

**Ольга Сергеевна Рогалева**

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, кандидат филологических наук, доцент, ученый секретарь,  
доцент кафедры журналистики и медиалингвистики, Омск, Россия  
e-mail: olga\_rogaleva78@mail.ru

## **Заочный политический диалог: коммуникативно-прагматическая репрезентация в новостном медиатексте**

*Аннотация.* Целью исследования стало выявление коммуникативно-прагматических особенностей заочных медийных диалогических единств на военно-политическую тематику. В результате исследования выявлены субъекты российского и «западного» политического дискурса, чьи речевые действия формируют повестку дня; определены источники цитат; обозначены факторы, влияющие на продуцирование ответной реплики; рассмотрена прагматилистическая специфика репрезентации речевого события в новостном медиатексте. Новостной текст, построенный на цитате и/или репрезентирующий обмен репликами, приобретает специфические черты, обусловленные не только форматными характеристиками новостного дискурса, но и определенными идеологическими установками. Стилистическое единство новостного текста нарушается за счет эмоциональности цитат. В статье сделан вывод о том, что формат новостей в виде политических высказываний и квазидialogов способствует распространению определенной интерпретации, оценки политической обстановки и формирует идеологически заряженную картину мира.

*Ключевые слова:* информационное агентство, новостной дискурс, медиатекст, пропагандистский дискурс, диалог.

**Olga S. Rogaleva**

Dostoevsky Omsk State University, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Scientific Secretary,  
Associate Professor of the Department of Journalism and Media Linguistics, Omsk, Russia  
e-mail: olga\_rogaleva78@mail.ru

## **Correspondence Political Dialogue: Communicative-Pragmatic Representation in the News Media Text**

*Abstract.* The aim of the study is to identify the communicative-pragmatic features of correspondence media dialogical unities on military-political topics. As a result of the study, subjects of Russian and “Western” political discourse were identified, whose speech actions form the agenda, sources of quotations were identified, factors influencing the production of a response were identified, and the pragmatic stylistic specificity of the representation of a speech event in a news media text was considered. A news text based on a quote and/or representing an exchange of remarks acquires specific features determined not only by the format characteristics of the news discourse, but also by certain ideological attitudes. The stylistic unity of the news text is violated due to the emotionality of the quotes. It is concluded that the format of news in the form of political statements and quasi-dialogues contributes to the spread of a certain interpretation, assessment of the political situation and forms an ideologically charged picture of the world.

*Keywords:* news agency, news discourse, media text, propaganda discourse, dialogue.

### **Введение (Introduction)**

Сегодня особую актуальность приобретает вопрос осмысления структурной, содержательной и прагматилистической специфики журналистских текстов в процессе усложнения медиакommunikации.

Онтологическая специфика новостного дискурса как разновидности массмедийного состоит в передаче информации об актуальных и социально значимых событиях, что предполагает конструирование новостного сообщения как ментального коррелята события с помощью когнитивно-

дискурсивных приемов информирования о новости-факте, новости-событии, новости-цитате, обусловленных прагматическими задачами новостной журналистики — информирование через достижение точности, достоверности,吸引力的 текста [1, с. 9].

Одним из инструментов современного политического медиадискурса становится активное внедрение в повестку дня высказываний-событий. Экстралингвистическим стимулом к порождению новости становится публичное высказывание известной личности и/или организации. Другими

словами, высказывание становится событием, которое и конструируется в новостном медиатексте.

Очевидно, что вовлекаются в этот процесс разные субдискурсы медиа — спортивный, деловой, политический. Однако в настоящее время в силу экстралингвистических факторов интерес представляет именно политический сегмент информационного поля медиа.

В этом смысле уточнение формальных и коммуникативно-прагматических параметров новостных текстов информационных агентств, основанных на политических цитатах и диалогах, осмысление их как отдельного текстотипа, формирующего политический пропагандистский дискурс, представляется на данный момент актуальной лингвистической задачей.

### Методы (Methods)

Указанная цель реализуется посредством выявления формального (структурно-композиционного) уровня архитектоники исследуемого текстотипа с привлечением прагматического компонента. В работе использованы различные аспекты лингвопрагматического анализа, позволяющие выявить коммуникативные особенности новостных текстов (субъект и адресат общения, условия общения, знания о мире, мнения, установки, цели говорящего и др.).

### Литературный обзор (Literature Review)

Обратим внимание на некоторые аспекты, имеющие отношение к интересующей нас проблеме.

