоящее время испытывает целый спектр геополитических проблем, связанных с распространением новых угроз в виде

проявлений экстремизма, терроризма на медиаплощадках и кибератак. И если в классических средствах массовой коммуникации методы противодействия подобным актам агрессии сформировались уже давно, закрепившись в виде этических и юридических документов, то в интернет-пространстве аналогичные задачи пока не имеют универсального способа достижения и еще не нашли своего постоянного исполнителя»⁴⁷. На основе результатов анализа западных и российских военных сообществ в новых медиа автор также приходит к выводу о попытках в российском сообществе создания системы ценностей для соблюдения принципов справедливой войны в Интернет-пространстве.

В контексте освоения цифрового пространства, описанного Д. В. Биндасом, военная журналистика в России исторически демонстрирует способность адаптироваться к новым инструментам распространения информации, что составляет одну из ключевых ее особенностей. От эпохи печатных изданий и радиорепортажей до современных Telegram-каналов военная журналистика оперативно интегрирует актуальные медийные платформы, сохраняя преемственность традиций. Эта способность позволяет военной журналистике эффективно взаимодействовать с аудиторией, используя инструменты, адаптированные к цифровой среде, и одновременно учитывать вызовы информационной безопасности и геополитические реалии, формируя нарративы, соответствующие принципам справедливого противостояния.

1.2. Особенности военной журналистики в новых медиа

Переход к социальным сетям в качестве основного канала распространения информации меняет способы ведения информационных кампаний. Одно из проведенных для издания FP Analytics исследований⁴⁸

⁴⁷ Биндас Д. В. Феномен военных сообществ в современных медиа как новая философия ведения войны // Общество: философия, история, культура. 2022. №12 (104). С. 126.

⁴⁸ Perez Ch., Nair A. Information Warfare in Russia's War in Ukraine. The Role of Social Media and Artificial Intelligence in Shaping Global Narratives. Foreign Policy. 2023.

посвящено конфликту между Россией и Украиной, где каждая из сторон, по наблюдениям авторов, широко использует социальные сети для представления своей версии событий и распространения противоположных нарративов о конфликте, в том числе причинах, последствиях и будущем. Авторы исследования подчеркивают, что не только отдельные граждане, но и государственные чиновники и государственные учреждения обратились к различным платформам социальных сетей, например, Facebook⁴⁹ (проект Meta Platform Inc., запрещен на территории Российской Федерации), Twitter⁵⁰, YouTube⁵¹, TikTok⁵² и Telegram, с целью выложить свою версию событий. На данный момент не представляется возможным определить количество загруженного этими субъектами контента, но масштаб загружаемой информации огромен, а темп не планирует снижаться. По статистике исследователей, за первую неделю конфликта видео из ряда

URL: <https://foreignpolicy.com/2022/08/22/information-warfare-in-russias-war-in-ukraine/> (дата обращения: 18.06.2023).

⁴⁹ Проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в Российской Федерации была признана экстремистской и запрещена в 2022 году.

⁵⁰ Проект заблокирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) на территории Российской Федерации на основании требования Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 24 февраля 2022 года 27-31-2020/Ид2145-22. Статья основания внесения в реестр – 15.3.

⁵¹ Депутат Хинштейн: Замедление YouTube продолжится. Парламентская газета. 01.08.2024. URL: <https://www.pnp.ru/politics/deputat-khinshteyn-zamedlenie-youtube-prodolzhitsya.html> (дата обращения: 01.10.2024).

YouTube по-прежнему недоступен для использования в России. ТАСС. 01.03.2025. URL: <https://tass.ru/ekonomika/23279701> (дата обращения: 01.05.2025).

В первом квартале 2023 года модераторы платформы удалили свыше 900 каналов, контент которых был направлен на поддержку СВО на Украине или был посвящен повседневной жизни на территории Российской Федерации. В мае 2022 года СЕО YouTube заявила, что видео, которые оправдывают или смягчают конфликт между Россией и Украиной противоречат политики платформы и будут удалены с нее.

YouTube removes more channels promoting the Kremlin's agenda. May 02, 2023. Cybernews. URL: <https://cybernews.com/cyber-war/youtube-removes-channels-promoting-kremlin/> (accessed: 15.05.2023).

⁵² В марте 2022 года TikTok ограничил доступ к просмотру и публикации материалов на своей платформе для аккаунтов, зарегистрированных и действующих на территории Российской Федерации.

источников, опубликованных в социальной сети TikTok⁵³ с тегами #Россия и #Украина, собрали суммарно 37,2 миллиарда и 8,5 миллиарда просмотров соответственно. Определение источника информационной кампании и ее охват часто представляют трудность, что усложняет попытки массового удаления ложного контента или выявления дезинформации до достижения массовой аудитории.

В последние годы мессенджер Telegram стал ключевым инструментом для оперативного распространения информации и обсуждения событий в условиях военных и общественных конфликтов. Платформа позволяет как профессиональным журналистам, так и гражданским активистам публиковать материалы, проводить анализ и вести дискуссии в режиме реального времени, обходя традиционные ограничения, такие как редакционные фильтры, географические и технические барьеры. Благодаря децентрализованной инфраструктуре и сквозному шифрованию Telegram минимизирует вмешательство государственных органов, что позволяет публиковать контент, который может быть заблокирован на других платформах из-за своей политической или идеологической направленности.

В отличие от традиционных СМИ, где материалы проходят редакционную проверку, авторы в Telegram публикуют контент напрямую, без задержек, сохраняя оригинальность сообщения. Платформа доступна даже в условиях Интернет-ограничений благодаря встроенным механизмам обхода блокировок (прокси-сервер, VPN), что делает ее эффективной в регионах с жестким контролем. Telegram поддерживает публикацию длинных текстов, видео, аудио, файлов без строгих лимитов, в отличие от социальных сетей с ограничениями на формат и объем контента, а мгновенная доставка сообщений обеспечивает оперативность, критически важную для освещения событий. Основатель Telegram Павел Дуров подчеркивает, что такая техническая архитектура защищает права

⁵³ В марте 2022 года TikTok ограничил доступ к просмотру и публикации материалов на своей платформе для аккаунтов, зарегистрированных и действующих на территории Российской Федерации.

пользователей на свободный доступ к информации. Отсутствие строгой модерации, высокая скорость передачи данных, поддержка каналов и чатов с интерактивными функциями (опросы, комментарии, анонимная обратная связь) позволяют авторам выстраивать эффективную коммуникацию. Пользователи могут выбрать контент, соответствующий их интересам, а авторы создают сообщества, используя инструменты для привлечения и удержания лояльной аудитории.

Telegram предоставляет пользователям возможность самостоятельно формировать новостную ленту. В мессенджере отсутствует алгоритмическая подборка контента, основанная на предпочтениях пользователя или рекомендациях его контактов. Аудитория Telegram относительно независимо выбирает каналы, боты и чаты для взаимодействия, а также определяет степень и длительность вовлеченности в информационный поток. Каналы СМИ и блогеров сосуществуют с личной перепиской, что требует учета при разработке контента: новости и аналитические материалы могут быть вытеснены личными сообщениями.

Военные корреспонденты в режиме реального времени сообщают в своих каналах то, что видят, не ограничиваясь рамками редакционных форматов⁵⁴. Стремление быть оперативными приводит к упрощению традиционной структуры информационной заметки. Например, новость может состоять только из заголовка, а детали события публикуются в качестве самостоятельных сообщений-новостей. Подача новостей также становится более яркой и провокационной с целью привлечь внимание аудитории в общем потоке Telegram-каналов в пользовательской ленте. Исследователи Е. А. Баранова и Д. Д. Андрианова на основе проанализированных материалов делают вывод о том, что авторы Telegram-каналов часто берут за основу своих публикаций материалы

⁵⁴ 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: Горбань П. В. Функциональные аспекты иронии и сарказма в авторских Telegram-каналах военных корреспондентов // Политическая лингвистика. 2024. №4 (106). С. 144-155.

профессиональных журналистов, не указывая при этом первоисточник⁵⁵. Отметим, что возможна и обратная ситуация, когда опубликованные в Telegram данные становились информационным поводом будущей статьи в традиционном СМИ. Также в ряде случаев авторы Telegram-каналов выражают личную позицию, не придерживаясь принципов объективности. Данный факт касается как блогеров, так и журналистов, для которых активность на площадке может быть опциональной.

Е. Л. Вартанова и соавторы полагают, что «в современных социальных конфликтах медиа играют самые разные роли: информаторов, соучастников, производителей социального конфликта. Они выступают и инструментом распространения конфликта, и пространством его существования, и средой его порождения. При этом, преодолевая границы институционально, профессионально и индустриально организованных сфер социальной коммуникации, цифровые медиакommunikации позволили актерам напрямую вступать в конфликтную коммуникацию, используя организационный и мобилизационный потенциал Интернета и новых технологических цифровых платформ»⁵⁶.

В периоды кризисов неопределенность и обеспокоенность относительно текущих событий усиливаются, что побуждает людей обращаться к телевидению для снижения тревожности за счет упрощенного и структурированного изложения информации. В то же время платформы новых медиа могут усиливать тревожность из-за обилия неподтвержденной информации и высокой скорости распространения новостей, хотя и представляют возможности для более глубокого анализа ситуации и устранения сомнений. Как отмечают В. Шехета и Д. Абдельдаим, «поскольку люди могут не знать достаточного объема информации, они зависят от

⁵⁵ Баранова Е. А., Андрианова Д. Д. Современный российский рынок деловой информации в условиях конкуренции ежедневных СМИ и Telegram-каналов // *Litera*. 2022. №8. С. 103.

⁵⁶ Вартанова Е. Л., Дунас Д. В., Гладкова А. А. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2021. № 4. С. 21.

социальных сетей при получении данных, а также начинают делиться информацией, фотографиями и видео независимо от того, правда это или ложь»⁵⁷. Посредством новых медиа становится возможным быстрое распространение актуальной информации и результатов научных исследований, устраняется чувство изоляции индивида, одновременно сохраняется распространение ложной и вводящей в заблуждение информации, которую напуганные представители аудитории могут воспринимать как факты.

Цифровые платформы обеспечивают оперативность, доступность и гибкость в распространении информации, создавая условия для реализации оригинальных авторских подходов к подаче материалов. Обозначим несколько основных изменений, с которыми столкнулась журналистика под влиянием развития новых медиа. Это:

1) децентрализация информации⁵⁸. Новые медиа разрушили монополию традиционных СМИ. Теперь любой пользователь обладает возможностью участвовать в сборе, создании, распространении и обсуждении информации, что меняет суть профессии «журналист» и контроль над распространяемыми в пространстве Интернет информацией, смыслами;

2) значительное увеличение скорости распространения информации⁵⁹. В связи с молниеносной скоростью распространения информации в новых

⁵⁷ Shehata W. M., Abdeldaim D. E. Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic, Egypt // Environmental Science and Pollution Research. 2022. Vol. 29. P. 23374–23382.

⁵⁸ Варганова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 9; Дунас Д. В. Медиапотребление как область междисциплинарного анализа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 115-135; Зубко Д. В., Ключев Ю. В. Профессиональная коммуникация в эпоху цифровизации: компетенции, навыки, критерии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 4. С. 108; Тимофеев А. А. Журналистика в цифровой век: от утрат к новым приобретениям // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 5. С. 143.

⁵⁹ Александрова А. А. Человек как СМИ: вызовы времени // Динамика медиасистем. 2022. № 2. С. 99-100.; Сорокин И. О. Информационные войны как феномен постиндустриального (информационного) общества: основные парадигмы // Журнал

медиа, от журналистов требуется соразмерное увеличение скорости реакции на происходящие в обществе события, а также совершенствование навыка проверки информации в условиях информационного шума;

3) технологическая трансформация профессии⁶⁰. Автоматизация процессов, искусственный интеллект, Big Data и другие мировые технологические инновации заставили журналистику эволюционировать в сторону симбиоза человека и машины. Некоторые исследователи⁶¹ полагают, что это ведет к широкому применению возможностей иммерсивной журналистики;

4) новые дилеммы⁶². Персонализация и мультимедийность проецируют параллельные медиареальности, в рамках которых глобальные тренды проигрывают локальным. Новые медиа содержат в открытом доступе много личной информации или данных, которые могут угрожать безопасности человека. В данном контексте журналисты должны особенно тщательно обдумывать, какую информацию используют в своих материалах.

Политических исследований. 2025. Том 9. № 1. С. 25-40; Трофимов Р. В. Фейк как не критическое восприятие информации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. № 10 (878). С. 113-118; Дугин Е. Я. Доверие – фундаментальное условие деятельности медиакommunikации и журналистики // Современные СМИ и медиарынок. Вып. 3: сборник научных трудов в честь профессора Е. Е. Корниловой / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. СПб.: Издательство СПбГЭУ, 2024. С. 62-63.

⁶⁰ Зеленцов М. В. К вопросу определения гибридного новостного формата в цифровой среде // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Том 6. № 3. С. 5-22; Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Кульчицкая Д. Ю. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Том 11. № 4. С. 688; Виноградова К. Е. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы // Гуманитарный вектор. 2023. Том 18. № 3. С. 124-125; Суходолов А. П., Бычкова А. М., Ованесян С. С. Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Том 8. № 4. С. 654-655.

⁶¹ Дугин Е. Я. Методологические конструкты анализа медиа в условиях цифровых трансформаций // Гуманитарий Юга России. 2019. Том 8. № 6. С. 38-39.

⁶² Добросклонская Т. Г., Ломакин Б. Е. Медийная картина мира как объект научного описания // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2023. Том 12. № 5. С. 69; Сидоров В. А. Журналистика как ценность в «цифровой» среде // Вопросы журналистики. 2019. № 5. С. 7-8; Абилюкенова В. А. Цифровая эпоха и новая ситуация выбора современного журналиста // Ведомости прикладной этики. 2020. № 56. С. 130; Баранова Е. А. Трансформация этических принципов журналистики в условиях медиаконвергенции // Меди@льманах. 2016. № 6 (77). С. 33-39.

И. Н. Денисова⁶³ отмечает, что популярность Telegram-каналов как источника сведений о военных действиях обусловлена рядом факторов. Прежде всего, это оперативность: новости в Telegram появляются раньше, чем в официальных СМИ. Другой фактор – публикации военных корреспондентов, выступающих очевидцами событий и сопровождающих свои сообщения фото- и видеоматериалами. Кроме того, исследователь выделяет авторский стиль изложения: журналисты используют язык, доступный аудитории, выражают субъективную позицию и прибегают к неформальной манере общения. Это позволяет публиковать информацию, которая по различным причинам отсутствует в официальных источниках. Платформы также обеспечивают возможность прямого взаимодействия аудитории с авторами или единомышленниками в рамках Telegram-каналов. На основании этих данных, И. Н. Денисова заключает, что для части пользователей Telegram-каналы военных корреспондентов становятся основным источником информации о вооруженных конфликтах, опережая официальные СМИ. Этот вывод подкрепляется результатами статистических исследований, включая данные сервиса аналитики Telegram-каналов и чатов TGStat⁶⁴.

И. А. Быков и С. В. Курушкин предлагают авторскую типологизацию военных корреспондентов, ведущих публикации в социальной сети Telegram⁶⁵. Исследователи отмечают, что контент-стратегии военных корреспондентов схожи между собой. Можно выделить следующие типы:

1. классические военные корреспонденты, которые являются сотрудниками СМИ и уже осуществляют профессиональную журналистскую

⁶³ Денисова И. Н. Освещение вооруженного конфликта в Telegram (на примере телеграм-каналов военкоров) // Социально-гуманитарные знания. 2023. №12. С. 134.

⁶⁴ Исследование аудитории Telegram за 2023 год. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/research-2023> (дата обращения: 12.01.2024).

⁶⁵ Быков И. А., Курушкин С. В. Военкоры как профессиональное сообщество журналистов: проблемы типологизации // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 18–19 ноября 2022 года. Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург: Медиапапир. 2022. С. 44-45.

деятельность в горячих точках. В этой категории превалирует репортажная форма повествования;

2. военные эксперты. К этой категории можно отнести блогеров, которые пишут на военную тематику, но не находятся непосредственно в зоне проведения боевых действий. У представителей этой категории может быть развита собственная система источников информации. Здесь превалирует аналитическая форма повествования;

3. анонимные военные корреспонденты. В данной категории транслируемая информация представляется наиболее сбалансированной и беспристрастной. Как правило, авторы из данной категории скрывают или не афишируют свои имена.

Отличительная особенность Telegram по сравнению с ранее популярными социальными сетями заключается в доступности публикации контента, не требующей специальной подготовки автора. Пользователь самостоятельно формирует новостную ленту; сообщения остаются видимыми, а прочитанные публикации не отображаются повторно как новые. Платформа обеспечивает массовый охват при сохранении элитарности коммуникации. Однако для достижения активности и влияния в общественно-политической сфере Telegram требует от автора высокого уровня профессиональной компетентности. Платформа также допускает публикацию чувствительного контента, включая фото- и видеоматериалы, отражающие в том числе и жестокие действия в рамках вооруженных конфликтов, с возможностью скрытия такого содержания под спойлером, активируемым по выбору пользователя.

Платформа обеспечивает возможность свободного обсуждения актуальных вопросов политики и общественной жизни, а также способствует качественной экспертной коммуникации. Отметим, что в 2022 году Telegram

вошел в пятерку наиболее скачиваемых приложений, а число его активных пользователей превысило 700 миллионов человек ежемесячно⁶⁶.

Платформы новых медиа позволяют интегрировать мультимедийные и интерактивные элементы, что открывает перед журналистами новые возможности по созданию более вовлекающих материалов. Мультимедийность обогащает текстовый материал за счет интеграции в себя видео- и аудиофайлов, интерактивных графиков, опросов или других элементов, усиливающих визуальную привлекательность материала и делаая его более доступным для понимания широкой аудиторией. Мультимедийные средства помогают журналистам модифицировать сложные концепции и данные в более простую и наглядную форму, что особенно значимо в условиях информационного перенасыщения и клипового мышления.

Интерактивность текстов предоставляет аудитории возможность выражения собственного мнения и участия в диалоге с автором, что может проявляться в форме комментариев, реакций, посредством персонализации содержания материала в зависимости от картины мира. Двусторонняя коммуникация способствует более глубокому погружению в материал и формированию более тесной незримой связи между автором и его аудиторией. Аудитория получила возможность в любое время вступить в диалог, самостоятельно выбрав себе собеседника. И. Б. Александрова и В. В. Славкин определяют феномен массовой коммуникации в потенциальной диалогичности медиаречи, отмечая, что, даже в случае, когда прямой диалог не состоялся, журналист стремится к повышению коммуникативного статуса аудитории, а «характерной чертой современной медиаречи можно признать конструирование автором диалога с потенциальным читателем»⁶⁷. Также авторы относят к диалогичности

⁶⁶ 700 миллионов пользователей и Telegram Premium. Команда Telegram. 19 июня 2022 г. URL: <https://telegram.org/blog/700-million-and-premium/ru> (дата обращения: 19.12.2023).

⁶⁷ Александрова И. Б., Славкин В. В. Диалогичность как категориальная характеристика речи современного общества // Медиаскоп. 2015. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2029> (дата обращения: 30.10.2024).

использование сразу нескольких знаковых систем в текстах журналистов с целью побудить аудиторию прочесть текст и вступить в дискуссию с автором. А. В. Колесниченко⁶⁸ отмечает характерное для блогосферы стирание границы между публичным и частным. Тематика публикаций в новых медиа содержательно более личностная, а основная часть контента сводится к дублированию новостей из традиционных СМИ.

Возможности самопрезентации журналистов через авторские Telegram-каналы подчеркивают потенциал новых медиа в освещении общественно значимых событий и вооруженных конфликтов, однако их использование сопряжено как с преимуществами, так и с ограничениями, требующими дальнейшего анализа. В условиях роста числа непроверенных источников корреспондентам необходимо тщательно фильтровать поступающие данные и проверять факты, даже если они кажутся достоверными, чтобы минимизировать информационный шум. Это особенно важно, поскольку увеличение объема недостоверной, но эмоционально привлекательной информации затрудняет восприятие значимых событий аудиторией, возлагая на журналистов задачу обеспечения объективности и полноты картины происходящего.

Новые медиа позволяют журналистам подробно освещать события, дополняя материалы оперативной информацией и актуальными данными по мере их обнаружения. Журналисты могут высказывать собственную позицию и делать прогнозы по динамике вооруженного конфликта, что не всегда вписывается в формат или редакционную политику конкретного издания. Также в рамках платформ новых медиа военкоры могут выражать персональную позицию по спорным вопросам, для которых нет основательной подтверждающей фактологической базы, или расходящуюся с редакционной позицией точку зрения. Благодаря возможности использования различных форматов контента (текст, аудио, видео,

⁶⁸ Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. №1. С. 51-74.

разнообразные интерактивные форматы) в рамках одной площадки освещение конфликта становится более многогранным и полным. В цифровом пространстве журналисты и авторы могут оставаться анонимными или скрывать свои источники информации как для их, так и для собственной безопасности. Г. В. Лукьянова и А. Ю. Соловьев полагают, что «политики и политически активные индивиды имеют возможность повлиять на актуальность того или иного события, провоцируя или развивая дискуссию в социальных сетях»⁶⁹. Разнообразие форматов и отсутствие ограничений на объем информации в новых медиа позволяют авторам акцентировать внимание на ключевых аспектах различных тем, привлекая внимание общественности и влияя на формирование повестки дня. Некоторые каналы публикуют репосты из дружественных источников, поддерживающих их позицию, что ограничивает представление альтернативных точек зрения.

Ряд исследователей убеждены, что подобная свобода выражения может привести к неизбежным последствиям. Так, М. С. Петрова полагает, что «нередко военные корреспонденты, иногда сами того не замечая, вместо военной журналистики, чья суть заключается в беспристрастном освещении военных конфликтов (хотя иногда даже беспристрастная информация может носить провокационный характер и способствовать эскалации конфликта), действуют в рамках агрессивного журнализма, накаляя обстановку, не избегая уклона в сторону жестокости и скрывая от публики ненасильственные альтернативы. Агрессивный журналист не стремится остаться в роли наблюдателя, а вмешивается в ход конфликта, добиваясь эскалации насилия»⁷⁰. При этом важно отметить, что, несмотря на эмоциональность выражения авторской позиции, мнения анализируемых в данном исследовании военкоров, которые они выражали

⁶⁹ Лукьянова Г. В., Соловьев А. Ю. Особенности формирования повестки дня в мессенджере Telegram // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 92.

⁷⁰ Петрова М. С. Агрессивный журнализм как элемент информационных войн // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №4. С. 258.

в авторских Telegram-каналах, не расходятся с их позицией, представленной в редакционных материалах основного места работы.

Среди новых вызовов, с которыми вынуждены сталкиваться журналисты в сети Интернет, выступает информационная война⁷¹. В современную эпоху информационные технологии расширяют возможности традиционных методов влияния на аудиторию. Например, классические подходы трансформировались в адаптивные формы, такие как распространение недостоверной информации, фейковые новости, создание провокационного контента на цифровых платформах.

Различные государственные структуры могут использовать новые медиа для распространения идеологически-направленных материалов, подавая их как пример независимой журналистики. Н. С. Лабуш⁷² считает, что в современных информационных войнах журналисты разделяются на «своих» и «чужих», утрачивая профессиональную солидарность. Они все чаще становятся проводниками идеологий и политических интересов, а не приверженцами фактов. Среди признаков таких войн автор выделяет повышение агрессивности контента, что подтверждается качественно-количественным анализом медиатекстов и указывает на начало стратегических информационных операций. Коммуникация изначально выстраивается для формирования доверия, но затем агрессивность нарастает, и «стратегическая информационная операция, таким образом, может перерасти в информационную войну, при которой агрессивная коммуникация уже выступает в виде речевого (текстового, визуального) акта, замещающего агрессивное физическое действие. Агрессивная коммуникация

⁷¹ 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: Горбань П. В. Пропаганда сквозь призму времени и вооруженных конфликтов: эволюция и основные техники // Политическая лингвистика. 2024. №5 (107). С. 76-83.

⁷² Лабуш Н. С. Информационная война: от практики к теории и от теории к практике // В сборнике: Международная журналистика-2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. материалы VII Международной научно-практической конференции. 2018. С. 170.

в ходе информационной войны имеет разнообъектную направленность»⁷³. Автор полагает, что когда за определенный период число публикаций с отрицательной оценкой оппонента в пять раз превышает количество нейтральных, а положительные публикации игнорируются, это указывает на признаки информационного противостояния.

Как отмечает М. С. Петрова, «в отличие от вооруженных войн, война информационная может вестись как в военное, так и в мирное время. Кроме того, победа в вооруженной войне не всегда означает победу в войне информационной (и, соответственно, наоборот)»⁷⁴. По мнению автора, ключевую роль в современных информационных противостояниях играет конфронтационная журналистика, используемая для нагнетания конфликтов. Как правило, это проявляется на начальных стадиях конфликта или для инициирования разрушительных процессов в обществе. По мнению М. С. Петровой, с 2008 года украинские и западные СМИ в своих информационных кампаниях активно применяют «элементы, свойственные агрессивному журнализму: намеренное разжигание вражды и эскалации конфликта путем апелляции к эмоциональной сфере, игнорирование ненасильственных альтернатив, фальсификация фактов, одностороннее освещение фактов и т.д.»⁷⁵. Исследователь подчеркивает, что агрессивная журналистика как феномен будет набирать популярность, а ее использование в информационных противостояниях и потенциал будут только возрастать.

Под влиянием новых медиа изменился способ потребления информации, что заставило журналистов пересмотреть варианты подачи важного контента, чтобы успешно пробиться через многочисленные слои информационного шума. С. Пэрротт и соавторы говорят о том, что в современном обществе медиа неосознанно стали активнее использовать

⁷³ Лабуш Н. С. Индекс агрессивности как критерий информационной войны // Век информации. 2018. № 2-1. С. 285.

⁷⁴ Петрова М.С. Агрессивный журнализм как элемент информационных войн // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №4. С. 259.

⁷⁵ Петрова М. С. Агрессивный журнализм как элемент информационных войн // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №4. С. 261.

в своих материалах о вооруженных конфликтах стереотипизацию, например, героизма и травм⁷⁶. Современные медиа не только определяют повестку дня, показывая аудитории наиболее важные темы и проблемы, но и меняют понимание проблем за счет выделения определенных фрагментов информации или события и игнорирования других. Так происходит кадрирование, когда медиа говорят о том, как именно следует воспринимать проблему или конфликт, предоставляя аудитории определенную информацию.

К другим рискам использования новых медиа в журналистике можно отнести проблему недостатка верификации информации. Высокая скорость распространения информации через новые медиа связана одновременно с риском распространения ложной и непроверенной информации. Большие потоки информации, генерируемые и распространяемые в новых медиа, могут затруднять процесс систематизации данных и их последующего анализа. Немаловажными видятся сопутствующие этические и юридические вызовы, с которыми сталкиваются военные журналисты, ответственные как за распространение полученной информации, так и за необходимость решения этических дилемм, связанных с освещением чувствительных для общества и государства тем.

Одной из серьезных трудностей для аудитории Telegram является распознавание подлинных аналитических материалов среди имитирующих их публикаций. Нередко ложные сообщения оформляются как профессиональная экспертиза. Поскольку определить достоверность источника бывает непросто, в Telegram особую роль играет репутация автора и его авторитет у читателей. Популярные медийные персоны часто воспринимаются как эксперты в своих областях, что влечет за собой ряд последствий.

⁷⁶ Parrott S., Albright D. L., Laha-Walsh K., Eckhart N. R., Allen H. G. When we Post About #Veterans: The Role of News Media in Guiding Social Media Dialogue about Military Veterans // Journal of Veterans Studies. 2022. Vol. 8. №1. P. 222–230.

На основании проведенного в данной работе анализа и экспертных интервью с военными корреспондентами ведущих российских медиакомпаний (Приложение 3 и Приложение 4) выявлены значимые для журналистов возможности новых медиа. В отличие от традиционных форм коммуникации, преимущественно основанных на одностороннем взаимодействии, новые медиа создают возможности для диалогового общения, при котором автор и аудитория активно участвуют в процессе взаимодействия. Так, военный корреспондент медиагруппы «Комсомольская правда» Александр Коц (Приложение 3) отмечает, что Telegram служит эффективным инструментом обратной связи, позволяющим создавать эксклюзивные журналистские материалы.

Telegram предоставляет журналистам условия для свободы самовыражения и творческой реализации, устраняя необходимость таких ограничений, как заданная стратегия ведения канала. Военные корреспонденты могут публиковать в Telegram-каналах информацию, которая не проходит по жанровым форматам в СМИ, где они работают. При этом журналисты используют неформальный стиль, включая разговорную или жаргонную лексику. Наличие субъективной позиции становится характерной чертой даже для новостных заметок, которые традиционно предполагают нейтральность изложения. По мнению военного корреспондента ВГТРК Евгения Поддубного (Приложение 4), жанр публикаций в рамках Telegram позволяет высказать собственное отношение и убедить кого-то личным примером или позицией. Журналист считает платформу в первую очередь местом для выражения оценки, называя это «жанровой искренностью». По свидетельствам корреспондентов, Telegram позволяет журналистам быть более эмоциональными. Этот феномен постепенно отразился на профессиональной практике в традиционных СМИ, где также наблюдается усиление эмоциональной экспрессии в работе журналистов. Вместе с тем, оба корреспондента отметили, что при ведении

личных Telegram-каналов придерживаются редакционной политики изданий, в которых они официально работают.

А. Коц отмечает, что, на его взгляд, сегодня ничто не может сравниться с платформой Telegram в показателях оперативности появления новостей. В качестве другого преимущества корреспондент выделяет возможность получения пользователем контента разнообразной тематической направленности в рамках единой платформы. Е. Поддубный воспринимает Telegram-каналы как значимый инструмент распространения информации, который прошел эволюцию от экспертной площадки к платформе, получившей особую популярность в период проведения СВО на Украине. При этом журналист воспринимает новые медиа лишь как средство доставки информации до конечного потребителя. Форма предоставления информации – творческая инициатива журналиста. Е. Поддубный убежден, что при появлении более эффективного средства распространения информации, авторы перейдут туда.

1.3. Регулирование журналистской деятельности при освещении вооруженных конфликтов

Стремительное развитие информационных технологий и динамика конфликта на Украине формируют новые вызовы для профессионального журналистского сообщества. Правила работы журналистов в новых медиа трансформируются и адаптируются на основе накопленного опыта. Авторы, ведущие Telegram-каналы или блоги в новых медиа, обязаны учитывать законодательную базу, профессиональные стандарты и редакционную политику изданий, в которых они работают. Военные корреспонденты приобретают статус лидеров общественного мнения, их позиция оказывает влияние на аудиторию. Взаимодействие новых медиа и журналистики приводит к изменениям в законодательстве в данной сфере. По мнению Л. К. Лободенко и соваторов, «с приходом цифровых коммуникаций и социальных сетей в нашу жизнь лидерство обрело новые оттенки своей роли

в системе взаимодействия современного сообщества и СМИ»⁷⁷. Авторы придерживаются позиции, что лидеры мнений в Интернет-СМИ активно влияют на процесс принятия решений, формируя общественные настроения в интерактивных обсуждениях острых тем. Они косвенно воздействуют на аудиторию, создавая идеи и смыслы через диалог с читателями.

Изменения ценностей социальной среды повлекли за собой изменения и в профессиональном журналистском сообществе, где стираются и границы между различными форматами. Л. Г. Свитич и О. Ю. Чеботарев предлагают «основные принципы деятельности журналиста, зафиксированные в этических кодексах и других регламентирующих документах, сформулировать следующим образом:

1. социальная ответственность;
2. исполнение закона;
3. следование этическим принципам;
4. свобода информации;
5. объективность, поиск правды;
6. независимость;
7. неподкупность и непредвзятость;
8. профессионализм»⁷⁸.

Законодательное регулирование работы (см. табл. 6) военных корреспондентов основано на четких правилах, обеспечивающих равновесие между правом на свободу выражения и интересами государственной безопасности. Далее представлена таблица, в которой систематизированы ключевые законодательные и нормативные акты, определяющие правовые рамки профессиональной деятельности журналистов. В период проведения

⁷⁷ Лободенко Л. К., Череднякова А. Б., Перевозова О. В., Харитонов О. Ю. Анализ коммуникативной эффективности Интернет-СМИ в цифровую эпоху (на примере аккаунтов в социальных сетях региональных телеканалов) // Наука и бизнес: пути развития. 2022. №4 (130). С. 229.

⁷⁸ Свитич Л. Г., Чеботарев О. Ю. Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1(43). С. 162-163.

СВО в России были введены дополнительные законодательные нормы, регулирующие деятельность журналистов и блогеров, особенно в части распространения информации о конфликте. Эти изменения направлены на контроль информационного пространства с целью предотвращения дезинформации и защиту национальной безопасности.

Таблица 6. Ключевые законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность военных журналистов в РФ на современном этапе.

№	Название документа	Основные положения для военных журналистов
1	Конституция РФ (1993) ⁷⁹	Ст. 29. Свобода слова с учетом безопасности государства. Баланс свободы и секретности.
2	Закон «О СМИ» (№ 2124-1, 1991) ⁸⁰	Ст. 4. Запрет ложных сведений. Ст. 49. Соблюдение законов при сборе и публикации информации.
3	ФЗ «О противодействии экстремизму» (№ 114-ФЗ, 2002) ⁸¹	Ст. 1. Журналисты обязаны избегать публикации материалов, которые могут быть истолкованы как поддержка экстремизма. Ст. 11. Запрет на распространение экстремистских материалов. Экстремистскими также могут быть признаны материалы, подрывающие моральный дух армии или оправдывающие противника в рамках проведения СВО на Украине. Ст. 13. Приостановление деятельности СМИ за распространение им или его сотрудниками экстремистских материалов.
4	Уголовный кодекс РФ ⁸²	Ст. 280.3, ст. 207.3. Публичное распространение заведомо ложной информации о ВС РФ (дискредитация и фейки). Ст. 275. Государственная измена.
5	КоАП РФ (195-ФЗ, 2001) ⁸³	Ст. 20.3.3. Публичные действия, дискредитирующие ВС РФ. Практика привлечения к ответственности за неоднозначные и эмоциональные высказывания, подрывающие официальную позицию государства.

⁷⁹ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 12.03.2023).

⁸⁰ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.11.2024) «О средствах массовой информации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 12.12.2024).

⁸¹ Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 № 114-ФЗ (последняя редакция). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37867/ (дата обращения: 12.03.2025).

⁸² Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 28.02.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 02.03.2025).

⁸³ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 03.02.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 01.04.2025).

5	ФЗ «О государственной тайне» (№ 5485-1, 1993) ⁸⁴	Запрет на разглашение секретных данных (дислокация войск и т.п.). Обязательное соблюдение режима секретности. Ст. 5. Перечень сведений, составляющих государственную тайну (данные о вооруженных силах, операциях, дислокации войск, запрет на разглашение деталей проведения СВО на Украине). Ст. 7. Соблюдение режима секретности при работе с конфиденциальной информацией. Ст. 17. Ответственность за нарушение закона и публикацию запрещенных для этого сведений.
	ФЗ об «иноагентах» (№ 225-ФЗ, 2022) ⁸⁵	Уточняющий статус «иностранных агентов». Необходимость маркировать контент и отчитываться о доходах для авторов, получающих иностранное финансирование.
	ФЗ «Об информации» (№ 149-ФЗ, 2006) ⁸⁶	Основа для расширения полномочий Роскомнадзора по блокировке контента без решения суда. В 2022 г. полномочия усилены подзаконными актами и приказами, позволяющими проводить оперативную блокировку ресурсов, например, сайтов или Telegram-каналов.
6	Приказ МВД РФ «О правилах аккредитации журналистов» (№ 725, 2015) ⁸⁷	Проверка на соответствие определенным требованиям надежности и безопасности для аккредитации и получения доступа в зону СВО. Запрет на несанкционированную фото- и видеосъемку, а также взаимодействие с командованием.
7	Указ Президента РФ «Доктрина информационной безопасности РФ» (№ 646, 2016) ⁸⁸	Раздел II. Приоритет защиты национальных интересов России от потенциальных угроз в информационном пространстве, включая ограничение на распространение сведений, угрожающих национальной безопасности. В рамках журналистской деятельности такими могут быть являться детали проведения военных операций.

⁸⁴ Закон РФ «О государственной тайне» от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.08.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2481/ (дата обращения: 19.08.2024).

⁸⁵ Федеральный закон «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» от 14.07.2022 № 255-ФЗ (ред. от 28.12.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421788/ (дата обращения: 01.03.2025).

⁸⁶ Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 23.11.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 10.02.2025).

⁸⁷ Приказ МВД России от 27 июня 2015 г. № 725 «Об утверждении Правил аккредитации журналистов средств массовой информации при Министерстве внутренних дел Российской Федерации, его территориальных органах» (с изменениями и дополнениями). URL: <https://base.garant.ru/71200304/> (дата обращения: 19.08.2024).

⁸⁸ Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/ (дата обращения: 19.08.2024).

Базовыми рамками деятельности журналистов в России выступает закон «О СМИ» (№ 2124-1, 1991) и связанные с ним нормативно-правовые акты, которые с началом СВО на Украине были дополнены новыми положениями. В марте 2022 года введена статья 207.3 УК РФ, в соответствии с которой устанавливается уголовная ответственность за публичное распространение заведомо ложной информации о действиях Вооруженных сил Российской Федерации с наказанием до 15 лет лишения свободы. Статья 20.3.3 КоАП РФ одновременно с этим закрепила административные штрафы за дискредитацию армии, что коснулось как журналистов, так и блогеров. Дополнения к закону об «иноагентах» обязали получающих иностранное финансирование авторов маркировать контент. Благодаря расширению полномочий Роскомнадзор получил право оперативно блокировать ресурсы за нарушение описанных норм.

