

УДК 811.111'221
doi 10.17072/2073-6681-2022-2-27-35

Реализация модусной категории «эвиденциальность» в условиях цифровизации дискурсивного пространства

Дмитрий Валентинович Козловский

к. филол. н., доцент кафедры переводоведения и межкультурной коммуникации

Саратовский социально-экономический институт СГТУ им. Ю. А. Гагарина

410003, Россия, г. Саратов, ул. Радищева, 89. kozlovskydv@yandex.ru

SPIN-код: 8654-6945

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1413-8882>

Статья поступила в редакцию 29.11.2021

Одобрена после рецензирования 18.01.2022

Принята к публикации 18.02.2022

Информация для цитирования

Козловский Д. В. Реализация модусной категории «эвиденциальность» в условиях цифровизации дискурсивного пространства // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022. Т. 14, вып. 2. С. 27–35. doi 10.17072/2073-6681-2022-2-27-35

Аннотация. Статья посвящена особенностям функционирования модусной категории «эвиденциальность» в медиадискурсе в контексте цифровизации. Обращение к эвиденциальности связано с необходимостью определения источника информации, а также характера передаваемых сведений в ходе развертывания новостного дискурса. Цель данного исследования состоит в выявлении особенностей репрезентации видов эвиденциальности в цифровом дискурсивном пространстве. К задачам статьи относятся анализ целесообразности обращения к эвиденциальной семантике при исследовании новостного дискурса, а также аргументация, обосновывающая преобладание показателей «явной эвиденциальности» в новостном дискурсе в условиях пандемии COVID-19. В связи с этим в качестве материала исследования выступают 1000 дискурсивных контекстов из статей на тему текущей эпидемиологической обстановки, взятые с веб-сайта британского журнала The Economist, полученные методом сплошной выборки. Актуальность проведенного исследования обусловлена недостаточной изученностью эвиденциальности в данном аспекте, а также необходимостью изучения аксиологических эвиденциальных смыслов, порождаемых субъектом коммуникации при конструировании дискурса. В ходе исследования автор дает определение глобальной цифровизации, описывает особенности цифровизации дискурсивного пространства и обозначает роль эвиденциальности в пространстве новостного дискурса. Исследователь приходит к выводу о важности обращения к персуазивным эвиденциальным средствам в электронных новостных СМИ во время пандемии COVID-19, что позволяет описать два вида данной категории в зависимости от коммуникативных намерений автора / субъекта новостного отрывка – явную и скрытую эвиденциальность.

Ключевые слова: дискурс; эвиденциальность; пандемия; цифровизация; субъект коммуникации.

Введение

Активное развитие цифровых технологий, меняющее облик современного общества, дает возможность говорить о начале глобальной цифровизации. Данный процесс представляет собой концепцию экономической деятельности, базирующуюся на цифровых технологиях, внедряемых в различные сферы жизни и производства, и

активно реализуется во всех странах мира [Дорошук 2019: 100]. Наряду с изменением технологий в настоящее время появляется возможность не только наблюдать экономические преобразования, открывающие человечеству такие передовые явления, как искусственный интеллект, блокчейн, большие данные и современная робототехника, но и предсказывать различные

социальные эффекты и определять перспективные гуманитарные тренды [Грибанов 2019: 22]. Общество также все чаще сталкивается с глобальными вызовами, требующими решений в области цифровизации. Одним из таких вопросов стала пандемия коронавируса COVID-19. Это событие войдет в историю как одна из серьезнейших проблем первой четверти XXI в. Пандемия обнаружила неподготовленность общества к эпидемиологическим испытаниям как на мировом уровне, так и на уровне местных правительств [Абрамов и др. 2020: 26]. Коронавирус послужил причиной беспрецедентных последствий в политической, экономической и социальной жизни общества и повлек за собой ряд изменений. При этом одним из важнейших последствий пандемии в условиях повсеместного введения локдауна и различных ограничений в социальной сфере общественной жизни становится расширение интернет-новостного пространства, наряду с ростом тенденции к цифровизации онлайн-дискурса [Долгова, Майзенберг, Мартынова 2019: 79].

