

СЛОВО «ЭКСПЕРТ» В РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ*

TATIANA L. KAMINSKAYA

THE WORD “EXPERT” IN RUSSIAN MEDIA DISCOURSE:
SEMANTICS AND PRAGMATICS IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY



**Татьяна Леонидовна
Каминская**

доктор филологических наук,
доцент

► tlkam1@mail.ru

Финансовый университет
при Правительстве РФ,
Российская Федерация, 125993,
Москва, Ленинградский пр., 49;
Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого,
Российская Федерация, 173003,
Великий Новгород,
Большая Санкт-Петербургская ул., 41

Tatiana L. Kaminskaya

Doctor of Philology,
Associate Professor

Financial University under
the Government of the Russian Federation,
49, Leningradskii pr., Moscow, 125993,
Russian Federation;
Novgorod State University,
41, ul. Bol'shaia Sankt-Peterburgskaia,
Velikii Novgorod, 173003, Russian Federation

Методами контент-анализа и дискурс-анализа экспертного медиаконтента исследуется семантика слова *эксперт* в русскоязычном медийном пространстве и прагматика введения экспертного комментария в медийный текст. В качестве исследуемого медиаконтента взяты интервью с экспертами на канале YouTube; комментарии экспертов, введенные в журналистский текст ведущих общественно-политических средств массовой информации и СМИ-лайфстайл, входящих в топ-10 по версии Mediascope, а также экспертных каналов в Telegram. Методом ассоциативного эксперимента выявлены ценностно-оценочные смыслы, закрепленные за словом *эксперт* в языковом сознании студентов-журналистов. Актуальность исследования обусловлена взрывным в последние два года увеличением употребления слова *эксперт* в русскоязычном медиапространстве, ростом потока запросов на экспертные мнения на цифровых платформах и вовлечением в экспертный дискурс все большего числа гуманитариев в ответ на запрос медиасферы по формированию устойчивой картины мира. Новизна данной статьи предопределяется самим материалом, который ранее не подвергался системному анализу, а также подходом к исследованию, которое показало, что в условиях социально-политической нестабильности и неопределенности будущего основной функцией эксперта является интерпретация событий и ориентировка в современном мире, что выражено в частотной сочетаемости слова с глаголами говорения: *объяснил, интерпретировал, проанализировал*. При этом содержание понятия *эксперт* у молодого поколения журналистов связано с такими понятиями, как *высокий социальный статус, коммуникативное лидерство, реализация в медиапространстве*, то есть с теми, которые описывают современного, погруженного в инфоповестку человека, специалиста по информации. Прагматический элемент увеличения экспертного медиаконтента в СМИ связан, с одной стороны, с проблемой фейковизации медиапространства, усугубившейся с началом пандемии и специальной военной операции (СВО), проблемой доверия к СМИ, с другой — с необходимостью журналистов прибегать к интерпретации усложняющегося и турбулентного мира.

Ключевые слова: эксперт, медиакommunikация, нестабильность, контент, интерпретация реальности.

* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве РФ.

The article was prepared based on the results of research carried out with funds under the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

The semantics of the word “expert” in the Russian-language media space and the pragmatics of introducing expert commentary into a media text are studied using the method of content analysis and discourse analysis of expert media content. The studied media content includes interviews with experts on YouTube; expert comments introduced into the journalistic text of the leading socio-political mass media and online lifestyle media, which are in the top 10 according to Mediascope, as well as expert channels in Telegram. The method of associative experiment revealed the value-evaluative meanings attached to the word expert in the linguistic consciousness of journalism students. The relevance of the study is conditioned by the explosive increase in the use of the word expert in the Russian-language media space in the last two years, the increasing flow of requests for expert opinions on digital platforms, and the involvement of more and more humanities students in expert discourse in response to the media sphere’s demand for the formation of a stable picture of the world. The novelty of this article is predetermined by the material itself, which has not been systematically analyzed before, as well as by the approach to the research. The study has shown that in the conditions of socio-political instability and uncertainty of the future, the main function of the expert is to interpret events and orient in the modern world, which is expressed in the frequent combination of the word with verbs of speaking: explained, interpreted, analyzed. At the same time, the content of the concept of expert in the young generation of journalists is associated with such notions as high social status, communicative leadership, and realization in the media space, i. e. with those that describe a modern person immersed in the info-newsletter, an information specialist. The pragmatic element of the increase of expert media content in the media is connected, on the one hand, with the problem of media fake news, which was aggravated with the onset of the pandemic and special military operation (SMO), the problem of trust in the media, and, on the other hand, with the need for journalists to resort to the interpretation of an increasingly complex and turbulent world.