В условиях нарастающих потоков дезинформации, исходящих, в частности, с украинской стороны, специализированные российские ведомства приступили к блокировке ряда ресурсов, классифицируемых как представляющие нравственную и моральную угрозу для общества. Важно осознавать, что «обилие разнонаправленных информационных потоков, идеологически интерпретирующих факты, создает турбулентную информационную ситуацию хаоса, выстраивает в социальных сетях завалы и баррикады, состоящие из информационного мусора, лжи и вымыслов»⁸⁹. Подобные приемы способствуют созданию социальной среды, в которой преобладают стереотипы, а не критическое осмысление, что побуждает аудиторию следовать мнению большинства независимо от его обоснованности.

Особенности правового регулирования влияют на подходы к работе как обычных журналистов, так и военных корреспондентов. Военная журналистика представляет собой особый вид журналистики,

⁸⁹ Левашов В. К., Гребняк О. В. Актуальные изменения социальных сетей и цифровой среды в период специальной военной операции на Украине // Социальные и гуманитарные знания. 2022. Том 8, №2. С. 211.

сосредоточенный на освещении военных действий, событий и связанных с ними вопросами. Она отличается от других видов журналистики повышенными требованиями к обеспечению конфиденциальности, безопасности и взаимодействию с военными структурами. Ниже представлена сравнительная таблица (табл. 7) принципов⁹⁰ работы журналиста и военного журналиста.

Являясь тематически особым видом журналистики, военная журналистика требует от своих представителей не только соблюдения этических принципов, например, объективности, ответственности перед обществом, уважения к личности, но и дополнительных обязательств, связанных с секретностью и сотрудничеством с военным командованием или представителями Вооруженных сил. Эти особенности подчеркивают уникальность профессии военного журналиста и его роль в освещении вооруженных событий.

На фоне правовых ограничений более важную роль играют этические принципы журналистики, такие как объективность и достоверность. Перечисленные выше документы создают правовой фундамент для работы журналистов и помогают обеспечивать баланс между свободой слова и необходимостью защиты интересов государства и национальной безопасности. Помимо указанных, существуют сотни кодексов, рекомендаций и иных документов, регулирующих профессиональную деятельность журналистов.

⁹⁰ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.11.2024) «О средствах массовой информации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 12.12.2024); Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijsko-go-zhurnalista> (дата обращения: 14.06.2023); Глобальная хартия этики журналистов. 12 июня 2019 года. URL: <https://ruj.ru/site/public/files/29/28448dd45d2d6380d8b12f681181a8f1d3e93.pdf> (дата обращения: 12.03.2023); Памятка военному корреспонденту. Союз журналистов России. 11.09.2020. URL: <https://ruj.ru/events/announcements/pamyatka-voennomu-korrespondentu-13225> (дата обращения: 12.03.2023); Арапова Г. Ю., Кузеванова С. И., Ледовских М. А., Пантелеев Б. Н. Освещение журналистами экстремальных ситуаций. Воронеж: Элист, 2012. С. 40.

Таблиц 7. Принципы работы военного журналиста в контексте журналистской этики⁹¹.

Принципы работы	Журналист	Военный журналист
Объективность и точность	Обязан стремиться к объективному и точному освещению событий, избегая искажений и манипуляций.	Совпадает с принципами работы журналиста.
Уважение к личности	Должен уважать права и достоинства людей, избегая оскорблений и клеветы.	Совпадает с принципами работы журналиста.
Ответственность перед обществом	Несет ответственность за последствия своей деятельности и должен учитывать интересы общества.	Совпадает с принципами работы журналиста.
Секретность и безопасность	Как правило не сталкивается с необходимостью соблюдения режима секретности и не несет ответственность за безопасность проведения военных операций и смежных с ними мероприятий.	Обязан соблюдать режим секретности и меры для обеспечения безопасности (своей и окружающих), а также учитывать влияние своей работы на военные операции.
Сотрудничество с вооруженными силами	Работает независимо от каких-либо структур, в том числе и военные.	Работает в тесном сотрудничестве с вооруженными силами, соблюдая установленные правила и процедуры.
Уважение к военнослужащим	Уважает права всех людей, не имеет специфических обязательств перед военнослужащими.	Уважает права и достоинство военнослужащих. Избегает материалов, которые могут подорвать моральный дух армии.

Профессиональные кодексы и редакционные правила служат ориентирами, помогая минимизировать риски. Л. Г. Свитич и О. Ю. Чеботарев понимают «под профессиональными нормами морали

⁹¹ Таблица базируется на данных из источников: Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijsko-go-zhurnalista> (дата обращения: 14.06.2023); Глобальная хартия этики журналистов. 12 июня 2019 года. URL: <https://ruj.ru/site/public/files/29/28448dd45d2d6380d8b12f681181a8f1d3e93.pdf> (дата обращения: 12.03.2023); Женевская конвенция от 12 августа 1949 года «Об обращении с военнопленными». ООН. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/geneva_prisoners_1.shtml (дата обращения: 24.02.2023);

руководящие начала, правила, образы, эталоны и порядок индивидуальной саморегуляции на основе этических ценностей. Это договор между представителями профессиональной среды и обществом»⁹². Л. Г. Свитич и О. Ю. Чеботарев отмечают, что все больше внимания уделяется размышлениям о социальной ответственности журналистов. На основе изучения 432 нормативных документов, касающихся профессиональной этики, они делают вывод, что «этические принципы журналистики должны опираться на национальные ценности, согласованные с общечеловеческими и цивилизационными идеалами»⁹³. Эти ценности, связанные с общественной ролью журналистики, соответствуют информационным и социокультурным ожиданиям общества. По мнению авторов, журналистская этика складывается из правил обработки информации и характера взаимодействия с аудиторией, властями, источниками данных и коллегами. В то же время, как подчеркивают О. В. Сапунова, Г. В. Денисова и А. А. Гладкова⁹⁴, стремительное развитие технологий кардинально изменило способы обмена информацией и коммуникации, превратив сеть Интернет, прежде всего, через медиа, во влиятельный инструмент формирования общественных взглядов и распространения ценностей. Однако, по мнению авторов, акцент части цифрового сообщества на подрыве традиционных культурных ориентиров, которые поддерживают личностное развитие, самореализацию и индивидуальность, препятствуют сохранению культурных, социальных и профессиональных традиций. В контексте широко обсуждаемой концепции цифровой трансформации это порождает угрозы не только для эффективного

⁹² Свитич Л. Г., Чеботарев О. Ю. Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1(43). С. 162-163.

⁹³ Свитич Л. Г., Чеботарев О. Ю. Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1(43). С. 160.

⁹⁴ Сапунова О. В., Денисова Г. В., Гладкова А. А. Кросскультурные особенности реализации конфликта визуального и вербального компонента в условиях цифровизации // Terra Linguistica. 2024. №2 (15). С. 126.

использования ее возможностей, но и для стабильного развития общества, что в перспективе может привести к технологическому застою.

По мнению Г. В. Лазутиной, «журналисты пропагандируют в прессе нравственные идеалы общества, популяризируют его моральные ценности и этические рекомендации, помогая нравственному просвещению общества; таким образом, журналистика выступает в качестве инструмента морали. ... При оценке описываемых явлений действительности журналисты – создатели текстов – исходят из нравственного опыта человечества, из тех моральных критериев, которые выработало общество; следовательно, в журналистике мораль используется как профессиональный “измерительный” инструмент»⁹⁵. В качестве причин переосмысления существования единых универсальных этических оснований в профессиональной журналистской среде автор указывает зависимость СМИ, новые экономические условия, многообразие политических взглядов и идеологический плюрализм. Несмотря на существующую разницу во взглядах, Г.В. Лазутина убеждена в необходимости существования единой для профессиональной среды системы координат. Вместе с тем необходимо помнить о существовании в журналистике противоречивых тенденций – «тенденции к сопряженности с властью и тенденции к независимости от нее»⁹⁶.

Специальная военная операция – не первый вооруженный конфликт в эпоху социальных сетей, который стирает границы личного пространства и предоставляет возможность получения доступа к практически любой информации. Один из ключевых профессионально-этических принципов журналистики в целом заключается в необходимости проверки фактов и точности предоставляемой аудитории информации, что в условиях действующего вооруженного конфликта становится сложной задачей. Журналистам следует основывать свои материалы и гипотезы на проверенных источниках информации и избегать распространения

⁹⁵ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 8-9.

⁹⁶ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 50.

непроверенных данных, поскольку это может привести к дезинформации аудитории и наступлению дестабилизации в обществе.

Военные журналисты обязаны отделять личные убеждения от профессиональной деятельности, чтобы объективно представить аудитории все аспекты конфликта, избегая предпочтения какой-либо из сторон, но четко разделяя «своих» и «чужих» в духе традиций российской военной журналистики, основанных на высоких нравственных принципах и национальных ценностях, при строгом соблюдении этических норм. Этот этический вызов становится особенно сложным в условиях военного времени и пребывания корреспондентов в зоне вооруженных действий. При этом журналисты несут ответственность за возможные последствия своих публикаций и должны осознавать, что информация может быть использована как инструмент в информационной войне против любой из сторон. Данное обстоятельство требует самоконтроля и сдержанности в выражении авторской позиции. Публикация данных, фото- или видеоматериалов, способных усугубить страдания людей, затронутых конфликтом, или угрожать их безопасности, требует тщательной оценки перед обнародованием.

На сегодняшний день от корреспондентов и редакций СМИ требуется более тщательная проверка источников и фактов, а также анализ потенциального воздействия опубликованных материалов на аудиторию и общественные настроения. Современные военные журналисты сталкиваются с рядом этических вызовов, которые обостряются развитием новых технологий и ростом числа пользователей сети Интернет. В целях регулирования российской журналистики было принято 29 кодексов: 6 на федеральном уровне, 13 на региональном, 6 отраслевых и 5 редакционных (Хартия интернет-журналистики Республики Башкирия, относящаяся

одновременно к региональным и отраслевым, учтена в обеих категориях)⁹⁷. По наблюдениям Е. А. Смирновой, развитие этических кодексов журналистики демонстрирует усилия профессионального сообщества по формированию общих стандартов профессионального поведения и указывает на процесс саморефлексии внутри среды. По мнению автора, «наиболее успешными можно назвать именно те [этические] кодексы, которые были разработаны, во-первых, без государственного вмешательства, во-вторых, действующими журналистами для самих себя»⁹⁸.

Журналистам, освещающим вооруженные конфликты, необходимо обеспечивать точность, соблюдать объективность, учитывая чувства лиц, пострадавших от конфликта, и отвечать за последствия своих публикаций. Современные технологические платформы и Интернет-ресурсы ускорили распространение информации, что требует более тщательной проверки фактов и усиливает ответственность, включая юридическую, за публикуемый контент. В современном обществе наблюдается этическая дилемма, связанная с противоречием между правом на публичность и правом на неприкосновенность частной жизни. Распространение новых коммуникационных технологий изменило восприятие аудиторией конфиденциальности. Публикация сведений о частной жизни стала частым информационным поводом и инструментом привлечения внимания. Новые технологии облегчили доступ к информации, но вместе с тем увеличили риски нарушения конфиденциальности безопасности лиц, находящихся или возвратившихся из зоны конфликта, а также их родственников.

В. В. Панферова считает, что в условиях усиления влияния медиа на сознание людей и обострения информационных войн особенно актуальной становится проблема свободы СМИ и их ответственности. «Общество,

⁹⁷ Смирнова Е. А. История кодексов профессиональной этики в отечественной журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2014. № 6. С. 157.

⁹⁸ Смирнова Е. А. История кодексов профессиональной этики в отечественной журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2014. № 6. С. 163.

нередко отмечая недостаточность морального регулятора – ответственности, склоняется к правовому ограничению, что вызывает тревогу медиасообщества. Однако, как показывает практика, далеко не всегда нравственный регулятор оказывается достаточным. Особенно отчетливо это проявляется в ситуациях, связанных с кризисными явлениями (политические трансформации, вооруженные конфликты, террористические акции и т.д.)»⁹⁹. Автор полагает, что свобода печати может быть реализована только в неразрывной связке с ответственностью журналистов.

В современном обществе, где первенство отдано информационной открытости и глобализации, этика военной журналистики становится регулятором моральной ответственности для профессионального сообщества. Любое сообщение, изображение или материал потенциально могут стать как катализатором для эскалации конфликта, так и фактором его урегулирования. Можно говорить о том, что в подобном случае выбор, который делают военкоры, – это не просто профессиональное решение, а действия, способные повлиять на исторические события. Таким образом, необходимость соблюдения и сохранения этических норм в военной журналистике является профессиональной необходимостью, направленной на защиту фундаментальных человеческих ценностей в условиях неопределенности и кризиса.

Выводы по Главе 1

Новые медиа существенно повлияли на военную журналистику, преобразовав методы сбора и распространения информации, а также изменив этические и профессиональные стандарты освещения вооруженных конфликтов. Эти трансформации происходят в условиях глобализации и расширения доступа к сети Интернет, что обеспечивает как профессиональным журналистам, так и гражданам возможность оперативного обмена информацией с глобальной аудиторией.

⁹⁹ Панферова В. В. Медиа свобода: границы права и морали // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. № 5 (2). С. 205.

Анализ истории военной журналистики в России позволяет проследить эволюцию данной профессиональной сферы под воздействием исторических факторов. С конца XX века сеть Интернет и мобильные устройства радикально изменили подходы к освещению конфликтов, модифицировав как технические аспекты работы, так и саму сущность военной журналистики. Изучение исторического контекста выявляет тенденции адаптации традиционных методов военных корреспондентов к современным медиаплатформам. В свою очередь, исследование особенностей новых медиа раскрывает их влияние на трансформацию выразительных средств, стиля и содержания журналистских материалов, подчеркивая значимость технологического фактора в формировании актуальных практик освещения конфликтов.

Сетевые платформы предоставляют авторам пространство для подробного изложения материала и сочетания аналитической строгости с индивидуальным стилем, что повышает эффективность взаимодействия с аудиторией. Основное внимание нами уделено платформе Telegram, которая представляет собой динамично развивающуюся среду, отличающуюся высокой скоростью распространения информации, интерактивностью и возможностью оперативного получения обратной связи от аудитории. Это изменяет подходы к передаче информации, позволяя журналистам формировать уникальную подачу материалов и выстраивать профессиональную идентичность в контексте современных конфликтов.

Регулирование военной журналистики представляет собой совокупность принципов и норм, регулирующих профессиональную деятельность журналистов в условиях вооруженных конфликтов на законодательном и этическом уровнях. Основной задачей этих норм является обеспечение баланса между правом общества на получение информации и необходимостью защиты прав и безопасности участников конфликта, а также самих корреспондентов. Этические стандарты направлены на поддержание профессиональных принципов журналистики, предотвращение

дезинформации и минимизацию потенциального вреда, связанного с освещением военных событий. Важную роль в этом процессе играют законодательные акты, анализ которых подтверждает их значение в регулировании деятельности военных журналистов и обеспечении соответствия правовым рамкам. В контексте вооруженных столкновений точная и взвешенная информация способна выступать фактором, сдерживающим негативные последствия и способствующим предотвращению эскалации конфликта, несмотря на повышенный эмоциональный фон в обществе.

Методы сбора, обработки и распространения информации претерпели значительные изменения на фоне развития информационных технологий и общих изменений в медиаландшафте. Фундаментальные этические принципы остаются неизменными. Несмотря на динамично меняющуюся среду, эти стандарты определяют профессиональную деятельность журналистов, а именно: объективность, точность, независимость, уважение к человеческому достоинству и правам, прозрачность, минимизация потенциального вреда.

ГЛАВА 2. Средства выразительности в журналистике: теоретический аспект

Во второй главе представлены результаты изучения языка средств массовой коммуникации с акцентом на формирование теоретической основы дальнейшего анализа эмпирической базы исследования, построенной на работах лингвистов-теоретиков. Рассматриваются классификации средств языковой выразительности, их функции и цели использования в формировании индивидуального стиля, отражающего авторский взгляд на вооруженный конфликт. Предлагается классификация средств выразительности, характерных для современной российской военной журналистики, и приводится их анализ с учетом особенностей применения и возможного воздействия на восприятие событий аудиторией. Также представлены результаты исследования механизмов языкового влияния, реализуемых через эти средства.

2.1. Основные средства выразительности в журналистских текстах

Основное внимание сосредоточено на языке журналистики, представленном в публикациях военных корреспондентов в их авторских Telegram-каналах. Этот сегмент медиадискурса отличается специфическими стилистическими особенностями, обусловленными оперативностью, эмоциональной насыщенностью и интерактивностью цифровой коммуникации. Для анализа языковых средств выразительности используются концепции лингвистов. Такой подход позволяет выявить закономерности функционирования языка журналистики в динамичной среде Telegram-каналов.

В условиях развития цифровых медиа язык журналистики претерпевает трансформации, особенно заметные в новых форматах коммуникации, например в Telegram-каналах. Эти каналы, отличающиеся персонализированным подходом и высокой степенью интерактивности, формируют уникальный общественный дискурс, воздействуя на восприятие

событий. Средства выразительности играют ключевую роль в усилении эффекта коммуникации, привлекая внимание и повышая эмоциональную вовлеченность аудитории¹⁰⁰. Их применение в новых медиа в целом и в авторских Telegram-каналах в частности позволяет не только передавать информацию, но и формировать смысловые и оценочные позиции, что делает изучение использования средств выразительности актуальной задачей.

В современном научном обороте определения наиболее популярных средств выразительности могут иметь ряд существенных смысловых расхождений. При определении и классификации средств выразительности мы обращаемся к фундаментальным трудам ученых лингвистов, что обусловлено необходимостью обеспечить теоретическую надежность и преемственность исследований. Концепции М. Н. Кожиной, А. П. Сквородникова, О. С. Ахмановой и Г. Г. Хазагеров характеризуются универсальностью и основательностью, что позволяет сформировать устойчивую базу для анализа языковых инструментов в журналистике. Современные исследования часто имеют междисциплинарный характер, что может приводить к недостаточной концептуальной целостности и отсутствию единого подхода. Опора на классические труды способствует сопоставимости результатов проведенного исследования с другими работами.

М. Н. Кожина и соавторы отмечают, что «с точки зрения системного подхода к стилистическим терминам, выразительные средства являются такими языковыми средствами, которые способствуют точности, логичности, ясности, экспрессивности (эмоциональности, оценочности, интенсивности и образности) и обеспечивают полноценное (максимально приближенное к пониманию заложенной в тексте информации) восприятие речи адресатом. Выбор и использование выразительных средств зависят от ситуации общения, избранного жанра и стиля речи, а также от авторской

¹⁰⁰ Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 94, 213.

индивидуальности»¹⁰¹. А. П. Сковородников ставит на один уровень экспрессивные и выразительные средства языка и стилистические ресурсы языка, отмечая, что «любое языковое средство может в особых условиях контекста стать выразительным. Однако есть средства языка, обладающие особенно значительными стилистическими возможностями»¹⁰². Исследователь выделяет как наиболее выразительные приемы словесной образности: метафоры, метонимию, эпитеты, сравнения, синекдоху и риторические конструкции.

Журналистский текст характеризуется информативностью, доступностью, убедительностью и эмоциональной выразительностью, что обусловлено его коммуникативной функцией и ориентацией на широкую аудиторию. Язык журналиста отличается лаконичностью, динамичностью и использованием стилистических средств, таких как метафоры, аллегории, риторические вопросы, другие тропы и фигуры речи, которые усиливают эмоциональное воздействие и привлекают внимание читателя. Средства выразительности играют ключевую роль в повышении эффективности коммуникации, обеспечивая эмоциональную вовлеченность и акцентирование ключевых идей, что особенно важно в условиях информационной конкуренции. Эти характеристики подчеркиваются в работах российских исследователей. Е. Л. Вартанова¹⁰³ акцентирует роль выразительных средств в медиатекстах как инструмента формирования общественного мнения. И. Д. Фомичева¹⁰⁴ отмечает значимость стилистической адаптации языка журналиста для достижения

¹⁰¹ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 39.

¹⁰² Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 690.

¹⁰³ Вартанова Е. Л. Теория меда: отечественный дискурс. М.: Факультет журналистики МГУ; Издательство Московского университета, 2019. С. 16, 160.; Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/o-современном-понимании-сми-и-журналистики> (дата обращения: 30.12.2024).

¹⁰⁴ Фомичева И. Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 44.

коммуникативных целей. Г. Я. Солганик¹⁰⁵ подчеркивает важность образности и эмоциональности в журналистском стиле повествования для усиления воздействия на аудиторию.

Для ряда используемых понятий требуется более четкое обозначение рамок, поскольку разными исследователями один и тот же термин может пониматься кардинально противоположным образом или наделяться существенными смысловыми различиями. Анализ использования средств выразительности, проведенный в Главе 3 настоящего исследования, проводился с точки зрения указанных далее определений, предложенных О. С. Ахмановой, Т. В. Жеребило и А. П. Сковородниковым.

О. С. Ахманова определяет языковое средство как единицу, «модель построения, интонационный контур и т.п., используемые в речи для выражения различных видов содержания, передачи разнообразной информации»¹⁰⁶. Автор также выделяет синтаксические сверхсегментные средства – акцентно-интонационные способы членения высказывания и выражения синтаксических отношений. Исследователь приравнивает выразительность к экспрессивности – «выразительно-изобразительные качества речи, отличающие ее от обычной (или стилистически нейтральной) и придающие ей образность и эмоциональную окрашенность»¹⁰⁷.

С точки зрения Т. В. Жеребило, троп следует определять как «1) слово или оборот речи, употребленные в публицистическом или художественном тексте в переносном смысле для создания выразительности, экспрессивности; 2) любая языковая единица, применяемая в художественном, публицистическом тексте, имеющая смещенное значение: метафора, метонимия, эпитет; троп ориентирован на второй план,

¹⁰⁵ Солганик Г. Я., Дроняева Т. С. Стилистика современного русского языка и культура речи. М.: Издательский центр «Академия», 2005. С. 21.

¹⁰⁶ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 452.

¹⁰⁷ Там же. С. 524.

выступающий за буквальное значение»¹⁰⁸. Исследователь также называет тропы фигурами образной речи.

Определение тропа, фиксирующее его как средство выразительного преобразования значения слова или выражения, дополняется рассмотрением риторической фигуры. Последняя охватывает более сложные приемы организации текста, такие как анафора, антитеза или параллелизм, направленные на усиление воздействия и структурирование речи. Включение риторических фигур в исследование публикаций военных журналистов позволяет глубже раскрыть способы формирования восприятия событий, выходя за рамки локальной выразительности тропов к целостной системе убеждения и эмоциональной силы текста. По мнению А. П. Сковородникова, термин «риторическая фигура» в лингвистике применяется в двух значениях: широком (синонимичном стилистической фигуре) и узком (стилистические приемы, в названии которых присутствует слово «риторический»)¹⁰⁹. В свою очередь, О. С. Ахманова рассматривает фигуры речи как «оборот речи, особые комбинации слов, синтаксические формы, направленные на повышение выразительности текста»¹¹⁰. Таким образом, средства выразительности, тропы и фигуры речи направлены на преднамеренное подчеркивание эмоций, дополнительно транслируемых автором в своих текстах. Подобное замечание соотносится и с полученными результатами исследования, обозначенных в Главе 3, и экспертных интервью с военными корреспондентами о мотивах использования средств выразительности в рамках коммуникации в Telegram.

Рассмотрим определения выразительных средств, вызывающих наибольшие дискуссии в научной среде. В рамках данного исследования

¹⁰⁸ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 420.

¹⁰⁹ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 591.

¹¹⁰ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 492.

предлагается понимать иронию, опираясь на формулировку Т. В. Жеребило: «1) притворное восхваление, таящее в себе насмешку; 2) завышение оценки с целью ее занижения; 3) стилистический оборот, построенный на иносказании, скрывающем насмешку»¹¹¹. Для более полного раскрытия сущности данного феномена дополним определение трактовкой О. С. Ахмановой, которая рассматривает иронию как «троп, состоящий в употреблении слова в смысле обратном буквальному с целью тонкой или скрытой насмешки; насмешка, нарочито облеченная в форму положительной характеристики или восхваления»¹¹². Сарказм следует характеризовать как «наиболее резкую, жесткую форму иронии; язвительную насмешку»¹¹³.

Метафору определим как «перенос названия с одного предмета (явления, действия, признака) на другой на основе их сходства»¹¹⁴; «троп, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т.п.»¹¹⁵. Как и оба исследователя, будем выделять в качестве ключевого – перенос на основе сходства. Далее мы обратимся к предложенным исследователями классификациям, которые также легли в основу проводимого в Главе 3 анализа примеров использования средств выразительности в публикациях военных корреспондентов.

Риторический вопрос является другим спорным понятием, в определении которого обратимся к позиции А. П. Сковородникова: «стилистическая фигура, представляющая собой вопросительное по форме предложение, имеющее значение эмоционально усиленного утверждения или

¹¹¹ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 137.

¹¹² Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 185.

¹¹³ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 315.

¹¹⁴ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 192.

¹¹⁵ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 231.

отрицания; это положительное или отрицательное суждение»¹¹⁶. Как считает автор, несоответствие между формой и содержанием служит способом достижения выразительности данной фигуры речи, которую некоторые исследователи классифицируют как грамматический троп, так как вопросительное предложение употребляется не в буквальном смысле. А. П. Сковородников относит риторический вопрос к фигурам речи. Этой точки зрения будем придерживаться и мы при анализе средств выразительности в Главе 3. К ключевым характеристикам риторического вопроса можно отнести следующее: «предложения, не имеющие в своем составе отрицательной частицы «не», воспринимаются как отрицательные, и, наоборот, предложения, имеющие в своем составе частицу «не», осознаются как утвердительные»¹¹⁷. В публицистической речи используется для эмоционального выделения или тезиса в доказательстве. Повышенный эмоциональный эффект достигается за счет объединения риторического вопроса с другими средствами выразительности. Примеры подобного каскадного использования представлены в Главе 3 при анализе наиболее ярких средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов при освещении СВО на Украине.

Диапазон понимания риторического восклицания также достаточно широк. А. П. Сковородников убежден, что «понятие риторического восклицания как фигуры речи, возможно, получит большую определенность, если его подвести под понятие отклонения от нейтральной ступени варианта нормы, приняв за нее синтаксическую структуру, не имеющую в своем составе каких-либо формальных показателей эмоциональности»¹¹⁸.

¹¹⁶ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 592.

¹¹⁷ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 593.

¹¹⁸ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 603.

Риторическое восклицание выступает обычным восклицательным предложением в случаях, когда эмоциональность выражается интонационно и не затрагивает структуру предложения. При наличии употребленной в переносном значении части речи, высказыванию может придаваться дополнительный статус грамматического тропа. В проанализированных нами публикациях военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах риторическое восклицание чаще всего выражает интонационные особенности, поэтому рассматривается нами как фигура речи.

Учитывая, что метафора является одним из наиболее дискуссионных тропов в контексте анализа эмпирического материала исследования, целесообразно рассмотреть классификации, положенные в основу настоящей работы. По классификации Т. В. Жеребило, с учетом стилистических особенностей и языкового употребления, метафоры делятся на три группы: 1) утратившие образное значение; 2) сохраняющие образность в языке; 3) индивидуальные, авторские метафоры¹¹⁹. О. С. Ахманова, разделяя подход упомянутого исследователя к определению метафоры, выделяет несколько ее разновидностей¹²⁰:

- гиперболическая метафора, построенная на преувеличении какого-либо свойства или признака;
- лексическая метафора, сформировавшаяся благодаря метафорическому переносу значения;
- ломаная метафора, соединяющая понятия, которые логически несовместимы;
- последовательная метафора, представляющая собой цепочку взаимосвязанных и взаимодополняющих метафор;
- поэтическая метафора, используемая в поэзии как выразительное средство и обладающая сложной, многогранной семантической структурой.

¹¹⁹ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 192.

¹²⁰ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 231-232.

В Главе 3 ставится задача проанализировать эмпирический материал исследования с целью оценки полноты и применимости классификации метафор, разработанной О. С. Ахмановой, в контексте публикаций российских военных корреспондентов в Telegram.

Отсутствие единой универсальной классификации средств выразительности подчеркивает многоаспектность и динамичность языковой среды в медийной сфере, оказывающей воздействие за пределами своей предметной области. Анализ опубликованных исследований языковой коммуникации свидетельствует о значительном разнообразии подходов к систематизации средств выразительности. Развитие технологий и трансформация способов коммуникации обуславливают необходимость регулярного пересмотра и адаптации существующих классификаций к современным условиям. В настоящем исследовании в качестве теоретической основы использованы определения и классификации средств выразительности, представленные в трудах по лингвистике.

Г. Г. Хазагеров характеризует ранние описания тропов не как классификации, а каталоги, создавшие множество терминов, усложнявших последующие попытки упорядочить тропы¹²¹. Он выделяет четыре подхода¹²² к их изучению: риторический (античные коллекции тропов без строгой семантической связи), семантический (троп как семантический перенос, знакомый со школы), когнитивный (троп, особенно метафора, формирует понимание мира и социальное поведение) и экологический (изучение жизни тропов, их тиражирования и судьбы «после смерти»).

В настоящем исследовании проанализированы классические труды и современные работы, посвященные языковой коммуникации в цифровой среде. Актуальные исследования в области медиалингвистики и языка журналистики дополняют традиционные подходы к анализу медиатекстов,

¹²¹ Хазагеров Г. Г. Четыре взгляда на троп: монография. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2024. С. 53.

¹²² Хазагеров Г. Г. Риторический манифест. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. С. 33-34.

уточняя использование средств выразительности с учетом особенностей цифровой коммуникации и выявляя стилистические характеристики текстов. Основу методологического подхода к изучению стилистики медиатекстов составляют труды представителей московской научной школы, в частности М. Н. Кожиной и Г. Я. Солганика. В фундаментальной работе М. Н. Кожиной «Стилистика русского языка»¹²³ систематизированы ключевые аспекты функциональной стилистики, которые применяются в настоящем исследовании для анализа языковых особенностей медиадискурса.

Устранив неоднозначные трактовки ряда дискуссионных средств выразительности, далее целесообразно рассмотреть их функции, определяющие специфику применения этих средств в журналистике в авторских Telegram-каналах.

2.2. Функции средств выразительности в медиадискурсе

Функции журналистики – информирование, формирование общественного мнения, просвещение и мобилизация – определяют ее роль в обществе и задают рамки для коммуникативных стратегий. Эти функции реализуются через специфические задачи журналистской деятельности, ориентированные на взаимодействие с аудиторией и отражение актуальных процессов.

Функции журналистской речи – экспрессивная, воздействующая, организующая и коммуникативная – служат инструментом воплощения этих задач, обеспечивая точность, выразительность и эффективность передачи информации. Таким образом, журналистская речь выступает как механизм, который переводит стратегические цели журналистики в конкретные коммуникативные практики, усиливая ее влияние на восприятие аудитории.

Эта связь между общими целями журналистики и выразительными возможностями речи находит отражение в идеях Е. Л. Вартановой, которая

¹²³ Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. С. 205.

подчеркивает¹²⁴, что традиционные функции журналистики, такие как информирование и просвещение, в современных условиях дополняются новыми задачами – интеграцией общества и поддержкой социального диалога. Эти процессы требуют адаптации коммуникативных стратегий, где средства выразительности играют ключевую роль, усиливая воздействие медиадискурса и способствуя реализации как традиционных, так и актуальных функций журналистики.

В данном параграфе мы изучим основные функции средств выразительности, которые, как будет показано далее, играют ключевую роль в реализации коммуникативных задач медиадискурса. Языковые средства выразительности, реализуя информативную, эмотивную и воздействующую функции, не только обогащают язык журналистики, но и служат инструментами формирования эмоционального отклика, акцентирования ключевых идей и управления восприятием аудитории. Рассмотрим далее их значение в контексте анализа публикаций, освещающих вооруженные конфликты, где понимание механизмов воздействия этих средств позволяет выявить коммуникативные намерения журналистов. Тем самым изучение функций средств выразительности должно стать основой для объективного анализа медиадискурса и оценки роли языковых средств в конструировании нарративов.

М. Н. Кожина напоминает о менее распространенном значении в лингвистике понятия «функция», которое заключается в «реализации целей и задач общения и других экстралингвистических стилеобразующих факторов той или иной речевой разновидности, ее значения в социуме»¹²⁵. Именно это значение определяется стилистическими задачами, которые предполагают учет обширного социокультурного контекста. «Для публицистической речи, обслуживающей нужды массовой коммуникации, основными являются

¹²⁴ Вартанова Е. Л. Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 20-21.

¹²⁵ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 403.

информативная функция, функция ценностной ориентации и социальной оценки, экспрессивная функция, функция воздействия, а также налицо функция констатации и агитационно-пропагандистская»¹²⁶. Отметим, что все выделенные исследователем функции речи в разных формах были найдены нами в примерах публикаций в Telegram анализируемых военкоров.

К характерным чертам публицистического стиля можно отнести доступность, яркую образность, выразительность и эмоциональность речи, четкость и ясность в выражении идей, а также полемический характер подачи. «Основная функция произведений публицистического стиля – эмоциональное воздействие на адресата (читателя, слушателя). Цель публицистических произведений – воздействовать на его убеждения или поведение, на его оценку тех или иных событий, явлений, фактов. Наряду с этим язык выполняет здесь и функцию сообщения»¹²⁷.

По мнению В. П. Шейнова¹²⁸ существует четыре вида воздействия на сознание: 1) информирование; 2) разъяснение; 3) доказательство; 4) опровержение. Т. В. Жеребило отмечает¹²⁹ воздействующую и информативную функции речи как основные для публицистического стиля. Исследователь подчеркивает следующие стилевые особенности: 1) пылкость, мотивирующий характер, выразительность; 2) конкретность и точность в изложении фактов. Публицистический стиль отличается использованием лексика с эмоционально-оценочным оттенком, частое применение обращений, инверсия, побудительные и восклицательные конструкции, парцелляция, а также повтор языковых элементов различных уровней. Отметим, что в проанализированных примерах, представленных в практической части

¹²⁶ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 404.

¹²⁷ Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык: в 2 т. / А. Н. Тихонов, Р. И. Хашимов, Г. С. Журавлева и др.; под общ. ред. А. Н. Тихонова, Р. И. Хашимова. – Т. 1. – 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2014. С. 495.

¹²⁸ Шейнов В. П. Скрытое управление человеком. Психология манипулирования. М.: АСТ, 2000.

¹²⁹ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 131.

исследования, также прослеживаются элементы художественной речи, для которой свойственна образность повествования.

Многие социальные явления формируются под воздействием вербального моделирования¹³⁰, которое в определенных условиях способствует усвоению идей аудиторией и направляет ее убеждения в соответствии с целями коммуникатора. Полное изучение всех лексико-фразеологических средств, используемых в медийном дискурсе для формирования общественного мнения, не представляется осуществимым в рамках одного исследования. В связи с этим в данной работе рассмотрены ключевые языковые элементы, применяемые для реализации функции воздействия.

Переходя к анализу функций языка, в первую очередь рассмотрим информативную функцию, которая обеспечивает привлечение внимания к ключевым аспектам текста и точную передачу содержания, создавая основу для эффективной коммуникации.

Основная задача языка заключается в обеспечении взаимодействия между участниками коммуникации и передаче сведений. По мнению Т. В. Жеребило, информативная функция выступает ключевой и проявляется в разных речевых стилях. «Она связана с передачей данных, содержание которых обусловлено типичной ситуацией общения. Например, в публицистических текстах информируется об актуальных событиях в нашей стране и за рубежом»¹³¹. Информативная функция предполагает использование языка для объективного описания фактов, явлений, характеристик объектов или разъяснения причин происходящего. Согласно О. С. Ахмановой, эффективная реализация данной функции требует «устранения из коммуникации семантических и стилистических «помех» («семантических и стилистических шумов»), т.е. придания сообщению такой

¹³⁰ Клушина Н. И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме // Медиаскоп. 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1242> (дата обращения: 30.12.2024).

¹³¹ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 126.

формы, которая способствовала бы наиболее адекватной и экономной передаче данного содержания»¹³².

Средства массовой информации, освещающие новости, играют ключевую роль в создании общественного мнения, отбирая, анализируя и транслируя информацию¹³³. «Важной характеристикой текстов новостных массмедиа является их способность к дифференцированной подаче информации. Получается, что событие может быть: а) только названо; б) рассказано в виде основных шагов его развития; в) описано в деталях; г) оценено и может содержать в себе прогноз следующих событий, на которые может воздействовать данное событие»¹³⁴. Помимо описания процесса отбора информации, ключевое значение имеет языковой аспект. В медийной среде средства языка могут применяться разнообразно, наполняясь различными смыслами. Аудитории предоставляется «интерпретированная информация, тем самым он обладает разной степенью информативности, которая распознается как изложение информации, характеризующейся небанальностью, релевантностью и адекватностью»¹³⁵. Ключевым критерием выбора информации служит ее способность побуждать аудиторию к обсуждению. Сочетание своевременности и потенциала для вызова споров играет значительную роль в формировании, развитии и выражении общественного мнения.

Для акцентирования внимания на значимых информационных блоках может применяться инверсия, то есть изменение привычного порядка слов в предложении. Повтор и стилистический повтор подчеркивают ключевые аспекты текста, придавая им выразительность. Повторяющаяся информация

¹³² Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 184.

¹³³ 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: Горбань П. В. Теоретическое осмысление понятия «общественное мнение» // Меди@льманах. 2023. №6 (119). С. 23-31.

¹³⁴ Марачева А. В., Морозан А. О. СМИ как средство формирования общественного мнения // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 43. С. 717.

¹³⁵ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. С. 46.

улучшает запоминаемость и усиливает восприятие содержания. Основная задача повтора заключается в выделении наиболее значимых элементов публикации. Кроме того, повтор обеспечивает связность текста, объединяя его части в целостную структуру. Использование слова в разных значениях может рассматриваться как прием языковой игры¹³⁶.

Использование средств выразительности направлено не только на передачу информации аудитории, но и на формирование ее взглядов и восприятия содержания. Например, Г. Лебон¹³⁷ подчеркивал, что идея, овладевшая умом, стремится реализоваться в действиях. Толпа может быть склонна к самым разным поступкам – от разрушительных до высоконравственных, в зависимости от характера побуждающего импульса. Исследователи¹³⁸ подчеркивают, что одним из способов организации общения выступает стратегия целенаправленной подачи информации, которая объединяет различные речевые приемы, такие как применение намеков, акцентирование отдельных аспектов, выборочное предоставление сведений или фокусировка на конкретных темах. Данный подход предполагает контроль над информационным потоком и формирование повестки дня, что подчеркивает важность выразительных средств для достижения поставленных целей. Продуманная подача информации опирается на тщательный отбор содержания и выбор подходящего времени для его представления.