Данный процесс оказывается связанным с переводом печатных текстов в электронный формат, при этом коммуникация между автором произведения и его адресатом происходит посредством электронных средств передачи сигналов – интернет-страниц. Возникающая в результате цифровая среда обладает такими характеристиками, как виртуальность, глобальность, мультимедийность, динамичность, коммуникативность, ситуативная обусловленность и личностная направленность [Сидорова 2014: 10]. По мнению исследователей, открытость, а также временная и пространственная независимость пространства цифрового дискурса позволяют говорить о росте персуазивного потенциала публикуемой в сети Интернет информации по сравнению с печатными изданиями [Борисова 2016; Кудряшова, Мартынова 2020]. В результате этого цифровизация дискурса приводит к пересмотру социальных границ интернет-пространства – публичное может становиться личным, местное – глобальным, а приватное – общедоступным [Горошко 2009].

В подобном контексте новостной дискурс предстает как часть виртуальной, информационной и коммуникативной системы интернет-медиа и формирует новую форму подачи и обработки сведений [Иванова 2017: 34]. В результате цифровизации пространства новостного дискурса, обусловленного ростом внимания к информационным технологиям, появляются современные дискурсивные регуляторы организации содержания новостных произведений, характеризующие языковую картину мира автора / субъекта ком-

муникации, его интерпретацию и оценку информации, а также особенности воздействия на адресата / читателя новостного отрывка [Спиридонова 2019]. Таким образом, особую значимость приобретает изучение характера передаваемых сведений, а также источника полученной информации. Указанные значения являются основополагающими при определении эвиденциальной семантики дискурса и вызывают необходимость исследования реализации модусной категории эвиденциальности в условиях цифровизации дискурсивного пространства. В связи с этим в качестве цели настоящей работы выступает выявление особенностей актуализации видов эвиденциальности в пространстве цифрового дискурса.

Важно отметить, что категория «эвиденциальность» определяет авторство высказывания, а также источник исходящей информации. Помимо этого, эвиденциальность служит для передачи дополнительных данных, касающихся целей и мотивов высказывания, а также особенностей коммуникативной ситуации. К числу эвиденциальных маркеров относятся знаменательные части речи – глаголы, наречия, существительные, прилагательные, а также модальные вводные слова и устойчивые словосочетания. Лексические показатели усиливают определение источника сведений, способствуют эвиденциальной интерпретации информации автором / субъектом коммуникации и формируют 10 групп эвиденциальных операторов – мыслительной деятельности (*contemplate, dream, imagine*), уверенности в знании (*clear, evident, sure*), усиления значимости высказывания (*argue, claim, declare*), выражения мнения (*believe, consider, be of opinion*), сомнения (*admit, doubt, hesitation*), предчувствия (*expectation, forecast, predict*), явного указания (*inform, remark, state*), неявного указания (*allude, hint, imply*), умственного восприятия (*cite, flashback, unforgettable*), а также чувственного восприятия (*feel, notice, listen*) [Козловский 2013: 271].

Таким образом, в процессе передачи информации говорящий обращается к определенной группе эвиденциальных операторов, придавая репрезентируемому сведениям дополнительные смыслы, которые логично изучать в пространстве новостного медиадискурса. Данное обстоятельство связано с особенностями эвиденциальных значений и эвиденциальных средств, обладающих коммуникативным потенциалом и нарративной функцией. Следовательно, эвиденциальность целесообразно рассматривать в рамках структурной дискурсивной единицы – эвиденциального дискурсивного контекста, объединяющего в себе речевой и ситуационный дискурсивные компоненты, первый из которых содержит описание ситуации, а второй представляет эви-

денциальное высказывание. В его структуре представляется возможным выделить профазу (подготовительную фазу), в рамках которой автор / субъект коммуникации характеризует источник сведений и осуществляет оценку данных при помощи того или иного эвиденциального оператора, а также эпифазу (исполнительную фазу), модифицирующую либо результирующую значение, содержащееся в «профазе» [там же: 272].

Таким образом, значение конкретного эвиденциального высказывания оказывается связанным с порядком значений, принадлежащих профазе и эпифазе, а коммуникативная направленность дискурса создает его эвиденциальный ресурс и определяет особенности воздействия автора / субъекта на адресата / читателя. В этой связи *материалом* исследования выступают дискурсивные контексты (1000), взятые с веб-сайта британского журнала The Economist, полученные *методом* сплошной выборки. *Актуальность* исследования категории «эвиденциальность» в пространстве новостного дискурса определяется недостаточной изученностью эвиденциальности в предлагаемом ракурсе наряду с важностью исследования эвиденциальных смыслов, порождаемых автором / субъектом дискурсивного отрывка.