Есть ряд лингвистически ориентированных исследований, посвященных публичному политическому дискурсу. Так, исследуются стратегии и тактики политиков России и Соединенных Штатов Америки (США) в информационной войне [2]; специфика адресации выступлений официальных лиц в Организации Объединенных Наций (ООН) [3]; лингвоаксиологическая и лингвосемиотическая специфика открытого профессионального дипломатического дискурса, реализуемого в текстах выступлений постоянных представителей СССР и Российской Федерации (РФ) в Совете Безопасности ООН [4] и др.

Новостному дискурсу посвящено большое количество исследований (например, [5; 6; 7; 8]). Вопросы типологии информационных поводов, жанровые и другие особенности оперативно-новостных текстов рассмотрены и описаны в теории журналистики и медиалингвистике достаточно подробно [9; 10; 11; 12].

В научной литературе, в том числе англоязычной (Т. ван Дейк [5]), определен ряд критериев при отборе инфоповодов, на которые ориентируются современные информационные агентства и средства массовой информации (СМИ). Их систематизация представлена А. В. Колесниченко [13], основные из них: новизна, достоверность, значимость (релевантность) и декодируемость [14], а также масштаб, конфликтность, курьезность/необычность. Однако важным может стать не только то событие, которое имеет для аудитории реальную информационную актуальность и познавательную ценность, но и то, которое в коммуникативном пространстве позволит создать аксиологический резонанс [15, с. 18]. Например, любые публичные высказывания Дональда Трампа или любые решения В. В. Пу-

тина с большой вероятностью могут представлять собой новостной повод, безотносительно к тому, к какой сфере общественной жизни они относятся — политике, социальной сфере, культуре и т. д. [16].

Общие черты гипертекста новости описаны Л. Р. Дускаевой. Гипертекст новости — это условное наименование совокупности связанных общим информационным поводом сообщений в медиа разных каналов, типов, которые различаются по источнику и по времени поступления, но референциально «перекликаются». В отличие от линейного газетного текста, расширение гипертекста новости в интернете осуществляется в разных векторах, т. е. в разных источниках информации — СМИ. Такой многовекторно развиваемый гипертекст создается множеством медиа и их авторов, объединенных интересом к одному информационному поводу: событию, ситуации, факту, чужому высказыванию, персоне [17, с. 49].

Так, устойчивым референциальным текстотипом новостного дискурса считается событие-высказывание (отдельные резонансные, сенсационные высказывания «медиаперсон» и их опровержения, утечки «сведений из достоверных источников», слухи и т. п.) [18]. Об этом писала Л. Р. Дускаева [19], доказывая, что так формируется особый текстотип в медиадискурсе, соответствующий жанровой модели «Оценка чужого высказывания и мнения». В жанрах, направленных на оценку чужого высказывания, оценивается форма выражения и содержательное наполнение чужой речи, способ сообщения, интерпретация [19, с. 206].

В гипертексте новости во взаимосвязи «претексты-стимул > текст-реакция < последующее сообщение» центральная, поддерживающая расширение новости часть — текст-реакция — выступает аналогом второй реплики в диалоге, которая обеспечивает разнонаправленную связь, отвечая на предшествующие коммуникативные действия и стимулируя последующие [17, с. 51].

Выступления мировых лидеров, касающиеся нашей страны, становятся доступны в виде оцифрованных видеофайлов, а также письменных текстов, в которых присутствуют оценки, комментарии и прямые угрозы, на которые вынуждены реагировать как российские дипломаты, так и политические лидеры. Такую интеракцию можно рассматривать в качестве дистантного диалога [20, с. 75], заочного, или дистанционного, диалога [21, с. 114].

Для характеристики дистанционного диалога в медиaprостранстве релевантна такая его структурная особенность, как многоуровневая адресация: оба коммуниканта осознают, что их общение позже будет доступно широкой публике [21, с. 114]. Дистантный политический диалог, как правило, репрезентирован в новостных сообщениях информационных агентств и СМИ.

Различные типологии диалогических единств и классификации реплик представлены в диссертационном исследовании И. А. Кузнецова [22].

Диалогичность, полифоничность, вторичность отнесены Л. Р. Дускаевой к фундаментальным свойствам журналистского текста [19].