О. В. Попова¹³⁹ выделяет несколько основных типов коммуникации, присущих сообществам в русскоязычном сегменте Telegram, ориентированным на обсуждение общественно значимых тем:

¹³⁶ Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. СПб.: Златоуст, 2013. С. 122-123.

¹³⁷ Лебон Г. Психология народов и масс / Пер. с фр. Э. Пименовой, А. Фридмана. М.: Издательство АСТ, 2022. С. 173.

¹³⁸ Байкулова А. Н. Персуазивные прогнозы и сценарии в массмедийном политическом дискурсе (функции и средства выражения) // Медиалингвистика. 2017. № 1 (16). С. 31-39; Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: «Истоки», 2001. С. 59-61, 77.

¹³⁹ Попова О. В. Особенности коммуникации политизированных сообществ в русскоязычных Телеграм-каналах // ПОЛИТЭКС. 2023. Том 19, №2. С. 220.

1) формально нейтральное информирование. Получение обратной связи от аудитории ограничено или отсутствует;

2) формально нейтральное информирование. Получение обратной связи от аудитории не ограничено и проявляется в форме лайков или комментариев;

3) информирование с преобладанием в тексте оценочных суждений автора канала. Получение обратной связи от аудитории ограничено или отсутствует;

4) информирование с преобладанием оценочных суждений. Получение обратной связи от аудитории не ограничено и проявляется в форме лайков или комментариев.

Выбор возможности предоставления аудитории обратной связи непосредственно связан со стратегией, реализуемой автором Telegram-канала. В зависимости от характера контента каналы можно классифицировать на личные страницы авторов, аналитические ресурсы и агрегаторы новостей. Нередко наблюдается сочетание различных типов контента в рамках одного канала. Для каналов информационной направленности характерна фрагментарность, выражающаяся в краткости публикаций и несистемности изложения, что способствует активному вовлечению аудитории, стимулирует самостоятельное осмысление или ожидание дополнительных сведений. Разговорный стиль, ориентированный на широкую аудиторию, поддерживает выражение индивидуальных точек зрения и развитие дискуссий.

Язык Telegram-каналов выполняет эмоционально-выразительную функцию, направленную на передачу чувств и усиление экспрессивности текстов. По словам Т. В. Жеребило, эмотивная функция языка заключается в «применении языковых средств для выражения субъективного отношения к содержанию сообщения или собеседнику»¹⁴⁰. О. С. Ахманова уточняет, что

¹⁴⁰ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 466.

реализация данной функции связана с передачей «чувств, настроений, субъективного отношения»¹⁴¹. По мнению А. П. Сковородникова, «эмоциональность речи как компонент экспрессивности тесно связана с оценкой... хотя оценочность не обязательно сопровождается эмоциональностью»¹⁴².

Обращение к эмоциональной сфере аудитории достигается за счет использования эмоционально окрашенных средств языка – синтаксических и лексических. Оценочный характер лексики, подобранной для комментариев и публикаций, отражает авторскую позицию и субъективную интерпретацию фактов, событий или мнений. Метафора, как один из наиболее выразительных тропов, создает неожиданные связи между различными явлениями, отражая индивидуальное видение автора. Этот прием помогает передать определенное настроение и способствует формированию мировосприятия аудитории, а также выделяет актуальные общественные темы. В аналитических жанрах метафора используется для усиления убедительности текста, подчеркивая ключевые идеи и обогащая их восприятие. Развернутые метафоры в политических текстах часто используются как гипотетические примеры, упрощающие понимание сложных ситуаций. В научной литературе сходный прием – мысленный эксперимент – применяется для построения аргументации в поддержку положений или гипотез.

По мнению Е. В. Выровцевой, С. И. Симаковой и И. В. Топчий, «метафоризация в современных СМИ оказывается востребованным и эффективным средством создания медиаобраза. Метафорическое освоение современной действительности позволяет точно и ярко представить позицию автора и зафиксировать в сознании адресата запоминающийся образ. Развернутая метафора – это объединение различных по сходству объектов

¹⁴¹ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. С. 525.

¹⁴² Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 772.

действительности, причем принципы сопоставления и сравнения могут быть самыми разными, в том числе и неожиданными, оригинальными, исключительными (сенсационными). Данный вид тропа обеспечивает современных публицистов практически неограниченными возможностями как для разворачивания в новостном дискурсе образа события, так и для его эстетической оценки»¹⁴³. С целью обращения к системе чувств могут использоваться метафоры, направленные на усиление чувственного восприятия. В этом случае можно выделить иерархическую структуру переноса, при которой образы формируются от менее дифференцированных ощущений (обоняние, вкус, осязание) к более сложным и развитым (зрение, слух). Г. Г. Хазагеров относит к наиболее эффективным типам метафор символы, которые отличаются способностью ослаблять критическое восприятие тропа и создавать иллюзию символической насыщенности окружающего пространства¹⁴⁴. К таким метафорам относятся устойчивые языковые выражения, например, «гнилой запад» и «светлое будущее». Метафоры обогащают интерпретацию темы за счет привлечения разнообразных концептов. Получив признание социальной группы, конкретная метафора может выступать катализатором последующих действий этой группы.

Методологическую основу исследования дополняют работы А. П. Чудинова¹⁴⁵, посвященные динамике развития российской метафорической системы. В частности, ученый предлагает подход к анализу базисных метафор как ключевого инструмента выявления особенностей национального сознания конкретной исторической эпохи и формирования общественного мнения. Данный подход позволяет в рамках настоящего

¹⁴³ Выровцева Е. В., Симакова С. И., Топчий И. В. Эстетический контраст в новостном дискурсе: создание комического эффекта // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. №1. С. 78.

¹⁴⁴ Хазагеров Г. Г. Четыре взгляда на троп: монография. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2024. С. 176.

¹⁴⁵ Чудинов А. П. Российская политическая метафора в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 86-92.

исследования систематизировать образы, характерные для военной тематики в публикациях в Telegram-каналах. А. П. Чудинов также подчеркивает¹⁴⁶, что процесс систематизации метафорических моделей имеет приоритет над итоговой классификацией, поскольку универсальная классификация метафор или моделей регулярной многозначности трудно достижима и вряд ли может быть общепризнанной.

Эмоционально насыщенные тексты передают информацию, создают ассоциативные образы и способствуют осмыслению проблемы, акцентируя внимание на содержании. Учитывая, что объективность остается одним из ключевых принципов работы СМИ, авторская позиция профессиональных журналистов проявляется через менее очевидные средства, такие как выбор языковых конструкций. По мнению А. Бугеновой и Е. И. Шабанова, «субъект, обладающий новостной видимостью, неизбежно приобретает смысловые характеристики за счет используемых журналистами лексических средств в определенном контексте. При освещении громких информационных поводов используется большой набор средств: многочисленные комментарии экспертов, журналистские расследования, аналитические или редакторские колонки. Вследствие чего растет количество смысловых характеристик. Несмотря на отсутствие личностных характеристик в новостных материалах, с развитием темы у редакции формируется собственная точка зрения на событие и субъектов данной темы, таким образом, смысловые характеристики получают оценочные элементы»¹⁴⁷. Оценочность в текстах может способствовать формированию общественного мнения в зависимости от новостной повестки, контекста восприятия или других внешних факторов.

Значительный вклад в изучение языковых стратегий медиадискурса внес Г. Я. Солганик, сосредоточив внимание на эволюции

¹⁴⁶ Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. С. 74.

¹⁴⁷ Бугенова А., Шабанов Е. И. Роль СМИ в формировании общественного мнения на международной арене // Научные труды ЮКГУ им. М. Ауэзова. 2014. № 4(31). С. 114.

публицистического стиля. В своих работах¹⁴⁸ ученый подчеркивает значение лексических и синтаксических средств в обеспечении выразительности и персуазивности медиатекстов. Особое внимание уделяется тенденциям упрощения и диалогизации языка средств массовой информации, что проявляется в лаконичности изложения, эмоциональной насыщенности и сближении с нормами разговорной речи. По мнению Г. Я. Солганика, указанные процессы обусловлены адаптацией публицистического стиля к особенностям цифровых каналов коммуникации. Сформулированные исследователем положения составляют важную теоретическую основу для анализа языковых особенностей медиатекстов в Telegram-каналах военных корреспондентов, где оперативность и эмоциональность изложения усиливают воздействие на аудиторию.

Оценочность в средствах массовой информации можно разделить на имплицитную и эксплицитную. По мнению Н. Ю. Печетовой, «эксплицитная (открытая) оценка заложена в значении слова. Имплицитная (скрытая) оценка создается употреблением нейтрального слова в оценочном контексте, в неверном цитировании и т.п. Имплицитные оценки в публицистике – это метафоры, эвфемизмы, оценочные номинации. Наряду с ними существуют и такие языковые механизмы оценочности, как контекст, квазисинонимическая ситуация и квази-цитата, где оценка выражена имплицитно»¹⁴⁹. Оценка формируется за счет словесного окружения основной лексической единицы, которая, как правило, не подвергается модификациям. При этом стилистическая выразительность может не зависеть от прямых характеристик слов или понятий, используемых для описания ситуации. Как отмечает Т. А. Знаменская, «процесс воздействия использует множество вербальных и невербальных средств. Подбору лексических выразительных средств

¹⁴⁸ Солганик Г. Я. Язык СМИ на современном этапе // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 21-24; Солганик Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития // Мир русского слова. 2008. № 2. С. 11.

¹⁴⁹ Печетова Н. Ю. Формирование общественного мнения в средствах массовой информации: роль оценочных механизмов // Язык и социальная динамика. 2011. № 11-1. С. 181.

отводится ключевая роль, поскольку эти средства обладают наиболее яркой коннотативной силой и воздействуют на читателя не в качестве прямой оценки, навязываемой автором, а с помощью ассоциативных образов, имеющих положительную или отрицательную окраску»¹⁵⁰. Данная точка зрения подчеркивает значимость ассоциативного воздействия лексики, что представляется особенно ценным для анализа медиадискурса. Подходы Н. Ю. Печетовой и Т. А. Знаменской акцентируют роль имплицитных механизмов в формировании восприятия, что позволяет глубже понять, как языковые средства могут воздействовать на аудиторию, оставаясь при этом органично интегрированными в потоки информации.

Скрытая оценка в текстах может оказывать значительное влияние на восприятие аудитории. Открытое и эмоциональное выражение мнения может восприниматься как субъективная позиция, что способно вызвать неоднозначную реакцию реципиента. Однако нельзя отрицать, что яркие и эмоциональные образы, созданные автором, способствуют более глубокому восприятию и запоминанию содержания, помогая формировать определенное отношение к описываемым событиям. В связи с этим подчеркивается важность эмоционально-оценочных сообщений в процессе формирования восприятия аудитории. При этом важно учитывать, что язык неразрывно связан с контекстом описываемых действий. Подобной позиции придерживается Г. В. Денисова, отмечая «в сознании людей, объединенных языком и историей, существование определенного набора текстов, культурных клише, представлений и стандартных символов, за которыми закреплено определенное содержание»¹⁵¹. По мнению автора, эти элементы формируют культурный код, присущий носителям конкретного языка, без

¹⁵⁰ Знаменская Т. А. Использование метафоры как средства манипуляции общественным мнением в англоязычных публикациях об Украине // *Ceteris Paribus*. 2015. №1. С. 67.

¹⁵¹ Денисова Г. В. Интертекстуальная компетенция личности: вектор культурной эволюции // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2018. №9 (801). С. 187.

чего функционирование любой системы коммуникации становится невозможным.

Ряд исследователей отмечают рост субъективности и оценочности в текстах, которые ранее традиционно исключали проявление авторской позиции и личностных суждений. В условиях политических кризисов, как отмечается, «новости, мнения и эмоции становятся неотличимыми друг от друга, формируя аффективные новостные потоки»¹⁵². В цифровой среде журналистские стандарты, направленные на обеспечение объективности, подвергаются переосмыслению и утрачивают былую устойчивость. С одной стороны, это создает риски для сохранения фактологической точности новостных материалов. С другой – усиливает диалогичность информации, что повышает интерес аудитории к общественно значимым событиям.

Этот процесс подводит к рассмотрению воздействующей функции языка журналистики, которая направлена на формирование общественного мнения и акцентирование аргументов автора. Осознанное использование языковых средств позволяет журналистам не только информировать, но и влиять на восприятие событий, что делает изучение этой функции особенно значимым.

Каждое речевое взаимодействие направлено на достижение конкретных целей, которые влияют на поведение участников коммуникации. Даже публикация в нейтральном информационном стиле стремится заинтересовать аудиторию содержанием. Журналисты, политики и общественные деятели нередко используют выразительные средства – осознанно или интуитивно – для реализации своих коммуникативных целей. Язык играет ключевую роль в формировании общественных настроений, мнений и поведенческих реакций. Среди наиболее распространенных средств выразительности можно выделить метафоры, риторические вопросы, повторы, эмоционально окрашенную лексику и другие языковые приемы.

¹⁵² Агнестикова О. И. Усиление присутствия субъективного журналистского голоса в новостях как тренд цифровой среды // Вестник КГУ. 2022. №4. С. 87.

Как отмечает А. П. Сковородников, «речевое воздействие на общественное сознание с использованием средств массовой информации – одна из наиболее актуальных и наименее изученных проблем современной культуры речевого общения»¹⁵³.

По Т. В. Жеребило, одной из ключевых функций языка является воздействующая функция, которая проявляется с разной интенсивностью в различных функциональных стилях. «В научной речи она направлена на то, чтобы убедить читателя в правоте высказанной мысли, выдвигаемой теории, гипотезы. В публицистической – на то, чтобы воздействовать на массы, формируя у них правильное отношение к жизни общества»¹⁵⁴. Воздействующая функция языка связана со стилевыми особенностями, такими как эмоциональная выразительность и мотивирующий характер, что способствует использованию языковых средств, включая побудительные и восклицательные конструкции, риторические вопросы, обобщения и подобные элементы¹⁵⁵.

К языковым способам влияния обычно относят фигуры речи, тропы и другие выразительные средства, повышающие эмоциональность текста. Эти приемы чаще исследуются с точки зрения их художественной выразительности, а не воздействия на аудиторию. Среди них особенно популярны тропы. Е. А. Бородянская указывает, что «речевое воздействие при помощи тропов происходит из-за обращения к воображению телезрителя, а также силы образов и стереотипов, которые зачастую основаны на базовых человеческих ценностях, таких как безопасность, развитие и так далее, а уже потом на конкретных мотивациях определенного человека. ... Мощная сила исторической памяти, ценностей и убеждений

¹⁵³ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 568.

¹⁵⁴ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 62.

¹⁵⁵ Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. С. 293.

посредством тропов эффективно воздействует на сознание и чувства потребителя информации»¹⁵⁶. Среди тропов особую роль играет сравнение, которое, как отмечает исследователь, помогает авторам текстов раскрывать взаимоотношения между людьми или государствами через эмоционально насыщенные языковые формы, а не просто констатировать факты. Е. А. Бородянская связывает использование метафор в речи современных телевизионных журналистов с желанием активировать ассоциативное восприятие аудитории: метафоры, как правило, вызывает яркий образ при упоминании слова или фразы. По мнению автора, для понимания иронии и словесной игры необходимо учитывать контекст.

М. Я. Запрягаева и А. М. Шишлянникова выделяют ряд приемов воздействия, реализуемых через вербальные средства выразительности¹⁵⁷. Для привлечения внимания к ключевым аспектам дискуссии авторы нередко используют повтор аргументов. Также применяются яркие метафоры с запоминающимися образами, логические уловки, контраст, ирония и сарказм. Ирония особенно эффективна в коммуникации, поскольку создает неожиданные ассоциации, связанные с определенными словами или выражениями. Ирония опирается на подтекст, который помогает вызвать в сознании аудитории образы, соответствующие намерениям автора.

Многие исследователи придерживаются позиции, что любая речь, направленная на убеждение аудитории, сочетает рациональные и эмоциональные средства речевого воздействия. При этом нет необходимости в равномерном сбалансированном использовании тех или иных средств. О. Э. Сухарева рассматривает убеждение в двух направлениях: конвинсивный (рациональный) аспект функционирует в аргументологических позициях, в то время как персуазивный

¹⁵⁶ Бородянская Е. А. Использование тропов для речевого воздействия в информационных программах современного телевидения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №4. С. 235.

¹⁵⁷ Запрягаева М. Я., Шишлянникова А. М. Приемы вербального и невербального манипулятивного воздействия в телевизионной коммуникации (на материале ток-шоу «60 минут») // Медиалингвистика. 2021. Выпуск 8. Язык в координатах массмедиа. С. 263-264.

(эмоциональный) тяготеет к этосу (имидж оратора) и пафосу (погружение аудитории в необходимое оратору настроение)¹⁵⁸.

Чаще всего воздействие используется в языке рекламы и политики, но встречается и в повседневной коммуникации. Особенность таких речевых актов заключается в восприятии источника информации как единомышленника и союзника. Г. Г. Хазагеров¹⁵⁹ выделяет в качестве характерной черты воздействия склонность аудитории делать неверные выводы из посылок, не содержащих явной лжи, что достигается за счет логических уловок. По его мнению, объектом такого влияния чаще всего становятся люди с ослабленной речевой и практической компетенцией, что может быть обусловлено такими объективными факторами как недостаток опыта, знаний, образования или низкий уровень культуры. Влияние часто предполагает замену логического убеждения эмоциональным внушением, которое создается через специфическую подачу информации и формирование эмоционального фона. Убеждение и внушение тесно взаимосвязаны. Обычно воздействие выражается в неагрессивной форме, хотя средства речевой агрессии, применяемые в СМИ против отдельных лиц, иногда могут быть инструментом влияния на широкую аудиторию. Как и другие типы воздействия, речевое влияние состоит из нескольких последовательных стадий.

Ряд ученых отмечает, что СМИ не всегда обеспечивают прямую передачу данных. Через прессу, радио и телевидения аудитории обычно представляют интерпретированную версию событий, а не их беспристрастное отображение. Как отмечают А. В. Марачева и А. О. Морозан, «каждое средство массовой информации имеет свои ориентиры и интересы. По этим двум критериям оно отбирает те сведения, которые в настоящее время могут получить наибольший отклик со стороны

¹⁵⁸ Сухарева О. Э. Западная риторическая традиция и проблема убедительности монолога: на материале публичной речи: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19. Калуга, 2009.

¹⁵⁹ Хазагеров Г. Г. Риторический словарь. 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2011. С. 19.

общественности. Подобные отбор и обработка информации уже являются интерпретацией, а не ее объективной передачей»¹⁶⁰. Особое значение приобретает контекст, в который помещается событие или распространяемая информация. Одно и то же средство выразительности или слово может выполнять различные функции в зависимости от намерений источника коммуникации.

Влияние слова в публичном пространстве возрастает по мере развития технологий передачи информации. Как отмечает С. Моралес¹⁶¹, в современном информационном пространстве истина не открывается, а конструируется. Информационный цикл в наши дни длится около 24-48 часов, что делает невозможным сдерживание ежедневного потока новостей и сообщений в социальных сетях. Выбор инструментов коммуникации зависит от общественных настроений и исторического контекста. Каждая эпоха выделяет предпочтительные средства воздействия, которые могут повторяться из поколения в поколение. Одним из наиболее распространенных и эффективных инструментов формирования общественного мнения является метафора. Во все времена метафоры позволяли обходить цензуру и передавать идеи тем, кто способен их интерпретировать. Автор может намеренно придавать нейтральному тексту эмоциональную окраску. Ключевым фактором для специалистов по коммуникации остается эффективность вербальных стратегий и способность точно донести замысел. При этом вопросы морали и этики порой отходят на второй план в процессе передачи сообщения.

А. А. Леонтьев¹⁶² выделяет два типа речевого воздействия на аудиторию: информирование и убеждение. Информирование, по его мнению,

¹⁶⁰ Марачева А. В., Морозан А. О. СМИ как средство формирования общественного мнения // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 43. С. 719.

¹⁶¹ Morales S. Information warfare: feed information with disinformation. Global Strategy. 2019. URL: <https://global-strategy.org/information-warfare-feed-information-with-disinformation/> (дата обращения: 16.06.2023).

¹⁶² Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Издательство МГУ, 2003. URL:

включает не только передачу новой информации, но и изменение представлений аудитории о событиях и их взаимосвязях. Убеждение же предполагает предложение нового взгляда на уже знакомую информацию или ее представление в новом свете. При убеждении осуществляется открытое воздействие на эмоциональную или ценностную сферу аудитории, часто с использованием выразительных средств, которые усиливают эффект. Аргументация при этом опирается на достоверные сведения и общепринятые логические принципы.

А. П. Сковородников подчеркивает, что публицистические тексты стремятся к упрощению информации. Материалы в СМИ часто структурируются так, чтобы сложные социальные процессы представлялись в понятной для массовой аудитории форме, но при этом порой упрощенной и искаженной, что способствует формированию у читателей определенных взглядов на действительность. Как указывает исследователь, «побуждение к определенному действию или его прекращению может выражаться косвенно, путем указания на преимущества одного и/или ошибочность или нецелесообразность другого поведения. Такие выступления часто оформляются в виде советов или предостережений»¹⁶³. Применение тщательно подобранных слов помогает автору расставить в тексте нужные акценты, обогащая высказывание дополнительным смыслом. Хотя языковое воздействие играет важную роль в современной публицистике, его характер зависит от целей, которые ставит перед собой автор.

Влияние на логическое восприятие, эмоциональное состояние и мировоззрение аудитории может быть ориентировано на формирование общественного мнения, поддержку определенных идей или выражение отношения к тем или иным явлениям. Целенаправленное использование средств выразительности в медийном дискурсе способствует усилению

<http://genhis.philol.msu.ru/psixolingvisticheskie-osobennosti-yazyka-smi/> (дата обращения: 08.08.2023).

¹⁶³ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. С. 569.

убедительности авторских идей и выступает эффективным инструментом для ориентации общественных взглядов. Языковые средства выразительности играют значимую роль в реализации коммуникативных целей.

В рамках исследования речевого воздействия сравнительный анализ классификаций И. А. Стернина¹⁶⁴ и Л. И. Рюминой¹⁶⁵ позволяет систематизировать распространенные способы влияния на аудиторию, выделяя их цели, механизмы и этические аспекты. В таблице 8 обобщены ключевые характеристики каждого способа, раскрывая их сходства и различия.

Таблица 8. Сравнительный анализ способов речевого воздействия в классификациях И. А. Стернина и Л. И. Рюминой¹⁶⁶.

Способ воздействия	Автор подхода	Цель воздействия	Основа воздействия	Характер восприятия	Этичность, манипулятивность
Доказывание	Стернин	Подтверждение тезиса	Логика, аргументы	Критическое	Этичное
Убеждение	Стернин, Рюмина	Формирование согласия с позицией	Логика, эмоции (Стернин); факты, логика (Рюмина)	Критическое	Этичное (Рюмина); умеренно манипулятивное (Стернин)
Уговаривание	Стернин	Изменение точки зрения	Эмоции	Частично критическое	Умеренно манипулятивное
Внушение	Стернин, Рюмина	Принятие позиции без анализа	Авторитет, эмоции	Некритическое	Манипулятивное
Приказ	Стернин	Выполнение действия	Зависимость, власть	Некритическое	Неэтичное, манипулятивное
Просьба	Стернин	Выполнение действия в интересах говорящего	Эмоции, доброжелательность	Критическое	Этичное, неманипулятивное
Принуждение	Стернин	Выполнение против воли	Давление, власть	Некритическое	Неэтичное, манипулятивное
Подражание	Рюмина	Копирование поведения	Образцы, социальные нормы	Частично критическое	Условно манипулятивное
Заражение	Рюмина	Передача психического состояния	Эмоции, бессознательно	Некритическое	Манипулятивное

¹⁶⁴ Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: «Истоки», 2001. С. 48-51.

¹⁶⁵ Рюмина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе. Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. С. 23-29.

¹⁶⁶ Таблица базируется на статьях: Стернин И. А. Введение в речевое воздействия. Воронеж: «Истоки», 2001. С. 48-51; Рюмина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе. Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. С. 23-29.

Сравнительный анализ способов речевого воздействия, представленный в таблице, демонстрирует их разнообразие по целям, механизмам и этическим характеристикам. Выявленные различия подчеркивают сложность и многогранность коммуникативного влияния, что побуждает к проведению дальнейших исследований по изучению составляющих успешной коммуникации. Так, результативность проводимого речевого воздействия напрямую зависит от ряда факторов (социальные, психологические и языковые), которые необходимо использовать в процессе коммуникации. Исследователи выделяют несколько видов речевого воздействия. В классификацию Л. Л. Федоровой¹⁶⁷ входят:

- 1) социальное воздействие;
- 2) волеизъявление;
- 3) разъяснение и информирование;
- 4) оценочные и эмоциональные речевые воздействия.

Журналисты часто используют интертекстуальные приемы для влияния на восприятие аудитории. Интертекстуальность представляет собой текстовую характеристику, которая проявляется в «соотнесенности одного текста с другими, диалогическом взаимодействии текстов в процессе их функционирования, обеспечивающем приращение смысла произведения»¹⁶⁸. Интертекстуальность проявляется в использовании элементов других текстов, что позволяет воспринимать текст как часть политического дискурса или даже национальной культуры. При этом каждый текст остается самостоятельным, для него характерны законченность, цельность и внутреннее единство. Современные тексты политической тематики часто строятся и интерпретируются как диалог не только с аудиторией, но и с другими текстами. Интертекстуальность проявляется во взаимодействии авторской и заимствованной речи через цитаты, аллюзии, реминисценции и

¹⁶⁷ Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. 1991. № 6. С. 48.

¹⁶⁸ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. С. 104.

другие средства. Эти элементы вызывают у аудитории ассоциации, эмоции и коннотации, сформированные ранее. В современной политической коммуникации авторы не ограничиваются публицистической лексикой, включая в тексты элементы, не всегда соответствующие жанру.

В журналистских текстах язык выполняет информирующую, воздействующую и выразительную функции, обеспечивая передачу фактов, формирование общественного восприятия и диалог с аудиторией. Как показывают проанализированные исследования, интертекстуальные средства, такие как цитаты, аллюзии и реминисценции, усиливают эмоциональную и смысловую глубину текстов, связывая их с культурным и политическим контекстом. Эти аспекты языка особенно значимы в военной журналистике, где средства выразительности используются для акцентирования драматизма событий и усиления эмоционального отклика аудитории.

2.3. Особенности использования средств выразительности в журналистских текстах

Журналистика, являясь важным каналом массовой коммуникации, играет ключевую роль в интерпретации событий и их представлении широкой аудитории. Средства выразительности в этом контексте служат инструментами, которые усиливают воздействие текста и способствуют формированию общественных представлений о социальных процессах. В условиях конкуренции за внимание аудитории выразительные языковые средства становятся способом привлечения интереса, что подчеркивает важность соблюдения этических стандартов и понимания ответственности журналистов в соблюдении объективности подачи информации. Этот вопрос подробнее нами рассматривается в параграфе 1.3 исследования.

Развитие технологий распространения информации существенно трансформирует подходы к использованию средств выразительности, которые ранее преимущественно ассоциировались с художественной

литературой и редко встречались в материалах ведущих СМИ. В условиях информационного переизбытка данных язык журналистики приобретает особую роль, выступая инструментом не только передачи фактов, но и формирования восприятия событий. Далее анализируются теоретические подходы к возможностям косвенного влияния средств выразительности на аудиторию и специфика их функционирования в современном медийном пространстве.

Обзор методов языкового воздействия включен в исследование с целью выявления специфики их использования в профессиональной журналистской практике, а также анализа того, как средства выразительности способствуют достижению коммуникативных целей и реализации основных функций журналистики. Корреспонденты, чьи публикации в авторских Telegram-каналах рассматриваются в Главе 3 настоящего исследования, демонстрируют высокий уровень владения языком. Авторы используют точные и образные формулировки для передачи информации. При этом их деятельность характеризуется строгим соблюдением этико-профессиональных стандартов и норм действующего законодательства России, что подчеркивает ответственность корреспондентов во взаимодействии с аудиторией. В тех случаях, когда в текстах используются негативная эмоциональная лексика или иные приемы речевого воздействия, они направлены на разоблачение действий противоположной стороны конфликта и побуждают аудиторию к осмыслению последствий действий оппонентов.

На основе анализа изученной литературы целесообразно систематизировать методы воздействия на аудиторию, применяемые в медиакоммуникации, выделив несколько ключевых групп. Эти группы составляют основу целенаправленной стратегии медиакоммуникации, способствующей достижению информационных и коммуникативных целей. Особое внимание при этом следует уделить этическому аспекту применения данных методов, поскольку их использование не всегда обеспечивает

объективное информирование аудитории и может привести к нежелательным социальным последствиям. Для анализа указанных методов воздействия ниже представлена таблица, обобщающая их характеристики и особенности применения в медийной практике.

Таблица 9. Наиболее распространенные в медиакommunikации методы воздействия на аудиторию¹⁶⁹.

Группа методов	Описание	Примеры применения
Языковые средства выразительности	Целенаправленный подбор лексики, использование стилистических приемов и фигур речи.	Военные корреспонденты используют метафоры и эмоционально окрашенную лексику для усиления выразительности, акцентирования значимости событий и подчеркивания масштаба возможных последствий.
Работа со структурой материала	Продуманная последовательность данных, выделение ключевых элементов, повтор отдельных аспектов.	Подбор последовательности для акцента на деталях события, отвлечение внимания от менее выгодных аспектов конфликта.
Психологические приемы	Апелляция к эмоциям (страх, гордость, сопереживание), создание противопоставлений.	Использование методов убеждения для формирования чувства сплоченности, укрепления определенных установок и восприятия событий.
Использование визуальных техник	Применение фото-, видеоматериалов и инфографики для усиления восприятия текста.	Подбор визуальных материалов для подтверждения одной позиции, что может исказить восприятие событий.

¹⁶⁹ Таблица базируется на материалах работ: Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8-14; Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Варьирование публицистической картины мира в медиатекстах // Медиаскоп. 2012. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1131> (дата обращения: 25.12.2024); Добросклонская Т. Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 2. С. 85-94; Чудинов А. П. Политическая лингвистика. 8-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2023. 256 с.; Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. СПб.: Златоуст, 2013. 660 с.

Важным аспектом, требующим внимания в контексте медиакоммуникации, являются лексические особенности текстов о войне. На основании систематизации методов воздействия, изложенных в таблице, целесообразно рассмотреть лексические особенности текстов, включая использование терминологии, профессионального жаргона и эмоционально окрашенной лексики. Изучение данных аспектов важно для диссертационного исследования, поскольку лексика не только отражает идеологическую и эмоциональную направленность медиатекстов, но и служит инструментом воздействия на общественное сознание, влияя на интерпретацию военных событий и их последствий¹⁷⁰.

Г. Ласуэлл, считающийся пионером в исследовании влияния языка на формирование общественных взглядов, предложил модель, где ключевая роль отводится принципам создания идеологического повествования посредством осознанного выбора языковых средств¹⁷¹. С. Г. Кара-Мурза¹⁷² указывал, что такая структура текста объединяет идеи, которые аудитория обычно считает правдивыми, даже если они не соответствуют действительности. Иногда автор сам может быть искренне убежден в достоверности сообщаемой им информации.

Исследователи Е. Ю. Галайда и В. В. Антонова полагают, что использование повторяющихся лексических единиц в сочетании с фото- или видеоматериалами, создающими определенное эмоциональное настроение, способствует формированию у аудитории устойчивых представлений о восприятии элементов вооруженных конфликтов. Устойчивые представления, основанные на жизненном опыте, знаниях или внешнем воздействии, позволяют аудитории интерпретировать и фильтровать поступающую информацию в соответствии с собственной картиной мира. Кроме того, такие представления могут выполнять функцию защитного

¹⁷⁰ Горбань П. В. Теоретическое осмысление понятия «общественное мнение» // Меди@льманах. 2023. №6 (119). С. 23-31.

¹⁷¹ Lasswell H. Power and society: a framework for political inquiry. New York: Routledge, 2014.

¹⁷² Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2002. С. 89.

механизма психики. По мнению исследователей, «для формирования устойчивых представлений в обществе СМИ используют различные инструменты влияния на аудиторию. Среди них можно выделить метод перехода от реалистичного восприятия к аутентичному, метод переноса частного факта в сферу общего, т.е. в систему. Существуют также методы привлечения внимания к определенным проблемам, переключения, запугивания и внушения»¹⁷³.

Позиция авторов убедительно демонстрирует как комплексное использование языковых и визуальных инструментов в СМИ способствует созданию устойчивых паттернов восприятия. Особенно ценным представляется акцент на психологических аспектах, таких как защитные механизмы психики, что подчеркивает общую глубину медиавоздействия.

Повторение лексических единиц способствует закреплению определенной идеи или концепции в сознании аудитории. Повтор может применяться как в пределах одного текста, так и в серии материалов, выступая рефреном в публикациях или выступлениях автора. Использование слов с яркой эмоциональной окраской позволяет вызвать у аудитории желаемые эмоциональные реакции, например, чувство тревоги, злости, гордости, единства.

Журналисты нередко используют в текстах эпитеты, которые, благодаря своей общеупотребительности, становятся малозаметными, сливаясь с разговорной речью. При этом журналисты стремятся облегчить восприятие текста, акцентируя внимание на сути явлений, а не на создании уникальных художественных образов. В большинстве журналистских материалов не используется сложная метафоризация, поскольку основной целью является донесение информации простым и понятным языком, обеспечивающим интерпретацию, максимально близкую к замыслу автора.

¹⁷³ Галайда Е. Ю., Антонова В. В. Роль лексики в формировании стереотипов в текстах теленовостей на примере освещения украинского конфликта // Политическая лингвистика. 2022. №1 (91). С. 22.

Г. Г. Хазагеров в своем «Риторическом манифесте», анализируя проблемы современной коммуникации, утверждает, что «"коммуникативная неграмотность", т.е. неумение понять смысл и интенцию текста при умении читать и неумение написать внятный текст, выражающий авторскую интенцию, при умении писать – почти единственная номинация, имеющая отношение к экологии языка»¹⁷⁴. Эту проблему автор считает одной из важнейших для современного общества, которое представляет собой адаптивную систему. Адаптивность проявляется, в том числе, в изменениях языка на всех уровнях его функционирования. Можно предположить, что доминирование разговорной речи в коммуникации новых медиа обусловлено указанной автором тенденцией в области лингвистики.

По мнению Г. Г. Хазагерова, «коммуникативное пространство в последние двадцать лет изменилось разительно, и это обнаружило такое множество проблем, что требуется особый путеводитель, чтобы в них разобраться. Но есть нечто общее, что бросается в глаза любому культурному человеку: язык массовой коммуникации становится примитивным и сопротивляется передаче сколько-нибудь сложного содержания, за речью не стоит культурная память, на которую можно было бы опереться, передавая это сложное содержание»¹⁷⁵. Автор называет подобный тренд «возвращением варварства», которое приводит к хаосу в употреблении слов, нарушая их исходные значения и способствуя деградации культуры. Упрощение языка в современных публикациях автор связывает с отсутствием четкого понимания словарного запаса аудитории, что препятствует точной и ясной передаче замысла. Н. Г. Комлев также отмечает снижение культурно-интеллектуального уровня коммуникации, упрощение стиля и обеднении

¹⁷⁴ Хазагеров Г. Г. Риторический манифест. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. С. 11.

¹⁷⁵ Хазагеров Г. Г. Риторический манифест. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. С. 17.

лексического состава языка, создающие общую иллюзию языкового комфорта¹⁷⁶.

Помимо упрощения языка, в дискурсе возможно исключение определенных терминов или слов с ассоциативной нагрузкой, что способно влиять на восприятие аудиторией тех или иных явлений. «Этот вид искажения информации [умолчание] открывает еще большие возможности для воздействия, нежели прямая ложь»¹⁷⁷. Помимо исключения отдельных выражений, из информационного поля могут устраняться целые события, что создает иллюзию их отсутствия. Лексико-фразеологические единицы, вызывающие специфические ассоциации, также могут быть исключены из коммуникативного пространства, воздействуя на мировоззрение реципиента. К элементам умолчания относится также использование подтекста.

На фоне отмеченного Г. Г. Хазагеровым, Н. Г. Комлевым и С. Г. Кара-Мурзой упрощения языка массовой коммуникации, военные корреспонденты демонстрируют устойчивую приверженность выразительным средствам журналистики, адаптируя их к цифровой среде с учетом профессионально-этических норм. Несмотря на лаконичный формат платформы и давление упрощенного массового дискурса, корреспонденты сохраняют языковую выразительность, чтобы эффективно передавать сложность военных событий, избегая при этом хаотичного употребления слов, о котором предупреждал Г. Г. Хазагеров.

Слово способно вызвать яркие и устойчивые ассоциации, что С. Г. Кара-Мурза относит к «суггесторному воздействию, сила которого, как полагают, может быть сравнима с физиологическими факторами; внушаемость посредством слова – глубинное свойство психики, возникшее гораздо раньше, нежели способность к аналитическому мышлению»¹⁷⁸. Языковое влияние достигается не через явные оценочные утверждения, такие как «это правильно» и «это неверно», а с помощью языковых средств,

¹⁷⁶ Комлев Н. Г. Слово в речи. Денотативные аспекты. 2-е изд. М.: URSS, 2003. С. 107.

¹⁷⁷ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2002. С. 241.

¹⁷⁸ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2002. С. 84.

включающих оценочный элемент, зависящий от норм определенного общества. Такой метод позволяет незаметно формировать нужное отношение к предмету, побуждая аудиторию к конкретным действиям. Таким образом, слово служит стимулом для поступков, результаты которых могут проявляться со временем.