Пандемия коронавируса COVID-19 привела к значительным трансформациям дискурсивного пространства, которые проявляются в росте обращения читателей к электронным ресурсам с целью получения актуальной информации относительно эпидемиологической обстановки и сведений смежного характера. Это обстоятельство также оказало влияние на авторов новостных статей, которые все чаще используют цифровое пространство с целью оказания определенного воздействия на адресата / читателя. Авторские интенции могут быть связаны со стремлением проинструктировать население о необходимости проявлять бдительность в отношении потенциальной инфекции, соблюдать меры инфекционной предосторожности, обеспечить рост количества вакцинированных с целью сокращения передачи вируса внутри сообщества. Наряду с этим эвиденциальная семантика может иметь целью снять социальную напряженность и волнение, а также повысить эмоциональную и психологическую устойчивость населения. При этом воздействие на конечного адресата может осуществляться в явной или скрытой форме. Исходя из этого к *задачам* данной статьи относится обоснование целесообразности обращения к персуазивным эвиденциальным смыслам в новостном дискурсе, посвященном COVID-19, а также аргументация, касающаяся количественной представленности явного и скрытого видов категории «эвиденциальность».

Особенности репрезентации эвиденциальных смыслов в цифровом пространстве в контексте пандемии COVID-19

В эпоху глобальной цифровизации именно медиадискурс является одним из важнейших каналов передачи и распространения информации и охватывает всю совокупность факторов, сопровождающих процесс коммуникации, включая отправителя – автора / субъекта коммуникации, получателя – адресата / читателя, социальный контекст, особенности восприятия сведений, культурно-идеологический фон и т.д. [Парулина 2020]. Цифровой новостной дискурс обладает прагматической направленностью, так как выступает в качестве основного способа обеспечения коммуникации автора новостного отрывка с читателем [Козловский, Исмаилова 2019]. Пандемия коронавируса COVID-19 сопровождается стремительными трансформациями в области доставки и восприятия новостного контента массовой аудитории. Эпидемия дает возможность говорить о необратимых изменениях сетевого дискурса в реалиях новых СМИ [Карасик 2020: 31]. В настоящее время пользователь сети Интернет получает и обрабатывает за несколько дней больше сведений, чем человек начала XX в. за всю свою жизнь. Это связано с рядом факторов, к числу которых относится увеличение количества контента, его доступности, а также времени, которое пользователи проводят в Сети по причине таких явлений, как локдаун, удаленная работа / дистанционное обучение, различного рода социальные ограничения. Новостной медиадискурс становится одним из важнейших инструментов воздействия на читателя, раскрывая огромный потенциал в области убеждения, управления мнением и настроением общества. Борьба за внимание аудитории потребовала от авторов медиадискурса поиска наиболее эффективных средств воздействия на адресата в цифровом дискурсивном пространстве. В качестве такого инструмента выступает обращение к модусной категории «эвиденциальность». Данная категория обладает персуазивным потенциалом, реализуемым в пространстве медиадискурса посредством «персуазивной эвиденциальности» – *имплицитного / эксплицитного лингвистического воздействия, нацеленного на достижение коммуникативных интенций автора / субъекта коммуникации посредством осуществления осознанного / неосознанного со стороны адресата / читателя контроля над его сознанием при помощи измененной, субъективной передачи сведений об источнике информации, а также трактовки полученных данных*. Искусство автора реализуется во внедрении в сознание читателя сво-

их целей, намерений, оценок, убеждений или установок. По аналогии с выделением явного и скрытого манипулирования [Шейнов 2016], а также выявлением семантики явной и скрытой оценочности [Жеребцова, Юткина 2017] в эвиденциальном дискурсивном контексте представляется возможным определить следующие виды персуазивной эвиденциальности в зависимости от коммуникативных намерений автора:

1. Явная эвиденциальность (73,8 % дискурсивных контекстов)

Рассматриваемый вид эвиденциальности предполагает достижение желаемой цели автора / субъекта коммуникации посредством оказания воздействия на адресата / читателя в явной форме и характеризуется четким пониманием цели и видения конечного результата данного воздействия субъектом коммуникации. Немаловажно, что данное воздействие на сознание адресата может происходить не только однократно, ситуационно, но и обладать определенной протяженностью. Автор открыто убеждает читателя в достоверности / недостоверности передаваемых сведений и их источника при помощи смысловой / логической / оценочной информации. Интенции субъекта коммуникации реализуются в эксплицитных речевых актах благодаря использованию операторов явного указания, усиления значимости высказывания, уверенности в знании, чувственного восприятия, умственного восприятия, мыслительной деятельности, выражения мнения. Приведем пример:

*Even miracles have their limits. Vaccines against the coronavirus have arrived sooner and worked better than many people dared hope. Without them, the pandemic threatened to take more than 150m lives. And yet, while the world rolls up a sleeve, it has become **clear** that expecting vaccines to see off COVID-19 is mistaken. Instead the disease will circulate for years. When COVID-19 first struck, governments were caught by surprise. Now they need to think ahead [Beddoes 2021] / Даже у чудес есть предел. Вакцины против коронавируса появились раньше и действовали лучше, чем многие могли надеяться. Без них, пандемия угрожала унести более 150 миллионов жизней. И все же, в то время как весь мир закатывает рукава, чтобы получить прививку, стало **ясно**, что ожидать, что вакцины помогут избавиться от COVID-19, бессмысленно. Напротив, болезнь будет распространяться годами. Своим появлением вирус застиг многие государства врасплох. Теперь им нужно думать наперед (здесь и далее перевод наш. – Д. К.).*

Данный дискурсивный контекст является фрагментом новостной статьи, посвященной описанию эффективности вакцин, применяемых для борьбы с коронавирусной инфекцией. Эви-

денциальность настоящего дискурсивного отрывка передается посредством описания позиции автора статьи относительно перспектив развития пандемии. Оператор уверенности в знании *clear / ясно (impossible to doubt, question, or make a mistake about [LDOCE 2021] / не вызывает никаких сомнений, вопросов; невозможно ошибиться)*, используемый субъектом коммуникации в клаузе *it has become clear*, репрезентирует опосредованный характер получения сведений. Указанный эвиденциальный маркер подчеркивает уверенность говорящего в достоверности передаваемой информации, что наряду с выбором перфектной формы *has become clear* при интерпретации данных об эффективности вакцины и возможных последствиях ее отсутствия может быть обусловлено стремлением автора убедить конечного адресата в истинности своих суждений, призвать потенциальных читателей применять стандартные меры предосторожности наряду с вакцинацией и позволяет говорить о персуазивной семантике рассматриваемого дискурсивного контекста.

2. Скрытая эвиденциальность (26,2 % дискурсивных контекстов)

Данный вид эвиденциальности актуализируется в дискурсе при помощи скрытого воздействия на адресата с опорой на неявное / косвенное знание, которым обладает субъект коммуникации, а также на способность автора создавать в сознании читателя образы, влияющие на его чувства, мнение и поведение. Обстоятельства, при которых происходит коммуникация, интенции адресанта, достоверность передаваемых сведений и характеристика их источника носят неявный характер и реализуются в имплицитных речевых актах. Воздействие подобного рода, как правило, не планируются для узнавания реципиентом. Рассматриваемый вид эвиденциальности маркируется операторами неявного указания, предчувствия и сомнения. Приведем пример:

*In addition, new variants may withstand current vaccines. The ones found in Brazil and South Africa may also be defeating the immunity acquired from a previous COVID-19 infection. The **hope** is that such cases will be milder, because the immune system has been primed by the first encounter with the disease. **Even if that is true**, the virus will continue to circulate, finding unprotected people and – because that is what viruses do – evolving new strains, some of which will be better at evading the defences that societies have mounted against them [Beddoes 2021] / Кроме того, новые штаммы могут оказаться устойчивыми к существующим вакцинам. Например, разновидность коронавируса, обнаруженная в Бразилии и Южной Африке, может обходить иммунный барьер, приобретенный в результате инфицирования предыдущим штам-*

мом COVID-19. Есть **надежда**, что такие случаи заболевания будут проходить в более легкой форме, потому что иммунная система уже находится в состоянии готовности в результате первичного инфицирования. **Даже если это правда**, вирус продолжит циркулировать, находя незащищенных людей и, как и при любом другом вирусе, возникнут новые штаммы, некоторые из которых окажутся более опасными для людей.

Рассматриваемый дискурсивный контекст презентует рассуждения автора новостной статьи относительно губительных последствий возникновения новых штаммов коронавирусной инфекции. Автор приводит данные об обнаруженных в Бразилии и США вариантах вируса SARS-COV-2, которые могут оказаться более опасными, чем оригинальный штамм COVID-19. Эвиденциальная семантика настоящего дискурсивного контекста актуализируется посредством оператора предчувствия *hope / надежда (a feeling of wanting something to happen or be true and believing that it is possible or likely [LDOCE 2021] / чувство, связанное с желанием осуществления или истинности чего-либо, а также вера в то, что какое-либо событие возможно или вероятно)*, а также оператора уверенности в знании *true / правдивый (based on facts and not imagined or invented [там же] / основанный на фактах, не выдуманный и не изобретенный)*. Данные операторы указывают на косвенный источник сведений и придают информации о дальнейшем развитии вируса характер предположения, что подкрепляется использованием усиительной частицы *even* в условной клаузе *even if that is true*. Оценивая данные о новых штаммах коронавируса, автор стремится создать контекст, ведущий мысли конечного адресата в определенном направлении, неявно предупреждая последнего от возникновения чувства самоуспокоенности. Обращение автора к семантике скрытой эвиденциальности также может быть связано с его нежеланием вызывать чувство тревоги и провоцировать панику среди потенциальных читателей.

