

УДК 81'367.7

DOI 10.30914/2072-6783-2023-17-1-75-82

ЭПИСТЕМИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Лю Хаотун

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Аннотация. Введение. В рамках данного исследования рассматривается роль категории эпистемической модальности при формировании современного медиадискурса. **Цель** данной статьи заключается в том, чтобы выяснить роль категории эпистемической модальности в процессе формирования современного русскоязычного медиадискурса, а также выделить основные коммуникативные стратегии, реализуемые в этом типе дискурса с привлечением категории эпистемической модальности. **Материалы и методы.** В качестве материала для анализа выступили следующие источники: на русском языке – статьи из газеты «Коммерсантъ» 2019–2022 года, проанализировано 60 статей, 128 контекстов; диалоги из подкаста «Розенталь и Гильденстерн» 2020–2021 года, проанализировано 7 выпусков, 62 контекста; диалоги и монологи из видеоблога «А поговорить?» 2019–2021 года, проанализировано 6 выпусков, 52 контекста. Поставленные цели исследования определили используемые в работе методы: дискурсивный анализ, контент-анализ, семантический анализ, сравнительно-сопоставительный анализ. **Результаты исследования, обсуждения.** Медиадискурс представляет собой особый тип коммуникации, с помощью которого формируется современное медийное пространство, и при создании которого осуществляются глобальные и локальные интенции коммуникантов. При этом употребляются различные вербальные или невербальные средства для достижения максимального коммуникативного эффекта, среди них категория эпистемической модальности является одним из способов реализации коммуникативной стратегии. На материале современного медиадискурса эпистемическая модальность способствует реализации как и общих стратегий – *стратегии информирования и воздействия*, так и частных – *стратегии предположения и утверждения*, и *стратегии дискредитации и убеждения*. **Заключение.** Эпистемическая модальность является важным компонентом при формировании современного медиадискурса. Ее выражения представляют собой дискурсивные маркеры, которые структурируют дискурс и направлены на осуществление общих и частных коммуникативных стратегий.

Ключевые слова: модальность, эпистемическая модальность, коммуникативная стратегия, медийная коммуникация, медиадискурс

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Лю Хаотун. Эпистемическая модальность как способ реализации коммуникативной стратегии в современном медиадискурсе // Вестник Марийского государственного университета. 2023. Т. 17. № 1. С. 75–82. DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2023-17-1-75-82>

EPISTEMIC MODALITY AS A WAY OF IMPLEMENTING A COMMUNICATIVE STRATEGY IN THE MODERN MEDIA DISCOURSE

Liu Haotong

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

Abstract. Introduction. Within the framework of this study, the role of the category of epistemic modality in the formation of modern media discourse is considered. **The purpose** of this article is to clarify the role of the category of epistemic modality in the formation of the modern Russian-language media discourse, as well as to highlight the main communicative strategies implemented in this type of discourse involving the category of epistemic modality. **Materials and methods.** The following sources were used as material for analysis: in Russian – articles from the newspaper “Kommersant” 2019–2022, 60 articles, 128 contexts were analyzed; dialogues from the podcast “Rosenthal and Guildenstern” 2020–2021, 7 issues, 62 contexts were analyzed; dialogues and monologues from the video blog “What about talking?” 2019–2021, 6 issues, 52 contexts were analyzed. The research objectives determined the methods used in the work: discursive analysis, content analysis, semantic analysis, comparative analysis. **Research results, discussions.** Media discourse is a special type of communication, with the help of which a modern media space is formed, and during the creation of which global

and local intentions of communicants are carried out. At the same time, various verbal or non-verbal means are used to achieve maximum communicative effect, among them the category of epistemic modality is one of the ways to implement a communicative strategy. Based on the material of modern media discourse, epistemic modality contributes to the implementation of both general strategies – strategies of informing and influencing, and private ones – strategies of assumption and assertion, and strategies of discrediting and persuasion. **Conclusion.** Epistemic modality is an important component in the formation of modern media discourse. Its expressions are discursive markers that structure the discourse and are aimed at implementing general and particular communicative strategies.

Keywords: modality, epistemic modality, communicative strategy, media communication, media discourse

The author declares no conflict of interest.