Keywords: expert, media communication, instability, content, interpretation of reality.

Введение

Эксперт — латинское по происхождению слово, заимствованное русским языком из французского (в языке-источнике — *expertus*, в языке-посреднике — *expert*). Слово *эксперт* переводится как «опытный» [Толковый словарь 2011: 1122]. Толкования понятий *медиаэксперт* или *эксперт для медиа*, а также *экспертный медиаконтент* отсутствуют как в современных толковых словарях, так и в словарях для работников медиа. Между тем слово *эксперт* в 2022 г. стало одним из самых частотных именно в медийном дискурсе, а практика привлечения экспертов в СМИ в качестве

комментаторов и авторов и сегодня расширяется и включает новые формы. Значимость экспертных мнений очевидно возросла в пандемийные годы, и еще более — с момента начала СВО и введения санкций. Ситуация неопределенности, политической нестабильности и социальных потрясений повышает запрос на экспертное мнение. Удовлетворение спроса осуществляется медийными личностями прежде всего посредством журналистских форматов.

Роль СМИ в ситуации увеличивающейся нестабильности общества неоднократно привлекала внимание исследователей. Так, отмечалось, что во время пандемии «в ситуации неопределенности происходило лавинообразное нарастание информации, ее невозможно было остановить и сложно контролировать: фальшивые новости, подлоги и паника распространяются в разы быстрее, чем сам вирус, цепляя картинкой, заголовком, эмоциональными суждениями» [Надолинская, Петкова 2020: 186].

С началом СВО ситуация с фейковизацией медиaprостранства и общественным запросом на проверенную информацию и информационную экспертизу спровоцировала еще более частое обращение журналистов к экспертам и частотное употребление самого слова *эксперт* в медийном пространстве.

В данной статье ставится цель проанализировать функционирование слова *эксперт*, его семантику и прагматические функции использования экспертного контента в медиа.

Различные трактовки образа эксперта в научном дискурсе и обыденном сознании

В последние два десятилетия вопросы: кого можно считать экспертом, что такое экспертный медиаконтент и для чего он нужен — обсуждаются в научных дискуссиях гуманитариев, прежде всего англоязычных. Так, М. Хетмански указывает на важность субъективного опыта, предубеждений при формировании экспертных заключений: «Экспертные знания — это не только знания и навыки, но и социальная роль тех, кто ими обладает» [Hetmanski 2018: 11]. Роль эксперта рас-

сма­три­ва­ет­ся в кон­тек­сте ис­сле­до­ва­ний на­уч­ной, по­ли­ти­че­ской и но­вост­ной жур­на­ли­сти­ки. Под­ход М. Мак­Комбса [McCombs, Bell 1996; McCombs, Reynolds 2002] оп­ре­де­ля­ет экс­перт­ную ме­ди­а­ком­му­ни­ка­цию как об­ъяс­ни­тель­ную, «выс­ве­чи­ва­ю­щую» об­щес­твен­но зна­чи­мые те­мы и, что не­ма­ло­ва­жно, пред­ла­га­ю­щую ауди­то­рии ин­тер­пре­та­ции про­ис­хо­дя­ще­го. По Э. Альбаку, экс­перт­ный взгляд по­мо­га­ет в крат­кие сро­ки по­лу­чить бо­лее г­лу­бо­кий ана­лиз и уйти от из­лиш­не­го упроще­ния из­ло­же­ния в СМИ, а так­же под­твер­дить те вы­во­ды, к ко­то­рым жур­на­лист мог при­йти са­мо­сто­я­тель­но («ком­пен­са­ци­он­ная легитим­ность») [Albæk 2011: 338]. С. Кар­пен­тер и Д. Кан­вер пред­ла­га­ют сле­ду­ю­щий на­бор тре­бо­ва­ний для то­го, что­бы име­но­вать­ся экс­пер­том: про­филь­ное обра­зо­ва­ние, про­фес­си­о­наль­ный опыт ра­бо­ты в жур­на­ли­сти­ке, на­гра­ды, спе­ци­а­ли­за­ция, тех­ни­че­ские на­вы­ки про­фес­сии и со­ци­аль­ная роль ав­то­ра, ко­то­рая оце­ни­ва­ет­ся пу­тем кон­тент-ана­ли­за ма­те­ри­а­лов от­кры­тых ис­точ­ни­ков в со­ци­аль­ных ме­ди­а [Carpenter, Kanver 2017]. Ав­то­ры ука­зы­ва­ют на то, что са­мо­го жур­на­ли­ста мож­но счита­ть экс­пер­том, если он при­над­ле­жит к оп­ре­де­лен­ной ор­га­ни­за­ции (это мар­кер его ав­то­ри­те­та и экс­перт­но­сти суж­де­ний) [Carpenter, Kanver 2017: 204–205].