Необходимо отметить, что ограниченный объем статьи не позволяет представить анализ большого количества эвиденциальных дискурсивных контекстов. Рассмотренные дискурсивные отрывки являются примерами реализации персуазивного потенциала категории «эвиденциальность» в контексте явной и скрытой эвиденциальности.

Заключение

Проведенное исследование демонстрирует, что в рамках, определяемых новостным медиадискурсом, категория «эвиденциальность» реализуется посредством явной и скрытой персуа-

зивной эвиденциальности, при этом значения первой актуализируются в случаях, когда достоверность передаваемых сведений не вызывает у автора никаких сомнений, в то время как показатели последней служат для выражения неуверенного знания субъекта коммуникации.

Исходя из особенностей коммуникативной ситуации, использование автором показателей явной и скрытой персуазивной эвиденциальности в ходе передачи сведений способствуют дополнительно обоснованию надежности источника информации, интерпретации передаваемых сведений, а также оказанию определенного воздействия на адресата / читателя посредством убеждения, с опорой на рациональное описание и эмоционально-оценочные методы воздействия. Наряду с этим семантика явной и скрытой эвиденциальности увеличивает аргументативный потенциал дискурсивного отрывка и способствует реализации уверенного / неуверенного знания автора / субъекта с опорой на достоверность / недостоверность оценки объективного содержания высказывания.

Количественное преобладание дискурсивных контекстов со значением явной эвиденциальности (73,8 %) над дискурсивными контекстами, характеризующимися семантикой скрытой эвиденциальности (26,2 % примеров) связано с тематической спецификой исследуемых дискурсивных контекстов. Необходимость четкого и аргументированного представления сведений, важность формирования грамотного и рационального отношения к сложившейся ситуации способствуют обращению автора к директивным инструментам воздействия на потенциального читателя и, как следствие, актуализации семантики явной эвиденциальности. Наряду с этим важность стабилизации и поддержания настроения социума в период пандемии может потребовать тщательного и деликатного выбора средств воздействия в ходе передачи сведений, способных вызвать волнения в обществе, и приводит к реализации значений скрытой эвиденциальности.

Выявленная количественная представленность дискурсивных контекстов со значением явной и скрытой эвиденциальности также обусловлена особенностью англоязычной коммуникативной культуры, заключающейся в стремлении говорящего к обращению к источнику информации, обладающему высоким уровнем достоверности, а также свидетельствует о присутствии носителям английского языка эмотивности в стремлении убедить собеседника в истинности своих суждений. В свою очередь, обращение автора / нарратора к «скрытой» эвиденциальности (26,2 %) может быть объяснено такими чертами англоязычной коммуникации, как непрямолит-

нейность, субъективность, а также нежеланием оказания явного, директивного воздействия на адресата с целью соблюдения его коммуникативной неприкосновенности. Приведенные объяснения не противоречат данным, описываемым в работах И. А. и М. А. Стерниных, а также Т. В. Лариной [Стернин, Ларина, Стернина 2001; 2003].

Исследование показало, что пандемия коронавирусной инфекции в условиях цифровизации оказывает значительное воздействие на все сегменты медиадискурса как в национальном, так и в общемировом аспекте. Технологические трансформации, наряду с изменениями в образе жизни общества, с одной стороны, способствуют увеличению частоты обращений читателей к сетевым изданиям, а с другой – вызывают необходимость поиска авторами новостных статей современных инструментов воздействия на общественное мнение. В качестве одного из таких инструментов выступает модусная категория «эвиденциальность».

Очевидно, что в эпоху цифровизации традиционная точка зрения на эвиденциальность как категорию, репрезентирующую источник получения информации, подвергается значительным изменениям. Расширение эвиденциальной семантики особенно ярко проявляется в контексте реализации персуазивного потенциала данной категории в дискурсе, посвященном COVID-19.