На наш взгляд, военные корреспонденты используют такие выразительные средства, чтобы создавать яркие образы и акцентировать драматизм ситуации. Например, описывая разрушения, авторы могут использовать выражения для усиления эмоционального воздействия и стимулирования более глубокого осмысления событий аудиторией. Языковые средства выразительности адаптируются к среде Telegram-каналов через сокращение объема текста и дополнительное усиление визуального сопровождения, которое подкрепляет вербальное повествование. При этом корреспонденты стремятся сохранять ясность и точность, чтобы противостоять тенденции к примитивности, отмеченной Н. Г. Комлевым, и обеспечить передачу сложного содержания.

Интерпретация языковых конструкций может усложняться значениями, зависящими от экстралингвистических факторов, таких как культурно-образовательный уровень, социальный статус и индивидуальные особенности реципиента. Единый язык коммуникации не обеспечивает единства языкового опыта или представлений о нормах для участников диалога. Данный контекст закладывает мотивационные предпосылки дискурса. Как подчеркивает О. В. Спиридовский, такие коммуникативные аспекты, как авторитет, выразительность, правдоподобие, напористость и терпимость (а также, возможно, другие характеристики) формируют мотивационную основу, определяют стратегическую направленность и побуждают человека к совершению определенных действий, включая использование речевых средств. «Есть все основания полагать, что интенциональность и мотивированность дискурса обладают большей силой и значимостью, чем его структура и форма, поскольку дискурсант сначала

желает добиться чего-либо или испытывает потребность в чем-либо, а уже затем выстраивает соответствующую желаниям и потребностям последовательность дискурсивных действий»¹⁷⁹.

Профессионально-этические нормы играют ключевую роль в профессиональной деятельности военных корреспондентов, выбранных для эмпирического исследования. Они избегают манипулятивных приемов, таких как необоснованная гиперболизация и сенсационность, которые могли бы исказить факты или подорвать доверие аудитории. Вместо этого средства выразительности используются для поддержания культурной памяти через точный подбор лексики, отражающей реалии конфликта. Например, жанры репортажа и очерка трансформируются в Telegram в краткие мультимедийные посты, где языковая выразительность сочетается с фактологической достоверностью, что позволяет передавать сложное содержание без упрощения.

Изучая публицистическую работу военного корреспондента Е. Поддубного, Е. А. Челак и А. В. Шарыпова приходят к заключению, что стиль текстов журналиста в Telegram варьируется в зависимости от выполняемых функций. «Информационные заметки более «сухие», сжатые; вести с мест боевых действий – «живые», эмоциональные. Тексты-заметки более строгие по сравнению с текстами-обращениями. В последних чаще присутствуют субстандартная лексика, нарушение синтаксиса. Наряду с простотой и лаконичностью, языку Поддубного свойственны яркость и насыщенность»¹⁸⁰. Проведенное нами исследование подтверждает эти выводы: чаще всего речь военкоров близка к разговорному стилю и изобилует эмоционально-окрашенной лексикой. При необходимости объяснения официальных постановлений и распоряжений, стиль военкоров становится более сдержанным и выверенным.

¹⁷⁹ Спиридовский О. В. Категория выразительности в президентской коммуникации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. №2. С. 169.

¹⁸⁰ Челак Е. А., Шарыпова А. В. Портрет языковой личности военного корреспондента // Russian Linguistic Bulletin. 2023. №8 (44). С. 3.

Ю. В. Шуйская провела анализ¹⁸¹ особенностей дискурса Telegram-каналов на основе опубликованного уникального контента, по результатам чего сделала вывод о существующих лингвистических особенностях текстов:

1. Краткость эллиптических конструкций с отсылкой к предыдущему контексту для создания бесконечного диалога с аудиторией;

2. Обращение на «вы» к группе людей или использование «мы» инклюзивного, когда подразумевается общность автора, его аудитории и людей со схожими позициями;

3. Использование «я-сообщений» или информации, подаваемой в третьем лице. Визуальная составляющая выступает в качестве части текста;

4. Несмотря на отсутствие ограничений по объему транслируемых сообщений, размер средней публикации составляет 1-2 абзаца (до 100 предложений).

Главной особенностью уникальных текстов в Telegram-каналах Ю. В. Шуйская считает их особую структуру, которая воспринимается как бесконечный монолог автора, обращенный к аудитории. Эта форма диалога позволяет не только устанавливать эмоциональную связь с читателями, но и направлять их восприятие через акцент на ценности и использование средств выразительности. Такие приемы способствуют созданию выразительных образов войны, героизма, трагедии и победы, вызывая у аудитории глубокое эмоциональное сопереживание и поддерживая высокий уровень вовлеченности.

Стремление к диалогу и взаимодействию проявляется в отношениях между традиционными и новыми средствами массовой информации, которые можно охарактеризовать как симбиотические. Традиционные СМИ всё чаще интегрируют цифровые платформы для распространения контента и взаимодействия с аудиторией. Такой подход обеспечивает оперативное обновление информации, что недостижимо в рамках традиционных

¹⁸¹ Шуйская Ю. В. Лингвистические особенности дискурса Телеграм-каналов как нового типа медиа // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. 2023. №3. С. 50-53.

редакционных форматов или печатных изданий. Несмотря на конкуренцию, аудитория традиционных СМИ сохраняет стабильность, хотя их охват нередко уступает масштабам цифровых платформ и социальных сетей.

В классической журналистике преобладают стратегии информирования, комментирования и анализа, направленные на удовлетворение потребности аудитории в актуальной и достоверной информации. Такие подходы способствуют развитию критического мышления и формированию осознанных убеждений, опираясь на принципы объективности и нейтральности, что минимизирует предвзятость. В отличие от этого, военная журналистика часто использует стратегии, ориентированные на мобилизацию населения и поддержку страны в условиях конфликта. Особое внимание уделяется героизму, жертвенности и национальным символам, что усиливает эмоциональное воздействие и способствует консолидации общества. Важно понимать, что подобный подход может привести к одностороннему освещению событий, снижая комплексность восприятия ситуации аудиторией и ограничивая ее доступ к сбалансированной информации.

Именно в этом контексте особое значение приобретают механизмы аргументации. По мнению Х. Перельмана, целью любой аргументации является достижение согласия аудитории. В связи с чем автор выделяет два класса объектов согласия:

- 1) реальные (истины, факты, презумпции);
- 2) предпочтительные (предпочтения и ценности аудитории)¹⁸².

Использование языковой коммуникации для воздействия на ценности аудитории представляет собой эффективный механизм влияния на ее сознание, что по итогу определяет принятие решений. Такое воздействие осуществляется путем акцентирования, переосмысления или использования ключевых ценностных ориентиров, являющимися фундаментальными для

¹⁸² Труфанова А. С. «Новая риторика» Х. Перельмана с точки зрения системной модели аргументации // РАЦИО.ru. 2009. №2. С. 287.

определенных социальных групп или общества в целом. В современном мире текстовая языковая коммуникация остается одним из наиболее действенных инструментов формирования общественного мнения. Эффективность различных стратегий существенно варьируется в зависимости от контекста, особенностей аудитории и целей коммуникации. Батынская Н. Р. и Л. К. Лободенко¹⁸³ подчеркивают, что в общественной коммуникации, где участники уже активно взаимодействуют в общем информационном пространстве с нарастающим числом каналов передачи данных, ключевое значение имеет не сам процесс обмена информацией. Более важным автору представляется анализ стратегий, которые используют различные субъекты, поскольку отсутствие единых смыслов и согласованных действий часто обусловлено различиями в выбранных подходах к коммуникации.

Х. Перельман подчеркивает, что на определенном этапе ценности неизбежно включаются в аргументацию, за исключением точных наук. В законодательной, политической и философских сферах они составляют основу убеждения, способствуя формированию определенной позиции или обоснованию принятых решений. Ценности, подобно фактам, не подлежат прямому опровержению или отрицанию, но могут быть заменены сопоставимыми по значимости при необходимости. По словам Х. Перельмана, «факты и истины характеризуют согласие с универсальной аудиторией, а ценности – с конкретной»¹⁸⁴. Ценности выражают восприятие аудиторией окружающей действительности, тогда как факты и истины ее конструируют. Важность ценностей зависит от особенностей аудитории, к которой обращается спикер.

Эта зависимость от аудитории находит отражение в различиях медийных стратегий. Если журналистика в целом ориентирована на информативность и нейтральность, то военная журналистика акцентирует

¹⁸³ Батынская Н. Р., Лободенко Л. К. Специфика выбора коммуникационной стратегии субъектами политической коммуникации как залог управляемости политического процесса // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 35. С. 12.

¹⁸⁴ Труфанова А. С. «Новая риторика» Х. Перельмана с точки зрения системной модели аргументации // РАЦИО.ru. 2009. №2. С. 289.

ценностное и эмоциональное воздействие. Эффективность каждой стратегии определяется конкретной коммуникативной задачей: информирование способствует общественному диалогу и формированию критически осмысленных решений, тогда как мобилизационный подход военной журналистики приобретает особую значимость в периоды конфликтов. Следовательно, выбор стратегии должен учитывать цели коммуникации, особенности ситуации и культурные характеристики аудитории.

Выводы по Главе 2

Языковые средства, включая лексические единицы и стилистические фигуры, обеспечивают передачу содержания, эмоциональное воздействие и структурную организацию текста. Метафоры, эпитеты и сравнения повышают образность и наглядность, а повторы и антитезы подчеркивают ключевые идеи и ритмически упорядочивают речь. Выбор этих средств определяется коммуникативными целями – информированием, убеждением или побуждением к действию – и контекстом применения. В профессиональной деятельности, например в текстах военных корреспондентов, такие средства выделяют значимую информацию и формируют отношение аудитории к сообщаемым событиям, отражая позицию автора и влияя на восприятие содержания.

Исследование языковых средств выразительности требует учета их многофункциональности, что особенно важно при анализе журналистских текстов. Феномен тропа характеризуется двойственностью: он отражает способность языковых единиц к семантическому переносу и выступает как средство речевой выразительности. В публичной коммуникации средства выразительности способствуют передаче эмоций, ценностей и информации. Глава раскрывает теоретические основы использования средств выразительности в журналистике и их классификации, что необходимо для анализа применения средств выразительности российскими военными

корреспондентами в публикациях о событиях СВО на Украине в соответствии с коммуникативными целями.

Классификация средств выразительности варьируется в зависимости от подходов и целей исследований в области коммуникации и журналистики. Несмотря на разнообразие описанных подходов, на сегодняшний день не существует универсальной классификации, признанной научным сообществом, что делает это направление актуальным. Отсутствие единой классификации может быть связано как с динамичностью медийного пространства, так и с корректировками существующих классификаций в зависимости от специфики материала, теоретической базы и целей исследования, а также влиянием языковых и культурных контекстов.

Классификация средств выразительности и анализ их характеристик позволяет группировать их в зависимости от целей коммуникативной стратегии. Изучение влияния этих средств на восприятие информации в СМИ выявляет, какие изменения в восприятии аудитории стремится вызвать автор. Например, метафоры и ирония усиливают воздействие сообщения. Многие исследователи относят метафору к наиболее эффективным инструментам психологического влияния. В политическом дискурсе антитеза, построенная на противопоставлении понятий («свой – чужой», «мы – они»), подчеркивает идеологические различия. Риторические вопросы, императивы и личные местоимения способствуют сближению с аудиторией и мотивируют к диалогу.

Таким образом, теоретическое осмысление функций и возможностей средств выразительности создает необходимую основу для перехода к эмпирическому анализу. Эти положения позволяют оценить, как теоретические подходы находят отражение в практике, и составляют фундамент исследования применения средств выразительности в публикациях военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах.

ГЛАВА 3. Средства выразительности в авторских Telegram-каналах российских военных корреспондентов

В главе представлены результаты эмпирического анализа публикаций в авторских Telegram-каналах военных корреспондентов для выявления специфики использования языковых средств выразительности, а также индивидуальных элементов их авторского стиля при освещении специальной военной операции в 2022-2023 гг. Также предложена классификация средств выразительности в соответствии с их функциями в медиадискурсе военной тематики.

3.1. Методика исследования

Для эмпирического анализа были в ручном режиме без использования автоматизированных инструментов отобраны публикации российских военных корреспондентов в мессенджере Telegram. В параграфе 1.1 представлены определения основных категорий участников информационного процесса, связанных с созданием и распространением контента о вооруженных конфликтах. Под военными корреспондентами в данном исследовании понимаются аккредитованные при военных структурах РФ профессиональные журналисты, работающие по поручению редакции в зонах вооруженных конфликтов и создающие материалы на основе полученных данных. Выбор платформы Telegram обусловлен ее высокой популярностью в России как источника оперативной информации о ходе СВО. Это подтверждается данными исследований, проведенных РБК¹⁸⁵ и Sostav¹⁸⁶, согласно которым около 60% россиян используют Telegram для

¹⁸⁵ Доля пользователей Telegram достигла почти половины населения России. Как платформа Павла Дурова конкурирует с YouTube и WhatsApp. 06 февраля 2024. РБК. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/06/02/2024/65c0bc179a7947176b534458 (дата обращения: 23.09.2024).

¹⁸⁶ 57% россиян предпочитают узнавать новости из Telegram-каналов и от блогеров, а не от СМИ. 12 апреля 2024 года. Sostav. URL: <https://www.sostav.ru/publication/perfluence-statistika-issledovanie-novosti-smi-telegram-kanaly-67196.html> (дата обращения: 24.09.2024).

получения новостей. По данным издания «Ведомости»¹⁸⁷, летом 2024 года суточная аудитория Telegram в России составила 60 млн пользователей, что превышает аудиторию ВКонтакте (55 млн пользователей). Telegram входит в число десяти наиболее популярных социальных платформ в мире.

Выбор Telegram обусловлен рядом факторов. Анализ публикаций военных корреспондентов, размещенных на платформах, доступных обеим сторонам конфликта, представляется наиболее обоснованным подходом. Часть текстов адресована украинской аудитории на основании прямых обращений авторов, что делает выбор платформы особенно значимым.

Социальные сети, такие как Facebook¹⁸⁸ (проект Meta Platform Inc., запрещен на территории Российской Федерации), Twitter¹⁸⁹, TikTok¹⁹⁰, однако на этих платформах продолжают публиковаться материалы о действиях российских властей, ориентированные на внешнюю аудиторию. Платформа YouTube¹⁹¹ остается доступной для пользователей в России, но размещение

¹⁸⁷ Более 60 млн россиян ежедневно пользуются Telegram, «ВКонтакте» – 55 млн. 11 июля 2024 года. Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2024/07/11/1049269-bolee-60-mln-rossiyan-ezhednevno-polzuyutsya-telegram> (дата обращения: 23.09.2024).

¹⁸⁸ Проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в Российской Федерации была признана экстремистской и запрещена в 2022 году.

¹⁸⁹ Проект заблокирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) на территории Российской Федерации на основании требования Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 24 февраля 2022 года 27-31-2020/Ид2145-22. Статья основания внесения в реестр – 15.3.

¹⁹⁰ В марте 2022 года TikTok ограничил доступ к просмотру и публикации материалов на своей платформе для аккаунтов, зарегистрированных и действующих на территории Российской Федерации.

¹⁹¹ Депутат Хинштейн: Замедление YouTube продолжится. Парламентская газета. 01.08.2024. URL: <https://www.pnp.ru/politics/deputat-khinshteyn-zamedlenie-youtube-prodolzhitsya.html> (дата обращения: 01.10.2024).

YouTube по-прежнему недоступен для использования в России. ТАСС. 01.03.2025. URL: <https://tass.ru/ekonomika/23279701> (дата обращения: 01.05.2025).

В первом квартале 2023 года модераторы платформы удалили свыше 900 каналов, контент которых был направлен на поддержку СВО на Украине или был посвящен повседневной жизни на территории Российской Федерации. В мае 2022 года СЕО YouTube заявила, что видео, которые оправдывают или смягчают конфликт между Россией и Украиной противоречат политики платформы и будут удалены с нее.

YouTube removes more channels promoting the Kremlin's agenda. May 02, 2023. Cybernews. URL: <https://cybernews.com/cyber-war/youtube-removes-channels-promoting-kremlin/> (accessed: 15.05.2023).

контента на ней подвергается строгой модерации со стороны администрации. Социальная сеть ВКонтакте, согласно данным компании, имеет среднюю месячную аудиторию в 97 млн пользователей и широко используется в России, однако с 2017 года доступ к ней для граждан Украины заблокирован решением украинских властей. Таким образом, введенные правительствами России и Украины ограничения делают Telegram ключевой платформой, доступной на момент проведения исследования как для российских, так и для украинских пользователей.

Важно отметить, что Telegram не имеет официальной политики, направленной на борьбу с дезинформацией или удаление контента. Хотя отдельные каналы, связанные с террористической деятельностью, блокируются администрацией платформы, официальные заявления о причинах таких решений не публикуются. Большая часть пользовательского контента, независимо от его характера, не подвергается ограничениям. Кроме того, Telegram не использует специальные алгоритмы продвижения сообщений, что обеспечивает возможность самостоятельного формирования пользователями информационной повестки.

Для анализа были отобраны публикации в Telegram-каналах трех российских военных корреспондентов: Евгения Поддубного, Александра Коца, Александра Сладкова. Все авторы – профессиональные журналисты, сотрудники крупных российских медиахолдингов – ВГТРК и Медиагруппа «Комсомольская правда». Также выбранные авторы обладают значительным опытом освещения вооруженных конфликтов в качестве непосредственных участников и свидетелей событий. Компетенции и принадлежность к медиахолдингам стали определяющими при выборе объектов исследования. Критерии отбора Telegram-каналов также включали следующие параметры:

- 1) основной язык канала – русский;
- 2) аудитория – не менее 500 тысяч подписчиков;
- 3) дата создания канала – до 2022 года (начало СВО);

- 4) открытый доступ к публикациям (отсутствие дополнительной модерации для пользователей);
- 5) разнообразие тематик и публикаций, включая различные аспекты вооруженного конфликта, что позволяет выявить стилевые особенности автора;
- 6) принадлежность автора к ведущей российской медиаорганизации и опыт освещения крупных вооруженных конфликтов непосредственно в зонах боевых действий;
- 7) наличие выраженной авторской позиции в публикациях канала.

При анализе учитывались только оригинальные публикации авторов. Репосты из других Telegram-каналов исключались на этапе первичного отбора.

Профили военных корреспондентов, чьи Telegram-каналы были отобраны для анализа, представлены в статье автора, опубликованной в рамках апробации результатов исследования¹⁹². Ниже приведена сокращенная версия, отражающая профессиональную биографию журналистов.

Евгений Поддубный^{193, 194} – военный корреспондент ВГТРК, ведущий телеканала «Россия-24», удостоенный звания Героя России (2024), Заслуженный журналист РФ (2018), член Академии российского телевидения с 2010 года, создатель нескольких документальных фильмов. Карьеру на телевидении начал в 2002 году, с 2011 года работает специальным корреспондентом на каналах «Россия-1» и «Россия-24». В 2010-х годах возглавил ближневосточное и североафриканское бюро ВГТРК. За годы

¹⁹² Фрагмент 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: Горбань П. В. Языковые средства выразительности в авторских телеграм-каналах военных корреспондентов // Меди@льманах. 2024. №2 (121). С. 35-42.

¹⁹³ Евгений Поддубный. Газета.ru. URL: https://www.gazeta.ru/tags/person/evgenii_poddubnyi.shtml. (дата обращения: 09.10.2023).

¹⁹⁴ «Евгений Поддубный: Ни один кадр не стоит человеческой жизни». RG.RU. 27.11.2014. URL: <https://rg.ru/2014/11/27/poddubnyu.html>. (дата обращения: 09.10.2023).

работы освещал вооруженные конфликты в различных регионах, включая Ирак, Афганистан, Сирию, Израиль, сектор Газа, Абхазию, Южную Осетию и Украину. С 2014 года активно работает над репортажами о конфликте на Украине.

Евгений Поддубный ведет Telegram-канал «Поддубный |Z|O|V| edition»¹⁹⁵, созданный 10 февраля 2017 года. На момент исследования число подписчиков канала достигло 757547 человек, индекс цитирования составил 4108. За все время существования канала было размещено 17559 постов. С февраля 2022 года по март 2023 года автор опубликовал 4066 оригинальных постов и сделал 2902 репоста. Средний охват одной публикации составляет около 237528 пользователей.

Александр Сладков^{196, 197} – военный корреспондент ВГТРК. В 1992 году, уйдя в запас в звании старшего лейтенанта, начал журналистскую карьеру в подмосковной газете «Время». В 1993 году сотрудничал с радиостанциями «Голос России» и «Радио России», освещая события из зон конфликтов. В том же году стал корреспондентом телеканала «Россия». Как военный корреспондент работал над репортажами о приднестровском конфликте, гражданской войне в Таджикистане, грузино-абхазском конфликте, контртеррористических операциях в Чечне, а также боевых действиях в Афганистане, Ираке, Иране, Югославии и Сербии. С 2014 года занимается освещением событий на Донбассе, а с 2022 года, после начала СВО, работает на территории Украины. Сладков создал несколько десятков документальных фильмов, посвященных военной и околвоенной тематике.

¹⁹⁵ Статистика Telegram-канала «Поддубный |Z|O|V| edition». Сервис аналитики Telegram-каналов TGStat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@epoddubny/stat>. (дата обращения: 22.11.2023).

¹⁹⁶ Александр Сладков. Газета.ru. URL: https://www.gazeta.ru/tags/person/aleksandr_sladkov.shtml. (дата обращения: 09.10.2023).

¹⁹⁷ Александр Сладков. Смотрим. URL: <https://smotrim.ru/person/4961>. (дата обращения: 09.10.2023).

Александр Сладков ведет Telegram-канал «Сладков+»¹⁹⁸, созданный 12 февраля 2018 года. На момент исследования аудитория канала насчитывает 962944 подписчика, индекс цитирования равен 3586. За все время существования канала размещено 7254 записи. С февраля 2022 года по март 2023 года автор опубликовал 2212 оригинальных постов и сделал 217 репостов. Средний охват одного поста составляет 367663 пользователей.

Александр Коц^{199, 200} начал карьеру корреспондента в «Комсомольской правде» в 1999 году. В настоящее время он специальный корреспондент отдела политики, специализирующийся на репортажах о вооруженных конфликтах, природных катастрофах и других чрезвычайных событиях. Также ведет радиопрограммы на «Комсомольской правде». Работал в горячих точках, включая Косово, Афганистан, Венесуэлу, Северный Кавказ, Ливию, Сирию, Египет, Ирак и Украину. С декабря 2013 года занимается освещением конфликта на Украине. В 2023 году опубликовал книгу «500 дней поражений и побед. Хроника СВО глазами военкора».

Александр Коц ведет Telegram-канал «Kotsnews»²⁰¹, созданный 1 февраля 2017 года. На момент исследования аудитория канала насчитывает 592707 подписчиков, индекс цитирования равен 5865. За все время существования канала размещено 42450 публикаций. С февраля 2022 года по март 2023 года автор создал 5764 оригинальных поста и сделал 4417 репостов. Средний охват одного поста составляет 207629 пользователей.

На первом этапе исследования вручную были отобраны²⁰² публикации, посвященные 34 значимым событиям первого года проведения СВО на

¹⁹⁸ Статистика Telegram-канала «Сладков+». Сервис аналитики Telegram-каналов TGStat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@Sladkov_plus/stat. (дата обращения: 22.11.2023).

¹⁹⁹ Александр Коц. Официальный сайт издания «Комсомольская правда». URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/author/133/> (дата обращения: 09.10.2023).

²⁰⁰ «Работа в горячих точках требует наличия у журналиста определенного набора навыков, знаний и умений». Интервью с Александром Коцом. Союз Журналистов Москвы. URL: <http://ujmos.ru/intervyu-aleksandra-kocza/> (дата обращения: 09.10.2023).

²⁰¹ Статистика Telegram-канала «Kotsnews». Сервис аналитики Telegram-каналов TGStat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@sashakots/stat> (дата обращения: 22.11.2023).

²⁰² Фрагмент базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В.

Украине. Критериями значимости для выбора событий выступало внимание со стороны пресс-службы Министерства обороны Российской Федерации, редакций информационных агентств и Telegram-сообщества. На основе анализа отобранных событий были сформулированы ключевые слова, связанные с тематикой СВО. Эти слова соответствовали наиболее популярным поисковым запросам в сети Интернет и были отобраны с учетом их доступности широкой аудитории, исключая узкоспециализированные термины, требующие профессиональных знаний.

Отбор событий и анализ их освещения проводились с использованием источников, которые совместно формируют репрезентативную картину интереса аудитории и медийного охвата:

1) Яндекс Подбор слов²⁰³ – для оценки общественного интереса через объем поисковых запросов в системе Яндекс за выбранный период. Поисковая активность отражает, какие аспекты конфликта вызывают наибольший отклик у пользователей, включая случаи, когда информация в СМИ или новых медиа недостаточна или требует уточнения;

2) архив РИА Новости²⁰⁴ – для анализа объема и характера публикаций в официальных российских СМИ, представляющих государственную повестку и широко охватывающих события СВО;

3) сервис аналитики Telegram-каналов TGStat.ru²⁰⁵ – для оценки активности в открытых каналах Telegram, одном из ключевых источников оперативного распространения информации. Анализ проводился по двум направлениям: общее количество публикаций (критерии поиска: язык контента – русский; включая удаленные публикации и репосты) и ограниченная выборка (критерии поиска: язык контента – русский; только

Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Горбань П. В. Специфика передачи информационных поводов через различные каналы коммуникации // Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104). С. 54-65.

²⁰³ Яндекс Подбор слов. URL: <https://wordstat.yandex.ru> (дата обращения: 23.10.2023).

²⁰⁴ РИА Новости. Архив новостей. URL: <https://ria.ru/search/?query=> (дата обращения: 23.10.2023).

²⁰⁵ TGStat. Аналитика публикаций в Telegram. – URL: <https://tgstat.ru/search> (дата обращения: 23.10.2023).

оригинальные посты, без учета репостов; география источника – Россия; удаленные посты не учитываются);

4) авторские Telegram-каналы военных корреспондентов (А. Коц, Е. Поддубный и А. Сладков) – для анализа активности в каналах, предлагающих уникальный взгляд на события с акцентом на свидетельства очевидцев.

Яндекс, РИА Новости и Telegram представляют различные сегменты информационного пространства: поисковые запросы (Яндекс) отражают активный интерес пользователей, официальные СМИ (РИА Новости) – структурированное освещение событий, а Telegram – динамику обсуждений в новых медиа, включая оперативные источники. Данные источники не противопоставляются, а дополняют друг друга, позволяя комплексно оценить, как события СВО находят отражение в общественном внимании и медийной повестке. Сопоставление данных из перечисленных источников выявляет корреляции между поисковой активностью, официальным освещением и обсуждениями в Telegram, что подчеркивает их взаимосвязь в формировании информационной картины (Приложения 1 и 2).

Согласно статистике компании Яндекс за 2024 год²⁰⁶, ежемесячная аудитория поисковой сети в России составляет 99,78 млн пользователей, а в октябре 2023 года охват достиг 78,9% населения страны. Данные поисковой системы Google не учитывались из-за отсутствия детализированной информации о событиях, связанных со специальной военной операцией, и усредненного характера аналитических показателей, что затрудняет объективный анализ.

РИА Новости²⁰⁷, по данным официального сайта, является флагманским информационным ресурсом медиагруппы «Россия сегодня» и лидером по цитируемости среди российских СМИ. Согласно аналитическому

²⁰⁶ Статистика Яндекса в 2024 году. Инклиент. URL: <https://inclient.ru/yandex-stats/#2024> (дата обращения: 19.12.2023).

²⁰⁷ Сайт РИА Новости установил абсолютный рекорд посещаемости. РИА Новости. 02.04.2020. URL: <https://ria.ru/20200402/1569498413.html> (дата обращения: 19.12.2023).

сервису SimilarWeb²⁰⁸, в декабре 2023 года сайт ria.ru посетили 108,9 миллионов пользователей за месяц. Telegram-канал РИА Новости, по данным исследования²⁰⁹ по анализу аудитории Telegram, проведенного компанией Mediascope в апреле 2023 года, занимает четвертое место в рейтинге десяти наиболее популярных Telegram-каналов 2023 года.

При отборе событий учитывался период, охватывающий месяц до и месяц после официальной даты каждого события из предварительно сформированного списка. Цель анализа заключалась в выявлении связи между всплесками поисковых запросов, зависящих от информационных поводов, и их освещением в традиционных и новых медиа, а также в определении стабильности интереса аудитории к событиям СВО и его подчиненность внешним факторам. Дополнительно был проведен анализ частоты использования смежных ключевых слов на аналогичных платформах, чтобы учесть случаи, когда событие подразумевается, но не упоминается напрямую.

По результатам анализа для проведения исследования отобраны публикации трех военных корреспондентов (А. Коц, Е. Поддубный, А. Сладков), относящиеся к освещению следующих событий:

- 1) 24 февраля 2022 года – ввод войск вооруженных сил Российской Федерации на территорию Донбасса²¹⁰;
- 2) 3-5 апреля 2022 года – инциденты в Буче, связанные с жертвами среди гражданского населения²¹¹;
- 3) 21 сентября 2022 года – объявление о частичной мобилизации в Российской Федерации²¹²;

²⁰⁸ Анализ сайта ria.ru за декабрь 2023 года. SimilarWeb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/ria.ru/#overview> (дата обращения: 12.01.2023).

²⁰⁹ Аудитория Telegram. Отчет по данным Mediascope. Апрель 2023. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/9fb/3nfdyfloew36u7oqs3fip8loz14yad4g/Telegram_Otchet_Mediascope.pdf (дата обращения: 12.01.2023).

²¹⁰ Обращение Президента Российской Федерации. 24 февраля 2022 года. Президент России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/67843> (дата обращения: 23.10.2023).

²¹¹ Минобороны РФ опровергло данные Киева о массовых убийствах в Буче. Радио Спутник. 3 апреля 2022 года. URL: <https://radiosputnik.ria.ru/20220403/minoborony-1781557929.html> (дата обращения: 23.10.2023).

- 4) 9 ноября 2022 года – вывод войск МО РФ из Херсона²¹³;
- 5) 31 декабря 2022 года – удар по лагерю российских солдат в Макеевке²¹⁴.

Датировка событий осуществлялась на основе официальных государственных документов и сообщений, опубликованных в средствах массовой информации.

Для проведения исследования были проанализированы публикации российских военных корреспондентов в их авторских Telegram-каналах за период с 21 февраля 2022 года по 15 марта 2023 года. Первичный отбор осуществлялся по критерию временного охвата: рассматривались публикации, созданные в течение одного месяца с официальной даты каждого события. Всего корреспондентами опубликовано 12042 уникальных материала (см. табл. 10), при этом репосты (7536 публикаций) не учитывались. В выборке были оставлены собственные публикации анализируемых корреспондентов, изначально размещенные в дружественных с ними Telegram-каналах и затем опубликованные в их авторских.

На первом этапе вручную отобрано 5210 публикаций, содержащих выраженную авторскую позицию или элементы дискуссионного характера. Критерии отбора включали наличие личных оценочных суждений, частоту использования тропов, фигур речи, аргументации и риторических приемов, а также отступления от нейтрального информационного стиля. Для углубленного анализа на основе качественных критериев выделена 81

²¹² Указ Президента Российской Федерации от 21.09.2022 № 647 «Об объявлении частичной мобилизации в Российской Федерации». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202209210001> (дата обращения: 23.10.2023).

²¹³ Чтобы сохранить жизни солдат и боеспособность группировки, Минобороны решило отвести войска на левый берег Днепра. Российская газета. 9 ноября 2022 года. URL: <https://rg.ru/2022/11/09/chtoby-sohranit-zhizni-soldat-i-boesposobnost-gruppirovki-minoborony-reshilo-otvesti-vojska-na-levyj-bereg-dnepra.html> (дата обращения: 23.10.2023).

²¹⁴ Украинские боевики в новогоднюю ночь начали обстреливать Донецк и Макеевку. РИА Новости. 01 января 2023 года. URL: <https://ria.ru/20230101/obstrel-1842678714.html> (дата обращения: 23.10.2023).

публикация, отличающаяся высокой концентрацией средств выразительности и отражающая индивидуальные подходы корреспондентов.

Таблица 10. Использование средств выразительности в авторских Telegram-каналах за период с 21 февраля 2022 года по 15 марта 2023 года.

Показатель	Е. Поддубный	А. Коц	А. Сладков
Число уникальных публикаций в Telegram-канале (за исключением репостов)	4066	5764	2212
Число публикаций с выраженной авторской позицией	1675	2607	928
Число публикаций для углубленного анализа	24	24	33
Число примеров использования средств выразительности в публикациях для углубленного анализа	166	179	225

Для идентификации авторской позиции в публикациях выделены следующие маркеры:

- 1) оценочная лексика, включая эпитеты, наречия и глаголы с положительной или отрицательной коннотацией;
- 2) синтаксические конструкции и приемы, например, риторические вопросы, инверсия, синтаксический параллелизм, подчеркивающие эмоциональное отношение автора;
- 3) ирония или сарказм, используемые для создания дополнительного значения или иносказательного выражения идей.

В рамках исследования были проведены полуструктурированные интервью с военными корреспондентами, чьи авторские Telegram-каналы подлежали анализу. Целью интервью было получение прямых свидетельств о целях использования языковых средств выразительности в публикациях, а также выявление специфических особенностей применения данных средств в медиадискурсе военной тематики (Приложение 3 и 4). Проведение интервью

позволило дополнить эмпирический анализ текстов индивидуальными взглядами и намерениями авторов, обеспечив более полное понимание контекста и авторских стратегий.

3.2. Характеристики средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов²¹⁵

В текстах российских военных корреспондентов активно используются средства выразительности, направленные на усиление воздействия на аудиторию. Эти средства способствуют повышению эмоциональности материалов, образности и запоминаемости текстов. Стилистические приемы используются при описании динамики боевых действий, анализе военных операций, оценке последствий конфликтов, характеристике их участников (военнослужащих, мирных жителей и других акторов), а также для побуждения аудитории к определенным действиям, например, поддержки одной из сторон конфликта или осуждения действий противника.

В таблице 11 представлены наиболее часто используемые средства выразительности, характерные для текстов российских военных корреспондентов, опубликованных в Telegram-каналах в анализируемый период. Несмотря на полярность представленных в таблице средств выразительности, акцент делается на снижении частоты их использования в публикациях. Выделенные средства выразительности отличаются значительным разнообразием и редко могут быть сгруппированы подобным образом в исследованиях в рамках единой классификации. Тем не менее, для целей настоящего исследования была осознанно и обоснованно применена предложенная категоризация, обусловленная необходимостью анализа взаимосвязи между используемыми авторами средствами выразительности и их коммуникативными задачами.

²¹⁵ 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: Горбань П. В. Языковые средства выразительности в авторских телеграм-каналах военных корреспондентов // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 35-42.

Таблица 11. Частота использования средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах, отобранных для углубленного анализа (21 февраля 2022 г. – 15 марта 2023 г.)

Ключевой параметр	Е. Поддубный	А. Коц	А. Сладков
Парцелляция	40	41	38
Метафора	14	22	23
Сарказм	11	19	19
Эпитет	19	17	30
Риторический вопрос	10	5	45
Антитеза	11	17	17
Намек	5	4	11
Анафора	7	14	1
Ирония	12	11	11
Повтор	12	6	8
Метонимия	5	4	9
Риторическое восклицание	–	6	10
Перифраза	13	7	2
Гипербола	5	3	–
Парадокс	2	3	1

Классификация используемых анализируемыми журналистами средств выразительности, основанная на выделенных автором функциях, реализуемых военными корреспондентами в текстах в Telegram, может быть обозначена следующим образом:

- 1) информирование: средства выразительности используются для передачи фактов и информации аудитории;
- 2) убеждение: средства используются с целью склонить аудиторию к определенной точке зрения или идее;
- 3) мотивирование: средства используются для побуждения аудитории к конкретным действиям или изменению привычного поведения.

По результатам проведенного анализа установлено, что военные корреспонденты наиболее часто применяют стилистические приемы для реализации коммуникативной интенции убеждения. Ключевыми стратегиями выступают использование абсурда и преобразование привычной для аудитории структуры фактов, которая заменяется военными корреспондентами на новую, более убедительную текстовую конструкцию.

При этом корреспонденты активно используют средства выразительности, апеллирующие к чувствам и эмоциям аудитории. В таблице 12 представлено соотношение языковых стратегий, реализуемых при помощи средств выразительности в публикациях военных корреспондентов. Подробный анализ целей применения данных приемов изложен в параграфе 3.3 настоящей работы.

Таблица 12. Использование средств выразительности в соответствии с выделенными коммуникативными функциями в публикациях российских военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах за период (21 февраля 2022 г. – 15 марта 2023 г.).

Показатель	Е. Поддубный	А. Коц	А. Сладков
Общее число средств выразительности в публикациях	166	179	225
Информирование	41	31	41
Мотивирование	16	18	12
Убеждение	109	130	172

Средства выразительности в рамках описанной ранее классификации выступают инструментами для реализации ряда дополнительных функций, выделенных автором диссертационного исследования на основе проведенного анализа:

- 1) усиление эмоциональной выразительности текста, способствующее более глубокому восприятию информации;
- 2) акцентирование ключевых моментов и деталей, повышающее значимость представленных данных;
- 3) поддержание интереса аудитории через динамичное и образное изложение;
- 4) документирование событий с позиции очевидца, обеспечивающее детализированное описание для исторической фиксации;
- 5) отражение определенной перспективы на конфликт, способствующее формированию контекста для восприятия событий.

Формирование эмоциональной связи с аудиторией достигается посредством применения лексики с выраженной эмоциональной окраской,

эпитетов, метафор, включения повествований очевидцев и личных историй автора, а также описания героизма или страданий для вызова сопереживания или сочувствия. Выделение значимости информации осуществляется через риторические вопросы, повторы, параллелизм, привлечение фактических данных и статистических сведений. Поддержание интереса аудитории обеспечивается использованием прямых обращений, созданием эффекта диалога через средства выразительности или структуру текста, а также включением интерактивных элементов, способствующих активному восприятию контента. Документирование событий с целью исторической фиксации реализуется через детализированные описания, формирующие целостное представление о событиях, хроникальный стиль повествования и цитирование участников или очевидцев. Формирование контекста для восприятия событий достигается за счет ссылок на высказывания авторитетных источников или официальные заявления представителей власти; применения противопоставления и контраста для выделения различий между представленными позициями; использования лексики с определенной коннотацией для подчеркивания конкретного отношения к обсуждаемой проблеме.