Ин­терес рос­сий­ских лин­г­ви­стов и ме­ди­а­ис­сле­до­ва­те­лей к сло­ву *эк­сперт* воз­ник в по­след­ние три го­да и свя­зан пре­жде все­го с по­ли­ти­че­ской и на­уч­ной жур­на­ли­сти­кой. Так, И. Н. Тель­но­ва ука­зы­ва­ет на по­пу­ля­ри­за­тор­скую роль экс­пер­та, от­ме­чая, что се­го­дня «од­ним из ап­ро­би­ро­ван­ных и эф­фек­тив­ных спо­со­бов яв­ля­ет­ся по­пу­ля­ри­за­ция ре­зуль­та­тов ис­сле­до­ва­ний и экс­перт­но­го м­не­ния уче­но­го на спе­ци­а­ли­зи­ро­ван­ных элек­трон­ных плат­фор­мах и пуб­ли­ка­ция экс­перт­но­го м­не­ния в СМИ» [Тель­но­ва 2022: 526]. Она так­же ут­вер­ж­да­ет, что спрос на м­не­ние экс­пер­та ра­стет в си­ту­а­ции неоп­ре­де­лен­но­сти. И. С. Ду­ша­ко­ва, го­во­ря о но­вост­ной жур­на­ли­сти­ке, ставит во­прос о том, кто мож­ет счита­ть­ся экс­пер­том в ме­ди­а (оп­ре­де­ля­я этот ста­тус по внеш­ней к со­бы­тию ком­му­ни­ка­тив­ной по­зи­ции), а так­же «о гра­ни­цах экс­перт­но­го влия­ния на ко­неч­ный про­дукт в СМИ и ши­ре — во­прос о вклю­чен­но­сти экс­пер­та в це­поч­ку про­из­вод­ства смы­слов для ши­ро­кой ауди­-

то­рии» [Ду­ша­ко­ва 2016: 9]. В. И. Ка­ра­сик, рас­сма­три­вая лин­г­во­куль­тур­ный ти­паж по­ли­ти­че­ского экс­пер­та, пред­ла­га­ет счита­ть экс­пер­том «спе­ци­а­ли­ста, вы­сту­па­ю­ще­го с ком­мен­та­ри­ем в сред­ствах мас­со­вой ин­фор­ма­ции по по­во­ду ак­ту­аль­ных во­про­сов со­вре­мен­но­сти» [Ка­ра­сик 2019: 87].