Описанные в настоящей статье виды категории «эвиденциальность» позволяют понять структурные и содержательные особенности новостных отрывков, посвященных COVID-19. Значимость проведенного исследования также проявляется в возможности обращения к показателям явной и скрытой эвиденциальности для оказания эксплицитного и имплицитного воздействия на адресата в зависимости от коммуникативной цели. Кроме того, знание и понимание специфики персуазивных эвиденциальных средств будет способствовать отсеиванию фейковых новостей о коронавирусе и выявлению основной информации, на которую следует обращать внимание при интерпретации полученных сведений.

Список литературы

Абрамов А. В. и др. Пандемия COVID-19: конец привычного мира? / А. В. Абрамов, В. Э. Багдасарян, С. О. Бышок, С. В. Володенков, Д. Г. Евстафьев, В. Г. Егоров, Н. А. Комлева, Н. С. Крамаренко, А. В. Манойло, О. М. Михайлёнок, А. И. Петренко, В. Ф. Прокофьев // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 2. С. 22–31. doi 10.18384/2224-0209-2020-2-1001

Борисова С. Г. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста: автореф. дис. ... канд. фил. наук. Воронеж, 2016. 22 с.

Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи. 2009. Вып. 6. Жанр и язык. С. 111–127.

Грибанов Ю. И. Цифровая трансформация социально-экономических систем на основе развития института сервисной интеграции: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. СПб, 2019. 40 с.

Долгова С. Ю., Майзенберг Е. А., Мартынова Е. В. Глава 3. Профессионализм преподавателя как фактор успешной цифровизации современного образовательного процесса // Цифровизация как приоритетное направление модернизации российского образования: монография / под ред. Н. В. Горбуновой. Саратов, 2019. С. 67–98.

Дорожук Е. С. Роль цифровой экономики в укреплении экономической безопасности страны // Роль цифровой экономики в укреплении экономической безопасности страны: материалы Междунар. науч.-практ. конф., 23 октября 2019 г. Махачкала: АЛЕФ, 2019. 266 с.

Жеребцова Е. В., Юткина С. В. Персуазивная функция иронии в политическом дискурсе (на материале английского языка) // Наука без границ. 2017. № 12 (17). С. 95–106.

Иванова С. В. Дискурсивная адаптация культурно-обусловленных языковых знаков в политическом дискурсе СМИ (на материале политического массмедийного дискурса США) // Политическая лингвистика. 2017. № 1(61). С. 31–42.

Карасик В. И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2 (80). С. 25–34. doi 10.26170/pl20-02-02

Козловский Д. В. Эвиденциальная модель в художественном дискурсивном пространстве // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 3 (40). С. 270–275.

Козловский Д. В., Исмаилова О. И. Глава 5. Синергетическая концепция развития интернет-лингвистики // Цифровизация как приоритетное направление модернизации российского образования: монография / под ред. Н. В. Горбуновой. Саратов, 2019. С. 122–148.

Кудряшова А. П., Мартынова Е. В. Педагогические инновации в контексте образовательной деятельности // Наука и общество. 2020. № 1 (36). С. 85–89.

Парулина И. Ю. Университетский дискурс: интегральная модель (на материале новостных статей университетских сайтов): дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2020. 257 с.

Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса: сайт, блог, социальная сеть, комментарий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 24 с.

Спиридонова Т. А. Оценочный потенциал цитат в новостном дискурсе. // Магия ИИНО: интегративные тенденции в лингвистике и лингводидактике: сборник научных трудов: в 2 т. Т. 1 / под ред Д. Н. Новикова; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации. М.: МГИМО-Университет, 2019. С. 196–202.

Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк американского коммуникативного поведения. Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001. 224 с.

Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж, 2003. 185 с.

Шейнов В. П. Большая книга убеждения и манипулирования // Приемы воздействия – скрыто и явного. М.: Изд-во АСТ, 2016. 300 с.

Beddoes Z. M. The Pandemic. How Well Will Vaccines Work? URL: <https://www.economist.com/leaders/2021/02/13/how-well-will-vaccines-work> (дата обращения: 23.07.2021)

LDOCE – Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <http://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 23.07.2021).

References

Abramov A. V., Bagdasaryan V. E., Byshok S. O., Volodenkov S. V., Evstaf'ev D. G., Egorov V. G., Komleva N. A., Kramarenko N. S., Manoylo A. V., Mikhaylenok O. M., Petrenko A. I., Prokof'ev V. F. Pandemiya COVID-19: konets privychnogo mira? [Pandemia COVID-19: The end of the familiar world?]. *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Oblastnogo Universiteta* [Bulletin of the Moscow Region State University], 2020, issue 2, pp. 22-31. doi: 10.18384/2224-0209-2020-2-1001 (In Russ.)