For citation: Liu Haotong. Epistemic modality as a way of implementing a communicative strategy in the modern media discourse. *Vestnik of the Mari State University*, 2023, vol. 17, no. 1, pp. 75–82. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2023-17-1-75-82>

Благодаря глобальным изменениям в сфере информационных технологий появляются новые способы и каналы передачи информации, с помощью которых создается медийное пространство, в котором происходит виртуальная коммуникация. Медийное общение продолжает увеличивать свое влияние на общество, при этом мы полагаем, что современный человек является частью медийной коммуникации: с одной стороны, он представляет собой организатора коммуникации, который инициирует контакт, обрабатывает и распространяет медиатексты, с другой стороны, он также выступает в качестве адресата коммуникации, который воспринимает информацию и является объектом воздействия. Закономерно, что функционирование языка в современном медиадискурсе выступает в качестве объекта различных исследований (Т. А. ван Дейк¹, М. Р. Желтухина², Г. Я. Солганик³, Е. А. Кожемякин⁴, О. В. Ширяева⁵, Т. Г. Добросклонская⁶).

Следует отметить, что любая медийная коммуникация целенаправленна, при ее развертывании реализуются различные глобальные или локальные интенции коммуникантов, так что речевая деятельность в этой сфере подразумевает реализацию коммуникативных стратегий, направленных на достижение тех или иных коммуникативных целей. Исходя из этого, активно употребляются различные равноуровневые средства выражения эпистемической модальности, которая представляет собой особый тип субъективной модальности, выражающий авторское отношение к высказыванию в плане достоверности/недостоверности. В современной русистике существует множество исследований, посвященных описанию понятия эпистемической модальности и ее средств выражения (Е. И. Беляева⁷, Л. А. Бирюлин⁸, И. Г. Никольская⁹, Е. В. Падучева¹⁰, Е. Н. Орехова¹¹), однако в рамках данного исследования рассматривается эпистемическая

¹ Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 310 с.

² Желтухина. М. Р. Медиадискурс // Дискурс-пи. 2016. № 3–4 (24–25). С. 292–296.

³ Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиа-текст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7–15.

⁴ Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). С. 13–21.

⁵ Ширяева О. В. Семантические и прагматические аспекты информационно-аналитического медиадискурса // Известия вузов. Северокавказский регион. 2012. № 4. С. 96–98.

⁶ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М., 2020. 180 с.

⁷ Беляева Е. И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках. Воронеж, 1985. 180 с.

⁸ Бирюлин Л. А. Семантика отрицательных императивов НСВ в русском языке // Функционально-типологические аспекты анализа императива. Ч. 2. Семантика и прагматика повелительных предложений. М., 1990. С. 53–58.

⁹ Никольская И. Г. Выражение семантики сомнения в современном русском языке // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 118. С. 197–201.

¹⁰ Падучева Е. В. Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива. 2-е изд., испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2010. 480 с.

¹¹ Орехова Е. Н. Субъективная модальность высказывания: форма, семантика, функции: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 44 с.

модальность на материале современного русскоязычного медиадискурса.

В современном медийном пространстве развиваются новые виды коммуникации, язык СМИ приобретает новые особенности, но по-прежнему представляет собой одну из разновидностей современного русского литературного языка. В XXI веке зародилось новейшее научное направление в русской лингвистике – медиалингвистика (термин введен Т. Г. Добросклонской в 2000-м году), объединяющее различные подходы к изучению языка СМИ, центральным для этого направления является понятие медиадискурса¹: «это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия». В рамках данной работы вслед за Т. Г. Добросклонской под медиадискурсом мы понимаем особый тип коммуникации в медийном пространстве, в структуру которого включены как процесс речемыслительной деятельности, направленный на создание медиатекста² и достижение коммуникативной цели, так и результат данной речемыслительной деятельности, который представляется в виде медиатекста; при формировании медиадискурса учитываются не только собственно лингвистические параметры, но и экстралингвистические.