Язы­ко­вое соз­на­ние со­вре­мен­ни­ков час­ти­чно от­ра­жа­ет­ся в ас­со­ци­атив­ном сло­варе, в ко­то­ром за сло­вом *эк­сперт* за­кре­п­ле­ны цен­ност­но-оце­ноч­ные смы­слы, рас­кры­ва­ю­щие­ся в ас­со­ци­атив­ных свя­зях сло­ва. Од­на­ко они ока­зы­ва­ют­ся бо­ль­шей час­тью не соот­несен­ными со сфе­рой ме­ди­а: са­мая час­тот­ная ре­ак­ция — ас­со­ци­а­ция лю­дей на сло­во-сти­мул *эк­сперт* — *спе­ци­а­ли­ст* (ин­декс 5, то есть пя­ти­крат­ное по­вто­ре­ние), ос­та­ль­ные ас­со­ци­а­ции — раз­овые, от­ра­жа­ю­щие внеш­ние или ко­м­пе­тен­т­но­стные ха­рак­те­ри­сти­ки, а так­же не­медий­ную сфе­ру де­я­тель­но­сти: *ум­ный че­ло­век, в ми­ли­ции, ко­м­пе­тен­т­ный, очки, про­фес­си­о­нал, ре­ви­зор*. Как ре­ак­ция на дру­гие сло­ва, со­глас­но ба­зе дан­ных сло­варя, сло­во *эк­сперт* край­не ред­ко фи­гу­ри­ру­ет, появ­ля­ясь толь­ко в от­вет на сти­му­лы *ме­ди­цин­ский, не­за­ви­симый, су­деб­ный* [РАС 2002: 741]. В бо­лее но­вых, элек­трон­ных, ас­со­ци­атив­ных сло­варях сло­во *эк­сперт* от­сут­ствует.

Та­ким об­ра­зом, не­смот­ря на час­тот­ность ис­поль­зо­ва­ния сло­ва *эк­сперт* имен­но в ме­ди­а, в поле вни­ма­ния ис­сле­до­ва­те­лей ред­ко ока­зы­ва­лись как се­ман­ти­ка сло­ва в дан­ной сфе­ре, так и ком­му­ни­ка­тив­ная и праг­ма­ти­че­ская со­став­ля­ю­щие вве­де­ния в ме­ди­а­тек­сты экс­перт­но­го кон­тента.

Ис­хо­дя из це­ли на­пи­са­ния ста­тьи, ав­тор про­ве­ла ас­со­ци­атив­ный экс­пе­ри­мент сре­ди сту­ден­тов-жур­на­ли­стов. Все­го был при­в­ле­чен 61 че­ло­век для вы­яв­ле­ния ас­со­ци­а­ций на сло­во-сти­мул *эк­сперт*. Бы­ло ва­жно по­нять, ка­кие оце­ноч­ные смы­слы и ха­рак­те­ри­сти­ки за­кре­п­ле­ны за сло­вом в соз­на­нии пред­ставител­ей мо­ло­до­го по­ко­ле­ния жур­на­ли­стов. Про­фес­си­о­на­ли­за­ция учас­тни­ков экс­пе­ри­мента вы­з­ва­ла ас­со­ци­а­ции, ча­ще все­го свя­зан­ные со сфе­рой ме­ди­ей­ной ком­му­ни­ка­ции. Тем не ме­нее ока­залось, что да­же в про­фес­си­о­наль­ной ме­ди­ей­ной сре­де сло­во-сти­мул *эк­сперт* яв­ля­ет­ся раз­но­об­раз­ным по со­дер­жа­тель­но­му на­пол­не­нию (46 ре­ак­ций у 61 рес­пон­дента). Бы­ли вы­яв­ле­ны сле­ду­ю­щие сов­па­де­ния в ре­ак­ци­ях: *спе­ци­а­ли­ст* —

индекс 4, *мнение* — индекс 3, *анализ, комментарий, современный, профессионал* — по 2. Направление ассоциирования, как и следовало ожидать, преимущественно медиа (профессия — *микрофон, телевидение, журналист, телеведущий*), личностные характеристики, связанные с интеллектуальными возможностями (*эрудиция, образованность, кругозор*), коммуникативные характеристики (*современный, креативность, общительность, объективность, о сложном простыми словами, объективность оценки*). При этом следует отметить, что слово вызвало исключительно позитивные ассоциации.

Итак, можно заметить, что как в научном дискурсе о медиа, так и восприятии молодых людей, имеющих отношение к медиа, эксперт наделяется высоким социальным статусом и позитивными характеристиками, что указывает на его необходимость в медиaprостранстве.

Запрос на экспертов и прагматика использования экспертного медиаконтента

Новые слова могут входить посредством медиа в реальную коммуникацию [Каминская 2016], в то же время слова давно известные могут посредством медиа актуализироваться, трансформировать свое значение и становиться в определенный период социально значимыми [Рабибурская 2020]. Что касается слова *эксперт*, то увеличение частотности его использования за последние два года в ведущих СМИ выражено в цифрах. На сайте газеты «Известия» за год (январь 2022 г. — январь 2023 г.) обнаружено 17 156 публикаций, включающих комментарий эксперта, годом ранее — менее 16 000, далее по убывающей: в 2020 г. — менее 12 000, в 2019 г. — не многим более 9000.