Использование средств выразительности в публикациях военных корреспондентов предполагает строгое соблюдение профессиональных этических норм и осознание связанной с этим ответственности. Неправильное использование данных приемов или их некорректная интерпретация могут способствовать искажению информации о вооруженном конфликте либо формированию предвзятых общественных представлений, в том числе в интересах противоборствующей стороны.

Ниже представлена сводная таблица (таблица 13), отражающая использование средств выразительности в зависимости от интенции речевого действия, выбранной российскими военными корреспондентами. Для анализа были изучены публикации в авторских Telegram-каналах российских военных корреспондентов – Е. Поддубного, А. Коца, А. Сладкова – за период

с 21 февраля 2022 года по март 2023 года. Общие характеристики исследуемых материалов приведены в таблицах 11 и 12.

Таблица 13. Частота и выделенные функции средств выразительности – информирование (И), мотивирование (М), убеждение (У) – в публикациях российских военных корреспондентов в авторских Telegram-каналах (21 февраля 2022 г. – 15 марта 2023 г.).

Средства выразительности	Е. Поддубный			А. Коц			А. Сладков			Итого
	И	М	У	И	М	У	И	М	У	
Фигуры речи										
Парцелляция	10	6	24	14	6	21	7	3	28	119
Риторический вопрос	—	1	9	1	1	3	10	3	32	60
Антитеза	3	—	8	4	5	8	2	—	15	45
Повтор	1	3	8	—	—	6	1	2	5	26
Анафора	—	—	7	—	—	14	—	—	1	22
Намек	1	—	4	—	1	3	—	—	11	20
Риторическое восклицание	—	—	—	1	—	5	5	—	5	16
Итого	15	10	60	20	13	60	25	8	97	308
Тропы										
Эпитет	11	2	6	5	—	12	4	—	26	66
Метафора	—	—	14	1	2	19	3	1	19	59
Сарказм	1	—	10	1	—	18	2	—	17	49
Ирония	5	—	7	4	2	5	4	1	6	34
Перифраза	7	—	6	—	—	7	—	—	2	22
Метонимия	2	2	1	—	1	3	2	2	5	18
Гипербола	—	2	3	—	—	3	—	—	—	8
Парадокс	—	—	2	—	—	3	1	—	—	6
Итого	26	6	49	11	5	70	16	4	75	262
Итого	41	16	109	31	18	130	41	12	172	570

В одной публикации или высказывании автор нередко одновременно реализует несколько коммуникативных целей. Для информирования используются данные, факты, статистика и прямые цитаты очевидцев, прошедшие верификацию посредством кросс-проверки с официальными источниками и экспертными оценками, что обеспечивает достоверность изложения событий. Сложные концепции объясняются с помощью

сравнений и метафор, а восприятие информации облегчается за счет визуальных материалов, таких как фотографии, видеоматериалы или инфографика. При реализации цели информирования журналисты не всегда придерживаются нейтрального информационного стиля.

Мотивирование аудитории достигается через призывы к действию, например, участие в обсуждении или распространение информации. Описание героических поступков или позитивных примеров вдохновляет аудиторию и побуждает к активной гражданской позиции. В языковом плане используются контрастные сравнения, способствующие изменению восприятия или поведения аудитории.

Для убеждения применяются логически выстроенная аргументация и ссылки на авторитетные источники. Риторические вопросы и повтор акцентируют внимание на ключевых аспектах публикации, укрепляя авторскую позицию. Слова с ярко выраженной эмоциональной окраской формируют у аудитории желаемое отношение к событию или персоне. Вопросно-ответные конструкции ориентируют аудиторию на авторскую точку зрения.

Средства выразительности военные корреспонденты наиболее активно применяют при убеждении аудитории. Эти средства можно классифицировать по нескольким направлениям:

1. Риторические. Повторение ключевых идей или фраз подчеркивает их значимость и улучшает запоминание. Риторические вопросы стимулируют активное восприятие информации и побуждают аудиторию к размышлениям над представленными фактами. Военные корреспонденты часто ссылаются на мнения экспертов или официальные источники, чтобы укрепить аргументацию и повысить ее убедительность.

2. Стилистические. Метафоры и сравнения наглядность и запоминаемость описания событий. Яркие эпитеты акцентируют внимание на ключевых характеристиках ситуации или описываемых лиц.

3. Лексико-семантические. Специализированная военная терминология и жаргонизмы создает эффект достоверности и экспертности, укрепляя доверие аудитории. Слова с яркой эмоциональной окраской вызывают у аудитории целевые чувства и эмоции, например, сострадание, патриотизм или гнев.

4. Нарративные. Последовательное изложение событий формирует четкую картину происходящего. Описание через истории конкретных людей или личный опыт автора делает информацию эмоционально насыщенной и доступной.

Таким образом, средства выразительности в публикациях военных корреспондентов выполняют важную роль в создании убедительного и эмоционально насыщенного повествования. Риторические приемы усиливают аргументацию, стилистические обогащают образность, лексико-семантические придают тексту достоверность и эмоциональную насыщенность, а нарративные формируют цельную и доступную картину событий. Их совокупное применение позволяет журналистам выстраивать выразительный и структурированный текст, способный привлечь внимание и передать суть описываемых событий.

3.3. Использование средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов

В данном параграфе представлен результат анализа средств выразительности в публикациях российских военных корреспондентов. Акцент сделан на фигуры речи и тропы. Рассматриваются не все выявленные средства, а те, анализ которых представляется наиболее наглядным. Учитывая редкость изолированного применения отдельных средств выразительности, особое внимание уделяется сопутствующим языковым механизмам.

Наиболее распространенной фигурой речи является парцелляция. Краткие и лаконичные фразы облегчают восприятие, повышают

запоминаемость, придают повествованию динамичность и усиливают эффективность коммуникации.

Журналисты используют различные средства выразительности в совокупности для реализации коммуникативных целей. Изолированное применение таких средств в проанализированных публикациях не выявлено. Отмечается формирование гипертекста: материалы одного автора связаны единой повествовательной линией и подтекстом, сохраняющимся в публикациях на протяжении длительного периода. Эта тенденция проявляется и в использовании повторяющихся словосочетаний. Анализ позволил выявить основные идеологические смыслы, транслируемые журналистами, а также структура и механизмы достижения коммуникативных целей, соответствующих исходному замыслу. Основное внимание уделено центральным и сопутствующим языковым средствам выразительности.

Для иллюстрации рассмотрим несколько примеров использования парцелляции в публикациях военкоров²¹⁶.

«Да, война — это страшно. И это вынужденная мера. Но в эти минуты мой телефон разрывается от радостных сообщений: «Ура! Победа!» — пишут друзья-дончане. И хотя еще не ясно, какой ценой она достанется, я не могу осуждать этих людей. Восемь лет они терпели издевательства Киева. Восемь лет горя, смертей, лишений... Тысячи убитых, десятки тысяч покалеченных, дети, которые не видели мирной жизни. И сейчас каждый житель Донбасса закрывает свой личный счет. За малышню, погибшую под обстрелом на донецком карьере, за «горловскую Мадонну», за Славянск, за Моторолу...»²¹⁷.

²¹⁶ Фрагмент 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: Горбань П. В. Метафорический код языка военкоров в Telegram: расшифровка смысловых символов // Медиалингвистика. 2025. Том 12. №1. С. 43-58.

²¹⁷ Коц А. «Донбасс атакует». Telegram-канал Kotsnews. 24 февраля 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/29030> (дата обращения: 02.06.2023).

Средства выразительности в отрывке использованы с целью подчеркнуть сложность эмоционального состояния людей, которые находятся в зоне конфликта, подчеркнуть масштабы страданий и потерь, обратить внимание аудитории на длительность конфликта и разрушительность его последствий для мирного населения, а также вызвать сочувствие к жителям Донбасса и показать их радость от победы, несмотря на ее высокую цену. Парцелляция использована для добавления динамичности повествования и имитирует повествование человека, которого переполняют неоднозначные эмоции. Фраза «радостные сообщения: «Ура! Победа!» в контексте вооруженного конфликта может быть определена как оксюморон, поскольку военные действия обычно ассоциируются с разрушениями и страданиями, но в использованном автором контексте отражают радость от грядущей победы, которая контрастирует с общей картиной ужаса конфликта. В приведенном отрывке повторение «восемь лет» в начале двух последовательных предложений является эпифорой и подчеркивает длительность страданий населения, которое проживает в зоне конфликта. Средство выразительности усиливает восприятие времени, проведенного в условиях вооруженного конфликта, и подчеркивает терпение и страдания людей. При упоминании «горловской Мадонны», «Славянска» и «Моторолы» автор прибегает к аллюзии – использованию конкретных событий, персонажей и символов, напрямую связанных с конфликтом и призванных вызвать у аудитории ассоциации о конкретных моментах описываемого периода, акцентируя внимание на реальные последствия и личные трагедии.

Автор представленного примера – Александр Коц. По результатам исследования нами был сделан вывод о том, что тексты этого военкора – самые метафоричные и образные. В ходе интервью выяснилось, что такая стилевая особенность журналиста напрямую связана с наиболее часто реализуемым форматом – текстовый репортаж (Приложение 3). Более яркие с точки зрения использования тропов примеры разобраны нами далее.

Рассмотрим другой показательный пример использования парцелляции в качестве основного средства выразительности. «Восемь лет Киев воевал с Россией. Ожесточённо, официально, с ненавистью. Через восемь лет Россия изволила явиться на войну, и тут раздался крик: «А нас за шо?» А есть за что. За то, что вколачивали в землю детей Донбасса, за то, что предали могилы своих отцов и дедов, за то, что скакали с кривыми лицами и дурниной кричали, что нет у вас братьев. За то, что во влажных своих мечтах гоняли на Abrams по Красной площади, за то, что вообще стали полигоном для всех врагов моей Родины. И за Одессу вам отдельный ад. И за Бандеру, и за центр информационно-психологических специальных операций, и за то, что это мы собирали друзей по кусочкам тут. За их жизни и мечты. Конечно, я отделяю ту Украину, которая осталась родной и братской, от Украины, что превратилась в послушную злую карлицу, которая ради медяка готова поджечь дом соседей. Но и демилитаризация касается только этой карлицы»²¹⁸.

Автор примера – Евгений Поддубный, чья основная профессиональная сфера – телевизионная журналистика. Эта особенность важна для дальнейшего понимания использования автором средства выразительности. Сам военкор отмечает (Приложение 4), что практически все тексты воспринимает фонетически, а публикации в Telegram сделаны так, как если бы они были затем озвучены. В приведенном примере Поддубный использует парцелляцию, повтор и анафору для усиления выбранных аргументов.

Использованные в данном отрывке средства выразительности направлены на усиление эмоционального воздействия, формирование определенной позиции о конфликте и выражение критической позиции по отношению к действиям и решениям украинской стороны, стимулирование размышлений у аудитории относительно причин и последствий конфликта,

²¹⁸ Поддубный Е. «Восемь лет Киев воевал с Россией». Авторская колонка Е. Поддубного для Telegram-канала «Специально для RT». 24 февраля 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/8094> (дата обращения: 02.06.2023).

моральные аспекты выбора каждой из сторон в сложившемся противостоянии. «Вколачивали в землю детей Донбасса» – метафора, подчеркивающая безжалостность и жестокость действий в отношении мирного населения. Цель использования – вызвать сочувствие к жертвам и осуждение действий украинской стороны. «Стали полигоном для всех врагов моей Родины» – метафора, представляющая Украину как пространство, где внешние акторы испытывают оружие и стратегии ведения войны, что усиливает образ Украины как жертвы внешнего вмешательства. «Послушная злая карлица» – метафора, используемая для характеристики Украины как маленькой, но озлобленной сущности, которая готова на все ради наживы.

Цель построения подобного образа может состоять в формировании у аудитории отвращения и осознания тех изменений, которые, с точки зрения автора, произошли за последние годы внутри страны. Гипербола «гоняли на Abrams по Красной площади» используется как преувеличение и намеренное подчеркивание агрессивных амбиций, которым не суждено реализоваться. Цель использования – показать абсурдность и опасность транслируемых желаний украинской стороны.

Антитеза «конечно, я отделяю ту Украину, которая осталась родной и братской, от Украины, что превратилась в послушную злую карлицу» использована для противопоставления двух сторон одной страны: одну Украину автор считает братской, другую – враждебной. Антитеза подчеркивает разделенность восприятия Украины и служит усилению контраста между прошлым и настоящим страны и союза стран. Отметим также повтор словосочетания «восемь лет» в публикациях всех трех журналистов. Данное словосочетание проходит рефреном через все материалы, опубликованные в рамках первого года проведения СВО на Украине, что может свидетельствовать о необходимости объяснения аудитории событий на Украине после 2014 года и сопутствующих изменений.

Рассмотрим другой пример активного использования парцелляции Евгением Поддубным, где автор также использует тропы для придания убедительности используемым аргументам. «Если бы не было нашего отхода от Киева, на месте Бучи было бы любое другое село, посёлок городского типа или городок. Информационно-психологической борьбой НАТО не сделало ничего нового — зачем менять работающие схемы? «Бучанская резня» сделана на скорую руку, с косяками, но это неважно. Мейнстримные СМИ не будут вникать, западный зритель и так всё съест. Беда в том, что они людоеды. Убили людей с белыми повязками (видео все видели) — гражданские носили белые повязки по просьбе российских военных, чтобы был понятен статус мирного человека во фронтовом населённом пункте, — раскидали убитых гражданских по улице, своих же граждан. Главное — информационная перемога. Людоеды. Мы так делать не умеем. Слава богу, что не умеем. Нельзя опускаться до такого военного каннибализма, не все цели оправдывают средства»²¹⁹.

Использование местоимения «мы» служит для построения ощущения единства военкора и его аудитории. Также подобная конструкция приближает описываемую ситуацию к аудитории за счет ее включенности в круг субъектов описываемого факта. В приведенном отрывке использование средств выразительности преследует различные цели, например, осуждение жестокости и аморальных действий, акцентирование внимания на различиях в ценностях и методах сторон. Можно предположить, что также военкор пытается сформировать критическое восприятие информации о конфликте у своей аудитории. Описание гипотетической ситуации («если бы не было нашего отхода от Киева, на месте Бучи было бы любое другое село...») использовано для того, чтобы показать масштаб конфликта и подчеркнуть, что на месте Бучи могло оказаться любое другое место. Риторический вопрос «зачем менять работающие схемы?» смешан с иронией и подчеркивает

²¹⁹ Поддубный Е. «Ну вот и мне есть что сказать про Бучу...». Авторская колонка для Telegram-канала «Специально для RT». 4 апреля 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/9398> (дата обращения: 03.06.2023).

уверенность автора в том, что в вооруженном конфликте используются определенные методы, которые уже на практике доказали свою эффективность, следовательно, не требуют изменений.

В этой же конструкции заложен скептицизм²²⁰ относительно стагнации в методах информационно-психологической борьбы, используемых стороной противника. Фраза «мейнстримные СМИ не будут вникать, западный зритель и так всё съест» является примером иронии, через которую автор указывает на предвзятость транслируемой в СМИ информации и некритичное восприятие новостей со стороны западного общества. Метафора «людоеды» создает эмоционально яркий образ и подчеркивает аморальность и жестокость действий определенных лиц. Цель использования – осуждение подобных действий и усиление эмоционального воздействия на аудиторию. В дальнейшем журналист повторяет слово «людоеды», чтобы усилить использованную метафору и подчеркнуть акцент на осуждении неоправданной жестокости, особенно в отношении мирного населения. Фраза «мы так делать не умеем. Слава богу, что не умеем» является прямой оценкой, подчеркивает принципиальную позицию «мы» (российская сторона) и создает дополнительный контраст между «нами» (российская сторона) и «ними» (украинская сторона). Повтор используется для усиления акцента на неспособности российских военных к неоправданной жестокости.

Второй по распространенности использования фигурой речи выступает риторический вопрос. Чаще всего риторический вопрос и риторическое восклицание могут быть найдены в публикациях Александра Сладкова. «Еще два часа назад Вы могли заявить, что едете в Донбасс, договариваться. Нет, не заявили, потеряли Донбасс. А теперь еще и воевать не разрешают!?!? Американцы не бросят вас в решительную атаку. Вы, украинцы, последний боевой резерв НАТО (сами себя класть в могилы они вообще никогда не

²²⁰ Фрагмент 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: Горбань П. В. Функциональные аспекты иронии и сарказма в авторских Telegram-каналах военных корреспондентов // Политическая лингвистика. 2024. №4 (106). С. 144-155.

будут). Вас выведут в тыл, доукомплектуют, переоденут и накормят, и вы останетесь пушечным мясом НАТО. Придет время – сгорите в печке для приготовления пирога желаний Запада. Ждите»²²¹.

Представленный пример построен на использовании парцелляции, риторического вопроса-восклицания, иронии и метафоры. Средства выразительности использованы военкором для подчеркивания абсурдности ситуации, а также с целью вызвать у аудитории размышления о принимаемых сторонами решениях и их последствиях. Более интересным представляется детальный разбор примера с точки зрения целей использования тропов, что будет сделано нами далее.

Снова обратимся к текстам Александра Сладкова. В разбираемом примере автор также использует смесь фигур речи и тропов, но основной смысл передается за счет архитектуры публикации. «Донецк-Киев. Смена мест и ощущений. Карма есть карма. Теперь в Киеве люди знают, как ощущает себя человек при угрозе обстрела. Примерно знает, потому что по домам никто не лупит. А я вспоминаю двух девочек в Спартаке. У каждой из них был свой подвал. Они жили в подвалах из-за вечных украинских обстрелов! Мы их показывали и говорили: посмотрите украинцы, не дай Бог вам это испытать. Восемь лет долбили по Спартаку. Теперь вы их понимаете? Долбили по всем городам и селам Донбасса. Эх, карма есть карма»²²².

В приведенном отрывке Александр Сладков ставит перед собой цель вызвать у аудитории размышления о цикличности и неизбежности последствий военных действий, а также о значимости эмпатии и понимания между людьми, переживающими трудности. Публикация начинается с антитезы «Донецк-Киев. Смена мест и ощущений». Автор подчеркивает перенос фокуса внимания с одного региона на другой и общее изменение обстановки. Фраза «карма есть карма» может быть определена как

²²¹ Сладков А. «Владимир Александрович, вы тормозите». Telegram-канал Сладков+. 21 февраля 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/4796 (дата обращения: 02.06.2023).

²²² Сладков А. «Донецк-Киев. Смена мест и ощущений». Telegram-канал Сладков+. 25 февраля 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/4838 (дата обращения: 02.06.2023).

лаконичный и выразительный слоган, который используется автором для выражения идеи справедливости за противоправные действия, совершенные в прошлом. Также в словосочетании прослеживается намек. Текущее положение является своего рода закономерным исходом, который вытекает из того, что совершали люди в прошлом. Фраза «примерно знает, потому что по домам никто не лупит» может быть определена как ирония: по мнению автора, жители Киева только частично могут понять те страдания, которые пережили жители Донбасса, поскольку ситуация Киева не столь критична, но только посредством личных страданий жители Киева смогут понять страдания жителей Донбасса. Использование риторического вопроса направлено на то, чтобы заставить аудиторию задуматься о конфликте, проявить эмпатию по отношению к страдающему населению и задуматься об истинном отношении между людьми.

«Слушал выступления членов Совета безопасности на совещании по признанию независимости Донецкой и Луганской народных республик и было мне тепло от того, что, видимо, читают меня большие люди. Потому что озвучивают они те же вещи, о которых я говорю и пишу последние восемь лет. Что Минские соглашения были мертворожденным проектом, цель которых была только в том, чтобы Киев их не выполнял. И выполнять он их никогда не собирался. Что механизмы контроля за соблюдением прекращения огня не работают. Что украинская армия восемь лет безнаказанно убивает мирных жителей Донбасса с молчаливого согласия своих западных партнеров. Что Киев издевается над своими бывшими гражданами, которые горбатились на Украину всю жизнь, а на старости лет лишены своих законных пенсий. Что установленная блокада подорвала экономические возможности республик»²²³.

Приведенная публикация построена на использовании анафоры: 13 предложений автор начинает с местоимения «что», также визуально отделяя

²²³ Коц А. «Слушал выступления членов Совета безопасности...». Telegram-канал Kotsnews. 21 февраля 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/28954> (дата обращения: 02.06.2023).

аргументы новой строкой. Анафора как средство выразительности в данном случае используется для привлечения внимания к последовательно перечисляемым проблемам, для акцентирования на используемой аргументации и для усиления эмоционального воздействия на читателя. Все используемые автором аргументы преследуют общую цель – убедить аудиторию в необходимости и неизбежности проведения выбранной государственной политики. Также в публикации используется параллелизм, построенный на использовании однотипных синтаксических конструкций в перечислениях («Что Минские соглашения были...», «Что механизмы контроля...», «Что украинская армия...»), что придает тексту ритмичность и делает всю аргументацию более убедительной. Текст начинается с иронии: автор выражает радость от того, что, вероятно, его «читают большие люди», подчеркивая тем самым разрыв между ожиданиями и реальностью, что идеи автора, по его мнению, только сейчас начинают признавать «большие люди».

«Киевский режим получил современное западное оружие, киевский режим получил боеприпасы, деньги. И всё с одной целью: любой ценой ослабить русских. Запад постоянно повышал ставки. Вот и доигрались. Я вам напомним один эпизод. После нашей неудачи в Харьковской области интернет заполнили весёлые видео американцев, британцев, французов, которые радостно срывали российские флаги в Купянске, Изюме, Балаклее. Срывали русские флаги в русских городах. Перебор во всех смыслах. Тут медведь не мог не проснуться. Мы не могли избежать этой войны, она бы всё равно случилась. Избежать мобилизации также не могли. Противник наш — это не киевский режим, это Североатлантический альянс. Напомню, что НАТО было создано, чтобы воевать с нами»²²⁴.

Цель использования средств выразительности здесь – представить действия России как ответ на провокации и давление со стороны стран

²²⁴ Поддубный Е. «Российское военно-политическое руководство делало всё возможное, чтобы мобилизации не было». Авторская колонка для Telegram-канала «Специально для RT». 21 сентября 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/12420> (дата обращения: 03.06.2023).

Запада, убедить аудиторию в неизбежности текущего вооруженного конфликта, заставить задуматься о масштабе и структурной сложности противника. Повторение фразы «киевский режим получил» акцентирует значительную поддержку для Украины со стороны Запада в виде как военной техники, так и финансирования. Словосочетание «киевский режим» является одной из повторяющихся в разных материалах журналиста. Евгений Поддубный убежден, что отношение к действиям украинской стороны должно быть исключительно как к киевскому режиму (Приложение 4). Сравнение (метафора) России с медведем («тут медведь не мог не проснуться») – иллюстрация закономерной и неизбежной реакции России на внешнеполитические вызовы. Автор объясняет действия России как ожидаемую и естественную реакцию на раздражители со стороны стран Запада. Антитеза («противник наш – не киевский режим, а Североатлантический альянс») – попытка провести четкую границу между тем, кого автор считает непосредственным противником. Также это попытка представить конфликт в более широком международном контексте и заставить аудиторию переосмыслить происходящее. Последующее уточнение («НАТО было создано, чтобы воевать с нами») служит дополнительным обоснованием и укреплением тезиса о том, что конфликт со странами западного мира обусловлен чередой исторических событий.

«Херсон. Мы отошли. Критиковать? Зачем? Тем более, что не заглядывая в карты соседа, поставить какую-то оценку ситуации невозможно. Я, кстати, и наших-то карт не видел»²²⁵.

Александр Сладков придерживается мнения, что критика действий России в текущих условиях неуместна, поскольку отсутствует понимание сложности операций на местности и общее понимание деталей. Средства выразительности используются для усиления аргументов автора и для того, чтобы заставить аудиторию задуматься о сложности принятия решений в

²²⁵ Сладков А. «Херсон. Мы отошли. Критиковать? Зачем?». Telegram-канал Сладков+. 11 ноября 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/6658 (дата обращения: 03.06.2023).

условиях вооруженного конфликта. Риторический вопрос («Критиковать? Зачем?») используется с целью вызвать у аудитории мысли о бесполезности критики при отсутствии детального понимания ситуации. По мнению военкора, критика не просто неуместна, но невозможна, поскольку полная картина происходящего отсутствует. Автор использует персонализацию («я, кстати, и наших-то карт не видел»), чтобы подчеркнуть, что даже близкие к конфликту люди могут не иметь полного доступа к информации, что придает дополнительный вес словам о том, что критика в данный момент может быть необоснованной из-за отсутствия достаточных деталей для понимания действий.

Рассмотрим другой короткий пример публикаций Александра Сладкова. Текст построен на пересечении парцелляции, антитезы, метафоры и иронии. При этом основное средство выразительности, на наш взгляд, здесь именно парцелляция. «Но после такой дружной работы авиации и артиллерии и стойкости наземных войск аккуратный оптимизм у нас есть. Цель-то — удержаться до выхода на нужный уровень подготовки и прибытия подкрепления, до повышения производительности нашего ВПК. А там зима не зима — наступления никто ещё не отменял. Да и в холода Европа станет более гуттаперчевой. У нас время есть. У нас его целая куча, нам главное — победить»²²⁶.

Основная цель использования средств выразительности в данном примере – помочь аудитории лучше понять стратегию и уверенность автора в успешном для российской стороны исходе событий. Эпитет «аккуратный оптимизм» здесь служит для описания осторожного, но уверенного позитивного настроения относительно текущих успехов и будущих перспектив. Автор преследует цель смягчить возможные опасения аудитории и подчеркнуть контролируемость и плановость ситуации. «Цель-то — удержаться до выхода на нужный уровень подготовки» —

²²⁶ Сладков А. «Херсон. Обстановка дает нам повод для осторожного оптимизма». Telegram-канал Сладков+. 15 октября 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/6501 (дата обращения: 05.06.2023).

противопоставление (антитеза) задачи по удержанию позиций будущим задачам, которые появятся после наращивания общих сил (повышение производительности и прибытие подкрепления).

Журналист подчеркивает важность каждого этапа и стратегическую последовательность совершаемых российской стороной действий. Фраза «а так зима не зима» может быть трактована как метафора, выражающая идею, что в условиях вооруженного конфликта понятие времени года теряет свою обычную значимость, а сложные погодные условия не могут выступать препятствием для продолжения наступательных действий. Военкор подчеркивает готовность к необходимым действиям вне зависимости от погодных условий и прочих внешних обстоятельств. Ироническая фраза «наступления никто еще не отменял» подчеркивает неизбежность активных действий, вне зависимости от любых трудностей. Автор пытается здесь повысить боевой настрой аудитории, подходя к серьезной теме через насмешливую формулировку. «В холода Европа станет более гуттаперчевая» – Европа, представленная как живое существо (персонификация), способное принимать решения, по мнению автора, в холодное время года станет более гибкой в политической или экономической сфере (ирония), что выгодно для российской стороны. Возможно, автор также указывает на потенциальное улучшение позиций благодаря ухудшению внешних обстоятельств. «У нас есть время. У нас его целая куча» – гипербола – преувеличенно большое количество времени для подготовки и непосредственных действий. Автор пытается убедить аудиторию в том, что времени для принятия решений и действий у российской стороны достаточно.

«Сегодня ситуация меняется в корне. Для малодушия не остается ни моральных, ни юридических лазеек. Жить теперь будем по законам военного времени. И отвечать за свои действия тоже. Для этого и вводятся новые положения в уголовном кодексе – о дезертирстве, невыполнении приказа, мародерстве... Для этого мы в ближайшем будущем прирастем новыми территориями – теперь не может быть вопросов, за чью землю мы там воюем.

За свою. И никаких иллюзий быть не можем. Если уступим хоть пядь, они не остановятся. Ни на Донбассе, ни на Крыме. Отступать больше некуда, слабости нам уже никто не простит. Чтобы понять, чем это чревато, достаточно посмотреть на Ирак или Ливию. ... Мы вошли, с одной стороны, в один из трагичных периодов нашей современной истории. С другой – в один из самых героических. Об этом напишут в учебниках по истории. И каждого из тех, кто сегодня с оружием в руках сражается за Россию и еще поедет защищать наши границы, будут чтить также, как героев Великой Отечественной войны. Отстоявших свое государство для нас. Из уважения к их памяти, мы не имеем морального права его потерять»²²⁷.

В приведенном примере Александр Коц используется как фигуры речи, так и тропы. В основе конструкции лежит динамичная архитектура текста, созданная при помощи фигур речи. Тропы выступают в качестве дополнительного инструмента, придающего некоторым аргументам военкора особую монументальность. В качестве основной автор ставит перед собой цель сплотить аудиторию, подчеркнуть всю серьезность текущей ситуации, а также акцентировать внимание на необходимости решительных действий и важности вклада каждого человека в общее дело защиты и укрепления страны. Средства выразительности здесь направлены на то, чтобы вызвать у аудитории чувство ответственности и готовность к жертвам во имя общей национальной цели. За счет парцелляции, анафоры и антитезы создается впечатление, что аудитории удалось подслушать сокровенные мысли автора. Также эти фигуры речи придают тексту динамичность. Фраза «сегодня ситуация меняется в корне. Для малодушия не остается ни моральных, ни юридических лазеек» – это антитеза: автор противопоставляет предыдущий период текущей реальности и подчеркивает кардинальное изменение общей обстановки.

²²⁷ Коц А. «Мобилизация объявляется не от хорошей жизни». Telegram-канал Kotsnews. 21 сентября 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/35835> (дата обращения: 04.06.2023).

Следующая далее метафора («жить теперь будем по законам военного времени») призвана подтвердить предыдущую мысль и иллюстрировать строгость новой реальности, где каждое действие имеет свои последствия и значения. Автор упоминает про «прирастание новыми территориями», что служит наглядным примером того, что борьба не напрасна и плоды действий уже наглядно представлены. Гипербола («если уступим хоть пядь, они не остановятся») подчеркивает важность защищать каждый сантиметр суверенных территорий и не отступать. По сути, данную фразу можно трактовать и как попытку мотивировать аудиторию на бескомпромиссную защиту своей Родины. Сравнение сегодняшних военных с героями Великой Отечественной войны (историческая аналогия – «как героев Великой Отечественной войны») призвано вызвать чувство гордости и принадлежности к истории великой нации и вдохновить на реальные действия. Автор приводит примеры стран, которые пережили катастрофические события («достаточно посмотреть на Ирак или Ливию»), чтобы наглядно показать возможные последствия и подчеркнуть необходимость обороны территорий и суверенитета. Выражение «об этом напишут в учебниках истории» использовано для создания ощущения особой исторической значимости текущих событий и важности действий каждого человека ради будущего аудитории и новых поколений.

Перейдем к рассмотрению примеров использования тропов в публикациях военных корреспондентов. По результатам анализа наиболее распространенные тропы – эпитет и метафора. Часто встречается использование журналистами иронии и сарказма, преимущественно для убеждения аудитории. Вопрос о функциях, реализуемых при помощи средств выразительности, рассмотрен выше в параграфах 2.2 и 3.2.

Военные корреспонденты используют тропы для формирования эмоционального фона и создания ярких образов. Тропы интегрируются в повествование посредством стилистических конструкций, связанных с фигурами речи. Например, сарказм выражается через риторические вопросы,

а эпитеты и метафоры усиливаются парцелляцией, обеспечивающей отрывистое построение предложений.

В анализируемых публикациях отмечаются случаи, когда короткие по объему тексты характеризуются высокой концентрацией средств выразительности. «Даже украинские пропагандисты признают, что с Бучей все пошло не по плану. Хотели сделать красиво, но людоедам не хватило взаимодействия. Сами себя раскрыли»²²⁸. В данном случае Евгений Поддубный стремится поставить под сомнение распространяемую украинской стороной информацию. Также журналист акцентирует внимание на негативных методах, используемых украинской стороной для достижения поставленных целей, и на провал подобных планов. В одном предложении автор использует сразу три средства выразительности. Предложение построено на противопоставлении (антитеза) ироничной фразы «хотели сделать красиво» и метафоры «людоедам не хватило взаимодействия». Антитеза призвана подчеркнуть контраст между ожиданиями и реальностью для украинской стороны. Средство выразительности акцентирует внимание на разочаровании от провала действий, которые должны были привести к абсолютно иному исходу.

В приведенном контексте ирония демонстрирует провал в планировании и реализации, а также, возможно, вызывает скептицизм и критическое отношение у читателей по отношению к транслируемой с украинской стороны информации. Метафора «людоедам не хватило взаимодействия» используется для создания наглядного образа. «Людоеды» обозначают жестоких и аморальных людей, которые не в состоянии эффективно координировать свои действия и взаимодействовать друг с другом («не хватило взаимодействия»). Метафора стремится к усилению негативных характеристик действующих лиц (украинской стороны). Фраза «украинские пропагандисты» может быть определена как перифраза: лица,

²²⁸ Поддубный Е. «Даже украинские пропагандисты признают...». Telegram-канал Поддубный |Z|O|V| edition. 4 апреля 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/9396> (дата обращения: 03.06.2023).

которые занимались распространением ложной информации, остаются без конкретного наименования (журналисты, эксперты и прочее), что подчеркивает одностороннюю позицию данных лиц.

«Вот вы и спалились, господа ципсошники, со своей постановой в Буче, ради которой вы убили тех, кого посчитали агентами «оккупантов». На своем же видео спалились. ... И теперь они выдают убитых ими людей за жертв российской агрессии. И мир им верит. Делает вид, что верит. Фантастическая мистификация!»²²⁹.

В приведенном отрывке Александр Коц использует средства выразительности с целью убедить аудиторию в правоте своей точки зрения, вызвать эмоциональный отклик (раздражение и отторжение) и стимулировать критическое отношение к описываемым событиям со стороны своей аудитории. Автор пытается показать искажение действительности, которое проводит украинская сторона, а также поставить под сомнение достоверность представленной западными СМИ информации. Публикацию открывает ироничное утверждение: использование слова «господа» в контексте обвинения подчеркивает ироническое отношение автора к тем, кто реализовывал описываемые события, и делает их действия предметом насмешки. Цель использования иронии здесь – дискредитация действий противника, представление их нелепыми и недаленовидными. Эту же фразу можно рассматривать как пример аллегии, где слово «спалились» выступает не в прямом своем значении, а в переносном. Таким способом автор подчеркивает, что обман вскрылся и виден теперь всем. Фраза «и мир им верит. Делает вид, что верит» является парадоксом: западное сообщество («мир») официально принимает выдвинутую Украиной версию событий, но в действительности же люди сомневаются в её правдивости. В данном случае автор преследует цель подчеркнуть двойственность и лицемерие международной реакции на происходящее.

²²⁹ Коц А. «Вот вы и спалились, господа ципсошники...». Telegram-канал Kotsnews. 03 апреля 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/30761> (дата обращения: 03.06.2023).

Рассмотрим еще один пример использования иронии. «Несмотря на бессмысленность, киевский режим обязательно бросит на Змеиный десант. Этот десант, несмотря на потери, обязательно водрузит желто-синий флаг над островом. Не забывайте, что главное условие успешных наступательных действий ВСУ – это полное отсутствие противника. Причем ради этой виртуальной победы киевский режим бросит личный состав в мясорубку, сколько уж раз такое было, ВСУ потеряют вертолеты и беспилотники, лодки. Но в пиар они умеют, не отнять. А пока граждан Украины будут кормить этой хренью, потерю Лисичанска в угаре авось не так заметят»²³⁰.

В данной публикации Евгений Поддубный ставит перед собой цель подчеркнуть бессмысленность действий украинской стороны и число жертв как среди личного состава, так и с точки зрения материальных ресурсов. Автор использует иронию и сарказм с целью заставить аудиторию задуматься о плате и последствиях разного рода операций, проводимых Украиной. Журналист иронизирует («главное условие успешных наступательных действий ВСУ – это полное отсутствие противника») над отчетами о якобы успешных наступательных операциях украинской стороны, говоря о том, что успех ВСУ возможен только при отсутствии сопротивления, что подчеркивает абсурдность подобных операций. Метафора «киевский режим бросит личный состав в мясорубку» создает образ жестокого правительства, которое только увеличивает число бессмысленных жертв. Средство выразительности подчеркивает авторскую оценку правительства Украины. Сарказм «но в пиар они умеют, не отнять» используется для подчеркивания того, что основным успех украинской стороной достигается в сфере пиара и использования методов пропаганды, в то время как реальная картина происходящего и число потерь замалчиваются. Завершающий публикацию намек («потерю Лисичанска в угаре авось не так заметят») выступает в роли дополнительного аргумента в

²³⁰ Поддубный Е. «Еще про Змеиный». Telegram-канал Поддубный |Z|O|V| edition. 30 июня 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/11377> (дата обращения: 04.06.2023).

пользу позиции о том, что от реальных потерь украинской стороны аудиторию отвлекают разного рода пиар-акциями.

Другой пример иллюстрации зависимости украинской стороны от внешних источников демонстрируется в публикации Александра Сладкова. Ранее мы рассматривали этот же пример с точки зрения используемых фигур речи – парцелляции и риторического вопроса-восклицания. «Еще два часа назад Вы могли заявить, что едете в Донбасс, договариваться. Нет, не заявили, потеряли Донбасс. А теперь еще и воевать не разрешают!?!? Американцы не бросят вас в решительную атаку. Вы, украинцы, последний боевой резерв НАТО (сами себя класть в могилы они вообще никогда не будут). Вас выведут в тыл, доукомплектуют, переоденут и накормят, и вы останетесь пушечным мясом НАТО. Придет время – сгорите в печке для приготовления пирога желаний Запада. Ждите»²³¹.

Метафоры служат для создания наглядных образов и демонстрации роли, которую, как считает автор, играют украинцы в конфликте, а именно – жертвы, используемые для достижения чужих целей. При помощи метафор военкор трансформирует сложные военные и политические взаимоотношения в понятные и запоминающиеся образы. Фраза «американцы не бросят вас в решительную атаку» содержит иронию, поскольку подразумевает обратное от первично заявленного: несмотря на кажущуюся поддержку, она, по мнению автора, ведет лишь к еще большим страданиям и жертвам. Можно предположить, что использование иронии ставит перед собой цель выразить критику недостаточно продуманной и/или лицемерной политики. Автор использует описанные средства выразительности, чтобы подчеркнуть серьезность проблемы, трагичность конфликта и возможные негативные последствия для тех, кто оказался вовлеченным в процесс.