Отметим, что медийное общение характеризуется цельностью, в процессе данного общения происходит не только введение и анализ того или иного контента и результат его обсуждения, но также представляется и сам процесс воздействия и взаимодействия между коммуникантами, ведь медиатекст направлен на достижение определенных коммуникативных целей. Анализ материала показывает, что при формировании медиадискурса употребляются различные средства выражения эпистемической модальности для достижения максимального коммуникативного эффекта.

Вспомним, что эпистемическая модальность занимает центральное место при изучении субъективной модальности, принято рассматривать ее как одну из разновидностей субъективной мо-

дальности, которая отражает «устанавливаемое говорящим отношение содержания высказывания к действительности в плане его достоверности/недостоверности» [1, с. 126].

В современной лингвистике понятие коммуникативной стратегии рассматривается с различных позиций и имеет множество трактовок. В общем плане данное понятие представляет собой определенную последовательность коммуникативных действий одного из коммуникантов во время речевого общения, в которой важным параметром является планирование речевых поведений, направленное на достижение как глобальной, так и локальной коммуникативной цели.

С позиции когнитивной лингвистики О. С. Иссерс в работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» определяет коммуникативную (или речевую) стратегию как план общения, который осуществляется с помощью различных комбинированных способов, и комплекс речевых действий, направленных на достижение и решение коммуникативной цели коммуникантов. Как замечает автор, в основе этого термина присутствует идея планирования действий, которые соотносятся с социальной конфронтацией и противоборством. При этом исследователь полагает, что важнейшей частью коммуникативной стратегии является планирование процесса речевого общения в зависимости от конкретных условий общения и личностей каждого его участника (адресантов и адресатов), а также реализация запланированных действий речевого общения [5, с. 109]. Важно отметить, что планированием речевого общения является не только создание высказывания на языковом уровне, а также линия речевых действий, выполняющих воздействующую функцию. Речевая коммуникация представляет собой стратегический процесс, в основе которого лежит выбор «оптимальных языковых средств», направленный на достижение целей высказывания и коммуникации для заинтересованной стороны [4, с. 67].

Мы полагаем, что существенным признаком является планирование коммуникативных действий, при этом важно помнить о различной степени готовности плана общения в современном медиадискурсе. Существует множество типов текста (в широком понимании), относящихся к данному дискурсу, в том числе традиционные жанры – статья, репортаж и др. газетные жанры, более новый тип – подкаст, и новейший – видеоблог,

¹ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления М. : 2020. С. 5 ; Культура русской речи : учеб. для вузов / отв. ред. Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. М. : Норма-Инфра-М, 1999. 560 с.

² Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : ФЛИНТА, 2018. 440 с.

в которых представлены разные степени готовности планирования речевых поведений. Можно отметить, что в газетном варианте проявляется высочайшая степень готовности планирования, поскольку между коммуникантами (автором и читателем) не имеется прямой связи, до начала общения весь план автора уже реализован в виде медиатекста, в структуре которого представлены языковые средства для достижения определенной цели коммуникации, выбранные автором. Что касается жанров подкаста и видеоблога, то необходимо упомянуть спонтанность речевых поведений, поскольку общение в таких случаях может быть частично спонтанным или полностью спонтанным. При таком общении участники должны подобрать подходящие вербальные или невербальные средства для достижения цели за достаточно краткое время, здесь готовность планирования меньше, чем в традиционном медиаобщении.

На наш взгляд, в медийной коммуникации в процесс реализации коммуникативной стратегии включаются следующие этапы:

1. Осознание медийной коммуникативной ситуации и определение глобальной цели коммуникации;

2. Выбор соответствующей коммуникативной стратегии и планирование коммуникативных действий;

3. Отбор вербальных или невербальных средств для реализации выбранной стратегии;

4. Реализация локальных интенций и контроль над ее осуществлением;

5. Получение результата коммуникации и ее завершение.