Похожая ситуация в газетах «Ведомости» и «Коммерсантъ». В этих СМИ слово *эксперт* чаще всего представлено в подзаголовках и лидах, при этом практически ни одна публикация по ключевым политическим и экономическим темам (санкции, СВО, COVID-19) не обходится без экспертного комментария. Так, в «Ведомостях» экспертный комментарий присутствует в 6076 пу-

бликациях за последний год, из них 1119 публикаций посвящено СВО и санкциям.

Однако в медийных публикациях оценочные характеристики в отношении эксперта отсутствуют, за исключением указания на возраст или принадлежность к организации: **«Молодые и опытные эксперты обсудили свою роль в современной России»**¹. Чаще всего при введении в журналистский текст слово сочетается с глаголами говорения: *говорить, рассказать, обсудить* — и связано с только что произошедшими событиями и новыми ситуациями: **«Эксперты рассказали о российском софте и решениях по кибербезопасности»**², **«Что говорят эксперты о топливных котировках»**³, **«Эксперты ЕПАМ рассказали про ограничения и возможности»**⁴, **«Эксперты обсудили причины “донецкого консенсуса”»**⁵. Нередко оценка экспертами событий и трендов является инфоповодом для СМИ, и тогда она выносится в заголовок или подзаголовок: **«Эксперты ищут новые инструменты для анализа российской власти»**⁶, **«Эксперты прогнозируют привыкание к информационным технологиям»**⁷, **«Эксперты подвели оптимистичные политические итоги 2022 года»**⁸. Наиболее часто слово *эксперт* употребляется в жанре новости, и тогда роль журналиста сводится, по сути, к модерированию и редактированию контента: эксперт тут выступает главным действующим лицом, а журналист или редактор только предьявляет его мнение.

Что касается использования слова *эксперт* в социальных медиа, то, например, в растущем по подписчикам и популярности мессенджере Telegram по запросу можно обнаружить несколько десятков каналов с этим словом в названии: *экспертный диалог, экспертный чат, экспертный клуб* и так далее. Тематика данных каналов, как правило, политическая: не случайно О. И. Ляховенко рассматривает политические телеграм-каналы как экспертную коммуникацию, подчеркивая, что, несмотря на очевидную манипулятивность, политические телеграм-каналы «формируют особую экспертную систему, своего рода “распределенный think tank”, который в режиме реального времени анализирует внутривнутриполитическую и международную повестку» [Ляховенко

2022: 115]. Однако в исследовании функционирования слова автор данной статьи ориентируется не столько на названия каналов, сколько на рейтинги экспертов — авторов мессенджера, в частности рейтинги «МедиаDialogии», а также на масштабное исследование-рейтинг Центра политической конъюнктуры, сделанное впервые по нескольким критериям⁹. При интерпретации семантики слова *эксперт* интересны как раз критерии рейтинга для отнесения автора телеграм-канала к экспертам: это не столько статистические аудиторные показатели, сколько заметность в публичном поле и цитируемость контента, наличие базового политологического образования или ученой степени, публикаций в рецензируемых научных журналах. Примечательно, что вошедшие в топ-10 авторы каналов по этому рейтингу — Д. Орлов (канал «ПолитологОрлов»), А. Асафов (канал «Асафов»), С. Белковский* (канал «Белковский»*) и другие — действительно заметны на всех других медиаплощадках, многократно привлекаются к комментированию в ведущих СМИ, а также активно ведут авторские каналы и дают экспертные интервью на YouTube.

При этом важно, что на канале YouTube, где часто дают интервью или делают собственные выпуски упомянутые эксперты, есть возможность комментирования. Именно здесь выявляется запрос аудитории (и не только статистикой в более полумиллиона просмотров) на интерпретационную и объяснительную функцию экспертов. Так, тональность большинства комментариев к интервью Forbes с доктором экономических наук Натальей Зубаревич¹⁰ (у канала 499 тысяч подписчиков) связана с благодарностью за анализ ситуации и объяснение происходящих в обществе процессов:

@user-om6lv1bx6x: Отличное просвещение населения, разговор о будущем и настоящем страны гораздо лучше политических прогнозов!