²³¹ Сладков А. «Владимир Александрович, вы тормозите». Telegram-канал Сладков+. 21 февраля 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/4796 (дата обращения: 02.06.2023).

«Вы знаете, что сейчас делает Россия? Опять останавливает долгую и кровавую войну. Ну если конечно у властей в Киеве осталась хоть капля здравомыслия»²³².

В примере автор использует тропы – ирония, эпитеты. Подобное смешение средств выразительности демонстрирует редкость использования тех или иных языковых средств выразительности в чистом виде. Евгений Поддубный использует эпитеты «долгая» и «кровавая» для акцентирования внимания на трагедии и страданиях, связанных с вооруженным конфликтом, а также для усиления эмоционального восприятия описываемых событий. Выбранные эпитеты подчеркивают длительность и жестокость конфликта, сопровождаемого множеством жертв. Публикация завершается иронией со скрытым саркастическим сравнением отсутствия здравомыслия у властей Украины, что должно вызывать смутнение, поскольку основные решения о судьбе страны возложены на власть. Ирония здесь также может быть использована как вариант критики.

«Ай, какая прелесть! Бойтесь профессионалов!!! Как ни раскладывай «трупы», все равно один отойдет покурить! Даня, я ждал именно твоей реакции на фото из Бучи. Спасибо, не разочаровал.

Безсонов коротко:

- все «трупы убитых русскими горожан» призывного возраста (украинскими солдатам дали команду, они и прилегли под объектив);
- на разных фото «трупы» то есть, то их нет;
- нет луж крови и все лица скрыты;
- «трупы» – одни мужики;
- о «трупах» сообщается через 2 дня после ухода русских;
- в зеркало заднего вида «труп» встает на перекур.

Да, круто»²³³.

²³² Поддубный Е. «Вы знаете, что сейчас делает Россия?». Telegram-канал Поддубный [Z|O|V] edition. 21 февраля 2022. URL: <https://t.me/epoddubny/8033> (дата обращения: 02.06.2023).

В данной публикации Александр Сладков ставит под сомнение официальную украинскую версию событий, показывая нелепость и абсурдность представленных доказательств, а также разрушая некоторые пропагандистские заявления. В качестве основных инструментов воздействия в данной публикации выбраны сарказм и ирония. Публикацию открывают иронично-саркастические фразы, которые выражают противоположное буквальному значение: события в Буче очевидно далеки от чего-то прелестного, а призыв бояться профессионалов с украинской стороны носит насмешливый характер. Абсурд описанной ситуации с «трупом» можно одновременно трактовать и как гиперболу, где перекур того, кто считается «трупом», призван усилить комический эффект, подчеркнуть нелепость произошедших в Буче событий, вызвать у аудитории сомнения в правдивости представленной украинской стороной информации. В данной публикации журналист использует цитирование и перечисление («Безсонов коротко») с целью подтвердить и усилить свою позицию через стороннюю аргументацию.

«Сейчас объясню, почему «Сребреница» в Буче – это вранье. Как человек, который прожил под этим городом месяц. Я не буду заниматься анализом положения тел относительно дороги и выискивать схожести трупов в разных локациях. Это уже многие сделали за меня. Тактика видео-инсценировок перестала меня удивлять еще в Сирии, где по мотивам постановок «Белых касок» принималось решение о нанесении массированных ракетных ударов. А здесь учителя информационно-психологических операций те же – с ярко торчащими британскими ушами»²³⁴.

²³³ Сладков А. «Ай, какая прелесть! Бойтесь профессионалов!!!». Telegram-канал Сладков+. 03 апреля 2022 года. URL: https://t.me/Sladkov_plus/5208 (дата обращения: 03.06.2023).

²³⁴ Коц А. «Сейчас объясню почему «Сребреница» в Буче – это вранье». Telegram-канал Kotsnews. 3 апреля 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/30759> (дата обращения: 03.06.2023).

В публикации Александр Коц использует средства выразительности для иллюстрации скептицизма и критики по поводу представленной информации о событиях в Буче. Журналист подвергает сомнению официальную версию, представленную в западных СМИ, и предлагает аудитории альтернативный взгляд на случившееся, основанный на фактах и логических доводах. Также автор пытается обратить внимание аудитории на возможное использование методов информационно-психологической войны в вооруженном конфликте в целом. Повествование открывает личный опыт автора («как человек, который прожил под этим городом месяц»), что должно способствовать усилению убедительности и доверия ко всему, что будет сказано автором далее. Переход к приему аргументации через отрицание: военкор отказывается от определенного типа аргументации («я не буду заниматься анализом положения тел»), чтобы предложить аудитории акцентировать внимание на другие аспекты проблемы, которые, по мнению автора, являются более значимыми и достоверными. Через иронию («тактика видео-инсценировок перестала меня удивлять еще в Сирии») автор пытается подчеркнуть скептицизм относительно достоверности распространяемых западными СМИ материалов, а также выражает свое отношение к тактике видео-инсценировок, которая, на его взгляд, стала настолько повседневной, что перестала вызывать удивление. Метафора «с ярко торчащими британскими ушами» используется для обозначения влияния или участия Великобритании в постановке трагедии в Буче и последующих информационно-психологических операциях, о которых говорит автор.

«Я с ужасом смотрю на обманутые поколения моей страны, на молодых людей, которым комфорт и Apple Pay дороже гордости и справедливости. С «творческой интеллигенцией» всё понятно. Но вот ребята 18+, которые вновь готовы променять Родину на жвачку и джинсы. Я оправдываю тех, кто позволил в 1991-м развалить страну, наивностью, но этих-то как оправдать? Откуда это рабское? Когда цветной пакет в радость. Но таких меньше, чем других, кого не удалось обмануть. И эти

облапошенные не враги, не ведают большинство из них, что творят. У нас был шанс в 2014 году стать лучше, сильнее, умнее и созидать. Тогда немногие его использовали. Считайте, что теперь ещё один шанс. И его нельзя упускать. Наши деды после страшной войны отстроили великую страну на руинах. И наши деды сейчас на нас смотрят с надеждой, что мы станем лучше, добрее и честнее, но сильнее. Как когда-то они. И эту войну мы закончим»²³⁵.

Автор основной своей целью в данном тексте выбирает мотивирование аудитории к размышлениям о своих жизненных ценностях и призывает к активной гражданской позиции, основанной на гордости, стремлении к справедливости и созиданию. Помимо этого, автор указывает на требующие совершенствования моменты, используя при этом примеры из прошлого и акцентируя на возможностях настоящего. Посредством гиперболы «обманутые поколения моей страны» автор преувеличивает степень внешнего обмана до уровня поколения, чтобы подчеркнуть масштаб проблемы и вызвать сильную реакцию у аудитории. «Комфорт и Apple Pay дороже гордости и справедливости» – противопоставление (антитеза) материальных благ и высоких моральных ценностей подчеркивает конфликт между потребительским образом жизни и фундаментальными человеческими ценностями.

Использование риторического вопроса «но этих-то как оправдать?» призывает аудиторию задуматься, можно ли оправдать отсутствие моральных принципов у современной молодежи. Автор использует слово «рабское» (в данном контексте – метафора) для определения низменных стремлений и отсутствия необходимости личной свободы, подчеркивая потерю достоинства и самостоятельности, которые он видит в современном поколении. Фразу «шанс стать лучше, сильнее, умнее и созидать» автор противопоставляет фразе «тогда немногие его увидели». В данном случае

²³⁵ Поддубный Е. «Я с ужасом смотрю на обманутые поколения моей страны...». Авторская колонка Е. Поддубного для Telegram-канала «Специально для RT». 01 марта 2022 года. URL: <https://t.me/epoddubny/8302> (дата обращения: 03.06.2023).

антитеза подчеркивает разницу между потенциалом для развития и реальностью его использования, чем пытается мотивировать аудиторию к активным действиям в настоящем.

В заключительной метафоре «и эту войну мы закончим» автор использует образ войны как образ преодоления трудностей для достижения великих целей, призывает аудиторию к единству и решимости на пути преодоления всех возможных вызовов и препятствий. Также в приведенном примере используется парцелляция, которая является одним из наиболее часто используемых Евгением Поддубным средств выразительности.

Рассмотрим пример использования метафор Александром Коцем²³⁶. Как мы отмечали ранее, стиль журналиста сформирован под влиянием наиболее часто реализуемого формата – репортажа. «Что я тут делаю? Зачем меня сюда послали?» – будешь ты задаваться вопросами в минуты уныния. Вокруг – разрушенные дома, порезанные осколками деревья, паутина окопов, местные жители, как тени, передвигающиеся по улице, которую каждый день накрывает кассетными зарядами «Ураган». Посмотри на этот город, деревню и представь свою родную улицу. Она может стать такой. И по ней также будут ходить твои родные, изредка вылезая из подвалов. Это твоя земля. Она было таковой и до референдума, но теперь – и юридически. Ты воюешь не против Украины. Против тебя Зеленский с бандеровцами, а коллективный Запад делает все, чтобы конфликт пошел по сценарию, в котором, если Россия не победит, то ее больше просто не будет. Если сегодня ты, все мы не выстоим против этого натовского кулака, завтра он сомнет уже не Донбасс, а Крым, Белгород, Курск... Они не остановятся, пока не уничтожат твою

²³⁶ Фрагмент 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: Горбань П. В. Языковые средства выразительности в авторских телеграм-каналах военных корреспондентов // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 35-42.

страну, разделив ее на десятки своих колоний-доноров. Это новая реальность, которую сложно принять сразу, но бессмысленно отрицать»²³⁷.

Тексты Александра Коца отличаются наиболее выраженным метафорическим характером среди проанализированных материалов. Сам журналист отмечает, что многие его посты в Telegram-канале представляют собой сокращенные версии репортажей, подготовленных для «Комсомольской правды» в соответствии с классическими канонами жанра (Приложение 3). В данном примере автор стремится вызвать у аудитории осознание серьезности угрозы и породить эмоциональное переживание за собственное будущее. Средства выразительности используются для более глубокого понимания сути и возможных последствий конфликта, для порождения размышлений о значимости участия каждого в жизни собственной страны. Журналист стремится вызвать чувство эмпатии для лучшего понимания своей позиции. Детальное описание разрушений служит для создания наглядного образа местности и ставит перед собой цель вызвать у аудитории чувство печали и горечи. Метафора «местные жители, как тени, передвигающиеся по улице» создает образ беспомощности и незаметности людей в условиях вооруженных конфликтов, люди теряют идентичность на фоне разрушений.

Преувеличение масштабов потенциальной угрозы (гипербола – «они не остановятся, пока не уничтожат твою страну») служит для подчеркивания серьезности ситуации и обоснования необходимости оборонительных действий. Персонификация стран Запада («коллективный Запад делает все, чтобы конфликт пошел по сценарию») как активного участника конфликта используется для акцентирования роли стран Запада в эскалации конфликта. Упоминание чувства принадлежности («это твоя земля») и прямое обращение к аудитории служит для усиления эмоциональной связи с темой защиты Родины. Использование временного контраста («если сегодня не

²³⁷ Коц А. «Тут меня подписчик спрашивает, зачем нам наступать...». Telegram-канал Kotsnews. 28 сентября 2022 года. URL: <https://t.me/sashakots/36071> (дата обращения: 04.06.2023).

выстоим, завтра сомнет») подчеркивает неотложность ситуации и последствий бездействия.

Выбор средств выразительности и их сочетание определяются индивидуальными особенностями журналистов, что обуславливает различия в стилистическом оформлении публикаций военных корреспондентов. Анализ Telegram-каналов российских военкоров выявил, что использование языковых средств выразительности тесно связано с авторским стилем и подходом к подаче информации, отражая личные убеждения журналистов, а также их профессиональный и жизненный опыт.

Анализ материалов позволяет заключить, что основное внимание российские военкоры уделяют эмоциональной составляющей своих публикаций. Тональность может варьироваться от позитивно-патриотических настроений по отношению к России до негативно-раздражительного отношения к действиям украинской стороны. Предположение подтвердилось в ходе проведенных интервью (Приложение 3 и 4). По словам самих военкоров, использование эмоционально-окрашенной лексики и экспрессивной подачи является осознанным выбором.

Военные корреспонденты с разной профессиональной подготовкой и опытом по-разному используют средства выразительности. Выше разобраны несколько примеров, наиболее ярко иллюстрирующих влияние основного для автора направления журналистской деятельности на общий стиль повествования. Основное отличие прослеживается под влиянием работы в печатных СМИ и опыта тесного взаимодействия с военными (например, служба в армии или тесный контакт с представителями вооруженных сил). Благодаря последнему журналисты обладают уникальными знаниями об устройстве армии, стратегии ведения вооруженных конфликтов, что находит отражение в стиле изложения материалов. Опыт таких корреспондентов способствует более точному пониманию военной терминологии и тактики ведения боя, что позволяет передавать информацию с высокой степенью достоверности и детализации. Журналисты с более длительным опытом

службы в вооруженных силах (например, А. Сладков) придерживаются более прямолинейного и лаконичного стиля, свойственного военной коммуникации и отражающего способность быстро реагировать на изменения обстановки. Также в публикациях журналистов с опытом военной службы и тесным взаимодействием с вооруженными силами чаще прослеживается использование разговорной речи и военного жаргона.

Одной из ключевых особенностей журналистов печатных СМИ (например, А. Коц) является использование разнообразных стилистических приемов, направленных на привлечение внимания аудитории и последующее удержание ее интереса. Корреспонденты стремятся предоставить не только описание событий, но и варианты интерпретации с учетом анализа причинно-следственных связей и прогнозированием возможных последствий. На основе проведенных полуструктурированных интервью (Приложение 3 и Приложение 4) нами сделан вывод о том, что уровень детализации при объяснении причинно-следственных связей будет напрямую зависеть от желания автора и учитывать пресуппозицию преобладающей части аудитории его Telegram-канала.

Использование средств выразительности помогает передать атмосферу и эмоциональную составляющую событий, а также помогает удерживать интерес аудитории на протяжении всей публикации. Структурирование текста с использованием литературных приемов позволяет более эффективно организовать повествование, а также выявить скрытые смыслы и причинно-следственные связи, что делает публикации более содержательными и аналитически насыщенными.

Публикации анализируемых военных корреспондентов отличаются индивидуальными стилистическими особенностями, отражающими их профессиональный опыт и цели коммуникации. А. Коц использует метафорический стиль, соответствующий традициям репортажной публицистики, для усиления эстетического воздействия на аудиторию. Е. Поддубный, ориентируясь на фонетическое восприятие, активно

применяет парцелляцию, что связано с его телевизионным опытом. А. Сладков предпочитает лаконичный стиль с элементами военного жаргона, обеспечивая достоверность и доступность текстов благодаря глубокому знанию военной сферы и приоритетному вниманию к точности коммуникации.

Выводы по Главе 3

Глава посвящена анализу публикаций российских военных корреспондентов (А. Коца, Е. Поддубного, А. Сладкова) в их авторских Telegram-каналах за первый год проведения СВО. Используемые военкорами средства выразительности классифицируются по категориям: информирование, убеждение и мотивирование. Использование средств выразительности в текстах способствует усилению эмоциональной выразительности, акцентированию ключевой информации, поддержанию интереса аудитории, отражению событий с позиции очевидца и формированию контекста для восприятия событий.

Использование метафор в публичном дискурсе чаще всего связано с созданием прочных ассоциативных связей, например, с выступающим, определенным событием или группой лиц. Метафора – основное и наиболее часто используемое средство выразительности. В журналистских материалах чаще всего используются метафоры, не требующие от аудитории дополнительных усилий для понимания содержания. Риторические вопросы вводятся для поддержания интереса аудитории через создание ощущения диалога и подчеркивание очевидности представленных автором утверждений.

Эмоциональная составляющая играет значимую роль в восприятии текстов. Использование языковых и стилистических приемов позволяет военкорам усилить эмоциональную выразительность, поддержать интерес аудитории, способствуя более глубокому восприятию причин вооруженного конфликта и формированию многогранного представления о событиях.

Анализ публикаций в Telegram-каналах позволил выявить тенденции использования определенных средств выразительности при освещении СВО. Так, например, для акцентирования внимания на авторских аргументах чаще всего используется парцелляция, метафора, сарказм и ирония, анафора, повтор, риторический вопрос и антитеза. Для мотивирования авторы используют метафоры, парадокс, связку риторического вопроса и иронии. Отдельно отметим использование фразы «восемь лет» в ряде публикаций военкоров как средства усиления убеждающего эффекта.

Анализ публикаций в Telegram-каналах российских военкоров показал, что использование языковых средств выразительности тесно связано с авторским стилем и подходом к подаче информации, отражая личные убеждения журналистов, а также их профессиональный и жизненный опыт. Публикации Александра Коца отличаются наиболее выраженным метафорическим характером среди проанализированных материалов. Сам журналист подчеркивает, что многие его посты в Telegram представляют собой сокращенные версии репортажей, подготовленных для «Комсомольской правды» в соответствии с классическими канонами жанра (Приложение 3). Широкое использование метафор в текстах А. Коца обусловлено стремлением следовать традициям репортажной публицистики и оказывать этическое воздействие на аудиторию. Евгений Поддубный, обладая опытом работы на телевидении, ориентируется на фонетическое восприятие текста, что проявляется в частом применении парцелляции в его публикациях. Александр Сладков придерживается лаконичного и прямолинейного стиля с элементами разговорной речи и военного жаргона, демонстрируя глубокое знание военной терминологии, тактики и стратегии. Это обеспечивает высокую достоверность и доступность его текстов для восприятия. Данный подход объясняется значительным опытом военной службы, который проявляется в приоритетном внимании к точности военной коммуникации в рамках журналистской деятельности.

Заключение

Военная журналистика в России, исторически опирающаяся на литературные традиции, активно использует традиционные средства выразительности, которые адаптируются к специфике цифровых медиа. Риторические, стилистические, лексико-семантические и нарративные приемы, характерные для литературного наследия, в условиях ограниченного объема текстов не только сохраняют, но и усиливают эмоциональную насыщенность и образность повествования. Сжатый формат публикаций в цифровой среде обуславливает повышенную концентрацию выразительных средств, что позволяет создавать лаконичные, но содержательно насыщенные тексты, сохраняющие литературную глубину и динамичность изложения.

Платформа Telegram предоставляет военным корреспондентам широкие профессиональные возможности, формируя уникальный инструментарий для информационной деятельности в условиях конфликта. Высокая оперативность публикаций, использование мультимедийных форматов (визуального, аудиального и текстового контента) и возможности прямого взаимодействия с аудиторией способствуют формированию многоуровневых нарративов с выраженным эмоциональным и ценностным потенциалом. Интерактивные инструменты, включая опросы и комментарии, а также опция анонимности усиливают интерес аудитории. Эти характеристики делают Telegram приоритетной платформой для реализации информационно-коммуникативных стратегий в контексте современных конфликтов, подчеркивая значимость платформы для дальнейших исследований в области медиа и журналистики.

Авторские Telegram-каналы военных корреспондентов занимают важное место в современном медиапространстве, особенно при освещении кризисных ситуаций. Благодаря оперативности публикаций журналисты опережают традиционные СМИ, привлекая аудиторию, заинтересованную в актуальной информации и экспертном мнении. Каналы способствуют формированию общественного мнения, усиливая патриотические настроения

через прямой диалог с читателями и эмоционально окрашенную подачу информации.

Ключевым фактором эффективности Telegram-каналов является личность журналиста, которая усиливает доверие к публикуемым материалам. Военные корреспонденты, будучи очевидцами событий, опираются на личный опыт и свидетельства, что повышает достоверность их сообщений. Авторская позиция проявляется в подборе фактов, выборе лексики и тональности, определяя оценочность публикаций. Настроение варьируется от патриотического в отношении России до критического по отношению к оппонентам, что подтверждается проведенными интервью (Приложение 3 и 4).

Процесс адаптации традиционных средств выразительности к цифровой среде способствует созданию особой архитектуры текстов, в которой такие элементы, как метафоры, эпитеты, исторические аллюзии и персонализированные нарративы, используются для формирования выразительного и эмоционально насыщенного повествования. Эта трансформация демонстрирует способность военной журналистики сохранять преемственность с литературной традицией, одновременно соответствуя особенностям современных медийных платформ. В результате обеспечивается поддержание выразительности и структурной целостности текстов, несмотря на ограничения, обусловленные цифровой средой, например, конкуренция за внимание, технические особенности форматирования публикаций и фрагментарность восприятия. Данные особенности побуждают журналистов адаптировать традиционные средства выразительности к сжатому и динамичному формату, сохраняя при этом содержательную глубину материалов.

Выражая авторскую позицию, журналисты смещают фокус с нейтрального информирования на ценностное и эмоциональное воздействие. Часто используется местоимение «мы» для создания эффекта единства с аудиторией, а также противопоставления «своих» и «чужих». Для усиления

воздействия применяются средства выразительности, такие как метафора, анафора, риторический вопрос, антитеза. Эти приемы помогают структурировать текст, выделить ключевые эпизоды и сделать контент доступнее в условиях информационной перегрузки. Эмоционально окрашенная лексика и экспрессивная подача – осознанный выбор, направленный на привлечение внимание и создание запоминающихся нарративов.

При аргументации военные корреспонденты опираются на культурно-исторический контекст, подчеркивая единство народов России и Донбасса. В публикациях прослеживается идеологический подход, акцентирующий необходимость поддержки государства в сложные периоды. Речевые средства, включая метафоры и аллюзии, служат для апелляции к ценностям аудитории, способствуя консолидации общества вокруг идей справедливости и суверенитета.

Объем и формат публикаций зависят от внешних обстоятельств. Короткие сообщения характерны для оперативного освещения событий или комментирования новостей, тогда как развернутые публикации используются для подробного изложения авторской позиции. Результаты проведенного анализа показывают, что, учитывая возможность свободы выражения в личном Telegram-канале, корреспонденты придерживаются редакционных стандартов, обеспечивая соответствие материалов профессиональным нормам.

Использование российскими военными корреспондентами средств выразительности при освещении вооруженного конфликта сводится к трем категориям: информирование, убеждение и мотивирование. Подобный подход позволяет журналистам акцентировать внимание аудитории на конкретных фактах, происходящих в ходе конфликта, и акцентировать внимание на определенных аргументах при выражении авторской и гражданской позиции. Авторы часто сочетают в одной публикации несколько коммуникативных целей. Для информирования применяются

проверенные данные, факты и цитаты очевидцев, а сложные концепции объясняются с помощью метафор и визуальных материалов (фотографии, видео, инфографика). При реализации цели информирования журналисты не всегда придерживаются нейтрального информационного стиля.

Мотивирование достигается через призывы к действию (обсуждение, распространение информации) и примеры героических поступков, способных вдохновить на гражданскую активность. Используются контрастные сравнения, способствующие изменению восприятия аудитории. В публикациях с примерами мотивирования журналисты используют такие фигуры речи как парадокс и риторический вопрос. В связке с иронией и метафорой достигается эффект комического, когда прежние принципы или бездействие подаются как неприемлемый вариант поведения. Использование мотивирования сопряжено с убеждением и встречается в публикациях на тему мобилизации. Мотивирование сопровождается использованием риторических вопросов, повторов, парцелляции и эпитетов. Акцент журналистами делается на эффективном структурировании аргументов при помощи фигур речи.

Для убеждения используются логически выстроенная аргументация, ссылки на авторитетные источники, риторические вопросы и эмоциональная лексика, укрепляющие авторскую позицию. Вопросно-ответные конструкции ориентируют аудиторию на авторскую точку зрения. В основном средства выразительности используются проанализированными журналистами с целью убеждения аудитории в правильности выбранной автором позиции. Для усиления аргументации военкоры используют такие фигуры речи как повтор, антитеза, анафора, риторический вопрос. В проанализированных публикациях авторы не использовали средства выразительности, которые могли бы исказить факты о конфликте. Причина, по которой транслируемые журналистами сообщения реализовывают убеждающую функцию, может также заключаться в борьбе за внимание аудитории.

Изолированное применение средств выразительности в проанализированных публикациях не выявлено. Также можно отметить тенденцию к формированию гипертекста: материалы одного автора связаны единой повествовательной линией и подтекстом, сохраняющимся в публикациях на протяжении длительного периода. Эта тенденция проявляется и в использовании повторяющихся словосочетаний. Анализ позволил выявить основные идеологические смыслы, транслируемые журналистами, а также структура и механизмы достижения коммуникативных целей, соответствующих исходному замыслу. Основное внимание уделено центральным и сопутствующим языковым средствам выразительности.

Фигуры речи и тропы военные корреспонденты используют в равной степени, но реже всего применяют средства выразительности для мотивации аудитории. Это связано с главной задачей – предоставлять объективную и точную информацию о событиях в зоне конфликта. Профессиональные стандарты требуют от журналистов беспристрастности, объективности и точности, поскольку искажение данных может повлиять на ход конфликта. Формат Telegram ориентирован на оперативное информирование, где приоритет отдается своевременному предоставлению фактов и экспертных комментариев.

Наиболее часто в публикациях военных корреспондентов встречаются парцелляция и повтор. Парцелляция структурирует текст, выделяя ключевые фрагменты, создает динамичное и эмоционально насыщенное повествование, акцентируя внимание на важных аспектах события. Это помогает быстро донести суть происходящего. Повтор слов или фраз помогает закрепить идею или эмоциональное состояние, создавая ритмическую структуру текста, облегчая его восприятие в условиях высокой интенсивности и драматизма событий.

В публикациях военных корреспондентов широко используются риторические вопросы, эпитеты и метафоры, соответствующие нормам публицистического стиля.

Риторические вопросы подчеркивают моральные и этические аспекты, усиливая эмоциональное восприятие аудитории и стимулируя критическое осмысление сложных событий. Риторические вопросы разбивают повествование на логические части, обеспечивая плавные переходы между темами и последовательное представление материала.

Эпитеты создают яркие образы, помогают в построении дихотомии «свой-чужой», четко разграничивая оценку действий сторон конфликта, а также являются наиболее частым тропом. Положительные эпитеты подчеркивают качества «своих», отрицательные – критикуют «чужих», усиливая при этом драматизм конфликта. Часто эпитеты сочетаются с иронией или сарказмом для обличения негативных действий оппонентов.

Метафоры упрощают восприятие сложной информации, превращая абстрактные концепции в конкретные образы и связывая их с привычными ценностями. Это позволяет журналистам убедительно обосновывать свои подходы.

Освещение действий украинской стороны в публикациях военных корреспондентов часто сопровождается негативной эмоциональной окраской, что также решает ряд важных задач, одной из которых может быть сплочение аудитории и формирование общественного мнения. Описания жестокости или морально низменных действий противника служат катализатором мобилизации населения, укрепляют патриотические чувства и поддержку военной стратегии. Гиперболизированные примеры разрушений и угроз со стороны противника усиливают его образ как опасности для России и Европы, оправдывая выбранную стратегию противодействия. Нарратив о несдержанных с 2014 года обещаниях украинской стороны подчеркивает ее ненадежность, побуждая аудиторию переосмыслить конфликт и создавая психологическое воздействие на оппонентов, особенно через платформы по

типу Telegram. Для подтверждения данных эффектов требуется проведение дополнительных исследований.

Исследование выявило особенности языковых приемов военных корреспондентов, обусловленные их профессиональным опытом и типом СМИ. Стиль Александра Сладкова, тесно связанного с вооруженными силами благодаря военной службе, отличается прямолинейностью и жесткостью. Это объясняется приоритетом точности и эффективности коммуникации в военной среде над эстетическими аспектами. Такой подход проявляется в стилистических предпочтениях и выборе средств выразительности, где акцент делается на фактах, а не на метафоричности или ассоциативности повествования.

Журналисты печатных СМИ, напротив, ориентированы на создание текстов, сочетающих информативность и эстетическое воздействие. Их стиль характеризуется образностью и публицистичностью, что обусловлено стремлением привлечь и удержать внимание аудитории за счет богатства языка и изобразительных средств. Например, публикации Александра Коца выделяются высокой метафоричностью. Сам журналист отмечает (Приложение 3), что его посты в Telegram часто представляют собой сокращенные версии материалов для «Комсомольской правды», написанных по канонам репортажа. Кроме того, печатные СМИ предоставляют больше времени на подготовку материала по сравнению с телевизионной журналистикой, что позволяет уделять внимание стилистической выразительности. Это способствует развитию у таких журналистов навыков создания ассоциативных связей и ярких образов.

Телевизионная журналистика, напротив, формирует иные языковые особенности, как видно на примере Евгения Поддубного. Военкор отмечает (Приложение 4), что воспринимает тексты фонетически, а его публикации в Telegram ориентированы на устное воспроизведение. В связи с этим среди наиболее используемых им фигур речи выделяется парцелляция, усиливающая ритмику и динамику повествования.

В современном медиапространстве специализированные авторские Telegram-каналы отличаются сочетанием оперативности, личного опыта журналистов и продуманных коммуникативных стратегий. Одной из важных составляющих их текстов является использование средств выразительности, которые способствуют созданию убедительных и эмоционально насыщенных сообщений. В условиях информационного переизбытка и распространения фейков акцент на достоверности передаваемых сведений играет ключевую роль в поддержании интереса аудитории. Публикации корреспондентов, опирающиеся на культурно-исторический контекст и ценностные нарративы, способствуют созданию содержательно богатых материалов, сохраняя приверженность профессиональным стандартам журналистики.

Языковое воздействие способно существенно влиять на общественное мнение, особенно в контексте национальной идентичности или исторической памяти. Например, акцентирование национальных интересов или восстановления исторической справедливости в публикациях может побуждать общество к активным действиям, включая изменения в законодательстве или государственной политике. В связи с этим профессиональному сообществу важно понимать механизмы такого воздействия для защиты государственного суверенитета от провокаций, используемых в информационной борьбе.

Список литературы

Монографии и учебные пособия

1. Балашова Л. В. Русская метафора: прошлое, настоящее, будущее. М.: Языки славянской культуры, 2014. 493 с.
2. Бархатов М. Е. История русско-японской войны. СПб.: Товарищество Р. Голике и А. Вильборг, 1907. 258 с.
3. Берг Н. В. Записки об осаде Севастополя. М.: Кучково поле, 2016. 478 с.
4. Берг Н. В. Севастопольский альбом. М.: Изд. К. Солдатенкова и Н. Щепкина, 1858. 18 с.
5. Бережной А. Ф. Русская легальная печать в годы Первой мировой войны. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1975. 152 с.
6. Боровик А. Г. Афганистан. Еще раз про войну. М.: Международные отношения, 1990. 252 с.
7. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Факультет журналистики МГУ; Издательство Московского университета, 2019. 224 с.
8. Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. СПб.: Златоуст, 2013. 660 с.
9. Виноградов В. В. О теории художественной речи. М.: Издательство «Высшая школа», 1971. 240 с.
10. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: Издательство Академии наук СССР, 1963. 259 с.
11. Военский К. А. Отечественная война в русской журналистике: библиографический сборник статей, относящихся к 1812 году. СПб.: Типография «Бережливость», 1906. 220 с.
12. Гапон В. К. Военные корреспонденты. М.: Издательство Патриот, 2018. 253 с.
13. Гаршин В. М. Четыре дня. СПб.: Лит. фонд. 1909. 16 с.

14. Гиляровский В. А. Мои скитания: повесть бродяжной жизни. М.: Федерация, 1928. 300 с.
15. Громов Б. В. Ограниченный контингент. М.: Яуза-Каталог, 2019. 380 с.
16. Гроссман В. С. Сталинград. Сентябрь 1942 – январь 1943. Сборник очерков. М.: Советский писатель, 1943. 150 с.
17. Гроссман В. С. Годы войны. М.: Гослитиздат, 1945. 504 с.
18. Гумилев Н. С. Колчан. М.; Петроград: Альциона, 1916. 102 с.
19. Дускаева Л. Р., Коньков В. И., Редькина Т. Ю. Грамматика речевых действий в медиалингвистике: монография. М.: ФЛИНТА, 2019. 152 с.
20. Дышев С. М. Манящая бездна. О жизни и гибели военного журналиста В. Глезденева. Ижевск: Удмуртия, 1991. 158 с.
21. Жирков Г. В. Журналистика России: от золотого века до трагедии. 1900-1918 гг. Монография. Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2014. 382 с.
22. Жирков Г. В. Журналистика сталинской эпохи, 1928-1950-е годы. М.: ФЛИНТА, 2016. 497 с.
23. История Русско-Турецкой войны 1877-1878 г. в Европейской Турции. СПб.: Народные издания «Досуг и дело». Вып. 1. Причины и переход через Дунай. 1903. 31 с.
24. История советской политической цензуры. Документы и комментарии. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1997. 672 с.
25. Каверзнев А. А. Александр Каверзнев: Сценарии. Воспоминания. Статьи. М.: Искусство, 1985. 247 с.
26. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо-Пресс, 2002. 831 с.
27. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. 464 с.

28. Комлев Н. Г. Слово в речи. Денотативные аспекты. 2-е изд. М.: URSS, 2003. 214 с.
29. Коновалов И. П. Военная тележурналистика: особенности жанра // Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы. Ред.-сост. М. Погорелый, И. Сафранчук. М.: Гендальф, 2002. 253 с.
30. Копнина Г. А. Риторические приемы современного русского литературного языка: опыт системного описания. М.: ФЛИНТА: Наука, 2009. 572 с.
31. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. 9-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2023. 172 с.
32. Крестинский Ю. А. А. Н. Толстой: Жизнь и творчество. М.: Издательство Академии наук СССР, 1960. 314 с.
33. Крымская война 1853-1856 гг. в дневниках, письмах и воспоминаниях участников: сборник документов / Федеральное архивное агентство, Российский государственный военно-исторический архив, Институт востоковедения РАН; составитель, автор предисловия и комментариев М. Р. Рыженков. М.: Фонд «Связь эпох»: Кучково поле Музеон, 2023. 927 с.
34. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011. 222 с.
35. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
36. Лебон Г. Психология народов и масс / Пер. с фр. Э. Пименовой, А. Фридмана. М.: Издательство АСТ, 2022. 320 с.
37. Левицкий Н. А. Русско-японская война: 1904-1905. М.: Изографус; СПб.: Эксмо, 2003. 667 с.
38. Леонтьев А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования.

М.: Издательство МГУ, 2003. URL: <http://genhis.philol.msu.ru/psixolingvisticheskie-osobennosti-yazyka-smi/> (дата обращения: 08.08.2023).

39. Летенков Э. В. Король репортажа: Владимир Гиляровский. СПб.: ЛЕМА, 2018. 88 с.

40. Лукницкий П. Н. Труды и дни Н. С. Гумилева. СПб.: Наука, 2010. 890 с.

41. Майский И. М. Воспоминания Советского посла. Война 1939-1943. М.: Издательство «Наука», 1965. 407 с.

42. Немирович-Данченко В. И. Год войны: дневник русского корреспондента, 1877-1878. СПб.: тип. В. И. Лихачева и А. С. Суворина, 1878. Т. 1. 326 с.

43. Немирович-Данченко В. И. На войну: от Петербурга до Порт-Артура. Из писем с дороги. М.: товарищество И. Д. Сытина, 1904. 167 с.

44. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Издательство Московского университета: Наука, 2005. 349 с.

45. Очерки по истории русской журналистики и критики. Редколл. Проф. В. Е. Евгеньев-Максимов и др. Ленинград: Издательство Ленинградского государственного университета им. А. А. Жданова, 1950. Т. 1. 604 с.

46. Пайпс Р. Русская революция. Часть первая. М.: РОССПЭН, 1994. 397 с.

47. Полевой Б. Н. В конце концов. Нюрнбергские дневники. М.: Книжный клуб 36.6, 2021. 301 с.

48. Полевой Б. Н. Повесть о настоящем человеке. М.: Прогресс, 1982. 452 с.

49. Полевой Б. Н. Самые памятные: История моих репортажей. М.: Молодая гвардия, 1980. 412 с.

50. Поляков М. Я. Вопросы поэтики и художественной семантики. М.: Советский писатель, 1978. 445 с.

51. Понкин И.В. Военная аналитика. Военное применение искусственного интеллекта и цифры. Консорциум «Аналитика. Право. Цифра». М.: Буки Веди, 2022. 106 с.
52. Рассел У. Х. Британская экспедиция в Крым. М.: Principium, 2014. 575 с.
53. Рунов В. А. Афганская война. Боевые операции. М.: Яуза, 2008. 428 с.
54. Русско-турецкая война 1877-1878 / В. И. Ачкасов, А. П. Барбасов, В. И. Виноградов и др.; под. ред. И. И. Ростунова. М.: Воениздат, 1977. 263 с.
55. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе. Ростов-на-Дону: MapT, 2004. 240 с.
56. Рюмшина Л. И. Игры и манипуляции в межличностном общении: играть или не играть? 2-е изд., доработ. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 74 с.
57. Симонов К. М. Разные дни войны: Дневник писателя. Таллинн: Ээсти раамат, 1988. Т. 2. 1942-1945 гг. 726 с.
58. Снегирев В. Н. Как карта ляжет: от полюса холода до горячих точек. М.: Аякс, 2017. 383 с.
59. Солганик Г. Я., Дроняева Т. С. Стилистика современного русского языка и культура речи. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 256 с.
60. Солганик Г. Я. Язык современной публицистики: сборник статей. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. 232 с.
61. Соловьев В. Становление независимой военной печати в России: опыт «Независимого военного обозрения» // Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы / Ред.-сост. М. Погорелый и И. Сафранчук. М.: Гендальф, 2002. 253 с.
62. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: «Истоки», 2012. 227 с.
63. Тарле Е. В. Крымская война. СПб.: Наука, 2011. 507 с.