Таким образом, учитывая глобальность коммуникативной цели, осуществляемой в современном медиадискурсе, мы полагаем, что выделяется общая и частная коммуникативная стратегия. Главная функция медийной коммуникации – информирующая и воздействующая, соответственно, можно выделить два общих типа стратегии: стратегия информирования и стратегия воздействия. Рассмотрев значения, передающиеся посредством эпистемической модальности, в данной работе выделяем такие частные стратегии: стратегии предположения и утверждения, стратегии дискредитации и убеждения. На собранном материале употребляется множество средств выражения эпистемической модальности, их статистика представляется следующим образом (рис.):

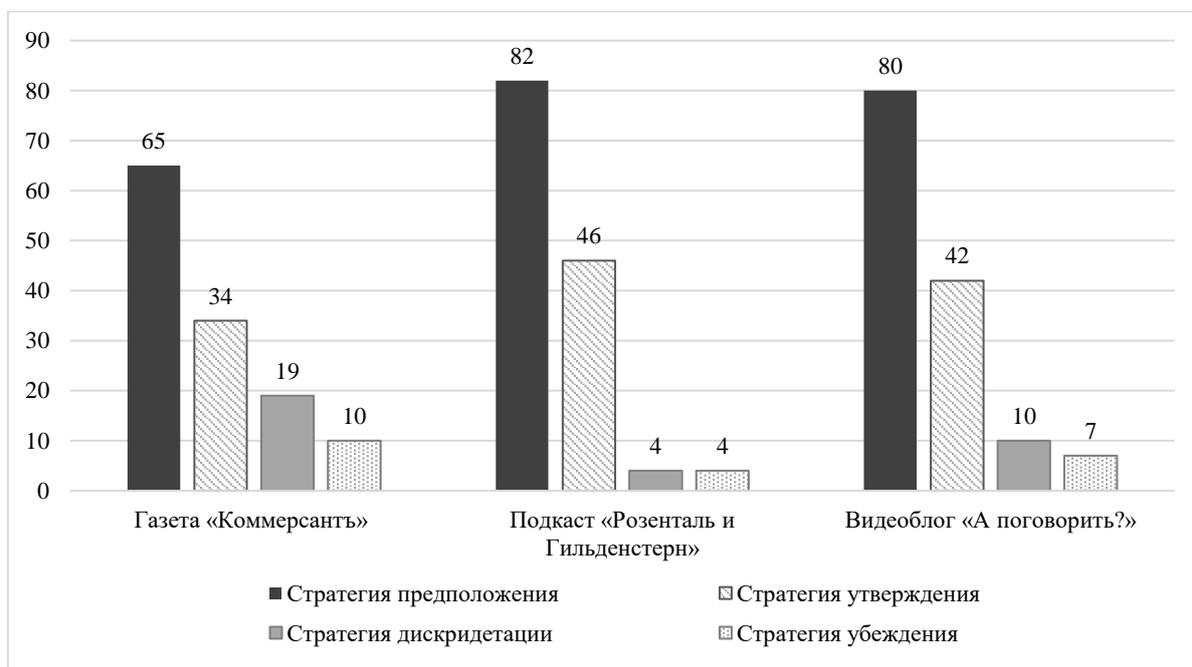


Рис. 1. Количество средств выражения эпистемической модальности для реализации коммуникативной стратегии / Fig. The number of means of expressing epistemic modality for the implementation of a communicative strategy

Стратегией информирования можно назвать стратегию, которая осуществляется для достижения коммуникативной цели – сообщить инфор-

мацию, и эпистемическая модальность способствует передаче сведений с определенной долей достоверности/недостоверности, при этом можно

выделить такие частные стратегии, как **стратегии предположения и утверждения**.

Например, «По данным специализирующейся на кибербезопасности Cybereason, DarkSide требует от покупателей согласиться на своего рода договор: не применять полученные вирусы против больниц, хосписов, школ, моргов, крематориев, похоронных бюро, университетов, некоммерческих организаций, органов власти, а также компаний, которые производят и распространяют вакцины от COVID-19. Под защитой также якобы компании на территории бывшего СССР»¹. В этом случае модальная частица «якобы», которая характерна для книжной речи, представляет собой яркий показатель эпистемической модальности, с помощью которого проявляется неуверенность автора в точности вводимой информации. При этом реализована частная коммуникативная стратегия предположения, информация передается с определенной долей недостоверности.

