

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «АДЫГЕЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

На правах рукописи

Устинова Вера Леонидовна

**ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
КОЛУМНИСТСКОГО ДИСКУРСА
(на материале русского и английского языков)**

5.9.8 – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная
лингвистика

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор З.Р. Хачмафова

Майкоп – 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. КОЛУМНИСТСКИЙ ДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ	10
1.1 Понимание дискурса и медиадискурса в современной лингвистике.....	10
1.2 Особенности формирования колумнистского дискурса в СМИ: конститутивные характеристики	26
1.3 Дискурсивная личность колумниста: основные характеристики.....	44
ВЫВОДЫ.....	58
ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОЛУМНИСТСКОГО ДИСКУРСА	60
2.1 Идеологемы колумнистского дискурса	60
2.2 Коммуникативная стратегия персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе и тактики ее реализации.....	111
ВЫВОДЫ.....	150
ГЛАВА 3. КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЛИНГВОКРЕАТИВНОЙ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИЧНОСТИ КОЛУМНИСТА.....	153
3.1 Прецедентные феномены в колумнистском дискурсе как отражение когнитивного сознания дискурсивной личности колумниста	153
3.2 Лингвостилистические актуализаторы креативности дискурсивной личности колумниста	169
ВЫВОДЫ.....	185
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	187
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	192

ВВЕДЕНИЕ

Диссертация выполнена в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы современной лингвистической науки и посвящена изучению особенностей реализации авторской интенции в колумнистском дискурсе в современных СМИ, а именно исследованию прагмалингвистических (коммуникативно-прагматических, когнитивно-функциональных и дискурсивных) особенностей колумнистского дискурса.

Степень разработанности проблемы. В последнее время наблюдается исследовательский интерес к изучению личностно-ориентированных и аналитических жанров современного медиадискурса, которые функционируют в коммуникативном пространстве массмедиа в форме авторской колонки.

Различные аспекты изучения текста авторской колонки стали предметом исследования отечественных и зарубежных ученых в области журналистики и медиалингвистики (Гордеев 2015; Деяк-Якобишина 2013; Игнатова 2019, 2021, 2022; Корконосенко 2015; Кройчик 2000; Котова 2028; Куницына 2016; Саенкова-Мельницкая 2017; Садовская 2016; Тимченко 2011; Успенская 2007; Ярцева 2011; Gillmor, Terry 1996 и др.).

В орбите современных лингвистических исследований различных жанров современного медиадискурса находятся вопросы, касающиеся особенностям реализации воздействующего потенциала и способам передачи когнитивно значимой информации в (Борисова 2016; Денисюк 2004; Коптяева 2022 и др.).

Проблема изучения личностно-ориентированных жанров современного медиадискурса в рамках лингвистической дискурсологии, лингвопрагматики и когнитивной лингвистики в последние десятилетия привлекает пристальное внимание ученых-лингвистов (Абанина 2009; Баженова 2015; Егорова 2021; Исаева 2017; Кардумян 2011 Снятков 2008; Овчаренко 2022; Пастухова 2020 и др.).

Таким образом, **актуальность** лингвистического исследования колумнистского дискурса обусловлена, во-первых, возрастающей популярностью данного дискурса, что свидетельствует о тенденции ухода современных массмедиа от простого информирования и интерпретации фактов к нарративу и аналитике. Во-вторых, исследование прагмалингвистических особенностей колумнистского дискурса позволяет выявить и описать коммуникативно-прагматические, дискурсивные и когнитивно-функциональные особенности колумнистского дискурса в современных СМИ. В-третьих, колумнистский дискурс является коммуникативным пространством актуализации идеологием как единиц ценностной и идеологической картины мира дискурсивной личности колумниста определенной эпохи и лингвокультуры, что требует лингвистического описания. В-четвертых, исследование дискурсивной личности колумниста представляет интерес в изучении коммуникативной стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе.

Объектом исследования является колумнистский дискурс в современных русскоязычных и англоязычных СМИ и его языковые особенности.

Предметом диссертационного исследования выступают коммуникативно-прагматические, дискурсивные и когнитивно-функциональные особенности колумнистского дискурса.

Материалом исследования послужили медиатексты колумнистов, извлеченные российских общественно-политических газет и журналов («Российская газета», «Газета.ру», «Известия», «Литературная газета», «Коммерсантъ», «Ведомости», «Эксперт», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Аргументы и факты», «РТ», «РИА-новости», «Собеседник», «Взгляд», «Итоги» и др.) периода 2018-2024гг. В качестве материала привлекались медиатексты колумнистов американских изданий «The New York Times» («Нью-Йорк таймс»), «The New Yorker» («Нью-Йоркер»), «Washington Post» («Вашингтон пост») и др.

Также были использованы данные Национального корпуса русского языка (НКРЯ: <https://ruscorpora.ru/>) и материалы публикаций ИноСМИ (<https://inosmi.ru/>).

Гипотеза исследования. Прагмалингвистический аспект изучения колумнистского дискурса в пространстве массмедиа позволяет рассмотреть типологические характеристики исследуемого дискурса в неразрывной связи с когнитивной, дискурсивной, коммуникативно-прагматической деятельностью дискурсивной личности колумниста в рамках взаимодействия диады «адресант-адресат» в процессе реализации стратегий персуазивно-суггестивного воздействия.

Цель исследования заключается в выявлении и описании прагмалингвистических особенностей колумнистского дискурса в современных СМИ.

Поставленная цель требует решения следующих **задач**:

- 1) определить и описать конститутивные характеристики колумнистского дискурса в СМИ как самостоятельного типа дискурса;
- 2) описать систему ценностей дискурсивной личности колумниста и проанализировать особенности экспликации идеологем в колумнистском дискурсе;
- 3) вывить способы реализации коммуникативной стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистского дискурса;
- 4) описать прецедентные феномены как отражение когнитивного сознания дискурсивной личности колумниста;
- 5) проанализировать особенности проявления лингвокреативности дискурсивной личности колумниста в процессе персуазивно-суггестивного воздействия на адресата.

Методы исследования. В ходе исследования были использованы следующие **методы**: *общенаучные методы* – наблюдения, описания, систематизации и обобщения материала, а также собственно *лингвистические методы* – дискурсивного анализа для установления основных признаков,

границ и характеристик колумнистского дискурса; прагмалингвистического анализа для выявления и описания коммуникативных тактик реализации стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе; когнитивно-прагматического анализа для описания особенностей функционирования ключевых идеологем колумнистского дискурса; контекстуального анализа для интерпретации выделенных медиатекстов; лингвостилистического анализа для описания лингвокреативного потенциала дискурсивной личности колумниста.

Теоретической базой работы являются положения и концепции отечественных и зарубежных ученых, изложенные в трудах в рамках следующих направлений: **лингвистики дискурса** (Арутюнова, 1990; Борботько, 1998; Володина; ван Дейк, 2000; Демьянков, 2005; Карасик, 2002, 2007; Манаенко, 2009; Митягина, 2007; Олянич, 2007; Островская, 2015; Плотникова, 2000; Прохоров, 2006; Синельникова, 2011; Слышкин, 2000; Fairclough, 2004; Halliday, 1978 и др.); **теории медиадискурса** (Володина, 2003; Добросклонская, 2008, 2012; Деяк-Якобишина, 2013; Желтухина, 2004, 2010; Клушина, 2008; Малюга, 2008; Оломская, 2013; Солганик, 2008; Ширяева, 2014; Ярцева, 2011 и др.); **теории воздействия** (Голоднов, 2010; Желтухина, 2003, 2004, 2007; Леонтьев, 2008; Кара-Мурза, 2001; Карасик, 2002; Копнина, 2012 и др.); **теории коммуникативных стратегий, тактик** (Иссерс, 2008; Михалева, 2004; Паршина, 2005; Руженцева, 2004 и др.); **лингвоперсоналогии** (Вайсгербер, 2004; Богин 1980, 1984; Караулов 1989, 2010; Карасик 2007; Малышева, 2011; Хачмафова 2011, 2023 и др.).

Положения, выносимые на защиту:

1. Колумнистский дискурс в СМИ является институциональным типом дискурса, по каналу передачи информации относится к письменному дискурсу, обладает дискурсивными характеристиками как институционального, так и лично-ориентированного типа дискурса. Основными характеристиками колумнистского дискурса являются актуальность, своевременность, доступность, диалогизм, субъективность,

оценочность, прецедентность, идеологичность и аксиологичность. Процесс порождения колумнистского дискурса определяется коммуникативным намерением дискурсивной личности колумниста, его интенциями.

2. Система ценностей дискурсивной личности колумниста в медиадискурсе транслируются посредством актуализации идеологем, которые выступают значимыми ценностными доминантами медиатекста авторской колонки и реализуются в рамках шкалы ценностей «свои-чужие». В процессе актуализации идеологем и ценностных доминант колумнистского дискурса реализуется стратегия персуазивно-суггестивного воздействия через следующие коммуникативные тактики: тактику привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему, тактику доверительного диалога с адресатом, тактику рациональной аргументации, тактику субъективно-оценочной аргументации.

3. Важнейшей характеристикой колумнистского дискурса является наличие прецедентных феноменов, которые играют большую роль во взаимодействии адресанта и адресата в рамках оппозиции «свой-чужой», в объективации и трансляции ценностных установок дискурсивной личности колумниста. Прецедентные феномены отражают когнитивный и лингвокультурный уровни сознания дискурсивной личности колумниста.