О специфике «чужого слова» в новостном тексте писали А. А. Негрышев [11]; М. Ю. Казак и А. А. Махова [23],

Л. В. Кудрина [24], А. И. Чепурная [25] и др. Журналисты черпают информацию из современной жизни, цитируя речи политиков и общественных деятелей, произнесенные накануне, апеллируют к мнениям экспертов и профессионалов, дают отсылки к источникам информации (по словам, как считает, по мнению, говорят, по непроверенным сведениям и др.) [23, с. 176].

В таких условиях речевое событие приобретает социальный и идеологический смысл, что транслирует «дискурсивные презумпции» (Л. И. Ермоленкина) конкретного СМИ. Справедливо утверждение лингвистов о том, что интенсивность и быстрота порождения диалогических реакций зависит от степени значимости того или иного речевого или неречевого события [26, с. 76].

Возникающий в таких случаях дистанционный политический диалог можно рассматривать как частотную дискурсивную практику в сфере массовой коммуникации. С одной стороны, это особый тип опосредованного диалогического взаимодействия между коммуникантами, причем не всегда запланированного, с другой — в текстовом выражении — такой диалог предстает как новостной текст. Такие материалы можно отнести к медиатизированным политическим жанрам, по Н. Фэрклафу [27]. При этом очевидно, что они выполняют, кроме информативной, еще и пропагандистскую функцию. Под политическим пропагандистским дискурсом массмедиа (медиадискурсом) понимается систематический и повторяющийся процесс производства медиатекстов, который направлен на внедрение в массовое сознание однозначных и безальтернативных представлений об идеологических доминантах, базовых принципах и идеях определенных политических субъектов [28, с. 550].

В рамках новостной журналистики работают преимущественно информационные агентства, где основная задача журналиста состоит в том, чтобы кратко передать суть произошедших событий. Специфика деятельности информационных агентств как институционального игрока на информационном медиарынке отражена в ряде публикаций [29; 30]. Так, всё более очевидной становится тенденция, согласно которой не СМИ формируют повестку дня, а информационные агентства. Как правило, именно сообщения информагентств в первую очередь доходят до потребителей, а затем создается так называемый «информационный шлейф» в СМИ иных типов [31, с. 202]. Это приводит к тому, что именно информационные агентства получают возможность последовательно и целенаправленно ориентировать аудиторию на стратегически заложенные идеологические установки [32]. Новостные сообщения обладают высокой степенью идеологической модальности, которая выражается в способе конструирования и интерпретации новостных явлений, определяя модель восприятия реальности (события, ситуации, случая) пользователем. Идеологическая модальность при этом может быть выражена «...как эксплицитно: с помощью выражений оценки и комментария, так и имплицитно: на уровне отбора фактов и определения новостной ценности события» [33, с. 47–48].

Материалом для исследования послужили новостные медиатексты, освещающие публичные высказывания субъектов медиадискурса (политиков, журналистов, дипломатов

и др.), ведущих информационных агентств страны — ТАСС и РИА «Новости». Выбор информагентств объясняется тем, что они являются «...крупными центрами фильтрации и почти мгновенной обработки постоянно поступающей информации» [34, с. 80] и ее «поставщиками» в СМИ.

Всего проанализировано около 500 новостных сообщений, отфильтрованных методом сплошной выборки за период с 1 ноября 2022-го по 30 мая 2023 г. Важным параметром стала их принадлежность к такой устойчивой тематической группе медиаконтента, как внешняя политика. Тематический принцип является дифференцирующим в рамках данной статьи.

## Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

### Формальная организация

Репрезентация вооруженного конфликта, взаимоотношений России и США, Европы в условиях усложняющейся коммуникации осуществляется журналистами в том числе при помощи трансляции фрагментов речевой деятельности отдельных политических и неполитических субъектов и лидеров общественного мнения, включая реагирующие высказывания на речевые действия других акторов: *Россия не просила о переговорах с Украиной, заявил Лавров; Зеленский позвал Маска посетить Украину; Песков пообещал, что поставленные Украине британские танки «будут гореть».*

В корпусе новостных текстов, базирующихся на высказываниях, отчетливо выделяется несколько разновидностей с точки зрения структуры диалогового взаимодействия и его репрезентации в новостной заметке.

Первая модель новостной заметки характеризуется существенной самостоятельностью цитаты, ее самодостаточностью. «Новостной текст в таком случае сообщает одновременно и *о факте такого высказывания* (событийный аспект) и *само высказывание* (интертекстуальный аспект), причем последнее служит своего рода “достоверным и документированным изложением” первого» [11, с. 67].

Второй режим предполагает построение новостного текста на базе диалогического единства — цитаты-реакции и стимулирующего высказывания.