@user-pp6kh3il9n: Главное, чтобы было желание рефлексии, смотреть на мир и думать, как он устроен.

@user-jr3ik5es9o: Постоянно смотрю Наталью Васильевну. Умнейший и лучший анализ ситуации.

* Признан иноагентом на территории РФ.

@user-cn2ji5jb6i: Всегда искренне ВОСХИЩАЮСЬ, как ЭТА женщина умеет ОЧЕНЬ МУДРО и ГРАМОТНО вести диалог на ТАКУЮ опасную тему, как глубоки ее слова и настроения!!!... БРАВО!!!

@user-vv1ef4ug5g: С каким упоением ее слушаю! Не нужно платить деньги психологу, достаточно послушать Ее, и все встает на свои места, все становится ясным и понятным. Супер!

@user-fb1lc9ci2e: Профессор с жизненной позицией “будем наблюдать”».

Надо сказать, что в вопросах журналистов к экспертам также отражен запрос на разъяснение происходящего: *Как вы можете это прокомментировать (объяснить, оценить)? Что это может значить для нас?*

Однако стоит заметить, что критерии экспертности и именование человека экспертом определяются в зависимости от типа СМИ и не всегда связаны с актуальной политико-социальной повесткой. Это, в частности, демонстрирует сервис журналистских запросов Pressfeed¹¹. О двухлетней работе в качестве эксперта на этом сервисе и растущем спросе на экспертов автор настоящей статьи писала прежде [Каминская, Ерохина 2022].

Так, на 16 февраля 2023 г. на Pressfeed.ru сохранилось 583 запроса журналиста на комментарий эксперта, при этом тематика запросов была весьма разнообразна: «*Нужен отзыв эксперта о пылесосах для дома*» и «*Нужны эксперты, которые разбираются в умных часах для детей*» («Комсомольская правда», Россия); «*Ищем экспертов-спикеров, которые разбираются в теме использования бизнес-карт (корпоративных карт)*» («Деловая среда», Москва); «*Требуются эксперты — врачи, специалисты бьюти-сферы*» (Medaboutme, Москва); «*Ищем экспертов по PR и коммуникациям (lifestyle) для колонок, статей, комментариев и подборок*» (MODA NA PR, Москва). Контент-анализ запросов на сервисе показал, что чаще всего они связаны именно с образом жизни и решением бытовых проблем аудитории посредством ориентирующих публикаций. Запрос на политическую оценку ситуации практически отсутствует (что связано, вероятно, с наличием пула собственных экспертов у общественно-политических СМИ). А ориентирующая роль экс-

пертов в лайфстайл-медиа реализуется в виде полезных советов в отношении частной жизни: это ответы на вопросы *почему? как? и зачем?* Здесь преимущественной коммуникативной ролью эксперта является **рекомендательная**. Экспертом выступает психолог, представитель индустрии развлечений или даже сам читатель, имеющий опыт решения конкретной проблемы. Примером такого рода является успешное в финансовом отношении издание «Лайфхакер», которому в 2022 г. исполнилось 15 лет. Появившись как небольшой блог для программистов, сегодня оно работает для широкой публики и насчитывает 25 миллионов пользователей. Свою миссию издание (зарегистрированное как СМИ) видит в том, чтобы «рассказывать обо всем, что улучшает жизнь, доступно отвечать на сложные вопросы, помогать читателю решать проблемы и делать повседневность осмысленной». Здесь используется рейтинг новостей научного мира из англоязычных СМИ, можно найти советы о **правильных подарках** и **лучших праздничных блюдах**, поступившие от экспертов из числа аудитории. Издание «Лайфхакер», позиционирующее себя как СМИ, активно вовлекает читателей дополнять ряды *экспертов-авторов*.

Итоги

Следует отметить, во-первых, увеличившуюся частотность присутствия слова *эксперт* в российских медиа и растущий запрос журналистов на экспертный медиаконтент. Во-вторых, выявлено, что семантика слова *эксперт* в применении к медиаконтенту зависит от типа медиа: в общественно-политических медиаресурсах данным словом обозначаются медийные личности, имеющие преимущественно гуманитарное образование и/или ученую степень, регалии в сфере общественного признания и погруженные в общественно-политический современный контекст. В лайфстайл-СМИ экспертами именуется преимущественно специалисты в сферах услуг, медицины и образования, а также представители аудитории СМИ, имеющие определенный опыт в решении бытовых проблем.