4. Дискурсивная языковая личность колумниста отличается высокой степенью лингвокреативности и демонстрирует широкий спектр языковых средств выражения мнения и субъективной оценки. Лингвостилистические средства (метафора, языковая игра, окказионализмы, фразеологизмы, иноязычные вкрапления и др.) выполняют воздействующую и экспрессивно-оценочную функций колумнистского дискурса и являются маркерами креативности дискурсивной личности колумниста.

Научная новизна диссертации состоит в выделении и описании конститутивных и институциональных признаков колумнистского дискурса в современных СМИ, в определении системы ценностей дискурсивной личности колумниста и анализе ключевых идеологем как единиц

идеологической картины мира дискурсивной личности колумниста на материале русского и английского языков. *Новым* является исследование особенностей реализации коммуникативной стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе и анализ маркеров лингвокреативности дискурсивной личности колумниста.

Теоретическая значимость диссертации заключается в расширении научных знаний о когнитивных, коммуникативно-прагматических и лингвокультурных особенностях формирования колумнистского дискурса в современных СМИ. Теоретически значимым представляется описание институциональных, конститутивных и жанрово-стилистических особенностей колумнистского дискурса, что вносит вклад в дальнейшее развитие медиалингвистики и лингвистической дискурсологии. Проведенное исследование расширяет представления о прагмалингвистических особенностях реализации стратегий персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе, что вносит вклад в развитие лингвистической прагматики.

Практическая ценность работы обусловлена возможностью использования результатов и материала проведенного исследования в теории и практике преподавания вузовских курсов медиалингвистики, лингвистики дискурса, прагмалингвистики, когнитивной лингвистики, а также в подготовке спецкурсов и спецсеминаров по дискурс-анализу медатекстов, при разработке тематики выпускных квалификационных работ, магистерских диссертаций.

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования докладывались на кафедре общего языкознания Адыгейского государственного университета, а также были представлены на научных конференциях разного уровня: на Международной научной конференции «Scientific research of the SCO countries: synergy and integration» (Пекин, КНР, 2022); на Всероссийской форсайт-сессии «Язык, культура, образование: вызовы и перспективы» (Волгоград, 2022); на II Международной научно-

практической конференции, посвященной памяти профессора Андрея Владимировича Олянича «Культура. Коммуникация. Дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства» (Волгоград, 2022); на IV Международной научно-практической конференции «WORLD OF SCIENCE» (Пенза, 2023).

Основные положения и результаты исследования изложены в **10** публикациях, в том числе **5** статьях в рецензируемых научных изданиях, рекомендуемых ВАК РФ.

Структура работы. Структура диссертации определена логикой исследования и последовательностью решения поставленных в ней задач. Работа состоит из введения, трех глав (каждая из которых разделена на параграфы), заключения и списка литературы.

ГЛАВА 1. КОЛУМНИСТСКИЙ ДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

1.1 Понимание дискурса и медиадискурса в современной лингвистике

В рамках данного параграфа будут рассматриваться понятия «дискурс», «медиадискурс», «авторская колонка», «колумнистский дискурс», «публицистический медиадискурс» и др.

В настоящее время наблюдается интенсивное развитие средств массовой информации, что ведет к появлению и развитию новых форм, видов и жанров медиадискурса. Как отмечает Е.В. Выровцева, «наблюдается усиление роли «Я» в журналистском тексте, о чем свидетельствуют и такие явления, как колумнистика, развитие блогосферы, и формирование новых жанровых форм – авторских жанров» [Выровцева, 2015: 109]. Сложность четкого определения и дифференциации терминов «медиадискурс» и «колумнистский дискурс» заключается в том, что в отечественной и зарубежной гуманитарной науке в рамках теории дискурса до сегодняшнего дня нет единого подхода к пониманию и интерпретации понятия «дискурс».

Дискурсология, по определению Л.Н. Синельниковой, «область гуманитарного знания, предполагающая быструю реакцию на внешнюю среду. И, поскольку современная жизнь представляет собой по большей части лиминальный дискурс, – переход от одних ценностей к другим, от привычных дискурсивных практик к новационным, резервы дискурсологии неисчерпаемы» [Синельникова, 2011: 7].

В исследованиях в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы базовым понятием является понятие «дискурс». О.Ф. Русакова выделяет основные подходы к анализу дискурса:

- лингвистические подходы к анализу дискурса, включая методы социолингвистики, лингвокультурологии, психолингвистики, лингвосинергетики и прочих лингвистических дисциплин;
- кратологические трактовки дискурса, фокусирующие внимание на его властных характеристиках;
- семиотические трактовки дискурса, рассматривающие дискурс как знаково-символическое культурное образование, как культурный код;
- внимание на коммуникативных целях и социальных функциях;
- постмодернистские трактовки дискурса, представляющие дискурс как сетевое коммуникативное пространство, в котором происходит конструирование и переформатирование реальности;
- критический дискурс-анализ, соединяющий лингвистические, кратологические, семиотические и социо-коммуникативные трактовки» [Русакова, 2007: 5].

Как полагают ученые, у истоков теории дискурса лежит концепция Э.Бенвениста (дискурс – это как речь, присваиваемая говорящим). Вместе с тем в многочисленных исследованиях дискурса отмечается, что М.М. Бахтин в рамках изучения диалогичности текста, заложил основы теории дискурса. По его мнению, единицей коммуникации является текст как высказывание, а «речь или дискурс могут быть описаны как диалог – переключка разных голосов» [Бахтин, 1979: 310]. Ю.Кристева пишет, что «понятие “речь” у Бахтина соответствует тому явлению, которое Бенвенист обозначает как дискурс, имея в виду “язык, присвоенный индивидом”» [Кристева 1993: 432].

Исследованиями дискурса занимаются как зарубежные, так и отечественные учёные в рамках различных научных школ и направлений (Э. Бенвенист, Т. ван Дейк, П. Серио, Ж. Серль, Э. Лакло, Ш. Муфф, М. Йоргенсен, Л. Филлипс, М. Фуко, Н.Д. Арутюнова, В.З. Демьянков, В.И. Карасик, Г.Н. Манаенко, Ю.Е. Прохоров, Л.Н. Синельникова, В.Е. Чернявская и др.).

Прежде всего, это Французская школа анализа дискурса (Э. Бенвенист («Проблемы общей лингвистики», 1966 и др.), Мишель Пешо («Автоматический анализ дискурса», 1969; «Прописные истины», 1975 и др.), П. Серио («Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса» (1999)).
Немецкая школа критического анализа дискурса (Р. Водак, З. Егер, У. Маас, Ю. Линк), также когнитивный анализ дискурса Т. ван Дейка, дискурс-анализ Н.Фэрклоу, Л. Чоулиараки, теория дискурса Лакло-Муфф (постструктуралистская теория Эрнесто Лакло и Шанталь Муффа).

По мнению П. Серио, дискурс проявляется в «системе ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определённой социальной или идеологической позиции» [Seriot, 1999: 26]. Он рассматривает дискурс как «1) эквивалент понятия «речь» (по Ф. Соссюру), т.е. любое конкретное высказывание; 2) единицу, по размерам превосходящую фразу; 3) воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания; 4) беседу как основной тип высказывания; 5) речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позицию (по Э. Бенвенисту); 6) употребление единиц языка, их речевую актуализацию; 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс; 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста» [Там же: 25].

В рамках немецкой лингвистической школы дискурс понимается как «совокупность текстов, связанных тематически, семантически, хронологически, типологически, относящихся к определенной коммуникативной сфере и включенных в исторический, культурный, социальный, экономический, политический и другие контексты» [Инжечик, 2019: 644].

По концепции Л.Дж. Филлипса и М.В. Йоргенсена, дискурс – это «форма социального поведения, которая служит для репрезентации

социального мира (включая знания, людей и социальные отношения)» [Йоргенсен, Филлипс, 2008: 8].

В науке существует множество трактовок понятия «дискурс», а также подходов его анализа.

Как отмечает О.Ф. Русакова, дискурс имеет два плана: 1) видимый план – «план репрезентантов или внешних представлений смыслов и значений, который именуется также термином «означающее»; 2) ментальный план – план интерпретантов или способов расшифровки смыслов и значений, который в семиотике называют термином «означающее» [Русакова, 2007: 14].

Дискурс рассматривают тождественным стилю, жанру, речи, текста. На наш взгляд, это не совсем верно. Все эти понятия параллельные, но не тождественные, соответственно, методы исследования и принцип классификации будут отличаться. Для подтверждения нашей позиции следует сослаться на мнение В.Б. Кашкина, который пишет, что дискурс – «это не диалог, не текст, не стиль, не устная речь. Основное терминологическое разведение связано с дифференциацией двух пар понятий: **дискурс / речь, дискурс / текст**» [Кашкин, 2010: 10].

Дискурс является «сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта» [Дейк, 1989: 121]. Известное определение Н.Д. Арутюновой: дискурс как «речь, погруженную в жизнь» [Арутюнова, 1999: 137].

Дискурс определяется как коммуникативное явление. Например, В.И. Карасик рассматривает дискурс как «промежуточное образование между речью как вербальным общением, как деятельностью, с одной стороны, и конкретным вербализованным текстом, зафиксированным в ходе общения, с другой стороны» [Карасик, 2004: 231].

Дискурс по Т.А. ван Дейку является «сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или

коммуникативного акта... Говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации, несомненно, относятся к данному событию» [Дейк, 2014: 121].

По определению Ю.С. Степанова, дискурс существует в текстах, «за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика в конечном счете особый мир» [Степанов, 1995: 41].

Понимание дискурса связано с осмыслением взаимосвязи текста с экстралингвистическими факторами. Дискурс как «сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» [Кубрякова, 2002: 11]. Дискурс – это «вербализованная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [Красных, 2003: 200].