Третий вариант новостной заметки — серия вербальных реакций простых пользователей на то или иное высказывание политически ориентированного ньюсмейкера. Журналист РИА «Новости» производит отбор пользовательских комментариев, в которых репрезентирована пророссийская политическая позиция, и представляет их систематизацию: *«Позор». В Сети обрушились на Зеленского из-за заявления о России. Пользователи Twitter\* высмеяли заявление Зеленского о передаче российских активов Киеву (16.06.2023); «Военный преступник»: в Сети возмутились новым заявлением Зеленского. Пользователей Twitter\* разозлили слова Зеленского о получении военной помощи США (24.11.2022); «Это всё Путин». В Китае высмеяли новое заявление Киева о России. Читателей «Гуанча» разозлили обвинения Киева в подрыве Каховской ГЭС в адрес Москвы (07.06.2023).*

\* Социальная сеть «Твиттер» заблокирована на территории Российской Федерации.

Цитата, заочный политический диалог, серия политически ориентированных высказываний становятся текстоформирующими для новостных сообщений информационных агентств. Интегрируя высказывания и цитаты в новостные сообщения информационных агентств, журналисты, редакторы придают им статус события.

Новостной медиатекст строится как совокупность двух реплик — реплики-стимула и реплики-реакции — различной информационной и смысловой насыщенности. Соответственно, новостной медиатекст бинарен по структуре: сочетает текст-стимул и текст-реакцию, причем стержневым элементом текста становится именно реагирующая реплика, которая и репрезентируется в журналистском материале достаточно развернуто: «*Нет, это никоим образом не забвчивость. Это, к сожалению, достаточно пагубная линия*», — **сказал Песков, комментируя в среду соответствующее заявление пресс-секретаря Белого дома Карин Жан-Пьер. По словам представителя Кремля, следование этой линии привело к тому, что в США выросло поколение, совсем не помнящее недавней истории. «Мы с вами знаем из различных материалов социологических, что в Америке из молодого поколения уже никто не помнит, кто с кем воевал во время Второй мировой войны. Фактически там даже среднее поколение не в курсе деталей нашего недавнего прошлого», — констатировал Песков. По его мнению, «не зная всех ужасов прошлого, не зная о том, кто спас мир от коричневой чумы, конечно, скоро в Америке будет поколение, которое не сможет трезво оценивать свое настоящее и свое будущее».** Пресс-секретарь президента РФ отметил, что в среднесрочной и долгосрочной перспективе это будет иметь весьма плачевные последствия (ТАСС, 10.05.2023).

Реплика-стимул чаще всего представлена в новостном тексте в виде косвенной цитаты: *Пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков назвал пагубной линией американскую риторику о том, что победа над фашизмом во Второй мировой войне произошла благодаря США и их союзникам при одновременном замалчивании роли Советского Союза* (ТАСС, 10.05.2023).

Как видим, информация персонализирована. Имена собственные, идентифицирующие акторов новости, — обязательный элемент новостного текста.

Следует отметить, что характер структурирования текста опирается не только на сложившуюся модель новостного текста, но и на особенности инфоповода. Так, детализация осуществляется при помощи бэкграунда — справочной информации, расширяющей информационное пространство и/или необходимой для понимания новости. Распространенным элементом таких текстов становится пространственно-временная характеристика высказывания: *Мюнхенская конференция открылась в пятницу, в ней второй год подряд не участвует РФ, несмотря на опасения ряда политиков и экспертов, что выстраивание безопасности и стремление к миру без диалога с Москвой невозможны. Центральная тема конференции — кризис на Украине* (РИА «Новости», 17.02.2023). Напомним, именно на этой конференции глава Министерства иностранных дел Германии Анналена Бербок призвала Путина «изменить политику на 360 градусов».

Цитирование слов одного и/или другого автора реализует не только дискурсивную тактику точности, но и выполняет собственно текстоформирующую функцию, функцию моделирования события.

Подобные заметки действительно обладают новостной ценностью — содержательной категорией новостного дискурса, определяющей специфику его модусно-диктумной организации. Грамматическая организация заголовков в первой и второй модели представлена наличием агента (субъекта действия) и действия, выполняемого им. Заголовки, как правило, предикативные — с глаголами речи, мысли, чувства *заявить, прокомментировать, назвать, позвать, обвинить, пристыдить, возмутиться* и др.