Однако во всех типах медиа прагматика присутствия эксперта в контенте связана, с одной стороны, со стремлением СМИ повысить доверие ау-

дитории, с другой — с необходимой журналистам помощью для объяснения событий и явлений в условиях турбулентного мира.

Ассоциативный эксперимент и дискурс-анализ сферы медиа, использующих экспертные комментарии, позволил сформулировать определение для понятия *экспертный медиаконтент*, к которому можно отнести общественно значимый контент, востребованный целевой аудиторией медиаресурса, имеющий просветительскую (интерпретационную, ориентирующую) направленность, получаемый журналистом или редактором у специалиста в узкой области знания (или имеющего определенный опыт).

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5515505?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

² Ведомости. URL: https://events.vedomosti.ru/events/spb_rossiyskiy_soft/pages/post_reliz/ (дата обращения: 20.11.2023).

³ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5514662?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁴ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5719796?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁵ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5424570?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁶ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5523502?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁷ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5513068?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁸ Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5735802?query=эксперт/> (дата обращения: 20.11.2023).

⁹ Центр политической конъюнктуры. URL: <https://cpkr.ru/issledovaniya/telegram/politicheskie-eksperty-v-telegram/> (дата обращения: 20.11.2023).

¹⁰ YouTube. URL: https://www.youtube.com/channel/UCr2LSro_9yZvng8HR2eDExA/ (дата обращения: 20.11.2023).

¹¹ Сервис журналистских запросов. URL: <https://pressfeed.ru/> (дата обращения: 20.11.2023).

СЛОВАРИ

РАС 2002 — *Русский ассоциативный словарь: в 2 т. Т. 1. От стимула к реакции*. Караулов Ю. Н., Черкасова Г. А. и др. (сост.). М.: АСТ; Астрель, 2002. 781 с.

Толковый словарь 2011 — *Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов*. Шведова Н. Ю. (отв. ред.). М.: Азбуковник, 2011. 1122 с.

ЛИТЕРАТУРА

Душакова 2016 — Душакова И. С. Новостная грамотность: роль эксперта в новостных сообщениях. *Коммуника-*

ции. *Медиа. Дизайн.* 2016, 1 (3): 8–18.

Каминская 2016 — Каминская Т. Л. Праймериз как новое слово российского медиадискурса. *Мир русского слова.* 2016, (4): 40–44.

Каминская, Ерохина 2022 — Каминская Т. Л., Ерохина О. В. Медиакраудсорсинг и медиакраудфандинг в цифровой среде как факторы нового комьюнити для СМИ. *Медиа-лингвистика.* 2022, 9 (2): 96–112.

Карасик 2019 — Карасик В. И. Политический эксперт как лингвокультурный типаж. *Актуальные проблемы стилистики.* 2019, (5): 87–95.

Ляховенко 2022 — Ляховенко О. И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России. *Galactica Media: Journal of Media Studies.* 2022, 4 (1): 114–144.

Надолинская, Петкова 2020 — Надолинская И. В., Петкова С. М. К анализу медийных факторов рискогенности человеческого существования в условиях пандемии. В сб.: *Лучшая научная статья 2020. Сборник статей XXXVIII Международного научно-исследовательского конкурса.* Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. С. 184–187.

Радибурская 2020 — Радибурская Л. В. Социально значимые слова в современных деривационных процессах. *Мир русского слова.* 2020, (2): 30–34. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-12030>

Тельнова 2022 — Тельнова И. Н. Экспертное мнение ученого в масс-медиа как новая альтернатива в условиях санкционного давления. *Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: материалы VI Международной научной конференции (СПб., 30 июня — 2 июля 2022 г.).* Дускаева Л. Р. (науч. ред.), Малышев А. А. (отв. ред.) СПб.: Медиापир, 2022: 524–528.

Albæk 2011 — Albæk E. The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism.* 2011, (12): 335–348. <https://doi.org/10.1177/1464884910392851>

Carpenter, Kanver 2017 — Carpenter S., Kanver D. Journalistic expertise: A communicative approach. *Communication and the Public.* 2017, 2 (3): 197–209.