Нам близка трактовка дискурса В.Е. Чернявской. Под дискурсом она понимает текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом – «совокупностью социальных, культурно-исторических, идеологических, психологических и др. факторов, системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, обуславливающего особую упорядоченность языковых единиц при их воплощении в тексте» [Чернявская, 2013: 117].

Одним из сложных вопросов в понимании дискурса является вопрос взаимоотношений терминов «дискурс» и «текст».

Как отмечает Н.Д. Арутюнова, дискурс – это «совокупность письменных или устных текстов и ситуации их создания и актуализации» [Арутюнова, 1990: 137].

Согласимся с Г.Н. Манаенко, что, если понятия «текст» и «дискурс» рассматриваются «со стороны динамики, процессуальности – перед нами дискурс, со стороны статики, материальности – перед нами текст» [Манаенко, 2014: 166]. Таким образом, текст и дискурс следует рассматривать как процесс и результат.

Дискурс в коммуникативной ситуации рассматривается как связный текст и как письменное или устное речевое произведение. Ведь текст – это ничто иное как «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин, 2007: 18]. Согласно мнению Т.А. ван Дейка, дискурс следует рассматривать как актуально произнесенный текст, а текст как абстрактную грамматическую структуру произнесенного. При это он относит дискурс к речи, а текст к системе языка [Дейк, 1998].

Как справедливо отметила Е.С. Кубрякова, «нет таких текстов, которые не явились бы также конечным итогом дискурсивной, т.е. социально ориентированной и социально обусловленной коммуникативной деятельности. Практически все тексты являются конечным итогом дискурсивной деятельности, которая всегда социально ориентирована и обусловлена в процессе коммуникации» [Кубрякова, 2004: 516].

О тесной взаимосвязи понятий «дискурс», «текст» и «речь» Е.С. Кубрякова пишет, что дискурс – это «когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, текст же является конечным результатом процесса, выливающимся в определенную законченную (и зафиксированную) форму» [Кубрякова, 1995: 164].

А.А. Кибрик под дискурсом понимает процесс языковой деятельности и ее результат, то есть текст. «Дискурс включает в себя текст как составную часть. Текст – статический объект, возникающий в ходе языковой деятельности» [Кибрик, 2003: 4].

Е.И. Шейгал определяет дискурс как «поле коммуникативных практик как совокупность дискурсных событий, это текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов» [Шейгал, 2000: 11].

Нам представляется обобщающей мысль Т.А. Островской в понимании дискурса. Она отмечает, что дискурс «предстает как сложное коммуникативное явление, в котором важную роль играет как ситуация производства текста, так и зависимость создаваемого речевого произведения от большого количества экстралингвистических обстоятельств, эксплицитно или имплицитно присутствующих в дискурсивных практиках, – знаний об окружающем мире, мнений, установок и интенций говорящего, причем вся совокупность этих обстоятельств и знаний подобна айсбергу, где его верхушка – это речевое поведение дискурсивной личности в момент общения, а его подводная часть – поведенческая модель участника коммуникации в хронотопе (в расширенном временном и пространственном объеме)» [Островская, 2016: 43].

В.З. Демьянков предлагает следующие «элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», т.е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников событий; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков, 1982: 7].

Важными вопросами являются вопросы типологии дискурса, его классификации. По каналу передачи информации дискурс делится на устный и письменный дискурс.

По типологии дискурсов, предложенной О.Ф. Русаковой, следует выделять следующие типы дискурсов: **дискурсы повседневного общения; институциональные дискурсы; публичный дискурс; политический дискурс; медиа-дискурсы; арт-дискурсы; дискурс деловых коммуникаций; маркетинговые дискурсы; академические дискурсы; культурно-мировоззренческие дискурсы** [Русакова, 2006: 29].

В.И. Карасика подразделяет дискурс на **лично-ориентированный** и **статусно-ориентированный**. «Лично-ориентированный дискурс проявляется в двух основных сферах общения – бытовой и бытийной, при этом бытовое (обиходное) общение представляет собой генетически исходный тип дискурса, а бытийное общение выражается в виде художественного, философского, мифологического диалога» [Карасик, 2004: 239]. Отличием статусно-ориентированного дискурса является то, что в данном типе дискурса «коммуниканты выступают в качестве представителей той или иной общественной группы, выполняют роль, предписываемую коммуникативной ситуацией» [Карасик 2004: 239].

Статусно-ориентированный дискурс может быть институциональным и неинституциональным. Институциональный тип дискурса – «это общение в рамках статусно-ролевых отношений, т.е. речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом» [Карасик, 2004: 239].

Институциональный дискурс понимается как дискурс, реализуемый «в общественных институтах, общение в которых является составной частью их организации» [Шейгал, 2000: 59], также как «статусно-ориентированное общение, т.е. речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов, число

которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития»[Ширяева, 2006: 49].

Как отмечает Т.А. Островская, «вопрос о выделении типов дискурса остается по-прежнему до конца не решенным. Поскольку в классификации типов дискурса в качестве определяющих признаков участвуют составляющие речевых ситуаций и в различных концепциях набор переменных, характеризующих такую ситуацию, не одинаков, общепринятая единая классификация дискурса отсутствует: каждому типу дискурса присуща своя информационная специфика как на уровне кода, так и на уровне реализации, причем как внутренней реализации (мышление, внутренняя речь), так и внешней (тип общения, кинесика и другие невербальные знаки)» [Островская, 2016: 49]).

В современной теории дискурса актуальным представляется понимание дискурса Г.Н. Манаенко, который под дискурсом понимает «общепринятый тип речевого поведения субъекта в какой-либо сфере человеческой деятельности, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отображающих его (дискурса) специфику» [Манаенко, 2008: 58].

По его мнению, дискурс как конструкт включает следующие компоненты:

- **среда** (тип социального события, его цель, социально-идеологические условия, обстановка);
- **социальный субъект** (социальный статус, ролевые отношения; социальная активность участников, их личные отношения);
- **содержание** (интенции и цели, мировоззренческие позиции, общий фон знаний, знание норм и правил коммуникации);
- **текст** (тема речевого общения, отнесенность к какому-либо жанру, композиционное построение высказывания, специфика отбираемых языковых средств для речевого взаимодействия) [Манаенко, 2003: 37].

В своей докторской диссертации Т.А. Островская выделяет следующие конститутивные признаки дискурса:

1. Дискурс – это, по сути, борьба за власть. Ключевое понятие в теории дискурса (Э. Лакло и Ш. Муфф) – борьба дискурсов за стремление зафиксировать свое значение в языке, т.е. утвердить свою точку зрения, свой способ общения и понимания социального мира.

2. Дискурс, как и концепт, постоянно изменяется в процессе контакта с другими дискурсами, т.е. анализируя дискурс, мы отслеживаем изменения социальных практик.

3. Дискурс интертекстуален, т.е. в процессе производства и воспроизводства более поздний дискурс опирается на его более ранние структуры, его элементы в различных комбинациях изменяют определенный дискурс, а через него и социальный и культурный мир.

4. В дискурсе коммуниканты отражают мир не нейтрально, но индивидуально.

5. Неотъемлемой частью дискурса является интердискурсивность, т.е. результат существующих отношений гегемонии и борьбы за гегемонию, процесс распределения власти между различными дискурсами.

6. Дискурс идеологичен, так как способствует производству, воспроизведению и трансформации отношений доминирования.

7. Важной составляющей концепта «дискурс» является социокультурная функция дискурса, которая предполагает производство, воспроизводство и поддержание определенных социальных образцов, что осуществляется в дискурсивных практиках.

8. Одним из основных признаков дискурса является его онтологическая незавершенность: социальное явление никогда не бывает законченным или полным. Значение в конечном счете никогда не может быть фиксированным, и это открывает путь к непрерывной социальной борьбе за то, как определить общество и идентичность в конкретный период времени» [Островская, 2016: 72-73].

Таким образом, базовыми характеристиками дискурса являются идеологичность, интертекстуальность, интердискурсивность, незавершенность.

Ввиду того, что колумнистский дискурс формируется в рамках медиадискурса, считаем необходимым раскрыть понятие «медиадискурс» и рассмотреть его основные характеристики.

Понятие медиадискурса, в свою очередь, рассматриваем как важную составляющую дискурса СМИ. Как справедливо отмечается М.Н. Володиной, СМИ «являются неотъемлемыми компонентами социального бытия современного человека, основными средствами его приобщения к событиям окружающего мира, посредниками в формировании культуры» [Володина, 2008: 3].

Т.Г. Добросклонская определяет язык СМИ как «весь корпус текстов, производимых и распространяемых средствами массовой информации; это устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся определенным набором лингвостилистических свойств и признаков; и, наконец, – это особая знаковая система смешенного типа с определенным соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, Интернета» [Добросклонская, 2008: 18].

То, что дискурс – это «способ говорения, обусловленный социальными институтами и социальными отношениями» [Kress, 1985, 28], доказывает отнесенность медиадискурса к институциональным видам дискурса. Этот факт объясняет то, что СМИ «прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме влияют на все социально-политические процессы в обществе» [Добросклонская, 2000: 20].