Инвариантная композиционно-смысловая структура таких медиатекстов в целом соответствует принципу перевернутой пирамиды: сообщается о том, кто и что сделал.

Подобные высказывания, продуцируемые известными людьми в сфере массовой коммуникации и имеющие прагматические и аксиологические составляющие, зачастую формируют информационный фон, политическую повестку дня.

#### **Прагмасемантическая специфика**

Для конструирования политического высказывания события в новостном тексте важны выбор цитируемого коммуниканта, подбор цитаты, соотносимость ее с событием, прагматическая и аксиологическая специфика речевого события.

Так, субъектами российского дискурса, высказывания которых являются текстоформирующими для политического информационного поля, выступают представители государственной и политической элиты РФ: В. В. Путин, С. К. Шойгу, С. В. Лавров, Д. А. Медведев, Д. С. Песков, М. В. Захарова и др.

Основными текстами-источниками цитат для генерирования новостных медиатекстов становятся, как правило, тексты, принадлежащие к первичным политическим жанрам, — программные речи, выступления, обращения (например, телевизионные обращения к гражданам президента РФ В. В. Путина), официальные пресс-конференции и заявления политических лидеров (например, пресс-конференции министра иностранных дел С. В. Лаврова), официальные комментарии пресс-секретарей государственных лидеров (например, Д. С. Пескова и М. В. Захаровой).

Впрочем, в эту же зону попадают результаты медиадеятельности российской политической элиты, осуществляемые в нетипичных медиаформатах и жанрах: собственные телеграм-каналы активно ведут М. Захарова и Д. Медведев. Кроме того, именно Мария Захарова часто дает комментарии в политическом ток-шоу Владимира Соловьева, в его подкасте «Полный контакт». Президент РФ В. В. Путин еженедельно дает экспертные и тематические интервью в программе «Москва. Кремль. Путин» (Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания «Россия»), где часто переходит на неофициальный стиль общения с журналистом кремлевского пула П. Зарубиным.

Субъектами речи в оппозиционном дискурсе становятся: пресс-секретарь Белого дома (Дж. Псаки — до мая 2022 г., Карин Жан-Пьер), президент США Джо Байден, бывший

президент Дональд Трамп, президент Украины Владимир Зеленский, генеральный секретарь НАТО Йенс Столтенберг, Верховный представитель Европейского Союза по иностранным делам и политике безопасности Жозеп Боррель, председатель Европейской комиссии Урсула фон дер Ляйен, канцлер Германии Олаф Шольц и другие политики и представители общественности.

Высказывания западных, американских и проамериканских политиков и деятелей имеют, как правило, форму критики или форму актов агрессии в отношении Российской Федерации и ее представителей, в силу чего некоторые из них становятся текстами-стимулами, на которые приходится реагировать: **Медведев пристыдил немцев за утверждения о геноциде и голодоморе на Украине; Глава Союза Женщин России обвинила Елену Зеленскую во лжи о россиянках; Кадыров пристыдил Папу Римского за слова о чеченцах; «Военный преступник»: в Сети возмутились новым заявлением Зеленского; Захарова прокомментировала неприличный жест украинского постпреда Кислицы** (РИА «Новости», 24.11.2022).

Курьезность заявлений, невежество адресанта — еще одна причина, детерминирующая появление реакций и комментариев в публичном пространстве: **Захарова жестко ответила на заявление американского посла. Захарова назвала выдачу виз по истечении срока вылета любимым трюком властей США. <...> «Линн, Вы как Анналена Бербок и Лиз Трасс, что ли? Не знаете, что такое разворот на 360 градусов и что Чёрное и Балтийское — это разные моря? Либо просто **нагло врете?**»** — отметила она (РИА «Новости», 27.04.2023).

Как видим, ньюсмейкер вступает в диалог с автором первоначального высказывания, при этом каналы передачи могут быть различными — СМИ, социальные сети. Речевой субъект инициирующей реплики и/или его общественно-политическая позиция становятся объектами суждений-реакций, как правило оценочных, эксплицированных в речи другого субъекта. При этом инициирующее высказывание изначально предназначается скорее массовому адресату, а не персонализированному — тому, который в последующем «реагирует» на него, отвечает.

Субъектов таких квазидialogов — авторов реплик — можно квалифицировать как политических (идеологических) противников. Базовая характеристика такого рода коммуникации состоит в приверженности субъектов определенной идеологии и политическому курсу. Прагматическая цель авторов реагирующих реплик — выражение мнения по поводу определенных политических мотивов, воззрений и высказываний автора.