64. Толстой А. Н. Хожение по мукам. Трилогия. М.: ЭКСМО, 1993. Т. 1. Кн. 1. Сестры. Кн. 2. Восемнадцатый год. 572 с.
65. Толстой Л. Н. Севастопольские рассказы. Севастополь в августе 1855 года. М.: Проспект, 2024. 111 с.
66. Трошина Н. Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации и реализации коммуникативной стратегии субъекта речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. АН СССР, ИНИОН. М.: Наука, 1990. 135 с.
67. Управление общественными отношениями: Учебник / Под ред. В. С. Комаровского. М.: Издательство РАГС, 2003. 399 с.
68. Фомичева И. Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007. 335 с.
69. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика: Учебник по политическому красноречию. М.: Никколо-Медиа, 2002. 313 с.
70. Хазагеров Г. Г. Риторический манифест. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. 45 с.
71. Хазагеров Г. Г. Четыре взгляда на троп: монография. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2024. 280 с.
72. Хёйзинга Й. Homo ludens: Статьи по истории культуры / Сост., пер. и авт. вступ. ст. Д. В. Сильвестров; Науч. Комментар. Д. Э. Харитоновича. М.: Прогресс-Традиция, 1997. 412 с.
73. Черчилль У. Вторая мировая война: В 3 кн. Кн. 3. Т. 5.: Кольцо смыкается; Т. 6: Триумф и трагедия. М.: Альпина нон-фикшн, 2022. 750 с.
74. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. 248 с.
75. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. 8-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2023. 256 с.
76. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 431 с.

77. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком. Психология манипулирования. М.: АСТ, 2001. 848 с.
78. Шошин В. А. Писатели-корреспонденты на фронтах Великой Отечественной войны. СПб.: Наука, 2006. 609 с.
79. Щербатых Ю. В. Искусство обмана: Популярная энциклопедия. 2-е изд., испр. и доп. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. 712 с.
80. Эренбург И. Г. Война: апрель 1942 – март 1943. М.: Военное издательство, 2002. 286 с.
81. Эренбург И. Г. Война. 1941-1945: полная хроника победы. М.: АСТ, 2019. 571 с.
82. Delporte Ch. Les Journalistes en France 1880-1950. Paris: Le Seuil, 1990. 456 p.
83. Ferguson N. The Pity of War. New York City: Basic Books, 2000. 608 p.
84. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. England: Harvard University Press, 1974. 586 p.
85. Horne J. edit. State, Society and Mobilization in Europe during the First World War. Edited by John Horne. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 292 p.
86. Hull I.V. Absolute Destruction. Military Culture and the Practices of War in Imperial Germany. Ithaca: Cornell University Press, 2006. 384 p.
87. Lasswell H. Power and society: a framework for political inquiry. New York: Routledge, 2014. 295 p.
88. Lakoff G. Metaphors We Live By. Chicago and London: University of Chicago Press, 1980. 242 p.
89. Masterman L. C.F.G. Masterman: a biography. London: Cass, 1968. 400 p.
90. Meredith R. Mr. Lincoln's Camera Man: Mathew B. Brady. 2nd revised edition. New York: Dover Publications, 1974. 368 p.

91. Ponsonby A. Falsehood in War-Time. Containing an assortment of lies circulated throughout the nations during the great war. London: George Allen & Unwin Ltd, 1940. 193 p.

92. Russell W. H. The British Expedition to The Crimea. New and revised edition with maps and plans. London: George Routledge and sons, 1877. 556 p.

93. Simons G. Syria: Propaganda as a Tool in the Arsenal of Information Warfare // The SAGE Handbook of Propaganda. Baines P., O'Shaughnessy N., Snow N. Publications Ltd, 2020. 896 p.

94. Tanchak P. N. The invisible front: Russia, trolls, and the information war against Ukraine // Bertelsen O. (Ed.), Revolution and war in contemporary Ukraine: The challenge of change. Germany: Ibidem Press, 2017. 253–281. 440 p.

Диссертации

95. Нефедова Л. А. Лексические средства манипулятивного воздействия в повседневном общении: На материале соврем. нем. яз.: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04. М., 1997. 230 с.

96. Рюмшина Л. И. Формы общения: ценностно-смысловой анализ: диссертация ... доктора психологических наук: 19.00.05. Ростов-на-Дону, 2005. 474 с.

97. Сухарева О. Э. Западная риторическая традиция и проблема убедительности монолога: на материале публичной речи: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19. Калуга, 2009. 202 с.

Научные статьи

98. Абилькенова В. А. Цифровая эпоха и новая ситуация выбора современного журналиста // Ведомости прикладной этики. 2020. № 56. С. 130. С. 118-131.

99. Агнистикова О. И. Усиление присутствия субъективного журналистского голоса в новостях как тренд цифровой среды // Вестник КГУ. 2022. №4. С. 86-92.

100. Александрова А. А. Человек как СМИ: вызовы времени // Динамика медиасистем. 2022. № 2. С. 99-100. С. 98-105.
101. Александрова И. Б., Славкин В. В. Диалогичность как категориальная характеристика речи современного общества // Медиаскоп. 2015. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2029> (дата обращения: 30.10.2024).
102. Александрова О. В., Мухортов Д. С. О некоторых разновидностях подтекста в современном политическом дискурсе // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2022. №4-3. С. 415-424.
103. Байкулова А. Н. Персуазивные прогнозы и сценарии в массмедийном политическом дискурсе (функции и средства выражения) // Медиалингвистика. 2017. № 1 (16). С. 31-39.
104. Балахонская Л. В., Быков И. А. Речевая агрессия в политических блогах радиостанции «Эхо Москвы» // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. №15 (3). С. 492-506.
105. Балынская Н. Р., Лободенко Л. К. Специфика выбора коммуникационной стратегии субъектами политической коммуникации как залог управляемости политического процесса // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 35. С. 10-26.
106. Баранова Е. А. Мультимедийные технологии в средствах массовой информации как новый инструмент ведения информационной войны // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. №5 (4). С. 618-628.
107. Баранова Е. А. Трансформация этических принципов журналистики в условиях медиаконвергенции // Меди@льманах. 2016. № 6 (77). С. 33-39.
108. Баранова Е. А., Андрианова Д. Д. Современный российский рынок деловой информации в условиях конкуренции ежедневных СМИ и Telegram-каналов // Litera. 2022. №8. С. 100-111.
109. Бобков М. Ю. Освещение Крымской войны в газете «The Times» (ноябрь-декабрь 1853 г.) // Вестник РГГУ. Серия «литературоведение. Языкознание. Культурология». 2023. № 10. С. 45-53.

110. Бородянская Е. А. Использование тропов для речевого воздействия в информационных программах современного телевидения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №4. С. 232-235.

111. Биндас Д. В. Феномен военных сообществ в современных медиа как новая философия ведения войны // Общество: философия, история, культура. 2022. №12 (104). С. 125-132.

112. Бугенова А., Шабанов Е. И. Роль СМИ в формировании общественного мнения на международной арене // Научные труды ЮКГУ им. М. Ауэзова. 2014. №4 (31). С. 111-115.

113. Быкова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации / Краснояр. гос. ун-т; под ред. А. П. Сковородникова. 1999. Выпуск 1(8). С. 99-103.

114. Быков И. А., Курушкин С. В. Военкоры как профессиональное сообщество журналистов: проблемы типологизации // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 18–19 ноября 2022 года. Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург: Медиапапир. 2022. С. 43-46.

115. Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8-14.

116. Вартанова Е. Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России // Меди@льманах. 2019. № 2. С. 8-18.

117. Вартанова Е. Л. К вопросу о субъективности конфликта в медиакommunikационной среде // Меди@льманах. 2021. № 3. С. 8-18.

118. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/o-современном-понимании-сми-и-журналистики> (дата обращения: 30.12.2024).

119. Вартанова Е. Л. Полисубъектность медиасреды и ее потенциальное влияние на социальный конфликт // Меди@льманах. 2022. № 3. С. 8-14.
120. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В. Медиа и социальные конфликты: теоретико-методологические вызовы междисциплинарного подхода // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2023. №82. С. 321-338.
121. Вартанова Е. Л., Дунас Д. В., Гладкова А. А. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3-32.
122. Вартанова Е. Л. Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 3-30.
123. Виноградова К. Е. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы // Гуманитарный вектор. 2023. Том 18. № 3. С. 124-125
124. Вититнев С. Ф., Шмелева А. В. Военная проза Василия Ивановича Немировича-Данченко // Язык и текст. 2022. Том 9. № 4. С. 37-43.
125. Выровцева Е. В., Симакова С. И., Топчий И. В. Эстетический контраст в новостном дискурсе: создание комического эффекта // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. № 1. С. 66-86.
126. Гавра Д. П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // ЖССА. 1998. №4. С. 53-77.
127. Галайда Е. Ю., Антонова В. В. Роль лексики в формировании стереотипов в текстах теленовостей на примере освещения украинского конфликта // Политическая лингвистика. 2022. №1 (91). С. 20-26.
128. Гарбузняк А. Ю. Новые медиа в контексте формирования повестки дня // Знание. Понимание. Умение. 2020. №3. С. 218-229.

129. Гомлешко Б. А. Прагматические функции иронии в тексте // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2008. №3. С. 11-13.
130. Горбань П. В. Анализ средств выразительности в авторских Telegram-каналах военных корреспондентов: эмоциональная подача и убеждающая сила // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 35-42.
131. Горбань П. В. Метафорический код языка военкоров в Telegram: расшифровка смысловых символов // Медиалингвистика. 2025. Том 12. № 1. С. 43-58.
132. Горбань П. В. Пропаганда сквозь призму времени и вооруженных конфликтов: эволюция и основные техники // Политическая лингвистика. 2024. №5 (107). С. 76-83.
133. Горбань П. В. Специфика передачи информационных поводов через различные каналы коммуникации // Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104). С. 54-65.
134. Горбань П. В. Теоретическое осмысление понятия «общественное мнение» // Меди@льманах. 2023. №6 (119). С. 23-31.
135. Горбань П. В. Языковые средства выразительности в авторских телеграм-каналах военных корреспондентов // Меди@льманах. 2024. №2 (121). С. 35-42.
136. Горностаева А. А. Границы дозволенного в политическом дискурсе: ироничность, черный юмор, деструктивность, сквернословие // Политическая лингвистика. 2018. №1 (67). С. 57-66.
137. Громова Л. П. Ценностные ресурсы русской журналистики: исторический опыт // Век информации. 2025. Т. 9, № 1 (30). С. 81-90.
138. Гужва Д. Г. Русская военная печать в годы Первой мировой войны // Военно-исторический журнал. 2007. № 12. С. 37-41.
139. Добросклонская Т. Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах // Вестник Московского

университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 2. С. 85-94.

140. Добросклонская Т. Г., Ломакин Б. Е. Медийная картина мира как объект научного описания // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2023. Том 12. № 5. С. 63-71.

141. Денисова Г. В. Интертекстуальная компетенция личности: вектор культурной эволюции // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. №9 (801). С. 184-193.

142. Денисова И. Н. Освещение вооруженного конфликта в Telegram (на примере телеграм-каналов военкоров) // Социально-гуманитарные знания. 2023. №12. С. 132-136.

143. Денисюк Е. В. Феномен манипуляции: речедетальностная интерпретация // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий: тезисы докладов и сообщений Всерос. науч.-метод. конф./ под ред. И. Т. Вепревой. Екатеринбург, 2000. С. 66-68.

144. Дугин Е. Я. Доверие – фундаментальное условие деятельности медиакоммуникации и журналистики // Современные СМИ и медиарынок. Вып. 3: сборник научных трудов в честь профессора Е. Е. Корниловой / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. СПб.: Издательство СПбГЭУ, 2024. С. 61-64. 147 с.

145. Дугин Е. Я. Методологические конструкты анализа медиа в условиях цифровых трансформаций // Гуманитарий Юга России. 2019. Том 8. № 6. С. 31-48.

146. Дунас Д. В. Медиапотребление как область междисциплинарного анализа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 115-135.

147. Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Варьирование публицистической картины мира в медиатекстах // Медиаскоп. 2012. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1131> (дата обращения: 25.12.2024).
148. Запрягаева М. Я., Шишлянникова А. М. Приемы вербального и невербального манипулятивного воздействия в телевизионной коммуникации (на материале ток-шоу «60 минут») // Медиалингвистика. 2021. Выпуск 8. Язык в координатах массмедиа. С. 262-266.
149. Зеленцов М. В. К вопросу определения гибридного новостного формата в цифровой среде // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Том 6. № 3. С. 5-22.
150. Знаменская Т. А. Использование метафоры как средства манипуляции общественным мнением в англоязычных публикациях об Украине // Ceteris Paribus. 2015. № 1. С. 67-69.
151. Зубко Д. В., Ключев Ю. В. Профессиональная коммуникация в эпоху цифровизации: компетенции, навыки, критерии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 4. С. 108. С. 106-112.
152. Иовва Н. И., Мокричук Г. А. Блогосфера в системе массовой коммуникации // МедиаВектор. 2022. №3. С. 37-42.
153. Клушина Н. И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме // Медиаскоп. 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1242> (дата обращения: 30.12.2024).
154. Кожемякин Е. А., Попов А. А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2012. № 6 (125). С. 148-155.
155. Козлов В. А. Международно-правовой статус журналиста в условиях вооруженного конфликта // Культура в фокусе научных парадигм. 2020. № 10-11. С. 311-316.

156. Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. №1. С. 51-74.

157. Котов Б. С. Начало Первой мировой войны и участие в ней России в осмыслении российской прессы // Перспективы. Электронный журнал. 2023. № 4 (35). С. 121-127.

158. Кочуков С. А. К вопросу формирования корпуса военных корреспондентов в Русско-турецкой войне 1877-1878 годов // Известия Саратовского университета. Сер. История. Международные отношения. 2011. № 2-2. С. 64-72.

159. Кулажко С. А. Специфика использования военных метафор в текстах СМИ // Меди@льманах. 2018. №6 (89). С. 118-125.

160. Лабуш Н. С. Индекс агрессивности как критерий информационной войны // Век информации. 2018. №2-1. С. 285-286.

161. Лабуш Н. С. Информационная война: от практики к теории и от теории к практике // В сборнике: Международная журналистика-2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2018. С. 163-172.

162. Левашов В. К., Гребняк О. В. Актуальные изменения социальных сетей и цифровой среды в период специальной военной операции на Украине // Социальные и гуманитарные знания. 2022. Т. 8 (2). С. 204-213.

163. Лободенко Л. К., Череднякова А. Б., Перевозова О. В., Харитонов О. Ю. Анализ коммуникативной эффективности Интернет-СМИ в цифровую эпоху (на примере аккаунтов в социальных сетях региональных телеканалов) // Наука и бизнес: пути развития. 2022. №4 (130). С. 225-231.

164. Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Кульчицкая Д. Ю. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Том 11. № 4. С. 680-694.

165. Лукьянова Г. В., Соловьев А. Ю. Особенности формирования повестки дня в мессенджере Telegram // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 90-97.
166. Малышева Е. Ю. Проблема сочетания логических и выразительных средств в судебной речи // Центральный научный вестник. 2019. Т. 4, №2 (67). С. 50-52.
167. Манахова А. В. Проблема допуска корреспондентов на Балканский театр русско-турецкой войны 1877-78 гг. // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 3. С. 31-46.
168. Марачева А. В., Морозан А. О. СМИ как средство формирования общественного мнения // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 43. С. 713-720.
169. Минаева О. Д. Модель печати России в феврале-октябре 1917 г.: к вопросу о методике анализа // Меди@льманах. 2018. № 1 (84). С. 112-123.
170. Надёхина Ю. П. События Первой мировой войны в освещении московских журналов // Вестник ГУУ. 2014. № 7. С. 285-288.
171. Назарова Т. П., Морозова Н. В. Цели и причины Первой мировой войны в дискурсе Российской центральной печати (1914 г.) // Манускрипт. 2019. № 7. С. 34-38.
172. Новикова С. А. Образ войны в военных корреспонденциях и публицистике Вас. И. Немировича-Данченко в период русско-турецкой (1877-1878) и русско-японской (1904-1905) войн: сюжеты и роль общественных стереотипов в его формировании // Вестник ПСТГУ. Серия 2: История. История РПЦ. 2014. № 56 (1). С. 84-96.
173. Новикова С. А. Правовое положение русских военных корреспондентов во второй половине XIX – начале XX в. // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2013. № 2. С. 33-44.
174. Панферова В. В. Медиа свобода: границы права и морали // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. №5 (2). С. 200-209.

175. Петрова М. С. Агрессивный журнализм как элемент информационных войн // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2015. №4. С. 255-263.
176. Печетова Н. Ю. Формирование общественного мнения в средствах массовой информации: роль оценочных механизмов // Язык и социальная динамика. 2011. № 11-1. С. 180-183.
177. Попова О. В. Особенности коммуникации политизированных сообществ в русскоязычных Телеграм-каналах // ПОЛИТЭКС. 2023. Том 19, №2. С. 215-229.
178. Сапунова О. В., Денисова Г. В., Гладкова А. А. Кросскультурные особенности реализации конфликта визуального и вербального компонента в условиях цифровизации // Terra Linguistica. 2024. №2 (15). С. 123-134.
179. Свитич Л. Г., Чеботарев О. Ю. Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 158-175.
180. Секретарёва Е. В. Суггестивное воздействие в текстах массовой коммуникации // Юрислингвистика-8: Русский язык и современное российское право. Кемерово; Барнаул, 2007. С. 267-276.
181. Сидоров В. А. Журналистика как ценность в «цифровой» среде // Вопросы журналистики. 2019. № 5. С. 5-16.
182. Синельникова Л. Н. «Гугл языка»: о процессуальности бытия вербальной сферы // Научные записки ЛГПУ. Структура и содержание связей с общественностью в современном мире. Серия Филологические науки. Луганск, 2002. С. 186-195.
183. Смирнова Е. А. История кодексов профессиональной этики в отечественной журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2014. № 6. С. 150-164.
184. Смирнов Ю. Н. Особенности цензурной политики во время Крымской войны 1853-1856 гг. // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2022. Т. 28, №4. С. 33-37.

185. Солганик Г. Я. Язык СМИ на современном этапе // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 21-24.
186. Солганик Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития // Мир русского слова. 2008. № 2. С. 9-18.
187. Сорокин И. О. Информационные войны как феномен постиндустриального (информационного) общества: основные парадигмы // Журнал Политических исследований. 2025. Том 9. № 1. С. 25-40.
188. Спиридовский О. В. Категория выразительности в президентской коммуникации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. №2. С. 168-173.
189. Суходолов А. П., Бычкова А. М., Ованесян С. С. Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Том 8. № 4. С. 647-667.
190. Тимофеев В. И. Цензура военной печати в период войны в Афганистане // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 173-194.
191. Тимофеев А. А. Журналистика в цифровой век: от утрат к новым приобретениям // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 5. С. 137-143.
192. Трофимов Р. В. Фейк как некритическое восприятие информации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. № 10 (878). С. 113-118.
193. Труфанова А. С. «Новая риторика» Х. Перельмана с точки зрения системной модели аргументации // РАЦИО.ru. 2009. №2. С. 283-293.
194. Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. 1991. № 6. С. 46-50.
195. Фролова И. В. О выражении субъективности в аналитических статьях качественной британской и российской прессы // Политическая лингвистика. 2015. №1 (51). С. 138-144.

196. Челак Е. А., Шарыпова А. В. Портрет языковой личности военного корреспондента // Russian Linguistic Bulletin. 2023. №8 (44). С. 1-6.
197. Чудинов А. П. Российская политическая метафора в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 86-92.
198. Швец Е. А. Специфика работы корреспондента в период военных действий: сбор, обработка и распространение информации // Вестник СНО ДОННУ. 2022. Т. 2, № 14-2. С. 182-187.
199. Шуйская Ю. В. Лингвистические особенности дискурса Телеграм-каналов как нового типа медиа // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. 2023. №3. С. 45-57.
200. Эренбург И. Г. Убей! Статья. 24 июля 1942 г. // Красная звезда. 1942. 24 июля. № 173 (5236). С. 4. URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/320629-erenburg-i-g-ubey-statya-24-iyulya-1942-g#mode/inspect/page/1/zoom/4> (дата обращения: 14.01.2023).

Научные статьи на иностранных языках

201. Dauce F. Military Journalists and War Correspondents From The USSR To Russia: Subjectivity Under Fire // The Journal of Power Institutions in Post-Soviet Societies, Online Science. 2014. Vol. 16.
202. DÜR A. How interest groups influence public opinion: Arguments matter more than the sources // European Journal of Political Research. 2019. Vol. 58. P. 514-535.
203. Freelon D., Wells Ch. Disinformation as Political Communication // Political Communication. 2020. Vol. 37. №2. P. 145-156.
204. Golovchenko Y. and others. State, media and civil society in the information warfare over Ukraine: citizen curators of digital disinformation // International Affairs. 2018. Vol. 94. №5. P. 975–994.
205. Götter Ch. The First World War as a media event. European History Online (EGO) // Leibniz Institute of European History (IEG). 2021. URL: <http://www.ieg-ego.eu/goetterc-2020-en> (дата обращения: 23.04.2023).

206. Gunter B. The Public and Media Coverage of the War on Iraq // Globalizations, Ethics and the “War on Terror”. 2009. Vol. 6. P. 41-60.
207. Heidi T. Wolff Telegraph Bureau // International Encyclopedia of the First World War. Freie Universitat Berlin. 2015. URL: http://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/wolff_telegraph_bureau (дата обращения: 29.02.2016).
208. Hussain S., Shahzad F., Saud A. Analyzing the State of Digital Information Warfare Between India and Pakistan on Twittersphere // SAGE Open. 2021. Vol. 11. №3.
209. Keil A. Media Discourse after the War // 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, ed. by Ute D., Gatrell P., Janz O., Jones H., Keene J., Kramer A., Nasson B. Freie Universität Berlin. 2017.
210. Klein J., Amis J. M. The Dynamics of Framing: Image, Emotion, and the European Migration Crisis // Academy of Management Journal. 2021. Vol. 64. №5. P. 1324-1354.
211. Luckhurst T. War Correspondents // 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, ed. by Ute D., Gatrell P., Janz O., Jones H., Keene J., Kramer A., Nasson B. Freie Universität Berlin. 2016.
212. Makhortykh M., Bastian M. Personalizing the war: Perspectives for the adoption of news recommendation algorithms in the media coverage of the conflict in Eastern Ukraine // Media, War & Conflict. 2022. Vol. 15. №1. P. 25-45.
213. Marquis A.G. Words as Weapons. Propaganda in Britain and Germany during the First World War // Journal of Contemporary History. 1978. Vol. 13. №3. P. 467-498.
214. Neander J., Randal M. Media and propaganda: The Northcliffe Press and the Corpse Factory story of World War I // Global Media Journal. Canadian Edition. 2010. Vol. 3. №2. P. 67-82.
215. Parrott S., Albright D. L., Laha-Walsh K., Eckhart N. R., Allen H. G. When we Post About #Veterans: The Role of News Media in Guiding Social Media Dialogue about Military Veterans // Journal of Veterans Studies. 2022. Vol. 8. №1. P. 222-230.

216. Shehata W. M., Abdeldaim D. E. Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic, Egypt // Environmental Science and Pollution Research. 2022. Vol. 29. P. 23374-23382.

217. Thornton R. The Changing Nature of Modern Warfare // The RUSI Journal. 2015. Vol. 160. №4. P. 40-48.

Словари и справочные издания

218. Арапова Г. Ю., Кузеванова С. И., Ледовских М. А., Пантелеев Б. Н. Освещение журналистами экстремальных ситуаций. Воронеж: Элист, 2012. 160 с.

219. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. М.: Либроком: URSS, 2009. 569 с.

220. Военная энциклопедия: в 8 т. / Пред. глав. ред. комиссии И. Д. Сергеев. Т. 4: Квашнин-Марицкая битва 1371. М.: Воениздат, 1994. 583 с.

221. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд-е 5, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с.

222. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Российская акад. наук, Ин-т русского языка имени В. В. Виноградова; под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М.: ФЛИНТА: Наука, 2003. 840 с.

223. Политология. Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост. Ю. И. Аверьянов. М.: Издательство Московского коммерч. университета, 1993. 431 с.

224. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. 694 с.

225. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь. 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2011. 431 с.

226. Экология русского языка. Словарь лингвоэкологических терминов / автор-составитель А. П. Сковородников. М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. 380 с.

227. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык: в 2 т. / А. Н. Тихонов, Р. И. Хашимов, Г. С. Журавлева и др.; под общ. ред. А. Н. Тихонова, Р. И. Хашимова. – Т. 1. – 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2014. 840 с.

228. Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. авт. Образовательное учреждение высш. проф. Образования «Сибирский федеральный ун-т» / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2012. 881 с.

Официальные документы

229. Глобальная хартия этики журналистов. 12 июня 2019 года. URL: <https://ruj.ru/site/public/files/29/28448-dd45d2d6380d8b12f681181a8f1d3e93.pdf> (дата обращения: 12.03.2023).

230. Женевская конвенция от 12 августа 1949 года «Об обращении с военнопленными». ООН. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/geneva_prisoners_1.shtml (дата обращения: 24.02.2023).

231. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.11.2024) «О средствах массовой информации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 12.12.2024).

232. Закон РФ «О государственной тайне» от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.08.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2481/ (дата обращения: 19.08.2024).

233. Из положения «О работе военных корреспондентов на фронте» Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) и Главного политического управления Красной армии. 9 августа 1941 г. // О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: Сб. документов и материалов. М., 1972. С. 214-216. URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/320333-iz-polozheniya-locale-nil-o-rabote-voennyh-korrespondentov-na-fronte-locale-nilupra>

vleniya-propagandy-i-agitatsii-tsk-vkp-b-i-glavnogo-politicheskogo-upravleniya-krasnoy-armii-9-avgusta-1941-g (дата обращения 14.03.2024).

234. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 03.02.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 01.04.2025).

235. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista> (дата обращения: 14.06.2023).

236. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 12.03.2023).

237. Памятка военному корреспонденту. Союз журналистов России. 11.09.2020. URL: <https://ruj.ru/events/announcements/pamyatka-voennomu-korrespondentu-13225> (дата обращения: 12.03.2023).

238. Приказ МВД России от 27 июня 2015 г. № 725 «Об утверждении Правил аккредитации журналистов средств массовой информации при Министерстве внутренних дел Российской Федерации, его территориальных органах» (с изменениями и дополнениями). URL: <https://base.garant.ru/71200304/> (дата обращения: 19.08.2024).

239. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 28.02.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 02.03.2025).

240. Указ об утверждении временного Положения о военной цензуре. 1914 г. URL: <http://museumreforms.ru/node/13702> (дата обращения 20.02.2023).

241. Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/ (дата обращения: 19.08.2024).

242. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 23.11.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 10.02.2025).

243. Федеральный закон «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» от 14.07.2022 № 255-ФЗ (ред. от 28.12.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421788/ (дата обращения: 01.03.2025).

244. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 № 114-ФЗ (последняя редакция). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37867/ (дата обращения: 12.03.2025).

Аналитические отчеты, обзоры, отраслевые доклады

245. Аудитория Telegram. Отчет по данным Mediascope. Апрель 2023. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/9fb/3nfdyfloew36u7oqs3fip8loz14yad4g/Telegram_Otchet_Mediascope.pdf (дата обращения: 12.01.2023).

246. Исследование аудитории Telegram за 2023 год. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/research-2023> (дата обращения: 12.01.2024).

247. Borden C. A. What is IW? Air University. 1999. URL: <https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/ASPJ/journals/Chronicles/borden.pdf> (дата обращения: 16.06.2023).

248. Rona T. Weapon Systems and Information War. Office of the Secretary of Defense. Washington DC, USA. 1976. URL: https://www.esd.whs.mil/Portals/54/Documents/FOID/Reading%20Room/Science_and_Technology/09-F-0070-Weapon-Systems-and-Information-War.pdf (дата обращения: 16.06.2023).

Интернет-источники

249. Анализ сайта ria.ru за декабрь 2023 года. SimilarWeb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/ria.ru/#overview> (дата обращения: 12.01.2023).
250. РИА Новости. Архив новостей. URL: <https://ria.ru/search/?query=> (дата обращения: 23.10.2023).
251. Снегирев Владимир Николаевич. По-разному ребята попадали в афганский плен (2 часть). Проект «Афган, без вести пропавшие». URL: <https://rutube.ru/video/b177e244af09252f54f0120c6cc73044/> (дата обращения: 12.05.2024).
252. Статистика Яндекса в 2024 году. Инклиент. URL: <https://inclient.ru/yandex-stats/#2024> (дата обращения: 19.12.2023).
253. Три лица военной журналистики. Интервью. Журнал «Журналист». URL: <https://jrnlst.ru/2024/04/09/148001/> (дата обращения 24.02.2025).
254. Яндекс Подбор слов. URL: <https://wordstat.yandex.ru> (дата обращения: 23.10.2023).
255. Minitcheva S. Then and Now: War Reporting. National Coalition Against Censorship. 2014. URL: <https://ncac.org/news/blog/then-and-now-war-reporting> (дата обращения: 12.01.2024).
256. Morales S. Information warfare: feed information with disinformation. Global Strategy. 2019. URL: <https://global-strategy.org/information-warfare-feed-information-with-disinformation/> (дата обращения: 16.06.2023).
257. Perez Ch., Nair A. Information Warfare in Russia's War in Ukraine. The Role of Social Media and Artificial Intelligence in Shaping Global Narratives. Foreign Policy. 2023. URL: <https://foreignpolicy.com/2022/08/22/information-warfare-in-russias-war-in-ukraine/> (дата обращения: 18.06.2023).
258. Reporters without borders. Journalism in Syria, impossible job? 2013. URL: <https://rsf.org/en/journalism-syria-impossible-job/> (дата обращения: 19.12.2023).

259. TGStat. Аналитика публикаций в Telegram. URL: <https://tgstat.ru/search> (дата обращения: 23.10.2023).

260. War through the media and the role of journalism. Pressenza International Press Agency. Pressenza Athens, October 16, 2022. URL: <https://www.pressenza.com/2022/10/war-through-the-media-and-the-role-of-journalism/> (дата обращения: 23.04.2023).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Показатели совпадения ключевых слов в материалах в различных источниках – поисковая сеть Яндекс (число поисковых запросов); официальный сайт РИА Новости ria.ru (число новостей); мессенджер Telegram (число публикаций); русскоязычный сегмент мессенджера Telegram (число публикаций) – за период с января 2022 года по февраль 2023 года.

Период	Ключевое слово	Яндекс	РИА Новости	TG	TG (RU)
01.01.22 - 31.01.22	Указ о признании ЛНР и ДНР	83	54	4 429	2 324
01.02.22 - 28.02.22		38 183	1 683	57 785	34 221
01.03.22 - 31.03.22		3 841	1 411	8 266	4 484
01.01.22 - 31.01.22	Россия Украина	1 106 521	3 472	113 460	62 986
01.02.22 - 28.02.22		12 092 202	8 888	369 861	191 723
01.03.22 - 31.03.22		13 537 944	12 724	706 947	372 609
01.01.22 - 31.01.22	ВСУ	71 027	223	10 128	4 240
01.02.22 - 28.02.22		819 665	1 122	114 718	45 249
01.03.22 - 31.03.22		1 632 315	1 453	306 827	141 927
01.01.22 - 31.01.22	спецоперация	29 577	81	7 180	2 876
01.02.22 - 28.02.22		703 543	518	38 067	21 430
01.03.22 - 31.03.22		4 223 560	3 107	250 349	146 426

Период	Ключевое слово	Яндекс	РИА Новости	TG	TG (RU)
01.02.22 - 28.02.22	Закон о фейках	0	29	284	132
01.03.22 - 31.03.22		87 383	97	14 802	9 059
01.04.22 - 30.04.22		12 215	26	2 074	1 232
01.02.22 - 28.02.22	Пытки солдат РФ	664	5	53	30
01.03.22 - 31.03.22		10 328	15	1 711	962
01.04.22 - 30.04.22		2 014	15	644	312
01.05.22 - 31.05.22	Остров Змеиный	732 791	77	25 799	13 518
01.06.22 - 30.06.22		378 773	56	17 439	7 882
01.07.22 - 31.07.22		287 194	21	12 991	6 134
01.05.22 - 31.05.22	Лисичанск	348 214	144	25 631	12 006
01.06.22 - 30.06.22		598 244	391	65 430	33 765
01.07.22 - 31.07.22		497 151	381	62 088	32 616
01.03.22 - 31.03.22	Буча	244 634	16	15 866	4 422
01.04.22 - 30.04.22		1 454 858	504	129 917	122 250
01.05.22 - 31.05.22		450	64	16 915	7 118

Период	Ключевое слово	Яндекс	РИА Новости	TG	TG (RU)
01.08.22 - 31.08.22	Мобилизация	373 801	60	18 087	8 981
01.09.22 - 30.09.22		49 932 853	1 303	479 031	283 010
01.10.22 - 31.10.22		27 601 502	1 428	381 029	251 581
01.08.22 - 31.08.22	Референдум	238 701	199	27 045	20 932
01.09.22 - 30.09.22		5 398 922	1 853	278 994	145 421
01.10.22 - 31.10.22		908 109	580	42 366	24 162
01.10.22 - 31.10.22	Херсон	3 041 962	597	127 424	61 283
01.11.22 - 30.11.22		6 060 560	504	222 105	106 088
01.12.22 - 31.12.22		712 598	152	54 549	23 624
01.12.22 - 31.12.22	Макеевка	194 204	169	20 637	10 074
01.01.23 - 31.01.23		2 642 209	211	58 628	30 030
01.02.23 - 28.02.23		172 966	130	19 939	9 297

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Показатели совпадения ключевых слов в материалах в различных источниках – поисковая сеть Яндекс; официальный сайт РИА Новости ria.ru (архив новостей) по тематике военных действий за период с января по март 2022 года.

Период	Ключевое слово	Абсолют. число запросов в Яндекс	ria.ru (РИА Новости) (число материалов)	Период	Ключевое слово	Абсолют. число запросов в Яндекс	ria.ru (РИА Новости) (число материалов)
01.01.2022 - 31.01.2022	Россия на Украине	1 106 526	3 472	01.01.2022 - 31.01.2022	Что произошло на Украине	47 033	127
01.02.2022 - 28.02.2022		12 092 156	8 888	01.02.2022 - 28.02.2022		1 079 669	225
01.03.2022 - 31.03.2022		13 537 928	12 724	01.03.2022 - 31.03.2022		630 492	242
01.01.2022 - 31.01.2022	Украина	8 602 209	4 385	01.01.2022 - 31.01.2022	Донбасс	505 338	1 138
01.02.2022 - 28.02.2022		64 779 880	10 319	01.02.2022 - 28.02.2022		7 451 992	6 407
01.03.2022 - 31.03.2022		109 090 162	13 924	01.03.2022 - 31.03.2022		6 453 824	6 341
01.01.2022 - 31.01.2022	ЛНР	314 662	810	01.01.2022 - 31.01.2022	ДНР	528 861	807
01.02.2022 - 28.02.2022		7 577 619	5 322	01.02.2022 - 28.02.2022		9 448 533	5 487
01.03.2022 - 31.03.2022		2 795 024	6 623	01.03.2022 - 31.03.2022		4 193 082	7 291
01.01.2022 - 31.01.2022	Военные действия на Украине	0	1 024	01.01.2022 - 31.01.2022	Военные действия	126 461	1 449
01.02.2022 - 28.02.2022		498 914	3 435	01.02.2022 - 28.02.2022		924 654	3 647
01.03.2022 - 31.03.2022		1 788 470	2 458	01.03.2022 - 31.03.2022		2 583 853	2 583

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Интервью с Александром Коцем, военным корреспондентом Медиагруппы «Комсомольская правда»

Как давно Вы ведете Telegram-канал? Что побудило начать?

Года, наверное, с 2017. Twitter²³⁸ тогда уже умирал, но в какой-то момент был основной соцсетью, в которой у меня прирастала аудитория. Это 2014 год, когда только начались события на Украине. 2 мая была первая попытка штурма Славянска. Проснулся, у меня было 2 тысячи подписчиков, вечером лег спать – 22 тысячи подписчиков. Все следили по Twitter²³⁹ за развитием событий, и я ему и Facebook²⁴⁰ (*прим. – проект запрещен на территории Российской Федерации*) уделял больше внимания. Про ВКонтакте вообще не думал. И тут сказали, что Telegram – модная штука, надо вести. Надо так надо. И просто начал. Это были в основном, мне кажется, ссылки на публикации в Комсомолке. Не размышления, не аналитика, а что-то прикладное, что помогает привести аудиторию на сайт Комсомолки. Изначально это было так.

Сейчас так и остается? Что, по сути, Telegram – это «прокладка».

Сейчас это даже несколько конфликт интересов. Мне периодически руководство говорит: «Почему ты написал в Telegram, а не предложил нам? Ты работаешь вообще-то в Комсомольской правде. Давай предлагай нам. Мы не можем взять у тебя из Telegram-канала и поставить себе, потому что тогда мы не попадаем в выдачу Яндекса, потому что он считает, что стырено. А как

²³⁸ Проект заблокирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) на территории Российской Федерации на основании требования Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 24 февраля 2022 года 27-31-2020/Ид2145-22. Статья основания внесения в реестр – 15.3.

²³⁹ Проект заблокирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) на территории Российской Федерации на основании требования Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 24 февраля 2022 года 27-31-2020/Ид2145-22. Статья основания внесения в реестр – 15.3.

²⁴⁰ Проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в Российской Федерации была признана экстремистской и запрещена в 2022 году.

это стырено, если ты работаешь здесь?». Такой конфликт интересов есть периодически. Сейчас Telegram работает и как выразитель мыслей, и как аналитика, и как обратная связь с аудиторией, потому что это очень мощный инструмент по обратной связи. Условно говоря, 70% моих выездов на фронт – по знакомым из Telegram. Из этой обратной связи в том числе получаются и посты, и публикации в Комсомолке. Например, попытка в 2020, по-моему, году в Белоруссии переворота. У меня в Telegram-канале была заочная полемика между оппозицией и проправительственными активистами – публиковал мнения обеих сторон. Ты вроде как изображаешь, что над схваткой, хотя понятно, что над схваткой всё равно не можешь быть. Не верю в такое понятие как «объективность» в современной журналистике. Тем не менее, давал и той стороне, и той стороне высказаться. Из этого в том числе получаются публикации для федеральной Комсомолки.