Рассматривая медиадискурс в рамках дискурса СМИ, Е.А. Кожемякин определяет его как «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном

пространстве» [Кожемякин, 2010: 16]. Он выделяет следующие характеристики медиадискурса:

- Медиадискурс определен конкретной целью. Это может быть и простое описание действительности, ее интерпретация, воздействие на адресата, оценка происходящего.
- Медиадискурс всегда содержит определенную предметную область, это значит, что он включает в себя концепты, которые составляют его смысловой центр. К примеру, в политическом медиадискурсе такими концептами могут быть власть, государство.
- Содержание медиадискурса конкретизируется в определенных когнитивных процедурах. Поскольку познание в дискурсных практиках осуществляется не только с помощью описания, но также с помощью категоризации, интерпретации, конвенции.
- Составляющей медиадискурса являются и коммуникативные характеристики. Участники общения, способы и условия передачи и получения сообщений, стратегии общения – все это составляет смысловую часть медиадискурса и влияет на интерпретацию сообщений.
- Медиадискурс наполнен конкретными знаково-символическими формами – языковыми единицами, речевыми актами и средствами выражения.
- Единицы медиадискурса составляют текстовые единства. Текст представляют собой своеобразное средство и результат дискурса.
- Важной составляющей медиадискурса является контекст, в зависимости от которого один и тот же текст может приобретать разные смысловые оттенки. Выделяют грамматический, экзистенциальный, ситуационный, социально-исторический контексты [Кожемякин, 2010].

По мнению Е.А. Кожемякина цели медиадискурса включают в себя: «описание действительности, её объяснение (интерпретация), регулирование (например, принуждение или ограничение) деятельности адресатов, воздействие на сознание адресатов (например, внушение), оценка

действительности, прогнозирование положения дел и так далее» [Кожемякин, 2016: 56].

Медиадискурс представляют как «сознательную тематически обусловленную речемыслительную деятельность в медийном информационном континууме, подразумевающем наличие соответствующего семантического наполнения, микро- и макроправил построения коммуникации, когнитивных практик создания, передачи и интерпретации знаний» [Коновалова, 2015: 104].

В определении Е.Ю. Баженовой, медиадискурс – это «продукт массовой коммуникации, в результате появления которого происходит передача некоторого когнитивного содержания от автора к читателям. Медиадискурс репрезентирует идеологически и культурно обусловленные структуры общественного знания. Структура, интенциональность, выбор языковых стратегий медиадискурса определяются экстралингвистическими факторами» [Баженова, 2015: 38].

Достаточно интересным нам представляется понимание медиадискурса Оксаны Уланович и Екатерина Стефановской, которые определяют медиадискурс как «передачу когнитивного содержания актуального сообщения о социально значимом реальном событии с учетом прагматических, психологических, социокультурных, экстралингвистических, культурологических и др. факторов с целью формирования у массовой аудитории общественной позиции и мнения, оценочного суждения о действительности посредством публичного диалога с ней в рамках массмедийного пространства» [Уланович, Стефановская, 2018: 107].

В рамках данной работы мы придерживаемся научного подхода М.Р. Желтухиной в понимании медиадискурса: это **«связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими**

факторами, выраженный средствами массовой коммуникации»
[Желтухина, 2003: 344].

О дифференциации текста, медиатекста и медиадискурса емко пишет Т.Г. Добросклонская: «Текст – это сообщение, медиатекст – сообщение плюс канал, а медиадискурс – это сообщение со всеми компонентами коммуникации» [Добросклонская, 2008: 54]. Она выделяет следующие характеристики медиатекста, которые являются ключевыми для лингвистического анализа медиадискурса:

- «1) способ производства текста (авторский – коллегиальный);
- 2) форма создания (устная – письменная);
- 3) форма воспроизведения (устная – письменная);
- 4) канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет);
- 5) функционально-жанровый тип текста (новости, комментарии, публицистика (features), реклама);
- 6) тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику» [Добросклонская, 2006: 25].

Т.Г. Добросклонская выделяет следующие основные типы медиатекстов: «1) новости; 2) информационная аналитика; 3) публицистика; 4) реклама» [Добросклонская, 2008: 15].

Г.Я. Солганик понимает медиатекст как один из типов массово-информационного текста, имеющий следующие черты:

- 1) особый тип автора (совпадение производителя речи и ее субъекта);
- 2) специфическая текстовая модальность (многообразное проявление авторского Я, открытая речь);
- 3) направленность на массовую аудиторию [Солганик, 2005: 14].

Выделяют следующие жанры СМИ: информационные, информационно-аналитические, аналитико-публицистические, художественно-публицистические. Основными функциями дискурса СМИ являются следующие: информативная; регулятивная, включающая в себя

идеологическую функцию и функции социального контроля и манипуляции общественным сознанием; образовательная; развлекательная; фатическая; рекламная.

Н.Н. Оломская выделяет следующие типы медиадискурса:

1) по коммуникативным функциям:

- публицистический дискурс;
- рекламный дискурс;
- PR-дискурс;

2) по каналам реализации:

- теледискурс;
- радиодискурс;
- компьютерный дискурс [Оломская, 2013: 251].

Она отмечает, что жанровое разнообразие публицистического дискурса представлено следующими жанрами:

- **информационные жанры** (хроникальная заметка, информационная заметка, отчет, репортаж, информационное интервью и др.),

- **аналитические жанры** (аналитическая статья, рецензия, комментарий, обзор, корреспонденция и др.),

- **сатирические жанры** (фельетон, памфлет, сатирическая реплика и др.),

- **художественно-публицистические жанры** (очерк, зарисовка, эссе и др.) [Оломская, 2013: 252]

Ю.В. Копылова в своей диссертации отмечает, что, если новостной дискурс «преимущественно информирует, то аналитический дискурс убеждает и, следовательно, оказывает более глубокое воздействие на наше сознание и мышление» [Копылова, 2019: 6].

О.В. Ширяева приходит к выводу о том, что «в информационно-аналитическом медиадискурсе коммуникация строится по принципам: 1) абстрагирования адресанта от личной (субъективно-эмоциональной) сопричастности содержанию сообщения (в отличие от художественно-

публицистического дискурса); 2) генерирования семантики обобщенной предметности (т.е. концентрации на общем, а не частном, отборе фактов, явлений и мнений, работающих на аргументацию гипотезы); 3) дистанцированного, «монологического» дискурса (коммуникативная установка «презентация»); 4) специализации знания, ориентирующего отбор и восприятие информации (экспертные ниши, тематические рубрики, специальная терминология); 5) риторики среднего (т.е. умеренного, лаконичного, эмоционально не окрашенного) стиля; 6) схематизации иллюстративного материала (использование графиков, диаграмм, таблиц как средств визуальной схематизации результатов проведенного анализа информации)» [Ширяева, 2015: 83]. Она подчеркивает, что в информационно-аналитическом медиадискурсе «характерно обязательное присутствие оценки сообщаемого» [там же: 96].

В рамках изучения колумнистского дискурса в коммуникативном пространстве СМИ важным представляется обращение к публицистическому медиадискурсу, т.к., на наш взгляд, авторская колонка формировалась в рамках публицистического медиадискурса. Публицистический медиадискурс определяется как «воздействующий тип дискурса, реализующий интенцию убеждения, а следовательно, оказывающий мощный перлокутивный эффект на своего адресата» [Клушина, 2008: 6]. Среди основных характеристик публицистического медиадискурса мы можем выделить такие, как **диалогичность, интерактивность, интертекстуальность, динамичность, документализм, полемичность, связь с общественно-политической действительностью.**

В рамках публицистического медиадискурса зародилась и авторская колонка и колумнистика как явление в медиадискурсе. Как отмечает А.А. Щипицына, «за колумнистикой признают информационность, аналитичность, способность предвидеть будущее» [Щипицына, 2006: 19].

1.2 Особенности формирования колумнистского дискурса в СМИ: конститутивные характеристики

В последние десятилетия наблюдается большой интерес к медиатекстам, которые функционируют в коммуникативном пространстве СМИ в форме авторской колонки. И.С. Тимченко пишет: *«Сегодня действительно весьма востребованы качественные журналистские материалы, так или иначе выражающие авторскую позицию. Авторам не просто позволено открыто высказывать собственное мнение, им платят повышенные гонорары за персональную точку зрения, которая может вызвать дискуссию у их аудитории»* [Тимченко, 2017: URL: https://jrnlst.ru/author/inna_timchenko/].

Возрастающая популярность медиажанра авторской колонки свидетельствует о тенденции ухода современных СМИ от простого информирования и интерпретации фактов к субъективности и оценочности, художественности и нарративу. Авторская колонка определяется в журналистике как медиажанр или как форма, в которой реализуются различные жанры. Авторская колонка привлекает читателя тем, что он чувствует себя вовлеченным в диалог с автором. Автор-колумнист не просто описывает событие или какое-то явление, а сопереживает, делится своим мнением с читателем. Этот факт свидетельствует о том, что жанр авторской колонки совмещает в себе характеристики аналитическо-публицистического и художественно-публицистического стилей. Именно авторская трактовка и авторское осмысление действительности «превращает авторскую колонку в один из наиболее востребованных синтетических жанров, объединяющих лучшие черты настоящей журналистики и подлинной литературы» [Соколова, Коренева, 2020: 115].

Востребованность авторской журналистики обусловлена тем, что автор-колумнист предлагает читателю свое собственное осмысление и анализ информации, т.е. свое мнение и оценку, тем самым формирует и транслирует ценностные ориентиры. Журналист Инна Тимченко в своей статье верно

отмечает, что *«дама-эмигрантка Авторская журналистика выдавит из общего пространства молодую и дерзкую Индустриальную журналистику. На наших глазах сегодня рождается новая эффективная модель журналистики, в которой будут использоваться все сильные стороны, наработки и приёмы уже усвоенных, успешных бизнес-моделей журналистики. Для молодых журналистов такое положение дел на рынке открывает новые возможности в формировании своего неповторимого авторского стиля. А для журналистов зрелых — это возможность делиться опытом, не дав сгинуть и пропасть лучшим традициям нашей профессии»* [Тимченко, 2017: URL: https://jrnlst.ru/author/inna_timchenko/].

