Ставропольский государственный университет

**Языковые средства создания эффекта достоверности или недостоверности информации в газетном тексте**

Доманова Д.А.

Стремительное проникновение средств массовой информации в жизнь людей привело к тому, что сегодня трудно представить нашу жизнь без телевизора или радиоприёмника. Через средства массовой коммуникации происходит «включение» человека в пространство современности.

Рост влияния средств массовой информации на все стороны жизни современного общества ставит перед исследователями задачу изучения широкого круга проблем, связанных с социально-психологическими аспектами массовой коммуникации. В настоящее время газета меняет свои функции, и, наряду с информативным, часто носит больше развлекательный, свободный характер. Процесс протекания читательской рецепции в газете зависит от уровня мастерства журналиста в построении коммуникации в рамках исходного текста.

Необходимо отметить, что стиль каждого журналиста индивидуален, поэтому анализ статей позволяет выявить целый комплекс личностных и социальных особенностей автора сообщения буквально на всех структурных уровнях. Для публициста важно сознательно подвергать свои слова анализу и предугадывать, какое впечатление данные особенности произведут на ту или иную читательскую аудиторию. Поэтому он вносит в свою речь модусное содержание, что позволяет обратить внимание читателя на личное отношение автора к той или иной проблеме. Таким образом, тексты газетно-публицистического стиля выполняют все присущие языку функции: коммуникативную, информативную, экспрессивную, когнитивную, эстетическую. Функциональная организация подобных текстов, ориентированная на передачу информации и воздействие, тесным образом связана с его языковыми особенностями и лексико-стилистическими ресурсами. Специфика отбора языковых средств на газетной полосе во многом определяется расчетом на массовую и разнообразную в лингвистическом отношении аудиторию. Основным принципом отбора языковых средств в газетно-публицистической речи в целом следует признать их явно выраженную оценочность.

Следует заметить, что в современном языкознании предложение изучается не только со стороны его формальной организации, но и со стороны «смысловой формы», организации содержания. В ходе современных семантических исследований вырабатывается единое понимание значения предложения как комплекса разных по своей природе компонентов. Особую актуальность приобрела мысль о том, что в содержании предложения соединены значения двух принципиально различных родов: объективные, отражающие действительность, и субъективные, отражающие отношение мыслящего субъекта к действительности. Наиболее четко эту мысль выразил швейцарский ученый Ш. Балли. Он предложил для двух слагаемых значения предложения названия диктум (объективное содержание) и модус (выражение позиции мыслящего субъекта по отношению к этому содержанию). Таким образом, каждое предложение изучается не только со стороны формальной организации, но и смысловой, в которую входит комплекс компонентов, состоящий из объективной семантической константы и субъективной переменной. Исследователями Арутюновой Н.Д., Шмелевой Т.В. и др. признается доминирующая роль модуса, так как он вводит в предложение субъекта высказывания, «который с помощью модальных глаголов выражает разные оттенки интеллектуального, эмоционального и волевого суждения в отношении диктума» [1]. Модус является важнейшим компонентом диалогической речи, активно участвующим в механизмах связывания реплик, так как в нем заключается целый ряд значений, наглядно показывающих отношение автора высказывания к описываемым событиям, к информации о них и к собеседнику, а также об оценке говорящего к чужому высказыванию как собственному. В газетном тексте модус является своего рода «переходником», позволяющим соединить звенья коммуникации.

Квалификативные категории модуса выражают отношение говорящего к событиям. К таким категориям принято относить следующие: авторизация, персуазивность, оценочность. Для нас особый интерес представляет категория персуазивности.

Персуазивность (от лат persuasio – «уговаривание, мнение») – это квалификация информации с точки зрения степени ее достоверности, проявляющаяся в оппозиции «достоверно/недостоверно». В первом случае показатель достоверности не требуется (Она присутствовала на занятиях), но он может использоваться, если говорящему необходимо подчеркнуть свою уверенность в достоверности (конечно, разумеется, безусловно и под.). Значение недостоверности обязательно должно быть выражено с помощью формального показателя. Для этого русский язык располагает большим репертуаром средств:

* вводных конструкций: возможно, наверное, кажется, может быть («*Возможно*, поэтому в фильме все так отменно плохо играют» [Известия], «*Кажется*, он уже готов был сдаться» [Московский Комсомолец], «*Наверное*, такова наша реальность» [Открытая], «*Может быть*, и эти заклинания подействовали на них» [Известия] и др. [2]);
* частиц вряд ли, вроде бы, чуть ли не, как бы («Однако *вряд ли* безработные перестанут нарушать законы ради мифических социальных гарантий» [Известия], «Эта организация считалась *чуть ли не* сообществом спецслужб, хотя им не была» [Московские Новости] и др. [2]);
* союзов:

1. союзы недостоверного сравнения словно, будто, как будто («*Как будто* им было с чем сравнивать» [Открытая], «Но главное, возникновение такой "всемирной" организации *словно* бы само по себе снимает вопрос о расширении или нерасширении подобных ведомств» [Московские Новости] и т.д. [2]);
2. разделительные союзы то ли…то ли, не то…не то: «А здесь *то ли* вовремя не выполнили план, *то ли* просто ушли от ответственности» [Московский Комсомолец], «*Не то* люди стали относиться к этому иначе, *не то* просто мир изменился» [Известия] [2].

Персуазивность – обязательный компонент семантики любого высказывания, позволяющий говорящему дать оценку содержания высказывания со стороны его достоверности или недостоверности. Иначе говоря, персуазивность есть уверенность или неуверенность автора в достоверности излагаемой им информации.

Использование средств репрезентации категории персуазивности делает высказывание менее категоричным, снимает его утвердительный характер и переводит высказывание в целом из утвердительного в оценочное, например: убеждён, порой возникает впечатление, думается.

В последнее время возникает все больше конфликтных ситуаций, связанных с тем, что журналисты в своих статьях, заметках, репортажах используют такие слова, которые с очевидностью способствуют снижению авторитета конкретных лиц, возбуждают национальную или религиозную вражду. Также достаточно часто журналистов обвиняют в изложении недостоверной информации, в особенности, если это связано с критикой власти. Использование оценочных средств помогает журналисту выразить мнение, привлечь внимание к общественно значимой проблеме и вместе с тем посредством использования подобных слов, уменьшающих категоричность высказывания, снизить «градус конфликтности» публикуемого материала.

**Литература**

языковой достоверность модус персуазивность

1. Шмелева Т.В. Модус и средства его выражения в высказывании // Идеографические аспекты русской грамматики. М., 1988.
2. Компьютерный корпус текстов русских газет конца XX-го века//http://www.philol.msu.ru/~lex/corpus/