Интерпретация действительности в новостных текстах такого типа — в виде подбора высказываний — идет в соответствии с политическими, идеологическими и морально-нравственными ориентирами, традиционно принятыми в российском обществе и находящимися в русле государственной идеологии. В пространстве информационного дискурса актуализируются такие смысловые доминанты политического дискурса, как *Россия, Родина, патриотизм* и др.

Заметим, что использование информационными агентствами политических высказываний в качестве инфопо-

дов «...отражает коммуникативную установку на моделирование мира с полемически заостренных позиций» [15, с. 18].

Аксиологическая специфика новостных медиатекстов, актуализирующих политические высказывания и диалоги, обусловлена их идеологической направленностью.

Анализируемые тексты обладают специфическим способом реализации прагматической задачи. Как пример коллегальных текстов, они репрезентируют отношение к проводимой государством политике. Цитата — встроенный идеологический компонент, который способствует усилению информационного противоборства и активизации информационного противостояния.

Такие новостные тексты становятся транслятором определенной идеологии — спектра ценностных ориентиров, актуализированных одной из сторон при освещении острого военно-политического противостояния стран.

В рамках анализируемых новостных текстов реализуются две основные интенции, свойственные политическому дискурсу, — сохранение и повышение собственного имиджа, а также нарушение имиджа политического противника: **РФ уверена в причастности Украины к нападениям на россиян, причем Киев не просто спонсирует убийства, а является их организатором и вдохновителем. Об этом заявил в воскресенье пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков в интервью программе «Москва. Кремль. Путин» на телеканале «Россия-1».**

**Так он прокомментировал высказывание начальника Главного управления разведки Минобороны Украины Кирилла Буданова о готовности Киева «убивать россиян по всему миру»** (ТАСС, 14.05.2023).

Идеологические противники — субъекты политического медийного дискурса — квалифицируются как неумные и неинтеллигентные люди: **«...Ну если Земля имеет длину окружности в 10 раз меньше той, о которой знает министр иностранных дел ФРГ? О каком законодательстве вы говорите? Человек прыжками занимался на батуте и стал министром иностранных дел. Кто в Европарламенте заседает? Вы понимаете уровень этих людей?»** — сказала Захарова в эфире программы «Вечер с Владимиром Соловьевым» на телеканале «Россия 1» (РИА «Новости», 23.11.2022). Как видим, в реагирующих репликах частотны агрессивные вопросы, провоцирующие или развивающие конфликт. И напротив — идеологические сторонники как умные профессионалы, отстаивающие интересы общества и страны.

Зачастую тексты-реакции демонстрируют ироническое, скептическое и снисходительно-насмешливое отношение к авторам текстов-стимулов, их концептуальному содержанию и идейному наполнению: **Пушков поговоркой ответил на слова Бербок о войне с Россией. Сенатор Пушков о словах Бербок про войну с Россией: что у одних на уме, у нее — на языке** (РИА «Новости», 29.11.2023); **Медведев высмеял слова Бербок про поворот Москвы на «360 градусов».** **Медведев назвал Бербок невежественной после ее слов про поворот России на 360 градусов** (РИА «Новости», 18.02.2023).

Представляется, что основой высказываний российских политиков и журналистов, транслируемых информацион-

ными агентствами, являются речевые жанры осуждения, обвинения, порицания и упрека. Объединяющим для данных речевых жанров становится коммуникативная интенция — выражение речевого неодобрения: *Советник гендиректора «Росэнергоатома» обвинил Киев в ядерном терроризме на ЗАЭС; Захарова заявила, что украинские власти идут на дно, горделиво подняв средний палец; Захарова заявила о низком уровне образования депутатов Европарламента; Комментаторы обвинили украинского политика в коррумпированности и военных преступлениях против жителей страны.*

Очевидно, что в анализируемых новостных текстах представлены некооперативные модели диалогического дискурса. Высказанное прямо или косвенно неодобрение можно рассматривать как конфронтацию или провокацию конфликта, при этом дистантность и опосредованность коммуникации становятся дополнительными конфликтогенными факторами.