Различные аспекты изучения авторской колонки стали предметом исследования отечественных и зарубежных ученых в области журналистики, медиалингвистики, прагмалингвистики (Ю.А. Гордеев (2015); Е.М. Деяк-Якобишина (2013); И.Б. Игнатова (2019, 2021, 2022); С.Г. Корконосенко (2015); Л.Е. Кройчик (2000); К.Ю. Котова (2019); Н.В. Куницына (2016); Л.П. Саенкова-Мельницкая (2018); И.С. Тимченко (2011); С.С. Успенская (2007); С.С. Ярцева (2011); D.M. Gillmor, H.A. Terry (1996) и др.).

Термин «колонка» происходит от латинского «columna» и обозначает «столб», «колонна». Перевод указывает на еще одно значение, которое может иметь это слово: а именно на предложение столбцов в книгопечатании, также называемое колонкой. Этот набор столбцов означает разделение страницы книги на несколько столбцов, что может способствовать удобному прочтению текста.

Считается, что авторская колонка родом из Лондона. Первая колонка была написана в 1751 году первым газетным обозревателем Джоном Хиллом, публиковавшим ежедневную статью в „Londoner Advertiser“. Он писал под псевдонимом «Инспектор». В Австрии в начале 19 века с авторской колонкой связывают имя Вольфганга Корнке. Традиция авторской колонки стала распространяться и получила известность во всем мире. Уже в 1835 году редактор газеты «New York Herald» Джеймс Гордон Беннет выступает автором

социальной колонки. Уже в начале 20 века в США авторская колонка была самым популярным жанром американской прессы.

Для обозначения термина «авторская колонка» в английском языке используются термины «column» и «opinion columns».

Свое понимание колонки предлагает Эллисон Чейз, студентка 3 курса по специальности «Креативное письмо»: «We are not meant to be biased, fair or objective. We at the opinion desk are not journalists. We are columnists. We do not have to report only the facts, but we have to write about our opinions on them. You may disagree with our opinions – in fact, you're entitled and expected to.

Some basic ideas are the same: We are not allowed to plagiarize, we have to get our facts straight (if we have statistics or quotes), we are not allowed to use foul language or hate speech, and we are not allowed to deliberately hurt someone's feelings by being insulting. However, we are not supposed to be objective or unbiased. We are paid to write about our opinions on things that happened, and we are not supposed to have a neutral tone on the subject.

We are not journalists, but columnists, and our job is not to report. We want you guys to think about the topics we bring up. We want you to start Socratic dialogues in the comments online, and we want an atmosphere and air of respect all around. That doesn't mean we don't want angry comments, but we don't want flames either» [Chase, 2013: URL: <https://collegian.com/articles/opinion/2013/11/the-definition-of-opinion-column/>].

Основная мысль данного высказывания состоит в том, что колонка – это мнение обозревателя, а не просто объективное изложение фактов (факты должны подтверждаться цифрами, статистикой и цитатами). Колонка – это мнение и оценка автора, это побуждение читателя к размышлению над предлагаемой темой.

Колонка играет очень важную роль в американской журналистике. Большая популярность авторской колонки связана с тем, что колонка дает автору возможность свободно высказать свое мнение, симпатию или антипатию. Колонка – это, прежде всего, точка зрения автора, а не издания.

Чем выше уровень профессионализма, опыта и компетентности автора, сотрудничающего с тем или иным изданием, тем выше тираж издания и, соответственно, его и доходы.

В России авторская колонка, как отмечают исследователи, появилась еще в 1920-х годах в виде «фельетона-комментария». В рамках данного жанра писали известные писатели 20 века М. Булгаков, В. Катаев, М. Кольцов, И. Ильф и Е. Петров [Перевозов, 2007; Котова, 2019 и др.].

Авторская колонка окончательно пришла в Россию в 90-х годах из западной журналистики и, соответственно, понятия «авторская колонка» и «колумнист» вошли в русский обиход в начале 90-х годов. Возвращению авторской колонки на полосы российских газет находит объяснение И.С. Тимченко: «Поскольку в российской журналистике никогда не считалось зазорным для репортера и публициста выразить в газетном или журнальном материале личное мнение, поделиться размышлениями, выводами, прогнозами, снабдить текст художественными сравнениями и насытить его различными фигурами речи, то нет ничего удивительного в том, что зарубежная авторская колонка, вернувшаяся на авансцену российской журналистики в 90-е гг. прошлого века, очень быстро прижилась у нас и породила целую плеяду ярких, талантливых, востребованных колумнистов» [Тимченко, 2014: 390].

Колонка определяется как «новый тип публицистического творчества, не скованного нормами, конвенциями, директивами, характеризующегося сильным личностным началом, что соответствует мировым тенденциям...» [Тепляшина, 2007: 26].

Отличительной характеристикой авторской колонки является то, что автор выступает ключевой фигурой. «“Персона” журналиста – ключевая в языковой действительности журналистского текста – становится концептуально важной... В современном журналистском процессе закономерным явлением становится персонификация языковой личности журналиста» [Самусевич, 2009: 166]. Автор, высказывая своё мнение,

провоцирует читателя эмоциональную реакцию, а также на диалог. «Диалог с аудиторией предполагает ее отклик на предложенный текст, интерес к нему. Интерес возможен тогда, когда публицист не просто предлагает факты, заслуживающие, с его точки зрения, внимания, но и сообщает о них в яркой, воздействующей на эмоции аудитории форме» [Кройчик, 2000: 127].

В современном мире особо важным представляется не простая подача какой-либо информации в СМИ, а авторитетное высказывание мнения о событии или явлении. Это свидетельствует о персонализации текста авторской колонки в СМИ. Читателю важно опираться на авторскую интерпретацию фактов. По мнению А.Ю. Маевской, авторская колонка является для читателя «элементом картины мира, а колумнист в какой-то степени превращается в бытописателя эпохи: автор предлагает нам свою точку зрения на окружающую действительность, используя для ее передачи особые языковые средства (в первую очередь предельную искренность повествования). Колонка становится свидетельством эпохи и одновременно оригинальным художественным произведением, в котором поднимаются самые злободневные вопросы, отражаются самые острые проблемы современного человека, самые характерные черты нашего времени» [Маевская, 2011: 273].

Если говорить о формальных признаках авторской колонки, то следует отметить, что колонка в газете или журнале появляется с определённой периодичностью и в определённом месте, обычно сопровождается фотографией автора. Характеристиками содержательной стороны авторской колонки являются яркое авторское начало, оценочность, субъективность, эмоциональность, преобладание образных средств языка. По поводу отличительных признаков колумнистики достаточно емко высказался Л.Е. Кройчик:

«Во-первых, на смену директивной, одноцветно идеологизированной прессе пришла публицистика более раскованная по мысли и стилю. Во-вторых, современная публицистика все отчетливее персонифицируется. Автор перестает быть обезличенным ретранслятором передаваемой информации —

он все явственнее становится ее интерпретатором. Точка зрения конкретного лица интересна сегодня сама по себе. Персонализация текста вызвана к жизни не только общим процессом демократизации постсоветского общества, но и тем, что в условиях существующего ныне рынка информации товаром становится не просто новость, а новость, „упакованная“ в публицистический текст. Публицистический текст, как известно, напоминает двугорбого верблюда: первый горб – факт, второй – отношение автора к факту. Спрос на личностную журналистику в условиях растущей конкуренции СМИ создал прецедент выбора. Публицист откликается на этот спрос предложением собственного имени. Имя (в широком смысле этого слова) становится знаком издания или канала, представляющих это имя...» [Кройчик, 2000: 126].

Под колонкой в теории журналистики понимается регулярно появляющаяся статья обозревателя в виде статьи-мнения. Базовыми характеристиками авторской колонки являются следующие: во-первых, это авторское мнение, во-вторых, форма повествования от первого лица (Я-форма повествования), в-третьих, постоянное место, где она публикуется в газете или журнале как в печатном варианте, так и в Интернет-версии.

Ю.А. Гордеев выделяет ряд «содержательных и формальных признаков, отличающих авторскую колонку в печатных и электронных СМИ:

- ✓ определенная периодичность появления на страницах печатного издания (часто – раз в неделю в заранее известный день);
- ✓ постоянное место в номере (конкретная страница и конкретное место на странице);
- ✓ точно установленный объем текста;
- ✓ размещение в конкретных рубриках или в самостоятельной рубрике автора, имеющей оригинальное название;
- ✓ свободный выбор автором как общего тематического направления публикаций, так и конкретных тем для каждой из них;

- ✓ отражение не только определённого фрагмента действительности, но и его личностного восприятия автором – мнения автора о нем, переживаний автора по его поводу;
- ✓ свободное выражение индивидуальной позиции автора, даже если она не согласуется с позицией редакции;
- ✓ авторская конструкция текстов, в том числе выбор жанра или жанровой комбинации;
- ✓ активное использование публицистических средств (как риторических, так и образных), направленных на установление диалогических отношений с аудиторией» [Гордеев, 2015: 136].

Авторская колонка в основном является способом выражения авторского мнения, поэтому посвящена не просто освещению различных актуальных общественно-политических проблем, событий культурной, спортивной жизни общества, а их интерпретации.