«– Шмоткесса – классное слово, на самом деле, феминитив такой, который вызывает одновременно и уважение, и улыбку при этом. Кто это придумал? Почему вы решили это использовать? Почему, я не знаю, не «шмотки», не какая, еще какой-нибудь суффикс? Что за «шмоткесса»? – Я думаю, вы знаете, производная от всяких принцесс, возможно, еще что такое добавилось, а «шмот», там в шестнадцатых, восемнадцатых, это же просто главное слово было вообще, фэшн-индустрии, и поэтому соединение такое, и вроде бы за «шмот», но вроде бы что-то не рыцарское, но около королевского...»². Данный фрагмент подкаста представляет собой часть разговора между ведущим – журналистом Александром Садикхоровым и гостьей Чумой Вечеринкой (Викторией Чумановой). В этом контексте также реализуется частная стратегия предположения при помощи вводного слова «возможно» и модальной частицы «вроде бы», которые приносят разговорную характеристику. Чума Вечеринка информирует об образовании слова «шмоткесса» с выражением неуверенности.

¹ Наумов А., Черненко Е., Мордюшенко О. Бесплезные ископаемые. Крупнейший трубопровод в США остановлен из-за кибератаки // Коммерсантъ. 2021. 10 мая. № 77/В. С. 1. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4802807> (дата обращения: 23.11.2022).

² Подкаст Розенталь и Гильденстерн. URL: <https://tehnikarechi.studio/podcasts/rozentall-i-gildenstern> (дата обращения: 23.11.2022).

Выражения эпистемической модальности также способствует реализации частной коммуникативной стратегии утверждения. Например, «Так, Александр Веллер, избранный по Мурманскому округу, сейчас баллотируется по Енисейскому округу (Красноярский край). По словам источника “Ъ”, депутат вступил в конфликт с губернатором Андреем Чибисом, но в партии и администрации президента решили, что он «скорее нужен» в новой Думе, и выбрали ему другую территорию. Из-за этого красноярскому депутату Раисе Кармазиной тоже пришлось искать другое место, и она идет по списку в Ставропольском крае. Собеседник “Ъ”, утверждает, что за нее мог вступить спикер Госдумы Вячеслав Володин»³. В этом примере автор сообщает аудитории о том, что спикер Госдумы Вячеслав Володин будет красноярским депутатом, и стратегия утверждения реализована с помощью сложноподчиненного предложения с опорным словом «утверждать», которая приносит в высказывание максимальную достоверность.

Стратегия воздействия также реализуется в данном типе медиадискурса, с ее помощью коммуникант выражает собственное личное мнение о высказывании и дает оценку высказанному, чтобы формировать общее мнение в этом обществе. Анализ материала показывает, что категория эпистемической модальности функционирует для осуществления частных **стратегий дискредитации и убеждения**.

Стратегия дискредитации осуществляется с помощью выражений семантики сомнения, поскольку данные языковые средства несут на себе сильной отрицательный оттенок, с помощью которых коммуникант может дискредитировать какое-либо высказывание, можно назвать такую ситуацию как «отрицание в форме сомнения».

Например, «– Вот как мы с тобой можем рассуждать, почему в школе не любят диктанты? – Просто потому что в школе в принципе ученики не любят никакие формы проверки. – Но это муштра, да, это муштра, это какое-то не очень интересное упражнение, плюс для многих это связанное с перспективой получить не очень хорошую оценку, поэтому вряд ли это может вызывать

³ Винокуров А. До праймериз добрались не все. На выборы в Госдуму идут две трети действующих депутатов-единороссов // Коммерсантъ. 2021. 17 мая. № 81/П. С. 3. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4815592> (дата обращения: 23.11.2022).

какой-то энтузиазм»¹. Данный пример является фрагментом обсуждения ведущими подкаста – Александром Садиковым и Владимиром Паховым. В речи Пахова выражение семантики сомнения является средством реализации стратегии дискредитации, поскольку употребляемая частица «вряд ли» несет на себя сильный отрицательный оттенок, и выражается негативное отношение говорящего к диктанту, более того высказанное действие, по мнению говорящего, не может быть реализовано.