Речевыми маркерами воплощения обвинительно-осуждающей интенции являются как лексически сниженные номинации, так и лексические единицы, обозначающие отрицательные черты характера, деятельности: *Пушков резко ответил на слова французского генерала об ударах по парадам. Сенатор Пушков назвал генерала Яковлеффа идиотом из-за слов об ударах по парадам на 9 Мая (РИА «Новости», 12.12.2022); «Всё, что осталось киевскому режиму, характерными чертами которого давно стали продажность, злоба, аморальность, слабость и бесноватость. Идут на дно, горделиво подняв средний палец, ставший их позорным символом», — отметила Захарова (РИА «Новости», 24.11.2022).*

Специфические черты новостного текста, построенного на цитате и/или репрезентирующего обмен репликами, обусловлены не только форматными характеристиками новостного дискурса, но и идеологическими установками продуцентов новостей.

С одной стороны, проанализированные нами тексты демонстрируют черты, типичные для языкового наполнения новостной группы медиажанров и проявляющиеся в широкой эксплуатации элементов, подчеркивающих объективно-документальный характер передаваемой информации. С другой стороны, дискурсивно обусловленное качество данных медиатекстов — способность цитирования нарушать стилистическую гармонию новостного текста. Представляется, что стилистическое единство жанрового канона новостной заметки зачастую разрушается субъективностью, оценочностью и эмоциональностью цитаты: *«Вот такие политические идиоты вполне могут довести дело до прямого столкновения НАТО и России. Сидит в Париже, рассуждает об ударе по Москве, с пустой головой и полным непониманием возможных последствий», — написал сенатор в своем Telegram-канале; «Почему вы задаете*

*такой тупой вопрос?» — заявил Байден журналисту (РИА «Новости», 12.12.2022).*

Как правило, реагирующая реплика-цитата содержит негативную авторскую оценку субъектов и их коммуникативного поведения, выражение негативного отношения к содержанию и/или форме первичного высказывания.

Как справедливо отмечает М. В. Беляков, переход части дипломатического дискурса в открытое информационное пространство изменил общую тональность выступлений. Оценочность в разном своем проявлении при декларации и особенно при защите аксиосферы страны реализуется в современном открытом дипломатическом дискурсе языковыми средствами, ранее ему несвойственными [4, с. 276].

Характерной коммуникативно-прагматической особенностью данного «общения» стало отсутствие кооперативного настроя второго субъекта: реакция на стимулирующую реплику зачастую характеризуется агрессивной тональностью. Говорящий осознает конфликтогенность своих речевых действий, делает это намеренно, а журналисты эксплицируют данную интенцию с помощью соответствующих глаголов, в том числе в рамочных элементах текста.

### Заключение (Conclusion)

Очевидно, что в заданных жанровых рамках, в композиционно-семантических структурах новостного медиатекста содержится диалоговый потенциал.

Придание особой значимости высказываниям политических персон и их обменам репликами в рамках информационного сообщения доказывает стремление современных медиа к генерированию политизированного, идеологизированного контента пропагандистской направленности в рамках информационного поля.

Представляется, что структура современного новостного медиадискурса подвергается трансформации. Журналист, информируя о вербальных политических действиях оппонентов, генерирует гибридный тип дискурса, обладающий признаками новостного и политического дискурсов. С коммуникативно-прагматической точки зрения такие новости обладают определенной идеологической модальностью и ориентацией на диалогичность. Функция информирования перестает быть ведущей: начинает доминировать воздействующая функция (включая интерпретацию, манипуляцию, пропаганду), осуществляется формирование определенных военно-политических взглядов и убеждений адресатов.

Благодаря аксиологической заряженности цитат становится возможным эмоциональное восприятие политической реальности. Масштабирование политического дискурса за счет таких новостей детерминировано стремлением привлечь большее внимание аудитории, с одной стороны, и стремлением оказать влияние на субъективную оценку политической реальности, с другой.

### Библиографический список

1. Мельникова Е. А. Когнитивно-дискурсивные особенности медиарепрезентации события в англоязычном тексте новостного сообщения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2016. 23 с.
2. Плахотная Ю. И. Стратегии и тактики политиков России и США в информационной войне // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления : материалы Междунар. науч. конф. / гл. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2015. С. 196–200.