В.М. Соколова и Е.В. Коренева в своей статье, посвященной проблеме изучения основных характеристик авторской колонки на примере колонки испанского писателя и журналиста Артуро Переса-Реверте, выделяют параметры колонки: «Колонка как жанр литературной журналистики обладает рядом формальных ограничений: место, размер, периодичность выпуска. Тематика и проблематика статей соотносится со злободневными вопросами жизни общества. Но в остальном авторам предоставлена свобода в трактовке темы, использовании стилистических средств, по которым читатели легко узнают мастера, текст всегда подписан именем автора. Кроме того, статьи колонок могут объединяться в тематические серии» [Соколова, Коренева, 2020: 102].

Текст авторской колонки обычно подается в авторской интерпретации, без редактирования, поэтому в конце каждой колонки стоит примечание, что точка зрения автора может не совпадать с мнением редакции издания.

В авторской колонке актуализируются «личные переживания автора по конкретному поводу в виде демонстрации точки зрения субъекта

высказывания» [Деяк-Якобишина, 2013: 75]. Колумнистика является «формой выражения авторской позиции, субъективного анализа, комментария к событию, о котором уже распространились сухие новостные сводки. Отсюда особое значение и особая роль колумниста» [Ярцева, 2009: 109].

Как справедливо отмечает Л. Е. Кройчик, «колонка – это всегда прямой диалог с аудиторией, соло, рассчитанное на контакт со слушателями, живое, образное слово, сориентированное на сочувственный отклик тех, к кому оно обращено (по крайней мере – на понимание)» [Кройчик, 2000].

Авторская колонка – это форма высказывание собственного мнения автора по злободневным проблемам без цензуры. Чтобы привлечь внимание читателя, вызвать у него интерес и, главное, доверие, колумнисты обычно пишут от первого лица, включают в свой текст личный опыт и переживания, чтобы создать ощущение беседы с читателем. В целях привлечения внимания читателя используется выделение отдельных предложений размером и цветом шрифта. Существенными характеристиками авторской колонки являются авторское начало, ярко выраженный индивидуально-авторский стиль, концептуально-эмоциональное осмысление действительности.

Известный колумнист «Газеты.Ру», писатель Денис Драгунский пишет, что колумнистика – это «довольно редкое явление и дорогое удовольствие. **Обзавестись колумнистом может себе позволить только очень сильное, авторитетное и богатое СМИ.** Та газета (или теперь – тот сайт), где забота о продажах, о популярности, о трафике – уже ушла на второй план. Где уже можно не думать о том, чтобы каждый квадратный сантиметр газетной площади – работал на привлечение читательского внимания» [Драгунский, 2022: URL: <https://publico.ru/opinions/kolumnistika-eto-dovolno-redkoe-yavlenie-i-dorogoe-udovolstvie>]. (выделено нами).

Борис Межуев отмечает, что главная задача колумнистики состоит не только в привлечении внимания читателя. «Смысл колонки в том, чтобы **удерживать определённый сегмент общественного мнения, выражая его настроения, и соотносить эти настроения с позицией общественных или**

политических элит. Являться посредником, толмачем, шерпой между элитами и электоратом. Переводить, условно говоря, язык элит на язык улицы и наоборот» [Межуев, 2022: URL: <https://publico.ru/opinions/kolumnistika-v-rossii-perezhivaet-serezneyshiy-krizis>]. (выделено нами).

Как отмечает Татьяна Каминская, «колумнистика связана также с острой необходимостью работать в режиме диалога со своей аудиторией. Давление фактором аудитории, и об этом автор статьи писала ранее, стало определяющим рычагом развития информационного рынка. То есть **колумнист должен транслировать такую реакцию на события окружающей действительности, эксплицитировать такие ценности своей аудитории, которые она разделяет.** При этом требования к личности колумниста и его профессионализму достаточно высоки, поэтому колумнистика – это атрибут прежде всего качественной прессы» [Каминская, 2017: 368] (выделено нами).

Колумнист «Нью-Йорк таймс» Брет Стивенс пишет о важности достоверности в журналистике: Our job is to collect and present relevant facts and good evidence. Beyond that, truth quickly becomes a matter of personal interpretation, “lived experience,” moral judgments and other subjective considerations that affect all journalists but that should not frame their coverage. [Stephens, 2023: URL: <https://www.nytimes.com/2023/02/09/opinion/mainstream-media-credibility-objectivity-journalism.html>]. Перевод: Наша работа заключается в сборе и представлении соответствующих фактов и убедительных доказательств. За пределами этого истина быстро становится вопросом личной интерпретации, «жизненного опыта», моральных суждений и других субъективных соображений, которые влияют на всех журналистов, но не должны определять их репортажи.

Далее он продолжает о роли субъективного мнения в СМИ: The only place where nonobjective truth can play a valuable role in the news media is in the Opinion section, which at least is honest and transparent about the ideological assumptions and aims of its commentary [Stephens, 2023: URL:

<https://www.nytimes.com/2023/02/09/opinion/mainstream-media-credibility-objectivity-journalism.html>]. Перевод: Единственное место, где субъективная истина может играть ценную роль в новостных СМИ, — это раздел «Мнение», который, по крайней мере, честен и прозрачен в отношении идеологических предпосылок и целей своих комментариев.

Таким образом, основная миссия колумниста привлечь как можно больше читателей к своей колонке и транслировать свое мнение, свою реакцию на самые актуальные и злободневные события в стране и за рубежом в политике, бизнесе, экономике, науке, культуре, кино, литературе и др. В этом заинтересовано издание, в котором у автора под одной и той же рубрикой выходит колонка. Заинтересовать и убедить читателя автор-колумнист может оригинальной подачей актуальной проблемы.

Рассматривая дискурс как «сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определённого текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» [Кубрякова, 2002: 11], отмечаем, что для создания текста авторской колонки в дискурсе колумнистики важную роль играют экстралингвистические факторы.

Как верно отмечает Е.И. Шейгал, институциональные типы дискурсы «используют определенную систему профессионально-ориентированных знаков, или, другими словами, обладают собственным подязыком (специальной лексикой, фразеологией и паремиологией)» [Шейгал, 2004:14]. По мнению Е.А. Кожемякина, «главной особенностью институционального дискурса является не сообщение о чем-либо, не семиотическое «отражение» объективности, а конструирование социальных смыслов; дискурс выступает не в качестве инструмента отражения, выражения, означивания, а в качестве «режима работы», или способа бытия института» [Кожемякин, 2007: 97].

Мы придерживаемся понимания институционального дискурса В.И. Карасика. Институциональный дискурс он понимает как «речевое

взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов, число которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития» [Карасик, 2000: 39].

Конститутивные признаки включают 1) участников общения (статусно-ролевые и ситуативно-коммуникативные характеристики), 2) условия общения (пресуппозиции, сфера общения, хронотоп, коммуникативная среда), 3) организацию общения (мотивы, цели и стратегии, развертывание и членение, контроль общения и вариативность коммуникативных средств), 4) способы общения (канал и режим, тональность, стиль и жанр общения) [Карасик, 2000: 15].

Колумнистский дискурс представляет собой институциональный дискурс, коммуникацию в контексте определенного социального института, в данном случае СМИ, который, в свою очередь, задает рамки статусно-ролевых отношений (АДРЕСАНТ-АДРЕСАТ).

Т.А. Присяжнюк в рамках исследования аксиологической составляющей дискурса СМИ приходит к мнению, что «базовые ценности институционального дискурса (информативность, достоверность, точность, новизна, объективность, доступность, актуальность, своевременность, оперативность) являются одним из его основных компонентов наравне с такими конститутивными признаками, как цель, хронотоп, участники коммуникации, тематика общения, жанр, сфера общения и канал» [Присяжнюк, 2012: 109].

Описать институциональный дискурс можно следующей схеме, предложенной В.И. Карасиком:

«1) системообразующая цель дискурса (соответствует цели социального института, в частности, политика – борьба за власть),

2) участники (выделяется пара субъектов, один из которых представляет этот дискурс, а другой является внешним по отношению к нему, например, врач и пациент),

3) хронотоп (термин М.М. Бахтина, типичное время и место осуществления такого общения, например, урок проходит в классе и длится определенное время),

4) ценности (приоритеты в организации соответствующего института, выражающиеся в присущей ему системе предписаний, запретов и обыкновений, например, в артистической среде принято сопровождать аплодисментами вынос тела во время похорон артиста),

5) коммуникативные стратегии (целесообразные последовательности речевых действий, направленные на достижение определенных целей, состоящие из коммуникативных тактик и предусматривающие использование определенных средств (например, в рамках педагогического дискурса выделяются стратегии объяснения, контроля, оценки и др.),

6) коммуникативные жанры (исторически сложившиеся ситуативно закрепленные разновидности дискурса с присущими им текстотипами, например, жанр инаугурационной речи в политическом дискурсе),

7) коммуникативные формулы (вербальные и невербальные знаки, позволяющие определить тип дискурса, например, выражение “Отставить”, используемое военнослужащими в их профессиональном общении)» [Карасик, 2016: 63].

Таким образом, опираясь на концепцию В.И. Карасика, выделяем основные конститутивные характеристики, свойственные дискурсу колумнистики как институциональному дискурсу: **цель, участники, хронотоп, наличие ценностей (дискурсообразующие концепты, идеологемы), стратеги, прецедентные тексты, тематика, разновидности и жанры, дискурсивные формулы.**

Рассмотрим подробнее конститутивные характеристики колумнистский дискурса в СМИ.

1. Цель колумнистского дискурса.

Цель колумнистского дискурса заключается в воздействии на сознание адресата посредством субъективного описания и авторской оценки действительности (события или явления), в убеждении адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов.