«Национальный союз производителей молока («Союзмолоко») просит одну из крупнейших сетей кофеен Starbucks внести изменения в меню в России. По мнению объединения, растительные заменители нельзя называть «молоком» <...> но заставить кофейни отказаться от устоявшихся словосочетаний вряд ли удастся. Исполнительный директор «Русбренда» Алексей Поповичев сомневается, что сторонам удастся прийти к компромиссу: в крайнем случае Starbucks и другие просто будут писать «молоко» в кавычках. По его словам, в целом потребитель вряд ли может спутать растительный аналог с молоком, скорее термин нужен для указания на цвет, консистенцию и т. п.»². В приведенном примере стратегия дискредитации реализована с помощью комплекса средств выражения эпистемической модальности. Модальная частица «вряд ли» и глагол «сомневаться» отражают неуверенность на высокой степени, тем самым с помощью которых автор дискредитирует необходимость внесения изменения в меню кофейней.

Стратегия убеждения также является главным составляющим общей стратегии воздействия, поскольку с помощью эпистемической модальности также достигается стратегическая цель – убедить других коммуникантов.

Например, «Но вы уверены, что все Ломоносовы-то? Ну всем нужно было, тогда сто лет назад, все побросать и идти в университеты?»³.

¹ Подкаст Розенталь и Гильденстерн. URL: <https://tehnikarechi.studio/podcasts/rozentall-i-gildenstern> (дата обращения: 23.11.2022).

² Костырев А. Угрызения соевости. Молочники затеяли спор из-за наименования напитков // Коммерсантъ. 2021. 21 мая. № 85. С. 1. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4818568> (дата обращения: 23.11.2022).

³ Видеооблог «А поговорить?». Интервью с психотерапевтом Андреем Курпатовым. URL: <https://m.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g> (дата обращения: 23.11.2022).

В данном примере дважды употребляется вопросительная конструкция, чтобы выразить собственное мнение психотерапевта. С помощью риторического вопроса явно выражается авторское убеждение, что не всем нужно высшее образование и не все могут стать учеными.

«Многие эксперты не сомневались, что в списке окажется, например, Украина: еще в феврале ее назвал недружественным государством пресс-секретарь российского президента Дмитрий Песков»⁴. Здесь для реализации стратегии убеждения употребляется глагол «сомневаться» в отрицательной конструкции, с помощью которого автор убеждает читателей в представленной политической ситуации.

Выводы

Медиадискурс является главным каналом передачи информации в современном медийном пространстве, тем самым представляет собой особый вид коммуникации, в котором отражается как процесс речемыслительной деятельности, так и результат данной деятельности, в его структуру включены собственно лингвистические и экстралингвистические параметры.

При формировании современного медиадискурса функционирует категория эпистемической модальности, с помощью которой отражается авторское отношение к высказанному по степени достоверности, и выражения которой представляют собой дискурсивные маркеры, с одной стороны, структурирующие медиадискурс, с другой стороны, способствующие реализации коммуникативной стратегии.

Модусные компоненты высказывания при создании медиадискурса представляются обязательными, более того, выражения эпистемической модальности являются главными модусными, составляющими высказывания, это один из способов реализации коммуникативной стратегии в современном медиадискурсе.

На материале современного русскоязычного медиадискурса заметно, что категория эпистемической модальности способствует реализации таких общих коммуникативной стратегий, как стратегия информирования и стратегия

⁴ Дудина Г., Черненко Е. Если друг оказался вдруг и не США, и не чех, а – так. У России появились официально недружественные страны // Коммерсантъ. 2021. 15 мая. № 81. С. 1. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4814886> (дата обращения: 23.11.2022).

воздействия. По глобальности коммуникативной цели коммуникантов также выделяются следующие частные стратегии, представляющие собой отдельные стадии реализации общей стратегии: стратегии предположения и утверждения, стратегии дискредитации и убеждения.