3. Карасик В. И. Адресатная специализация в публичном политическом дискурсе // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9, № 1. С. 32–49. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-32-49
4. Беляков М. В. Лингвоаксиология и лингвoseмиотика дипломатического дискурса (на материале открытой профессиональной дипломатии) : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2022. 437 с.
5. Dijk van T. A. News as Discourse. Hillsdale : Erlbaum, 1988. 200 p.
6. Bednarek M., Caple H. News Discourse. London : Continuum International Publishing Group, 2012. 288 p.
7. Добросклонская Т. Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. II Международная научно-практическая конференция и II Международный научный семинар : сб. науч. работ / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского. Белгород : Белгород, 2016. С. 13–22.
8. Тюпа В. И. Новостной дискурс как нарратологическая проблема // Новый филологический вестник. 2017. № 3 (42). С. 40–51.
9. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учеб. / Л. Е. Кройчик, С. М. Виноградова, Г. В. Лазутина [и др.]. СПб. : Общество «Знание», 2000. С. 125–167.
10. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2011. 320 с.
11. Негрышев А. А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ : учеб. пособие. Владимир : Владимир. гос. гуманитар. ун-т, 2009. 144 с.
12. Ремчукова Е. Н., Апостолиди А. А. Малоформатные медиатексты «новостного потока» в фокусе лингвистики: жанровые и языковые особенности // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9, № 3. С. 651–668. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-3-651-668
13. Колесниченко А. В. Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Медиаскоп : электрон. науч. журн. 2018. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2467> (дата обращения: 16.06.2023).
14. Вирен Г., Фролова Т. Информационные агентства. Как создаются новости : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2015. 176 с.
15. Ермоленкина Л. И. Информационное событие как репрезентация картины мира радиодискурса // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2010. № 3 (11). С. 15–25.
16. Кожемякин Е. А. Телевизионная картина мира: некоторые тенденции конструирования телереальности // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международная научно-практическая конференция. II Международный научный семинар : сб. науч. работ / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского. Белгород : Белгород, 2016. С. 46–54.
17. Дускаева Л. Р. Лингвистическая архитектура гипертекста новости // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации : сб. науч. тр. Гродно : Гродн. гос. ун-т, 2018. С. 49–53.
18. Негрышев А. А. Референтное событие и референтная база новостного медиатекста // Медиалингвистика. 2015. № 2 (8). С. 78–90.
19. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., доп., испр. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. 276 с.
20. Максименко О. И., Беляков М. В. Опосредованный диалог с позиций функциональной лингвистики // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. : Лингвистика. 2022. Т. 2, № 3. С. 72–79. DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-2-72-79
21. Плисов Е. В., Тюрина Ю. А. Дистанционный диалог в масс-медийном пространстве (на материале австрийского медиапроекта «Frag den Kardinal») // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. 2017. № 13. С. 111–118.
22. Кузнецов И. А. Национально обусловленные модели фатической диалогической вопросно-ответной коммуникации в современной русской речи : дис. ... канд. филол. наук. Новгород, 2020. 244 с.
23. Казак М. Ю., Махова А. А. Медиатексты в аспекте теории интертекстуальности и прецедентности // Науч. вед. Белгор. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2011. № 24 (119), вып. 12. С. 175–182.
24. Кудрина Л. В. Речевые особенности комментария в новостных текстах интернет-изданий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2019. № 6. С. 176–194.
25. Чепурная А. И. Эвиденциальная модализация высказывания в новостном дискурсе: функциональный аспект // Научный диалог. 2020. № 5. С. 158–170. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-158-170
26. Колокольцева Т. Н. Современная диалогическая коммуникация и проблемы типологии диалогических дискурсов // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. 2012. № 2. С. 74–78.
27. Fairclough N. Genres in Political Discourse // Encyclopedia of Language and Linguistics. Oxford : Elsevier, 2005. P. 32–38.
28. Малышева Е. Г., Роголева О. С. Русский политический пропагандистский медиадискурс: определение понятия, структура и границы, характеристика субъектов // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12, № 3. С. 544–561. DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(3).544-561
29. Польшов В. А. Информационные агентства в сетевом пространстве: системные характеристики // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 128–140.

- 
30. Стогова Е. С. Информационные агентства в современной системе СМИ // Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер. : Филология. 2020. № 3. С. 262–268. DOI: 10.26456/vtfilol/2020.3.262
31. Вагнер И. Е. Информационные агентства в системе современных массмедиа: тенденции развития // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 4 (2). С. 200–206.
32. Мадера М. Г. Роль информационных агентств в современных средствах массовой коммуникации // Дискурс. 2018. № 4 (2). С. 69–74. DOI: 10.32603/2412-8562-2018-4-2-69-74
33. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. [Б. м.] : [б. и.], 2020. 180 с.
34. Курманина Т. С. К вопросу о профессиональных стандартах и этических регуляторах журналиста информагентства // Медиаальманах. 2020. № 4. С. 80–86. DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2020.8086