Таким образом, основная задача автора-колумниста – в процессе высказывания своего мнения вовлечь читателя в проблему, вызвать интерес и доверие. Как отмечает Е.М. Деяк-Якобишина, «в авторской колонке на первый план выходит субъективное видение проблемы, а не только лишь констатация фактов. Главная цель колумнистов – не проинформировать аудиторию, а заинтересовать, привлечь внимание к социальной проблеме» [Деяк-Якобишина, 2013: 75].

2. Участники дискурса колумнистики.

Участниками колумнистского дискурса являются адресант – автор колонки (журналист, публицист, эксперт, экономист, политолог, известная личность и др.) и адресат – читатель.

3. Хронотоп.

Следующей характеристикой колумнистского дискурса является хронотоп – категория, отвечающая за репрезентацию дискурса в пространственно-временном эквиваленте. Как известно, хронотоп зависит от канала передачи информации. Особенностью хронотопа дискурса колумнистики является его сосредоточение на настоящем времени и в определенном месте газеты или журнала. Авторская колонка занимает определённую полосу в газете или журнале, которая представляет собой отдельную рубрику, т.е. определенное место обычно под рубриками «мнения», «колумнисты», «личный опыт». Например, в «Литературной газете» авторские статьи представлены в разделе «Колумнисты», а в «Газете.ру» в разделе «Мнения».

4. Наличие ценностей.

Аксиологичность и идеологичность медиадискурса отражает способность колумнистского дискурса транслировать ценностные доминанты в соответствии с интенциями автора, репрезентантами которых могут быть идеологемы. Идеологемы в колумнистском дискурсе репрезентируют систему взглядов, идей, установок и мировоззрение автора-колумниста как дискурсивной личности. В колумнистском дискурсе актуализируются идеологемы, репрезентирующие идеологемы, репрезентирующие социальные ценности; идеологемы, репрезентирующие политические ценности; идеологемы, репрезентирующие духовные и моральные ценности.

5. Стратегии.

Коммуникативные стратегии взаимосвязаны с целями дискурса колумнистики – вызвать доверие у адресата и убедить в правильности собственного мнения, т.е. убеждение адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов и привлечение на свою сторону. Основной коммуникативной стратегией колумнистского дискурса выступает **стратегия персуазивно- суггестивного воздействия**. Стратегия персуазивного воздействия в дискурсе колумнистики реализуется через **тактики прямой и не прямой оценки, тактики рационального и эмоционального аргументирования, тактики установления контакта с читателем.**

Коммуникативная стратегия персуазивно- суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе заключается в последовательном применении коммуникативных тактик для решения главной коммуникативной цели – воздействия на сознание адресата, т.е. влияние на его картину миру, в том числе, систему норм и ценностей путем манифестации собственных убеждений, эмоционального и интеллектуального состояния.

6. Наличие прецедентных текстов.

Прецедентные тексты в дискурсе авторской колонки формируют языковую картину мира автора-колумниста, транслируют его ценностные установки, отражают когнитивный и лингвокультурный уровень сознания

дискурсивной личности колумниста. Прецедентные тексты являются средствами репрезентации авторской оценки действительности в эмоционально-образной форме. Использование прецедентных феноменов «делает изложение более интеллектуальным, формирует новые смыслы, вводит текущие события в общеисторический и культурный контекст» [Чудинов, 2007: 62] и способствует активизации фоновых знаний адресата.

7. Тематика.

Тематика колумнистского дискурса отличается актуальностью, насущностью и злободневностью, например, социальные темы, политические темы, экономика, бизнес, гендерная проблематика, экология, традиционные ценности, спорт, литература, искусство и др.

И.Б. Игнатова, исследуя российскую колумнистку, отмечает, что она «превратилась в значимую часть медиaprостранства» и отражает ключевые проблемы современного общества. «Важнейшие проблемы эпохи отражены в этих текстах. Современная колумнистика, на наш взгляд, находится всегда “на острие”, живо откликаясь на все происходящее вокруг. Колонки автора пишут специалисты в разных областях, – экономики, культуры, политики, литературоведения, и все они приглашают нас к диалогу и размышлению» [Игнатова, 2022: 55].

8. Разновидности и жанры колумнистского дискурса

Следующей характеристикой являются *разновидности и жанры колумнистского дискурса*.

Классическое определение жанра М.М. Бахтина гласит: «жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками» [Бахтин 1986: 255]. Жанрообразующими признаками могут рассматриваться: 1) коммуникативная цель; 2) образ автора; 3) образ адресата; 4) диктум; 5) фактор прошлого; 6) фактор будущего; 7) формальная организация [Шмелева, 1990: 24]. Для нашей работы актуальным представляется определением Л.Е. Кройчика публицистического жанра как «относительно устойчивая

структурно-содержательная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца» [Кройчик, 2000: 138].

Ю.А. Гордеев подробно проанализировал жанровые особенности авторской колонки. Он отмечает, что «свободный выбор автором-колумнистом любого из существующих журналистских жанров и часто его авторская трансформация, индивидуализация универсальной жанровой модели – это, безусловно, одна из важнейших составляющих авторского начала как основного атрибута колонки» [Гордеев, 2015: 138].

Опираясь на классификацию И.С. Тимченко [Тимченко, 2011] можно выделить следующие виды авторской колонки: социальная колонка, политическая колонка, злободневная колонка, провокационная колонка, колонка-критика, ироническая колонка, спортивная колонка, гендерная колонка и др.

Авторская колонка может быть «либо полностью моножанровой (пример – колонки фельетонистов), либо содержать тексты, написанные в двух-трёх близких друг другу жанрах» [Гордеев, 2015: 138]. Это, безусловно, затрудняет ее анализ. Следует отметить, что в условиях гибридизации стилей и жанров в современных СМИ, размытости жанровых границ, колумнистский дискурс совмещает в себе конститутивные признаки информационного, аналитического и художественно-публицистического медиадискурсов. Авторская колонка относится к ориентированным на мнение автора письменным формам медиатекста.

В рамках данной диссертации были рассмотрены следующие жанры: **колонка-обозрение, колонка-комментарий, колонка-эссе, колонка-блог, колонка-рецензия.**

Колонка-обозрение. Обзорение один из самых устойчивых и традиционных жанров тележурналистики. Как правило, обзорение строго фактологично, причем, факты отобраны и сгруппированы в соответствии с определенной авторской концепцией. Кроме того, обзореватель рассматривает

факты в их взаимодействии, вскрывает взаимосвязь фактов, выделяет общее и делает свои выводы. Обзорение обычно шире, чем комментарий, который может рассматривать один факт или событие. Обзорение чаще всего ограничивается хронологическими или тематическими рамками. Предмет обзорения – общие вопросы политики, экономики, культуры, характерные социальные явления. В качестве примера можем привести авторскую колонку обозревателя отдела кино и телевидение газеты «Московский комсомолец» Александр Мельман. Политический обозреватель Дмитрий Дризде.

Колонка-комментарий. Целью является не простое информирование зрителя о тех или иных событиях, а выявление и разъяснение причинно-следственных связей внутри события или между событиями, прогнозирование. Основой комментария как жанра является откровенная авторская оценка, авторский анализ фактов. Например, статьи журналиста-аналитика Максима Соколова в газете «Взгляд».

Колонка-эссе. Эссе – жанр философской, эстетической публицистики, сочетающий в себе акцентировано индивидуальную позицию автора с раскованной, порой до парадоксальности, манерой изложения, ориентированной скорее на разговорную речь. Например, эссеист Дмитрий Воденников в «Газете.Ru».

Колонка-рецензия. В данном случае автор-колумнист выступает в роли критика, анализирующего и интерпретирующего достоинства и недостатки произведений художественной литературы, кино, театральных постановок и т.п. Например, авторская колонка кинокритика Дениса Горелова. Авторская колонка специального корреспондента отдела культуры и спорта «Комсомольской правды» Дениса Корсакова. Авторская колонка писателя Андрея Максимова в «Российской газете».

Таким образом, колумнистский дискурс способен совмещать в себе признаки разных жанров, например, аналитических (статья, рецензия, обзорение, комментарий), художественно-публицистических (эссе),

сатирических (фельетон и памфлет). Важно подчеркнуть, что у каждого автора-колумниста свои жанровые предпочтения.

9. Дискурсивные формулы.

По определению В.И. Карасика, дискурсивные формулы – это «своеобразные обороты речи, свойственные общению в соответствующем социальном институте» [Карасик, 2000: 233].

Дискурсивные формулы понимаются как клише, фразеологизмы, устойчивые слова и словосочетания, высказывания, типичные для определенного дискурса. В колумнистском дискурсе очень сложно выделить какие-либо конкретные дискурсивные формулы, свойственные только данному виду дискурса. Это объясняется тем фактом, что персуазивное воздействие на разум и эмоции адресата обуславливает использование как экспрессивно-эмоциональных и оценочных средств языка, так и языковых средств выражения аргументативности. Одновременно осуществляется апелляция к разуму, что «роднит» с аналитическими текстами, и также апелляция к чувствам и эмоциям, подобно художественным текстам. В связи с этим следует отметить, что спектр дискурсивных формул, характерных для колумнистского дискурса, здесь весьма широк и зависит от дискурсивных стратегий, интенционально-стилистических и лингвокреативных особенностей дискурсивной личности колумниста.

Колумнистский дискурс в СМИ является институциональным типом, по каналу передачи информации относится к письменному дискурсу, но при этом обладает дискурсивными характеристиками как институционального, так и личностно-ориентированного типа дискурса.

