

## АВТОРИТЕТНОСТЬ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ НОВОСТНОМ СООБЩЕНИИ

Е. В. Сарафанникова

*Воронежский государственный технический университет*

Поступила в редакцию 26 мая 2016 г.

**Аннотация:** в статье рассматривается телевизионное новостное сообщение, которое является результатом дискурсивной деятельности по интерпретации действительности. Оно не только играет роль посредника в процессе информирования, но и выполняет функцию поддержания авторитета власти, что непосредственно связано с авторитетностью самого сообщения.

**Ключевые слова:** телевизионное новостное сообщение, авторитетность, дискурс, интерпретация.

**Abstract:** the article considers television news as a result of discursive activity aimed at the interpretation of reality. Not only does TV news inform people, but it also supports authorities, which is directly connected with the credibility of the news message.

**Key words:** television news, authority, discourse, interpretation.

В процессе коммуникации, которая носит диалогический характер, одной из основополагающих категорий является категория авторитетности. Она регулирует этот процесс, влияя на распределение ролей субъектов коммуникации, и проникает во все сферы жизни, от политики до семьи. Преимущества более авторитетного участника коммуникации в том, что его словам «...верят больше, действия, предписанные этими словами, исполняются лучше, а постоянное повторение подобной ситуации закрепляет веру всех участников в коммуникативное превосходство одних над другими» [1, с. 8]. Учитывая значение слова (лат. *auctoritas* – «власть, влияние»), можно сказать, что авторитет – это как сама абстрактная идея власти, так и ее необходимый атрибут. Таким образом, власти необходимо поддерживать свой авторитет в глазах людей, а эффективнее всего это делать через средства массовой информации.

Одним из самых если не влиятельных, то уже точно *массовых* средств информации на сегодняшний день остается телевидение. Оно является посредником между индивидом-зрителем и внешним миром в процессе информирования, в ходе которого обе стороны выступают в качестве заинтересованных лиц. В первую очередь эта потребность друг в друге связана с фактором адресата. Известно, что без зрителя нет сообщения. В то же время и сам зритель испытывает потребность в постоянной «подпитке» новостями и нуждается в своей ежедневной порции информации. В известной работе “Reading television” ее авторы пишут о посреднической роли телевидения, называя это его «бардовской» функцией [2]. Исследователи проводят параллели между той ролью, которую в свое время выполнял бард (поэт-певец у

древних кельтов), и функциями телевидения в современном обществе. Бард, например, озвучивал и доносил до слушателей важные события, что сейчас является прерогативой телевидения, он занимал центральное место в своей культуре, так же, как и в современном обществе телевидению принадлежит роль одного из главных социальных централизованных институтов. Вообще централизованность позволяет выражать общее мнение, объяснять и оправдывать те или иные действия представителей общества, разоблачать любые общественные отклонения от нормы и давать им объяснение, поддерживать уверенность людей в защите их собственной индивидуальности и внушать чувство включенности в жизнь общества. В этих функциях отражены ключевые составляющие авторитета власти, поэтому телевизионному дискурсу, а именно телевизионному новостному сообщению, следует уделить особое внимание.

Трактовка понятия «дискурс» в научной среде довольно широка. Дискурс – это речедействие, речь, сопряженная с действием [1], или, по словам Н. Д. Арутюновой, речь, погруженная в жизнь [3]. В. И. Карасик выделяет так называемый институциональный дискурс, который подразумевает реализацию участниками коммуникации своих статусно-ролевых возможностей в таких его видах, как политический, административный, юридический, педагогический и т.д. Телевизионное новостное сообщение относится к массово-информационному виду институционального дискурса [4].

Неочевидным фактом для многих людей оказывается то, что новости представляют собой лишь *одну из форм интерпретации* действительности. На экране мы видим вариант определенным образом скомпонованной реальной действительности. Из всего многообразия происходящих в мире событий только

малая часть попадает в телевизионные выпуски новостей. Прежде всего, у сообщений есть авторы, которые «пишут» экранную действительность. Исследователями средств массовой информации используется понятие *newsworthiness* (событийная ценность). Следуя условиям событийной ценности и используя определенные критерии, специалисты производят отбор событий в новостные программы. Например, М. Стивенс [5] рассматривает следующие критерии, определяющие факт появления события в выпуске новостей: *importance* (важность), *interest* (интерес), *controversy* (дискуссионность), *the unusual* (необычность), *timeliness* (своевременность), *proximity* (близость). И в каждом случае подразумевается, что сообщение должно быть *важным для зрителя, необычным для зрителя* и т.д., поскольку любая разновидность коммуникации имеет диалогическую природу. Телевизионное новостное сообщение обладает своими жанровыми характеристиками, напрямую связанными с критериями отбора событий. Это объясняется тем, что факторы выбора находят отражение в конечном продукте – новостном сообщении. Главное требование к новостному сообщению – это объективность, которая должна присутствовать в новостях на всех уровнях и к которой также предъявляются требования. Однако поскольку само сообщение является интерпретацией действительности, то невозможно избежать некой субъективности изложения. Поэтому целесообразно говорить о наличии *внешней* объективности, создающейся за счет фактичности, непредвзятости и ясности (понятности) изложения информации. Объективность информации во многом базируется на *фактичности* сообщаемого. В новостных сообщениях факты принято подкреплять конкретными данными, точными цифрами и т.д. *Непредвзятость* в новостях проявляется в представлении разных взглядов на определенную конфликтную ситуацию. *Понятность* во многом зависит от того, каким образом фактическая информация и противоположные мнения сливаются в новостях в единое целое. Кроме того, не стоит недооценивать роль видеоряда, который сам по себе претендует на объективность (хотя фиксация увиденного не лишена интерпретирующего начала). Можно сказать, что текст и видеоряд в теленовостях – это два параллельных повествования, но именно в комплексе они наиболее полно раскрывают свой потенциал.