Какие преимущества предоставляет Telegram как площадка в сравнении с инструментами печатных СМИ?

Ничто не сравнится с Telegram по оперативности появления новостей. Не знаю точных цифр, но очень большой процент того, что появляется в Telegram, всё равно идет из средств массовой информации. Фишка Telegram в том, что всё собрано в одном месте. Ты сам выбираешь каналы, на которые подписан, сам выбираешь тематику и качество информации, которая тебе поступает. Соответственно, не сидишь, переходя с одного сайта на другой, у тебя всё под рукой. Отличается от чего? Основная площадка для меня – это Telegram. Из него уже расходится по другим моим социальным сетям.

Придерживаетесь ли Вы в Telegram редакционной политики Комсомолки? Telegram – это продолжение Вашей редакционной деятельности или больше про Александра Коца как человека?

Нет, это больше про Александра Коца. Безусловно, придерживаюсь редакционной политики, потому что осознаю, что являюсь в том числе лицом своей Медиагруппы. Один из, но тем не менее. Меня не воспринимают как «Саша Коц» отдельно, а «Саша Коц, репортер «Комсомольской правды».

Если где-то меня представляют «военкор Александр Коц», обязательно говорю, что я не сам по себе военкор, а военкор Медиагруппы «Комсомольская правда». Поэтому, безусловно, придерживаюсь редакционной политики, но в Telegram могу себе позволить больше, нежели в газете.

«Больше» – это про что?

Эмоционально больше. По фактуре всё равно на первом месте стоит Комсомолка. Реагировать на некие события больше могу позволить себе в Telegram. Например, когда шел штурм Артемовска и была ситуация «Дай снаряды Вагнерам», поддержал эту кампанию в Telegram. В газете, безусловно, этого делать не буду.

Считаете ли Вы, что у Вас есть уникальный авторский узнаваемый стиль повествования?

Не знаю, насколько уникальный, но узнаваемый авторский стиль — да, есть. Даже иногда думаю, может нужно что-то изменить, вдруг повторяюсь, вдруг исписался. Меня иногда волнует, что стиль узнаваемый.

Насколько сильное влияние от того, что Вы — репортажник?

Мне как-то бывший шеф-редактор Комсомольской правды Алексей Эдуардович Ганелин сказал: «Саня, твоя беда в том, что ты — репортажник». Ему казалось, что я мало анализирую. «Надо взрослеть, надо больше анализировать», — говорил он мне, — «а ты — репортажник». Вот я в душе репортажник.

Кто является представителями Вашей аудитории в Telegram?

Среднего портрета нет. Есть статистика в Telegram, по которой мужчин у меня больше, чем женщин, а подавляющее большинство — граждане России. По социальному срезу это вообще абсолютно разные люди. Был удивлен, когда узнал, что на меня подписан один миллиардер из крупного холдинга, который периодически по моим публикациям помогал героям материалов (исключительно гражданским). Он об этом не просил писать,

случайно узнал от его помощницы. В основном моя аудитория – это средний класс и чуть ниже.

Существует ли стратегия ведения Telegram-канала?

Нет. В один день может быть 10 постов, на другой – 2. Основная тематика сейчас – это, конечно, Украина. Но всё зависит исключительно от новостной повестки.

Есть ли конкретные смыслы, которые пытаетесь донести до своей аудитории?

Нет. Не претендую на Владлена Татарского, на Дашу Дугину. Это не про меня.

Получается, что ценности, которые можно найти в Ваших текстах, — это Ваши базовые ценности, а не что-то специально создаваемое, верно?

Да. Базовые ценности общечеловеческие и базовые журналистские принципы, которые в меня заложил отец. Общечеловеческие еще и мать, а журналиста из меня сделал отец.

В Комсомолке Вы настолько же человечный, как в Telegram-канале?

Такой же.

При написании постов, задумываетесь ли Вы о том, чтобы они были не только информативными, но и эмоционально цепляли читателя? Если да, то как Вы этого добиваетесь?

Безусловно. В первую очередь, я – журналист старой формации. Учитель – мой отец, тоже журналист. Многие мои посты – выжимки из моих репортажей, написанных по классическим правилам репортажа. Во-первых, он пишется всегда в настоящем времени, чтобы у читателя возникало ощущение присутствия. Это детали, которыми окружаешь свой репортаж, опять же, чтобы у аудитории создавалось ощущение, что они внутри этого всего. Не просто прочитали сухую сводку, а туда окунулись. Это, безусловно,

эмоции. Можно написать «боевик ВСУ» или «киевский националист прострелил колени русскому солдату». Это не будет эмоционально.

Нет, конечно, я буду это эмоционально выпячивать. Безусловно. Причем если, допустим, лет 10 назад я считал, что надо больше своих эмоций, то сейчас уже меньше даю своих эмоций и больше – героев. Чтобы донести ужас войны, нужны человеческие эмоции, чтобы создать у читателя ощущение сопереживания, близости, сочувствие. Это не какой-то посыл, который хочу донести, это мой профессиональный вызов – донести как можно доступнее. При том, что я отдаю себе отчет, что такое война. Человеку, который там не побывал, всё равно не объяснишь никакими словами, но приблизить к этому можно. При этом не люблю мрачность в репортажах. Есть журналисты, которые любят рассказать, как им было опасно. Я против жанра «журналист попал под обстрел». Не понимаю людей, которые такое публикуют. Ты приехал, попал под обстрел, уехал, а люди остались жить под обстрелами. Мне стыдно было бы такое написать. Вывожу и на некую иронию, и на самоиронию, показывая на примере себя. Да, ты подвергся опасности, а люди в этой опасности живут постоянно. Без иронии никуда. В плане письма ориентир — мой любимый писатель-маринист Виктор Викторович Конецкий, с которым мне повезло быть знакомым еще при его жизни. Фирменная ирония и самоирония Виктора Викторовича мне всегда помогают, брал за некий литературный образец.

В какие моменты используете обсценную или сниженную лексику?

Не использую. Мне кажется, это от нехватки литературного языка, нехватки метафор, сравнений и прочего. Если меня лично задело, то да, могу в сердцах. В целом, я не фанат такого.

Осознанно ли использование негативно окрашенной лексики?

Нет.

Выбираете ли конкретные слова и выражения, когда пишете про трагичные или жуткие истории?

Как правило, ничего не переписываю и специально не подбираю. Сразу всё выверяю. Может быть, в самом начале карьеры что-то переписывал.

Есть ли моменты, когда осознанно упрощаете язык повествования?

Есть. В зависимости от ситуации. Бывает с военным поговоришь, а он тебя накроет лавиной военных канцеляризов, и ты понимаешь, что читатели дальше второй строчки не продерутся. Приходится упрощать.

В Ваших публикациях прослеживается дихотомия «свой-чужой» по нескольким категориям: 1) Украина – братская и «чужая»; 2) Россия – патриоты и «заблудившиеся»; 3) Россия и Запад. Осознанно ли выстраивается такая оппозиция? Какие цели преследуются?

Абсолютно осознанно. Может до 2022 года так было принято делить, а в 2022 году мир стал абсолютно черно-белым: либо ты со своей армией, либо нет. Кто не с нашей армией внутри страны, тот против. Тот — мой враг. То же самое с Западом. Нет сейчас Запада, который настроен комплиментарно к России, за исключением отдельных стран, которые ни на что не влияют. Поэтому тут тоже всё однозначно.

Пытаетесь ли Вы при помощи своих публикаций культивировать патриотизм среди населения?

Если я пишу про героя 51 полка Эммануила Давыдова, который две недели сдерживал наступление в Курской области и пожег полтора десятка единиц техники, пытаюсь ли вызвать патриотизм? Наверное, пытаюсь. Разговаривал с этим человеком и ком в горле от того, что я с ним рядом сижу. Совершенно книжный герой. На таких героях из советской прозы в детстве воспитывался — на Симонове, на Озерове, на Гроссмане, на Оренбурге, на Катаеве. И тут перед тобой совершенно те же самые ожившие типажи. Конечно, меня распирает от гордости, и этой гордостью хочу поделиться. Соответственно, культивирую ли я этим патриотизм? Наверное, культивирую. А так, чтобы просто тупо призывать к патриотизму — нет.

Через героев, через поступки... Герои не обязательно, кстати, военные. Такие же эмоции у меня вызывают врачи, которые едут туда в отпуск оперировать. Валерий Афанасьевич Митиш, врач, который мне в 2008 году руку спасал, сейчас неделю в Москве, неделю на фронте. Он работает по Курской области, и неделя там у него – это работа практически без сна: с утра до вечера со скальпелем. Или волонтеры гуманитарщики. Юра Мезинов, который вывозит людей из еще воюющих городов. Еще бои идут, а он едет туда на своей бронированной машине и вывозит гражданских. Попадает под обстрелы, под дроны, но вывозит. Через такие истории, безусловно, можно культивировать патриотизм.

С чем связано выражение личной позиции? Есть ли преследование дополнительных скрытых целей за счет выражения эмоций? Негодование, возмущение, либо, наоборот, радость.

Во-первых, негодование и возмущение не всегда видимые для читателя. Например, считаю одной из своих самых эмоциональных колонок за почти три года войны — когда мы уходим из-под Киева. В тексте не было ярких взрывных эмоциональных фраз, мата и прочего. Но для меня эмоционально это была, наверное, самая тяжелая колонка. Даже уход из Херсона давался проще. Нет, я не преследую специальных целей и не пытаюсь вложить больше эмоциональности, чем есть. Это идет само по себе, интуитивно.

В своем исследовании пришла к гипотезе, что средства выразительности используются Вами для достижения трех основных целей по отношению к аудитории: убеждение, информирование и мотивирование. Согласны ли Вы с подобным разделением? Закладывали ли такие смыслы? Если нет, то какие основные цели преследуете во взаимодействии с аудиторией в Telegram?

Не задумывался. В основном всё, что делаю, — это информирование. Есть разные виды подачи. Есть просто сухие новости, которые вроде бы

важны, но меня они не сильно трогают. А есть вещи, которые мне не безразличны и это уже подается и с большей эмоциональностью, и с большей иронией, и с большей репортажностью. Сухие новости тоже есть. Мимо них не пройти. Мне кажется, в первый год [проведения СВО] было больше информирования. В какой-то момент понял, что мы проиграли войну информационным каналам, появившимся инфоцыганам. Ты никогда не опередишь их, если будешь публиковать каждую новость тут же, как она и произошла. Всё равно проиграешь. Надо брать чем-то другим. Поэтому я беру аналитикой, иронией и эмоциями. Еще есть постоянные вещи, к которым читатель привык. Он привык, что в 10-11 утра почитает ИноСМИ. Он привык, что вечером будет сводка. Он привык, что перед сном можно потыкать кнопки опроса.

Дают ли эмоциональные тексты больше отклика от аудитории?

Больше отклика у аудитории на негатив. Когда что-то плохо, когда кого-то загнали на штурм, где-то кому-то запретили на машинах ездить, еще что-то — вот это, конечно, отклик. Я не сторонник поднятия аудитории за счет исключительно негатива. Но и как лицо Комсомольской правды не могу источать одну желчь. Поэтому да, мне остаются только такие эмоциональные вещи.

Есть ли примеры публикаций с февраля 2022 по январь 2023, которые вызвали особенно сильный отклик у аудитории?

Безусловно, репортаж с Гостомеля, аэродрома под Киевом. Про первых мобилизованных большой отклик был. Сделал репортаж с мобилизованными, которые уже были в зоне СВО, на передовой, о том, как они постепенно возмужали и превратились в настоящих воинов. Надо посмотреть список, я так не вспомню сейчас. Уход из Херсона был эмоциональный.

Какие это эмоции в основном были?

В основном — негатив.

Считаете ли Вы, что в первый год проведения спецоперации Ваши тексты в Telegram были более эмоциональными?

В зависимости от событий. Были тексты более эмоциональные, может быть, и лексика другая немножко была. Наверное, в первый год в принципе более эмоционально было. Ну как бы и событие такое. Потом уже и взгляд замыливается, и к чему-то привыкаешь. Конечно, если ты в первый раз попадаешь под кассетный боеприпас, у тебя вызывает это эмоции. Когда они пролетают на протяжении полутора месяцев по два раза в день, то уже перестаешь внимание обращать. Вещи, которые случались впервые, вызывали эмоции больше, нежели сейчас. Но и сейчас хватает новых ощущений.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Интервью с Евгением Поддубным, военным корреспондентом ВГТРК

Как давно ведете Telegram-канал? Что побудило начать?

Начал после того, как Telegram стал средством распространения информации. Так называемые новые медиа – лишь средство доставки информации до конечного потребителя, вот и всё. Завтра появится что-нибудь еще и это станет эффективным средством доставки информации, мы мигрируем туда. Платформа не важна. Важно, насколько в нынешний момент времени тот или иной способ доставки информации эффективен – вот и всё.

Придерживаетесь ли в Telegram редакционной политики?

Да, конечно.

Возникает ли конфликт интересов с редакцией и публикацией контента?

Нет такого конфликта интересов. Работа в информационном жанре, в новостях и на телевидении, уже подразумевает большое количество ограничений, связанных с твоим личным отношением к происходящему. Не я этот жанр придумал, он придуман давно. Соответственно, единственное, что позволяю себе в Telegram и не позволяю себе в эфире связано исключительно с жанровыми ограничениями. Не было такого, что мне звонили из редакции со словами: «Как ты можешь в Telegram такое рассказывать?». Были немножко другие моменты, они, скорее, связаны с дискуссиями: полезно озвучивать или не полезно? К чему приведет? Но я бы не сказал, что это запрет или какое-то противостояние. Это дискуссия, обсуждение. Мы все столкнулись с вещами для нас довольно новыми, и дискуссия идет до сих пор. В какой-то момент по чьей-то непонятной глупости военных корреспондентов, причем наиболее известных в стране, начали ассоциировать с некими противниками Министерства обороны, чего никогда не было, что было придумано искусственно и не нами. Соответственно, это породило дискуссии о том, полезно ли озвучивать проблемы, которые

возникают в тяжелый период ведения боевых действий. История показала, что полезно. Но, опять же, полезно, если человек, который их озвучивает, имеет цель решить эти проблемы, а не какие-то собственные.

В чем отличие между Вашим позиционированием в Telegram и в редакции?

Очень много личного – личного отношения, личностной окраски. У информационного жанра на телевидении есть давно устоявшиеся и довольно четкие жесткие правила. Мы в телевизионных материалах (мы – репортеры Вестей и не только Вестей) не имеем права додумывать за человека. Telegram жанрово позволяет высказать свое отношение и убедить кого-то личным примером и личным пониманием. Мне мало интересны публицистические жанры на телевидении, жанр ток-шоу, например. Я всю жизнь работаю информационной лошадкой. Telegram – это возможность рассказать читателям о том, что ты думаешь, как видишь ситуацию. Telegram – это вообще про оценку, а не про информирование. Он изначально появился как экспертная платформа.

Кто является представителями Вашей аудитории в Telegram? Можете ли составить примерный портрет?

Да, безусловно. Это люди старше 35-40 лет, военные, чиновники и их семьи. Конечно, и люди других профессий, которых объединяет любовь к Родине и некий взгляд консервативного здравомыслия. Чиновники и военные – это вообще моя традиционная аудитория. Россия 24 (а я в основном работаю именно в эфире России 24, приоритет у меня такой служебный) – это канал с кризисным и служебным смотрением, который работает в министерствах и ведомствах, на службе, в кабинетах.

Когда только зарождался, Telegram был экспертной площадкой. Массовой он стал с момента начала специальной военной операции. Большая часть моей телевизионной аудитории мигрировала в Telegram. Во-первых, быстрее, удобнее и телефон всегда в кармане. Во-вторых, эта аудитория в принципе наиболее восприимчива к информации о ходе проведения

специальной военной операции. С 24 февраля [2022 года], в основном, публикую в канале вещи, связанные с нашей военной обстановкой. Был период обострения в Газе. В силу того, что я там оказался, случайно, рассказывал о том, что происходит на Ближнем Востоке, но в контексте того, как это связано с нашей страной. Так-то, знаете, изучить свою аудиторию нечем. Нет инструмента. Есть некие реперные точки в нашей новейшей истории последнего времени, которые, судя по отзывам максимально объемным, они затронули именно эту аудиторию.

Есть ли у Вас стратегия ведения канала?

Нет.

Осознанно ли делаете свои посты более эмоциональными? Зачем?

Да. Я так хочу. Это некая жанровая искренность. Не хочу никого расшевелить. Вообще нет такой задачи. Мне просто так интересно. Не придумываю эмоции, они у меня действительно есть, но не могу их продемонстрировать в эфире телеканалов, где работаю. И не должен. И не хочу. В Telegram аудитория ждет эмоций. Жанрово это не плохо. Почему нет? Twitter был ограничен длиной сообщения, что само по себе не подразумевало ярких эмоций. Был Instagram²⁴¹ (*прим. – проект запрещен на территории Российской Федерации*), где главное средство выразительное – фотография. Telegram жанрово – это особенная история. Там не работает то, что работало на других платформах. Мы все так или иначе искали свои формы. И все пришли к тому, что Telegram – это отличная площадка для того, чтобы сформировать новую информационную искренность. На самом деле, абсолютно все люди, профессионалы, которые используют Telegram, не до конца понимают, как это работает. Кто вам скажет, что все всё знают – наврет.

Любые выразительные приемы так или иначе, конечно, для того чтобы было интересно аудитории. Традиционные СМИ, как уже сказал, жанрово

²⁴¹ Проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в Российской Федерации была признана экстремистской и запрещена в 2022 году.

ограничены. И это очень хорошо. Если в газете Коммерсант все авторы начнут выражать свои эмоции, это будет не очень интересная газета. Есть и другие примеры, когда это не эмоции, а псевдоэмоции, такая манипуляция. Бульварная пресса – это же тоже не про эмоции. Telegram изначально претендовал (больше не претендует, как мне кажется) на более искреннее отношение к собственной аудитории. К сожалению, шанс установить такую искренность был в силу разных причин, на мой взгляд, упущен.

В своем исследовании пришла к гипотезе, что средства выразительности используются Вами для достижения трех основных целей по отношению к аудитории: убеждение, информирование и мотивирование. Согласны ли Вы с подобным разделением? Отмечу, что из анализа исключены чисто информационные сообщения.

Никогда не задумывался о структуре. Слава Богу, наверное. Не сравниваю себя с великими авторами, но, наверное, так можно и классическую русскую литературу структурировать. О чем авторы никогда не думали, когда писали. Но да, наверное, всё так.

Осознанна ли подобная направленность материалов? Специально ли подбираете тональность?

А почему дождь идет? Наверное, можно это объяснить физикой, но, в целом, мы же не делаем этого каждый день. Нет, не специально. Наверное, я просто не могу по-другому, потому что я так к этому отношусь. Если я кого-то называю «ублюдками» (в жизни-то редко так делаю в разговорной речи), я хочу подчеркнуть, что меня это возмущает или злит. Через запятую можно что угодно придумать. Это не в смысле, что сел и думаю: «Как бы мне аудиторию зацепить». Нет. Это личное.

Утрируете ли Вы транслируемые эмоции?

Наоборот. Я стараюсь уважать аудиторию и не писать «капслоком». Мне кажется, что эмоции часто мешают принимать решения, оценивать события. Поэтому, когда не могу сам себя одернуть и когда хочется кого-то

назвать «ублюдками», потому что они ублюдки, всё равно стараюсь не завышать градус эмоциональной окраски.

Упрощаете ли тексты для того, чтобы Вас поняла более широкая аудитория?

Нет, как раз наоборот, часто пускаюсь в усложнение. Меня читает большое количество людей, которые разбираются в теме. Пишу на понятном им языке, чтобы им было что почитать и о чем поспорить со мной. Мне очень часто друзья звонят и говорят: «Ты написал фигню. Мы с тобой не согласны». Очень часто, когда я пишу, вижу, для кого пишу. Это люди, это войска, это офицеры, с которыми дружу по 20 лет. Знаете, сильно упрощать – это их не уважать. Они же не дурачки. Если они чего-то читают, они это читают серьезно, для них это важно. Как это упрощать? Очень часто Telegram путают с бульварными средствами массовой информации, с Life News, например.

Я использую Telegram для того, чтобы предоставлять информацию конечному потребителю. В каком виде эта информация доходит до конечного потребителя – это уже моя творческая инициатива. А цель – рассказать о том, что я считаю важным. Как, например, руководитель итоговой программы на телевидении. Он же сам определяет, какие события должны попасть в итоговую программу. Он определяет, что важно для зрителя. Это его авторская программа. Вот это – мой авторский канал. Я определяю, что, как мне кажется, важно для моих читателей. Цель – рассказать о важном.

В Ваших публикациях есть четкое разделение на «своих» и «чужих». Осознанно ли выстраивается такая оппозиция? Какие цели преследуются?

Конечно. У меня вообще в жизни есть четкое разделение на «своих» и «чужих». Страна моя ведет войну.

В таком случае, разделяете ли Вы себя как журналиста и себя как патриота своей страны?

Нет конечно. А как можно разделять себя как гражданина и себя как профессионала? Нет никакой объективности. Нас обманули когда-то. Мы были наивные лопухи постсоветские, нам рассказали вот эту байку смешную про объективность, в которую никто никогда не верил. Я вырос на курсах Internews. Конец 90-х – начало 2000-х, когда приезжали ребята и раздавали «соросовские» гранты, воспитывали новое поколение российских журналистов. Нам рассказывали всю эту чепуху про то, что у журналиста не может быть Родины, что журналист – это человек в вакууме, который всегда объективен. При этом было безвременье между Первой и Второй чеченской кампаниями. Началась Вторая чеченская кампания, и все всё увидели про объективность. Есть очень хорошее понятие – плюрализм. Каждый волен выбирать ту точку зрения, которая ему ближе и интереснее. Без плюрализма общество, конечно, жить не может. Даже из штанов если выпрыгнуть, попытаться не показать собственное отношение к происходящему всё равно не получится. Огромное количество моих бывших коллег, которых когда-то хорошо знал и которые уехали из России, прикрываясь отсутствием объективности в средствах массовой информации, на самом деле прикрывали свои коммунальные желания – жить получше да есть повкуснее. Или обиды. Даже если поднять их материалы начала 2000-х годов, не было там никакой объективности. Из каждого материала сквозит личное отношение, неприязнь или что-то еще. Хватит. Надо называть вещи своими именами. Я свою сторону выбрал, когда родился в этой стране.

Осознанно ли Вы используете средства выразительности? Например, в Ваших текстах много парцелляции.

Это уже издержки профессии телевизионной. Отсутствие причастных и деепричастных оборотов вкладывается в базу. Я всю жизнь привык писать с мыслью о том, что мне это нужно будет рассказать. Соответственно, в информационном жанре есть такое правило: не использовать причастные и деепричастные обороты и не усложнять языковые конструкции, потому что их сложно воспринимать на слух. И когда начинаешь писать вроде как для

того, чтобы люди читали, всё равно подсознательно рубишь предложения. В этом причина, ни в чем другом. Вы понимаете, если это озвучить, всё будет на своих местах. Это просто профдеформация.

Осознанно ли швея делает ту или иную строчку? Да, конечно, осознанно. Есть сложные темы. Конечно, я выбираю осознанно те средства выразительности, которые, может быть, кого-то остановят от скоропалительных выводов. Я осознанно использую какие-то приемы. Даже не «приемы», это не так можно назвать. Вот здесь я считаю, что мне нужно лицом что-то сказать. А здесь я считаю, что достаточно написать что-то очень короткое. И больше этого не комментировать. Наверное, мы неправильно в терминах [определились]. Это выбор формы. Если о языковых средствах, то всё зависит от настроения, от состояния – личного или эмоционального. И от наличия времени часто зависит. То есть как это выглядит. Я такой: «Ой, напишу сейчас иронично. Всем понравится». Нет, конечно. Это ты едешь за рулем, времени нет. Хорошо. Или есть время, сел с утра, закурил. Я еще тогда курил. Закурил, написал. «Не, плохо написал. Непонятно написал. Надо переписать». Стер, переписал. Вот так это выглядит. Я просто высказываю свою позицию. Не думаю о средствах выразительности. Это сейчас уже могу что-то оценить. В моменте нет такого, что посидел, подумал и выбрал. Нет.

Есть ли какие-то конкретные цели, которые преследуете, когда публикуете контент? Условно, поддержать боевой дух, либо привлечь внимание.

Да. Есть темы, которые я лично считаю очень важными. Например, тяжелая военно-политическая обстановка в Белгородской области, когда в силу недостаточности коммуникации со стороны Министерства обороны у населения Белгородской области сложилось абсолютно неверное впечатление, что военным не очень важно защищать жизни и здоровье жителей Белгородской области. В тяжелые для региона моменты я сознательно значительно больше времени посвящал объяснению для меня,

может быть, очевидных вещей, а для гражданского человека – нет. И цель моя была – погасить эту напряженность и донести до аудитории, что их представления часто упрощены или неверны. Это один пример, а так вообще бывает, да.

А условный патриотизм пытаетесь ли Вы культивировать через свои публикации?

Еще больше патриотизма. Надо больше и лучше любить Родину. Смешно же. Невозможно человека заставить любить Родину или подтолкнуть к этому короткими сообщениями в Telegram. Патриотизм – это штука, которая воспитывается в поколениях с рождения, начиная от семьи и заканчивая системой просвещения и образования.

Вот пример привел про Белгородскую область. Есть Курская область. Это кусок моей земли. Есть моя армия, войска, с которыми 20 лет вместе живу. Это личное. И почему я что-то делаю – это личный мотив. Мне никто задачу не ставил. Убеждать в своей правоте? Я и так это делаю каждый день. Считаю, что мое суждение верное и стараюсь в этом убедить людей, которые меня читают. Стараюсь на свою сторону перетащить. Как и любой человек в любой беседе. В рамках этого процесса – да ради Бога. А вот специально – мне это не нужно.

Я считаю, что человек имеет право испугаться. Очень многие люди на момент начала войны испугались. Сам испугался, честно скажу. Я просто знаю, что такое война. 24 февраля, когда мы с Сашей Коцем ехали из Луганска в Донецк и увидели, как над нами ракеты летают куда-то в сторону Киева, я ему тогда честно сказал: «Саня, чё будет, чё будет...». Страшно. Кто-то испугался, потому что не понимает, что это такое. Надо людям, естественно, оставлять дверь открытой. Эти люди – часть нашей страны. Я так воспитан, что считаю, что нельзя от людей отказываться, нельзя их поголовно объявлять никчемной частью нашей страны. Даже тех, кто объективно этого достоин.

Что касается новых территорий, то думаю, что весь вопрос в целях пропаганды. Когда-то был свидетелем того, как в Крыму за одну ночь одна пропаганда сменилась другой. За одну ночь. И это очень быстро многих колеблющихся людей заставило посмотреть на вещи под другим углом. Тут вопрос чья пропаганда гуманнее и ответственнее. Не склонен наделять слово «пропаганда» негативной коннотацией. Есть Геббельс, а есть государственная пропаганда, на которую любое государство не просто имеет право, а обязано вести, иначе не будет никакого государства.

Можно ли сказать, что в первый год, в начале 2022 до Макеевки, 2023, публикации у Вас были более эмоциональные в Telegram?

Да.

С чем это связано?

Два, наверное, важных аспекта. Первый – часть публикаций касалась красных, то есть нас и наших проблем. Тогда, до 2023 года как раз, Министерство обороны старательно отрицало все проблемы, соответственно, это повышало определенную эмоциональность и усиливало эмоциональное отношение к происходящему. Что касается противника, то вопрос на какую дистанцию собираешься бежать. Тогда же никто не думал, что это – марафон. Все надеялись, что пятерочкой обойдемся. Потом выяснилось, что это – марафон. А дыхание на марафонской дистанции абсолютно иное, нежели на дистанции короткой.

Связана ли эта эмоциональность с тем, что не было четкого понимания относительно регулирования? Существует стереотип, что к крупным военкорам более лояльное отношение с точки зрения закона.

«Дискредитация вооруженных сил» – по этой статье, задерживают людей, которые, как правило, просто ругают армию. Не «ругают», а, по сути, выступают на стороне противника. Ни к кому невиновному не пришли со словами, что так нельзя. Даже малоизвестные чуваки, у которых по 5 тысяч подписчиков, которые говорили о проблемах в армии. Нет ни одного кейса, когда бы к человеку пришли следователи.

Мы все – законопослушные люди. Мы же не ругаем армию. Мы говорим о том, что есть определенные критические проблемы, которые нужно оперативно решить. Что такое «ругать армию»? Это говорить, что русский солдат – дерьмо, война несправедливая. Даже хрен с ним, не «война несправедливая». Это публиковать фейки о Вооруженных силах. Это рассказывать о том, что наши десантники пришли в Бучу и убили всех жителей Бучи. Вот это – дискредитация Вооруженных сил. А когда мы говорим, что, условно, портков не хватает в армии, то это мы не ругаем армию. Мы говорим: «ребят, портков не хватает в армии». Я с войсками 20 лет живу. Я был бы очень рад вообще не говорить о проблемах в Вооруженных силах. Но мы столкнулись с тем, что эти проблемы стали критически влиять на наши успехи или неудачи. Соответственно, мы, с точки зрения граждан страны, решили, что гораздо важнее говорить об этих проблемах, чем молчать. Несмотря на все возможные издержки. И я считаю, что отсутствие портков (я образно говорю) никак не дискредитирует Вооруженные силы. Это дискредитирует начальников тыла Вооруженных сил. Я хочу, чтобы проблема была решена. За свою журналистскую карьеру было довольно часто, что прерогативой становилось не редакционные предпочтения, а решение проблем. И не только в Вооруженных силах. Ничего в этом такого нового нет.

Озвучивая проблемы, которые есть в Вооруженных силах, я ни в коем случае не противопоставляю себя государству. Я вообще, кстати, не делю журналист и гражданин или врач и гражданин. Все – граждане. Я на стороне государства. Я хочу, чтобы моё государство победило. Я противопоставляю себя генерал-полковнику, по вине которого в армии не оказалось портков. Возьмите военных корреспондентов Великой Отечественной войны. Было то же самое. Хуже того, они в погонах были. Они структурно подчинялись командованию. Мы-то не подчиняемся армии, а они подчинялись. Но, удивительная история, они тоже критиковали проблемы в Красной армии. И некоторые генералы ходили к Сталину и говорили: «Надо бы уши оборвать

этим людям». А Сталин отвечал: «Вы воюйте, а в театры пусть люди ходят другие». Ничего нового не случилось. И это не попытка противопоставить себя государству или Министерству обороны. Нет. Это попытка добиться справедливого отношения к тем или иным проблемам, которые по-настоящему мешают. Но еще раз повторю: ни одного человека, который говорил бы о реальных проблемах в Вооруженных силах, не привлекли ни к какой ответственности. Если человек начинает говорить, что наши десантники в Буче залили всё кровью, то да, это – дискредитация Вооруженных сил.

Дают ли эмоциональные тексты больше отклика от аудитории?

Мои эмоциональные публикации так или иначе связаны с эмоциональными событиями. Соответственно, на эмоциональные события аудитория реагирует остро.

Бывают ли у Вас сомнения перед публикацией эмоционального контента?

Конечно. Задумываюсь, не перебираю ли. Я вообще заводной такой парень. Иногда могу наломать дров, как и многие. Разозлился и кулаком по столу. Через пять минут пришел в себя. И в жизни, конечно, часто бывало. Особенно в молодости, когда на эмоциях что-то наговоришь, наделаешь, а потом сидишь и думаешь: «Да нет, не так всё». Вот исключительно поэтому. Но, мне кажется, это не про профессию, а про темперамент и характер.

Есть ли универсальные конструкции, которые Вы осознанно повторяете?

Да, есть, конечно. Есть устоявшиеся выражения, которые универсально объясняют происходящее. Не нужно каждый раз новые придумывать. Более того, есть еще очень интересный момент. Мы неосознанно начинаем тянуться к вокабуляру Великой Отечественной войны. Для нас это – победный, охрененный пример эффективности. В частности, профессиональной в плане военных репортеров. Мы все читали Симонова. Мы все читали сводки Советского информбюро. Мы все читали

Твардовского. Мы все, так или иначе, впитали в себя тот опыт, а он – победный. И конечно же мы все к нему тянемся, потому что для нас это – очень добрая ассоциация. Отсюда и «овладели поселком Курахово» [произносится размеренно, с акцентом на каждое слово]. Хотя, это совсем не современный язык. Наверное, 20-летние читают и думают: «Что это такое?». Мы к этому тянемся, наверное, в рамках поиска некой основы, поддержки. Соответственно, оттуда выхватываем некие конструкции, которые существуют уже 75-80 лет.

Какие-то конструкции языковые в принципе появляются как мемы. «Киевский режим» – это вообще штука, которую, мне кажется, раньше всех начал использовать именно я. Даже раньше Министерства иностранных дел. Всегда было непонятно: «режим Асада», «режим Путина», но «правительство Великобритании», «правительство Франции». Мне вообще кажется, что неплохо учиться чему-то у противника. Вот, собственно говоря, это – некий обмен опытом. Если ты своему читателю говоришь «киевский режим» и если ты ему говоришь «правительство Украины», то это абсолютно по-разному формирует отношение. Я считаю, что отношение должно быть как к киевскому режиму.

Мы все живем в мире, где различается представление о том, что правильно, а что неправильно. Естественно, каждый человек стоит на своем видении того, что правильно, а что – нет. Коль уж судьба распорядилась так, что моя профессия – рассказывать людям о событиях, да, я буду убеждать их в правоте собственных суждений и отношения. Это нормально. Я хочу максимально прозрачно донести и собственное отношение к тому или иному событию, и перетянуть на свою сторону человека. Либо подтвердить его представление об этом своей позицией. Конечно, я стараюсь на него воздействовать. Это, мне кажется, очевидная вещь.

Очень удобно, когда ты изначально говоришь с аудиторией на темы, в которых нет противоречий. Типа «фашисты – плохие. Мы – хорошие». Но когда ты начинаешь вступать в конфликт с собственной аудиторией, а у меня

такое часто было, то это прям... Надо же честным до конца оставаться с самим собой. И вот в этой, уже некомфортной ситуации, всё выглядит совсем иначе. Но ты всё равно убеждаешь аудиторию в том, что ты считаешь правильным. Самый яркий пример – бунт Пригожина, когда массовая аудитория меня не поняла. Хотя некая экспертная часть моей аудитории поняла. Но за сутки отписывалось по 30 тысяч человек. А таких проклятий я в свой адрес вообще не слышал никогда.

Это самое яркое. Были и помельче ситуации. Появлялись тролли, когда солдаты жаловались на своих командиров. Когда мобилизация началась, она породила огромное количество проблем. Потом этими проблемами сами мобилизованные начали злоупотреблять. Там тоже было, когда высказал свое особое мнение по этому вопросу. Что 40-летние дебилы, которые привыкли, что за них все проблемы мамы и жены решают, сейчас пытаются сделать так, чтобы страна за них эти проблемы решала. Это было личное впечатление. Я там проехал по мобилизованным частям. Ко мне мои ровесники, 40-летние дядьки, выходили и говорили: «Мы не можем вырыть окопы, у нас нет лопаты». Звоню Путину. А как я к ним ездил? Мне звонили их жены. «Здравствуйте, я Татьяна. Мой муж мобилизован, у него нет лопаты». То есть муж, сидя в лесу, без связи, нашел возможность доехать до Интернета, записать голосовое сообщение своей жене, чтобы она нашла ему лопату? Вы серьезно? Это менее острые примеры, а так – это куда менее комфортная ситуация, на самом деле. Опять же, в плане средств выразительности языковой. Пока ты пишешь в рамках тех ожиданий, которые есть у твоей аудитории, используешь какие-то конструкции, назовем их «готовые конструкции», падают как в сухой песок вода. Они прям ожидаемые. У нас же у всех есть некие маркеры, которые вживлены в нас с детства – дедушками, школой, родителями. В тот момент, когда аудитория к тебе предрасположена в стойке, а ты идешь против большей или самой активной ее части, эти же конструкции уже им не очень нравятся.

Считаете ли, что у Вас есть уникальный авторский стиль?

Меня ломает так про себя говорить, не знаю. Не мне судить об этом. Могу говорить только о коллегах. Я считаю, что у Саши Сладкова и у Саши Коца, конечно, уникальные авторские стили. Да, вторых таких нет. Могу их оценивать. Себя – не очень хочется.

Изменился ли Ваш телевизионный стиль?

Да, я и в телевизионных сюжетах стал больше личного пропускать. Из-за жизненного опыта, из-за пережитого, из-за личного отношения, опять же. Из-за того, что война такая началась. Я же востоковед, но об этом все забыли, никто уж не помнит, да я и сам-то, если честно. Я жил Ближним Востоком последние 20 лет своей жизни. Там можно было играть в отстраненность, почти всегда. Здесь – не получится. Но и не хочется.

Оказывают ли влияние на используемый Вами язык основная профессиональная сфера (телевидение) и активное взаимодействие с военными?

Конечно. Я же пишу очень часто служебным языком. И при этом очень стараюсь этого не делать. Не все у меня в аудитории военные. Не обязательно использовать жаргонизмы военные. Не обязательно заниматься таким жестким администрированием языка. Когда я пишу «сегодня в 16 часов было нанесено огневое поражение» – это же не по-русски. Меня всю жизнь учили писать по-русски. Понятно для всех. Одергиваю себя постоянно: «Не надо служебным языком писать». Но всё равно скатываюсь, потому что это – влияние, потому что ты на нем разговариваешь. Это вот как короткие предложения. Всё равно, когда пишу, озвучиваю предложения. Я любой текст, даже чужой, воспринимаю фонетически. Это особенность. Как руководитель редакции, еще бы лет 10 назад очень бы жестко драл коллектив за «огневое поражение» и прочие слова. В период Чеченской кампании всё время боролись – «зелёнка», «коробочка» – все эти жаргонизмы. Сейчас они так плотно вошли в нашу жизнь, что, мне кажется, даже домохозяйка знает уже, что такое «высокоточное огневое поражение».