Borisova S. G. *Persuazivnye strategii v analiticheskikh zhanrakh mediateksta*. Avtoref. dis. kand. fil. nauk [Persuasive strategies in analytical genres of media text. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. Voronezh, 2016. 22 p. (In Russ.)

Goroshko E. I. Internet-zhanr i funktsionirovanie yazyka v Internetе: popytka refleksii [The Internet-genre and the functioning of language on the Internet: An attempt at reflection]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2009, issue 6, Zhanr i yazyk [Genre and language], pp. 111-127. (In Russ.)

Gribanov Yu. I. *Tsifrovaya transformatsiya sotsial'no-ekonomicheskikh sistem na osnove razvitiya instituta servisnoy integratsii*. Avtoref. dis. kand. fil. nauk [Digital transformation of socio-economic systems based on the development of the service integration institution. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. St. Petersburg, 2019. 40 p. (In Russ.)

Dolgova S. Yu., Mayzenberg E. A., Martynova E. V. Glava 3. Professionalizm prepodavatelya kak faktor uspezhnoy tsifrovizatsii sovremennogo obra-

zovatel'nogo protsessa [Chapter 3. A teacher's professionalism as a factor for successful digitalization of the modern educational process]. *Tsifrovizatsiya kak prioritnoe napravlenie modernizatsii rossiyskogo obrazovaniya* [Digitalization as a Priority Area in Modernization of Russian Education: monograph]. Ed. by N. V. Gorbunova. Saratov, 2019, pp. 67–98. (In Russ.)

Doroshchuk E. S. Rol' tsifrovoy ekonomiki v ukreplenii ekonomicheskoy bezopasnosti strany [The role of digital economy in the strengthening of the country's economic security]. *Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii 'Rol' tsifrovoy ekonomiki v ukreplenii ekonomicheskoy bezopasnosti strany', 23 oktyabrya 2019 goda* [Proceedings of the International scientific and practical conference 'The role of digital economy in the strengthening of the country's economic security' of October 23, 2019]. Mahachkala, ALEF Publ., 2019. 266 p. (In Russ.)

Zherebtsova E. V., Yutkina S. V. Persuazivnaya funktsiya ironii v politicheskom diskurse (na materiale angliyskogo yazyka) [Persuasive function of irony in political discourse (based on the material of the English Language)]. *Nauka bez granits* [Science without Borders], 2017, issue 12 (17), pp. 95-106. (In Russ.)

Ivanova S. V. Diskursivnaya adaptatsiya kul'turno-obuslovlennykh yazykovykh znakov v politicheskom diskurse SMI (na materiale politicheskogo massmediynogo diskursa SShA) [Discursive adaptation of culturally-based language signs in political mass media discourse (based on political mass media discourse of the USA)]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2017, issue 1 (61), pp. 31-42. (In Russ.)

Karasik V. I. Epidemiya v zerkale mediynogo diskursa: fakty, otsenki, pozitsii [Epidemic in the mirror of media discourse: Facts, evaluations, positions]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2020, issue 2 (80), pp. 25-34. doi: 10.26170/pl20-02-02. (In Russ.)

Kozlovsky D. V. Evidentsional'naya model' v khudozhestvennom diskursivnom prostranstve [The model of evidentiality in terms of fictional discourse]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [The World of Science, Culture and Education], 2013, issue 3 (40), pp. 270-275. (In Russ.)

Kozlovsky D. V., Ismailova O. I. Glava 5. Sinergeticheskaya kontseptsiya razvitiya internet-lingvistiki [Chapter 5. Synergetic concept of Internet-linguistics development]. *Tsifrovizatsiya kak prioritnoe napravlenie modernizatsii rossiyskogo obrazovaniya* [Digitalization as a Priority Area in Modernization of Russian Education: monograph]. Ed. by N. V. Gorbunova. Saratov, 2019, pp. 122–148. (In Russ.)

Kudryashova A. P., Martynova, E. V. Pedagogicheskie innovatsii v kontekste obrazovatel'noy deyatel'nosti [Pedagogical innovations in the context of educational activity]. *Nauka i obshchestvo* [Science and Society], 2020, issue 1 (36), pp. 85-89. (In Russ.)

