

**Приемы интерпретации как средства экспликации категории достоверности  
медиатекста**

**Научный руководитель – Клушина Наталья Ивановна**

**Баташева Анна Александровна**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра стилистики русского языка, Москва, Россия  
*E-mail: glow-an@mail.ru*

Мы узнаем о событиях, происходящих в мире, через ощущения и интерпретации многочисленных участников информационного процесса - в первую очередь, журналистов, редакторов, операторов, фотографов и т.д. [3].

В своей работе СМИ обращены к массовой аудитории. Осуществляя любое речевое воздействие, адресат текста преследует свои неречевые цели, стремится к реализации авторского замысла, «глобального намерения», или стратегии [4]. Журналист самостоятельно выбирает стратегии и тактики при построении текста (хотя этот выбор детерминирован рядом категорий) и его выбор напрямую связан с необходимостью достичь цели, реализовать авторскую интенцию. Интенция является важнейшей характеристикой журналистского текста, это замысел автора, идея, которую он желает донести [5].

В современном медиадискурсе наиболее распространенными интенциями являются интенции информирования и убеждения. Они реализуются в тексте посредством определенных стратегий и методов - интерпретации. Г. Я. Солганик указывал на то, что существует определенный фонд лингвостилистических приемов интерпретации фактов и событий [7].

Методы, составляющие данный фонд, различны. Так, Г. Я. Солганик отмечал, что ведущая роль общественно-политической тематики в СМИ сказывается на их языке и проявляется, в частности, в использовании журналистами особой концептуальной лексики - общественно-политической лексики, выражающей значимые идеологические понятия [8]. Н. Д. Бессарабова писала, что целям убеждения и эмоционального воздействия служит такой прием интерпретации, как метафора, и описывала фонд публицистических метафор - общенародных метафор, «которые в условиях публицистической речи обновляются современными журналистами» [1]. В.З. Демьянков подчеркивал, что аспекты интерпретации медиасобытия достигаются при помощи не только речевых, но и структурных средств: композиции, деталей, обращении к экспертам и др. [2].

Можно утверждать, что все лингвостилистические приемы интерпретации являются средствами экспликации категории достоверности, т.к. в конечном итоге они служат стратегии ее утверждения, а каждое качественное СМИ стремится заслужить доверие своих читателей.

В обыденном понимании достоверность - это максимальная верность, которая тесно связана со степенью доказанности утверждения (знания) и отражает высокую вероятность осуществления какого-либо события [6]. Достоверность относится к одному из основных требований, предъявляемых адресатом к адресанту информации.

С одной стороны интерпретационные стратегии вариативны (каждый автор выбирает, какие приемы использовать и какие образом), с другой стороны - инвариантны, т.к. фонд стилистических приемов интерпретации уже существует и составляет область интерпретационной стилистики.

В условиях глобализации журналистские институты разных стран обрели немало общих черт; к журналистскому мастерству сегодня предъявляются практически единые требования. Данные тенденции нашли свое отражение и в языке журналистских материалов:

не только в обогащении его терминами и концептами, но и в средствах подачи материала и интерпретации медиасобытий. Представляется, что набор лингвистических стратегий и тактик является универсальным для различных культур.

### Источники и литература

- 1) Бессарабова Н.Д. Журналистика и слово. М., 2015.
- 2) Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. М., 2003. С. 116-133.
- 3) Добросклонская Т.Г. Социозначимые свойства медиа-речи // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов Международной конференции (Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25-27 октября 2001 г.) / Под общ. ред. М. Н. Володиной, М. Л. Ремнёвой. М., 2001. С. 13-15.
- 4) Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М., 2008.
- 5) Клушина Н.И. Власть, СМИ и общество (стратегии и тактики формирования общественного мнения) // Язык СМИ и политика / Под ред. Г. Я. Солганика. М., 2012.
- 6) Панченко Н.Н. Когнитивные категории «истинность» и «достоверность»: общее и различное // Знание. Понимание. Умение. Научный журнал Московского гуманитарного университета. М., 2009. No. 1. С. 132-136.
- 7) Солганик Г.Я. Интерпретационная стилистика // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2015. No. 6. С.113-120.
- 8) Язык СМИ и политика // Под ред. Г.Я. Солганика. М., 2012.