1. Беляева Е. И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках. Воронеж, 1985. 180 с.
2. Бондарко А. В. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность. Л. : Наука, 1990. 264 с.
3. Зотова А. С. Коммуникативные стратегии в современном медиадискурсе и деривационные способы их реализации // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. С. 96–98. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=10767> (дата обращения: 23.11.2022).
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999. 385 с.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М. : ЛКИ, 2008. 288 с.
6. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). С. 13–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya?ysclid=1b52ewi4ao192242857> (дата обращения: 23.11.2022).
7. Коновалова М. В. К вопросу о понятиях медиатекста и медиадискурса // Филология: научные исследования. 2018. № 3. С. 212–219. DOI: <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685>
8. Падучева Е. В. Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке. Семантика нарратива. 2-е изд., испр. и доп. М. : Языки славянской культуры, 2010. 480 с.
9. Редько Г. В., Еремеева А. А. Коммуникативная стратегия как стратегия понимания и интерпретации смысла // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 4 (207). С. 108–113. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-strategiya-kak-strategiya-ponimaniya-i-interpretatsii-smysla?ysclid=1b52qhf7ww669799471> (дата обращения: 23.11.2022).
10. Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. 3-е изд. М. : Флинта, Наука, 2018. 232 с.

Статья поступила в редакцию 23.12.2022 г.; одобрена после рецензирования 24.01.2023 г.; принята к публикации 21.02.2023 г.

Об авторе

Лю Хаотун

аспирант кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания, Санкт-Петербургский государственный университет (199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1182-3198>, liuhaotong@yandex.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

1. Belyaeva E. I. Funktsional'no-semanticheskie polya modal'nosti v angliiskom i russkom yazykakh [Functional and semantic fields of modality in English and Russian]. Voronezh, 1985, 179 p. (In Russ.).
2. Bondarko A. V. Teoriya funktsional'noi grammatiki. Temporal'nost'. Modal'nost' [Theory of functional grammar. Temporality. Modality]. Leningrad, Science Publ., 1990, 264 p. (In Russ.).
3. Zotova A. S. Kommunikativnye strategii v sovremennom mediadiskurse i derivatsionnye sposoby ikh realizatsii [Communicative strategies in contemporary media discourse and word-formative devices for their implementation]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* = Modern Problems of Science and Education, 2013, no. 6. pp. 96–98. Available at: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=10767> (accessed 23.11.2022). (In Russ.).
4. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Omsk, 1999, 385 p. (In Russ.).
5. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. 5th edition. M., LKI Publ., 2008, 288 p. (In Russ.).
6. Kozhemyakin E. A. Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya [Mass communication and media discourse: towards methodology]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: gumanitarnyye nauki* = Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Humanities, 2010, no. 12 (83), pp. 13–21. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya?ysclid=1b52ewi4ao192242857> (accessed 23.11.2022). (In Russ.).
7. Konovalova M. V. K voprosu o ponyatiyakh mediateksta i mediadiskursa [Regarding definitions of media text and media discourse]. *Filologiya: nauchnye issledovaniya* = Philology: Scientific Researches, 2018, no. 3, pp. 212–219. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2018.3.26685>

8. Paducheva E. V. Semanticheskie issledovaniya: Semantika vremeni i vida v russkom yazyke. Semantika narrativa [Semantic research: Semantics of time and aspect in the Russian language. The semantics of narrative]. 2nd edition, cor. and suppl. M., Languages of Slavic Culture Publ., 2010, 480 p. (In Russ.).

9. Redko G. V., Eremeeva A. A. Kommunikativnaya strategiya kak strategiya ponimaniya i interpretatsii smysla [Communicative strategy as strategy of understanding and interpretation of sense]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie* = The Bulletin of the Adyghe State University, Series "Philology and the Arts", 2017, no. 4 (207), pp. 108–113. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-strategiya-kak-strategiya-ponimaniya-i-interpretatsii-smysla?ysclid=lb52qhf7ww669799471> (accessed 12.12.2016). (In Russ.).

10. Yazyk sovremennoi publitsistiki: sb. statei [The language of modern journalism: collection of articles]. Comp. by G. Ya. Solganik. M., Flinta Publ., Science Publ., 2018. 232 p. (In Russ.).

The article was submitted 23.12.2022; approved after reviewing 24.01.2023; accepted for publication 21.02.2023.

About the author

Liu Haotian

Postgraduate Student of the Departments of Russian as a Foreign Language and Methods of its Teaching, St. Petersburg State University (7–9 Universitetskaya Emb., St Petersburg 199034, Russian Federation),
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1182-3198>, liuhaotong@yandex.ru

The author has read and approved the final manuscript.