Parulina I. Yu. *Universitetskiy diskurs: integral'naya model' (na materiale novostnykh statey universitetskikh saytov)*. Dis. d-ra filol. nauk [University discourse: Integral model (based on the material of news articles from university websites). Dr. philol. sci. diss.]. Chelyabinsk, 2020. 257 p. (in Russ.)

Sidorova I. G. *Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa: sayt, blog, sotsial'naya set', kommentariy*. Avtoref. dis. kand. fil. nauk [Communicative-pragmatic characteristics of personal Internet-discourse: Website, blog, social network, comment. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. Volgograd, 2014. 24 p. (In Russ.)

Spiridonova, T. A. Otsenochnyy potentsial tsitat v novostnom diskurse [Citation in news media discourse: From evaluation to persuasiveness]. *Magiya INNO: integrativnye tendentsii v lingvistike i lingvodidaktike: sbornik nauchnykh trudov* [The Magic of Innovation: Integrative Trends in Linguistics and Foreign Language

Teaching: in 2 vols.]. Moscow, MGIMO-University Press, 2019, vol. 1, pp. 196-202. (In Russ.)

Sternin I. A., Larina T. V., Sternina M. A. *Ocherk amerikanskogo kommunikativnogo povedeniya* [American communicative behavior]. Voronezh, Voronezh State University - Interregional Institute of Social Sciences Press, 2001. 224 p. (In Russ.)

Sternin I. A., Larina T. V., Sternina M. A. *Ocherk angliyskogo kommunikativnogo povedeniya* [English communicative behavior]. Voronezh, 2003. 185 p. (In Russ.)

Sheynov V. P. *Bol'shaya kniga ubezhdeniya i manipulirovaniya* [The big book of persuasion and manipulation]. *Priemy vozdeystviya – skrytogo i yavnogo* [Techniques of External and Internal Persuasion]. Moscow, AST Publ., 2016. 300 p. (In Russ.)

Beddoes Z. M. *The Pandemic. How Well Will Vaccines Work?* Available at: <https://www.economist.com/leaders/2021/02/13/how-well-will-vaccines-work> (accessed 23 July 2021). (In Eng.)

Longman Dictionary of Contemporary English. Available at: <http://www.ldoceonline.com/> (accessed 23.07.2021). (In Eng.)

Realization of the Modus Category of Evidentiality in the Context of Digitalization of Discourse

Dmitry V. Kozlovsky

Associate Professor in the Department of Translation Studies and Intercultural Communication
Saratov Socio-Economic Institute of the Yuri Gagarin State Technical University of Saratov
89, Radishcheva st., Saratov, 410003, Russian Federation. kozlovskydv@yandex.ru

SPIN-code: 8654-6945

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1413-8882>

Submitted 29 Nov 2021

Revised 18 Jan 2022

Accepted 18 Feb 2022

For citation

Kozlovsky D. V. Realizatsiya modusnoy kategorii «evidentsial'nost'» v usloviyakh tsifrovizatsii diskursivnogo prostranstva [Realization of the Modus Category of Evidentiality in the Context of Digitalization of Discourse]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2022, vol. 14, issue 2, pp. 27–35. doi 10.17072/2073-6681-2022-2-27-35 (In Russ.)

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of the functioning of the modus category of evidentiality in media discourse in the context of digitalization. The study of evidentiality is motivated by the importance of identification of the information source and the nature of the information communicated. The purpose of this research is to reveal the features of the representation of types of evidentiality in the digital discourse space. The objectives of the article include analysis of the feasibility of taking evidential semantics as a subject matter in the study of news discourse as well as provision of arguments substantiating the predominance of indicators of explicit evidentiality in news discourse in the context of the COVID-19 pandemic. The material under study includes 1,000 English-language contexts from articles about the pandemic taken from the website of *The Economist* magazine via the continuous sampling method. The relevance of the research is due to insufficient study of evidentiality from this perspective, as well as the need to study the axiological evidential meanings generated by a communication participant when constructing discourse. The paper defines global digitalization, describes the features of digitalization of the discourse space, and outlines the role of evidentiality in news discourse. The author concludes that it is important to use persuasive evidential means in electronic news media during the COVID-19 pandemic, which makes it possible to describe two types of this category, depending on the communicative intentions of the author / subject of the news passage – explicit and hidden evidentiality. Depending on the characteristics of the communicative situation, the identified indicators of persuasive evidentiality contribute to an additional substantiation of the reliability of the communicated information and make it possible to exert a directed influence on the addressee through persuasion.

Key words: discourse; evidentiality; pandemic; digitalization; communication participant.