Так из чего же складывается авторитетность новости для зрителя? Несомненно, соответствие новости жанровым требованиям влияет на восприятие сообщаемого. Учитывая, однако, что новостной текст является продуктом определенной дискурсивной деятельности, участники которой преследуют конкретные цели, на самом деле авторитетно не столько сообщение, сколько его источник. Авторитетность

базируется на вере в авторитет другого лица, на доверии к его знаниям и мнениям. Телевизионное новостное сообщение как нельзя лучше иллюстрирует социально-присвоенную авторитетность, ведь «... слова придают власть и закрепляют ее» [1, с. 8].

Далее проанализируем два сообщения из российского и зарубежного СМИ о поездке В. Путина в Крым в августе 2015 г.

1. [...] *Президент России Владимир Путин отозвался от комментариев по поводу возмущенной реакции своего украинского коллеги Петра Порошенко, который воспринял поездку Путина в Крым не иначе как вызов. По словам главы российского государства, крымчане сами сделали свой осознанный выбор и тем самым окончательно поставили точку в вопросе о будущем полуострова, – передает «Интерфакс».*

*«Нет, я ничего не комментирую в этой связи, потому что будущее Крыма определили люди, которые и живут на этой территории. Они проголосовали за воссоединение с Россией. Всё. Точка», – сказал Путин, комментируя заявление Порошенко.*

*Накануне глава Незалежной Пётр Порошенко выразил крайнее возмущение не согласованной с ним поездкой Путина в Крым. «Приезд Путина в украинский Крым без согласования с украинской властью – это вызов для цивилизованного мира и продолжение сценария нагнетания ситуации, который реализуют российские военные и их наёмники в Донбассе», – написал Порошенко на своей странице в социальной сети Facebook. Сразу после этого, ближе к вечеру, молниеносно последовала реакция украинского МИД, который направил Москве ноту протеста. Украинские дипломаты назвали проведение Госсовета в Крыму с участием президента Путина и премьера Медведева «демонстративным неуважением» и потребовали от российских властей прекратить поездки на «временно оккупированную территорию». В украинском внешнеполитическом ведомстве также заявили, что «Крым и Севастополь есть и будут оставаться неотъемлемой частью Украины для всего цивилизованного мира» и даже пригрозили российскому руководству «привлечением к ответственности за нарушение правил въезда в соответствии с действующим законодательством».*

*Во вторник МИД России ответил на ноту украинского дипведомства, заявив, что демарш Киева вызывает недоумение, а поездки российских высших должностных лиц на полуостров являются сугубо внутренним делом России, поскольку Крым и Севастополь – неотъемлемая часть России, на которые в полной мере распространяется ее суверенитет и где действует российское законодательство.*

*В понедельник, 17 августа, Путин провел в Ялте заседание президиума Госсовета, посвященное раз-*

витию туризма в России. На встрече с представителями национальных общественных объединений российский президент заявил о том, что внешнее управление Украиной иностранцами является позорным и унижительным для украинского народа.

Крым вошел в состав России в марте 2014 года по итогам референдума, на котором подавляющее большинство жителей полуострова проголосовало за отделение Крыма от Украины и воссоединение с Россией. 18 марта был подписан договор о присоединении Крыма к России.

2. Ukraine crisis: Putin shows who is boss in Crimea

*It was a typical display by Russia's action-man President, Vladimir Putin, clambering into a mini submarine and plunging to the depths of the Black Sea.*

*The waves first washed over his glass bubble, then swallowed it, with underwater cameras capturing the slow slide down.*

*Officially, the dive was designed to view an ancient shipwreck on the seabed.*

*But it was also about demonstrating who is boss here now. Vladimir Putin is spending three days in Crimea with a whole delegation of senior Russian politicians and business figures in tow.*

*Kiev has condemned the visit as an attempt to whip up tensions, and underlined that Crimea's only possible future was back with Ukraine.*

*So when Vladimir Putin docked for a moment in Sevastopol, I put that point to him.*

*"The future of Crimea was determined by the people who live on this land" the president replied on the quayside, stony-faced and unequivocal.*

*"They voted to be united with Russia. That's it. Full stop".*

*The results of a hastily-called vote on joining Russia did show overwhelming support in Crimea for annexation.*

*But the March 2014 referendum that Moscow hailed as the people's choice, was held with armed men on the streets and in clear violation of Ukraine's constitution.*

*As a result, the US and Europe imposed economic sanctions on Russia, and Crimea's annexation is formally recognized by next to no-one.*

Still, there is no doubt that the majority here are strongly sympathetic to Moscow. And, for Russians, "returning" the region from Ukraine, after its "loss" in Soviet times, was a very popular cause. [...]