Hetmański 2018 — Hetmański M. Expert Knowledge: Its Structure, Functions and Limits. *Studia Humana.* 2018, 7 (3): 11–20. <https://doi.org/10.2478/sh-2018-0014>

McCombs, Bell 1996 — McCombs M., Bell T. The agenda-setting role of mass communications. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research.* 1996: 93–110.

McCombs, Reynolds 2002 — McCombs M., Reynolds A. News influence on our pictures of the world. In: Bryant J., Zillmann D., Bryant J., Beth Oliver M. (eds). *Media Effects: Advances in Theory and Research.* 2nd ed. Routledge: 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781410602428>

DICTIONARIES

PAC 2002 — *Russian associative dictionary: in 2 vols. Vol. 1. From stimulus to response.* Karaulov Iu. N., Cherkasova G. A. et al. (comp.). Moscow: AST Publ.; Astrel' Publ., 2002. 781 p. (In Russian)

Толковый словарь 2011 — *Explanatory dictionary of the Russian language including information about the origin of words.* Shvedova N. Iu. (ed.). Moscow: Azbukovnik Publ., 2011. 1122 p. (In Russian)

REFERENCES

Душаклова 2016 — Dushakova I. S. News Literacy: The Role of the Expert in News Reports. *Communications. Media. Design.* 2016, 1 (3): 8–18. (In Russian)

Каминская 2016 — Kaminskaya T. L. Primaries as a new word in Russian media discourse. *The World of Russian Word.* 2016, (4): 40–44. (In Russian)

Каминская, Ерохина 2022 — Kaminskaya T. L., Erokhina O. V. Media crowdsourcing and media crowdfunding in the digital environment as factors of a new community for the media. *Media Linguistics.* 2022, 9 (2): 96–112. (In Russian)

Карасик 2019 — Karasik V. I. Political expert as a linguistic type. *Aktual'nye problemy stilistiki.* 2019, (5): 87–95. (In Russian)

Ляховенко 2022 — Liakhovenko O. I. Telegram channels in the system of expert and political communication in modern Russia. *Galactica Media: Journal of Media Studies,* 2022, 4 (1): 114–144. (In Russian)

Надолинская, Петкова 2020 — Nadolinskaia I. V., Petkova S. M. To the analysis of media risk factors of human existence in a pandemic. In: *Luchshaya nauchnaya stat'ia 2020. Sbornik statei XXXVIII Mezhdunarodnogo nauchno-issledovatel'skogo konkursa.* Penza: MTsNS “Nauka i prosveshchenie” Publ., 2020: 184–187. (In Russian)

Радибурская 2020 — Ratsiburskaia L. V. Socially significant words in modern derivational processes. *The World of Russian Word.* 2020, (2): 30–34. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-12030> (In Russian)

Тельнова 2022 — Tel'nova I. N. Expert opinion of a scientist in the media as a new altmetrics under sanctions pressure. *Medialingvistika. Vyp. 9. Iazyk v koordinatakh massmedia: materialy VI Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (St Petersburg, 30 iyunia — 2 iuliia 2022 g.).* Dускаева L. R., Malyshev A. A. (eds). St Petersburg: Mediapapir Publ., 2022: 524–528. (In Russian)

Albæk 2011 — Albæk E. The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism.* 2011, (12): 335–348. <https://doi.org/10.1177/1464884910392851>

Carpenter, Kanver 2017 — Carpenter S., Kanver D. Journalistic expertise: A communicative approach. *Communication and the Public.* 2017, 2 (3): 197–209.

Hetmański 2018 — Hetmański M. Expert Knowledge: Its Structure, Functions and Limits. *Studia Humana.* 2018, 7 (3): 11–20. <https://doi.org/10.2478/sh-2018-0014>

McCombs, Bell 1996 — McCombs M., Bell T. The agenda-setting role of mass communications. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research.* 1996: 93–110.

McCombs, Reynolds 2002 — McCombs M., Reynolds A. News influence on our pictures of the world. In: Bryant J., Zillmann D., Bryant J., Beth Oliver M. (eds). *Media Effects: Advances in Theory and Research.* 2nd ed. Routledge: 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781410602428>