В обоих представленных сообщениях можно выделить способы создания авторитетности самого сообщаемого, а также ссылки на авторитетность источника. Сила воздействия не столько в самих словах, сколько в степени авторитетности отправителя этих слов: «Интерфакс», социальная сеть Facebook, глава российского государства, президент России,

глава Незалежной, МИД России, украинское внешнеполитическое ведомство, Киев. В сообщении российских СМИ присутствует больше ссылок на авторитетность источника информации. В то же время англоязычное сообщение насыщено лексикой, которая как нельзя лучше отражает субъективную оценку сообщаемого. Кроме уже традиционной для всех зарубежных СМИ *Crimea's annexation* (о соотношении терминов *аннексия* и *annexation* подробно написано в статье С. А. Маник, посвященной сопоставлению общественно-политической терминологии в связи с событиями на Украине [6]), также встречаются: *Russia's action-man, boss* (о Путине), *hastily-called, clear violation of Ukraine's constitution* (о голосовании и самом референдуме), *delegation... in tow* (о российских высших должностных лицах). Интересно, что в обоих сообщениях приводится одна и та же цитата В. Путина (в примерах она выделена полужирным курсивом), однако в сообщении BBC снова присутствует оценочный комментарий: *stony-faced and unequivocal* (с каменным, непроницаемым лицом и однозначно). В сообщении BBC признают, что хотя голосование было поспешным (*hastily-called vote*) и проходило в присутствии вооруженных людей на улицах (*was held with armed men on the streets*), тем не менее, большинство людей за возвращение Крыма в состав России (*did show overwhelming support, the majority here are strongly sympathetic to Moscow*). Таким образом, в сообщении соблюдается один из принципов объективности – непредвзятость, признание наличия противоположной точки зрения на конфликт. Важным вкладом в объективность сообщаемого (а значит и его авторитетность) являются точные ссылки на время совершения того или иного компонента события (в русскоязычном сообщении они выделены нами полужирным курсивом). Подчеркнутая фактичность способствует не только повышению достоверности (объективности) сообщаемого, но и придает ему динамичность. Интересно, что последняя фраза в русскоязычном сообщении, строго говоря, не относится к чему-то новому (не отвечает критерию событийной ценности, о котором шла речь ранее). Однако данная фактическая информация сознательно встроена в сообщение, поскольку также маркирует достоверность, объективность всей новости и способствует поддержанию авторитетности сообщаемого: ведь с фактами не поспоришь.

Итак, коммуникация не только осуществляет передачу информации другим лицам, но и определяет отношения между ними. Так, функция информирования только на первый взгляд превалирует в телевизионном новостном сообщении. В действительности зритель получает информацию о некоторых происходящих в мире событиях, но эта информация носит интерпретативный, а значит оценочный харак-

тер. Объективность изложения информации, ее достоверность необходимы для функционирования телевизионного новостного сообщения как жанра, и в то же время неотделимы от категории авторитетности, которая самым тесным образом связана с авторитетом власти в глазах зрителя. Поэтому в жестких условиях конфликтных ситуаций, каких в настоящее время немало, контроль в сфере массовой информации позволяет власти регулировать данный дискурсивный процесс и тем самым сохранять и поддерживать свой авторитет.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Кашкин В. Б.* Авторитетность как коммуникативная категория / В. Б. Кашкин // Авторитетность и коммуникация : коллективная монография. – Воронеж, 2008.

*Воронежский государственный технический университет*

*Сарафанникова Е. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и технологии перевода*

*E-mail: famsar@yml.ru*

*Тел.: 8 (473) 271-20-34*

– Вып. 4. – С. 7–23. – (Аспекты языка и коммуникации / под общ. ред. В. Б. Кашкина).

2. *Fiske J.* New accents. Reading television / J. Fiske, J. Hartley. – London : Methuen and Co Ltd., 1978. – 288 p.

3. *Арутюнова Н. Д.* Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С. 136–137.

4. *Карасик В. И.* Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.

5. *Stephens M.* Broadcast news / M. Stephens. – Third edition. – N.Y., 1993. – 496 p.

6. *Маник С. А.* Сопоставительный анализ общественно-политической терминологии в русско- и англоязычных СМИ (на материале событий вокруг Украины в 2013–2015 годах) / С. А. Маник // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – № 1. – С. 117–122.

*Voronezh State Technical University*

*Sarafannikova E. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages and Technology of Translation Department*

*E-mail: famsar@yml.ru*

*Tel.: 8 (473) 271-20-34*