Основными характеристиками колумнистского дискурса являются **актуальность, своевременность, доступность, диалогизм, субъективность, прецедентность, интенциональность, оценочность, идеологичность, аксиологичность.**

Колумнистский дискурс обладает **информационным и воздействующим потенциалом**, т.е. совокупностью прагмалингвистических

возможностей реализовать соответствующие коммуникативные намерения адресанта.

1.3 Дискурсивная личность колумниста: основные характеристики

Исследуя авторскую колонку с позиции лингвистики медиадискурса, мы, прежде всего, сталкиваемся с проявлением дискурсивной языковой личности автора колумниста, его убеждений и интенций. Языковая личность, транслирующая информацию в СМИ, выражается в тематике и проблематике медиатекста авторской колонки, который в свою очередь отражает специфику мировосприятия автора-колумниста. В лингвистическом изучении колумнистского дискурса в СМИ важнейшим аспектом является языковая личности автора-колумниста, т.к. «за каждым текстом стоит языковая личность, ибо текст есть результат вербально-когнитивной деятельности человека» [Караулов, 2008]. Мы рассматриваем категорию автора ключевым дискурсообразующим фактором в формировании колумнистского дискурса. При этом важнейшим условием является ориентация автора на фактор адресата.

Прагмалингвистический подход к исследованию колумнистского дискурса в СМИ позволяет изучить особенности проявления авторской интенции дискурсивной личности колумниста в рамках коммуникативно-прагматического воздействия на адресата.

Антропоцентрическая парадигма в лингвистической науке, которая пришла на смену системной, стала отправной точкой для изучения языковой личности. Впервые обращение к исследованию языковой личности связано с именем ученых немецкого ученого Й.Л Вайсгербер и отечественного ученого В.В. Виноградова. О значимости языка для культуры и народа Й.Л. Вайсгербер в труде «Родной язык и формирование духа» (“Muttersprache und Geistesbildung” (1927)) написал, что «...язык представляет собой наиболее всеобщее культурное достояние. Никто не владеет языком лишь благодаря своей собственной языковой личности; наоборот, это языковое владение вырастает в нем на основе принадлежности к языковому сообществу...» [Вайсгербер, 2004: 81].

Впервые к понятиям «языковая личность», «поэтическая личность» и «литературная личность» обращается В.В. Виноградов в своем труде «О художественной прозе», но при этом не объясняя данные понятия [Виноградов 1930].

По мнению Э. Бенвениста, «в мире существует только человек с языком, говорящий с другим человеком, и язык, таким образом, необходимо принадлежит самому определению человека» [Бенвенист, 1974: 293].

Г.И. Богин впервые рассмотрел языковую личность как ключевое понятие лингводидактики: «языковая личность – тот, кто присваивает язык, то есть тот, для кого язык есть речь» [Богин, 1980: 3]. По его определению, языковая личность – это «человек, рассматриваемый с точки зрения готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи», ... «субъект речевой деятельности, как носитель готовности создавать и принимать произведения речи (тексты)» [Богин, 1984: 8]. На основе коммуникативной компетенции Г.И. Богин предлагает классификацию уровней развития языковой личности: «1) уровню правильности (соответствия языковой норме), 2) уровню интериоризации (наличие или отсутствие внутреннего плана речевого поступка), 3) уровню насыщенности (богатая или бедная речь), 4) уровню адекватного выбора (понимания уместного стиля общения), 5) уровню адекватного синтеза (поддержание нужной тональности)» [там же: 3].

В отечественной лингвистике дальнейшее развитие понятие «языковая личность» получает в научных исследования Ю.Н. Караулова. Его определение языковой личности самое популярное в современных отечественных исследованиях за последние три десятка лет. Языковая личность по Ю.Н. Караулову понимается как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности, в) определённой целевой

направленностью» [Караулов, 2010: 3]. Важно отметить, что делается акцент на том, что за каждым текстом стоит языковая личность.

Языковая личность изучается в рамках лингвистической персонологии. Впервые о становлении нового направления заявил В.П. Нерознак в своей статье «Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины» [Нерознак 1996]. В.П. Нерознак выделяет уровни креативности языковой личности, исходя из уровня владения языком – стандартная ЯЛ и нестандартная ЯЛ: «1) стандартную, отражающую усредненную литературно обработанную норму языка, и 2) нестандартную, которая объединяет в себе «верхи» (писатели, мастера художественной речи) и «низы» культуры языка (носители, производители и пользователи маргинальной языковой культуры, антикультуры)» [Нерознак, 1996: 114].

Т.А. Фесенко рассматривает языковую личность в контексте речепорождения: языковая личность – это «не просто совокупность способностей человека порождать и воспринимать речь, но и комплекс постоянно меняющихся личностных свойств, проявляющихся через тексты и отражающих мировосприятие, систему ценностей, мотивы речевого поведения человека, способности его культурного окружения, уровень образования и воспитанности, эмоциональное состояние» [Фесенко, 2013: 74].

В.И. Карасик рассматривает языковую личность следующим образом: это «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [Карасик, 2004: 22]. Он обобщил существующие в лингвистике подходы к изучению языковой личности:

«1) психологический анализ языковой личности (в психологии разработано множество классификаций характеров – от античной модели темпераментов до теории акцентуированных личностей; при этом подчеркнем, что каждый из типов характеров так или иначе проявляется в коммуникации, т.е. может быть исследован с лингвистических позиций);

2) социологический анализ языковой личности (имеются в виду выделенные и описанные в социологии и социолингвистике языковые индикаторы определённых общественных групп – от индикаторов социальной идентичности в малых группах (семья, школьный класс, производственный коллектив) до индикаторов коммуникативного поведения больших групп (язык молодежи, гендерные характеристики речи, языковые индикаторы людей с низким образовательным цензом);

3) культурологический анализ языковой личности (моделирование лингвокультурных типажей – обобщенных узнаваемых представителей определённых групп общества, поведение которых воплощает в себе нормы лингвокультуры в целом и оказывает влияние на поведение всех представителей общества, например, «русский интеллигент», «американский адвокат», «немецкий офицер», «английский джентльмен»);

4) лингвистический анализ языковой личности (описание коммуникативного поведения носителей элитарной либо массовой языковой культуры, характеристика людей с позиций их коммуникативной компетенции, анализ креативного и стандартного языкового сознания)» [Карасик, 2007: 78].

Языковая личность «вбирает в себя и отражает в себе уникальное стечение обстоятельств, при которых и для которых он был создан: коммуникативные намерения автора, всегда множественные и противоречивые и никогда не ясные до конца ему самому; взаимоотношения автора и его непосредственных и потенциальных, близких и отдаленных, известных ему и воображаемых адресатов; всевозможные «обстоятельства» крупные и мелкие, общезначимые или интимные, определяющие важные или случайные, так или иначе отпечатавшиеся в данном сообщении; общие идеологические черты и стилистический климат эпохи в целом, и той конкретной среды и конкретных личностей, которым сообщение прямо или косвенно адресовано, в частности; жанровые и стилевые черты как самого сообщения, так и той коммуникативной ситуации, в которую оно включается; и наконец, множество ассоциаций с

предыдущим опытом, так или иначе попавших в орбиту данного языкового действия: ассоциаций явных и смутных, близких или образных, относящихся ко всему сообщению как целому или отдельным его частям» [Гаспаров, 1996: 10].

Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистических исследованиях обусловила важность изучения языковой личности в дискурсе, а в нашей работе языковой личности колумниста в колумнистском дискурсе. Как справедливо заявляет Л.Н. Синельникова, дискурсивный подход «раскрывает новые возможности для конструктивного наполнения понятия языковой личности. Дискурсивная личность проявляет себя как личность речевая, коммуникативная, словарная, этносемантическая. В дискурсе обнаруживаются психологические черты личности, философско-мировоззренческие установки, этно-национальные и историко-культурные особенности» [Синельникова, 2011: 43].

Языковая личность, как отмечает Л.Н. Синельникова, «действующая в социальном контексте по такой программе, не может не квалифицироваться как дискурсивная личность. Среди множества компетенций дискурсивная компетентность начинает занимать авангардные позиции и становится зонтичной, вбирая языковую, речевую, коммуникативную» [Синельникова, 2011: 9].

Понимая дискурсивную личность как «языковую личность, порождающую определенный дискурс в виде непрерывно возобновляемого или законченного, фрагментарного или цельного, устного или письменного сообщения. Эта личность действует в сфере производства сообщений и несет ответственность за их содержание» [Плотникова, 2008: 132], рассматриваем дискурсивную личность колумниста в коммуникативном пространстве СМИ как языковую личность, порождающую дискурс в виде законченного письменного сообщения в СМИ и несущего ответственность за его содержание. Как мы знаем, всегда в конце текста авторской колонки всегда стоит предложение: *Редакция не несет ответственности за содержание статьи*, т.е. мнение колумниста может кардинально отличаться от мнения редакции.

По определению Е.Г. Малышевой, дискурсивной личностью можно назвать «такую языковую личность, специфические индивидуальные характеристики и коммуникативные компетенции которой проявляются в дискурсивной деятельности в рамках дискурса определенного типа» [Малышева, 2011: 307]. В нашем случае языковая личность колумниста (журналиста, публициста, писателя, политика или публичной личности) порождает дискурс авторской колонки в письменном виде и проявляется в рамках медиадискурса. Автор-колумнист в СМИ отличается синкретичностью, т.е. может совмещать разные роли, например, журналиста, писателя, политика, критика, эссеиста и др. Несмотря на то, что в рамках данного исследования анализируются авторские колонки не только журналистов, нам представляется важным подход Е.Г. Малышевой к выделению специфики **дискурсивной языковой личности** журналиста. По ее мнению, данная специфика определяется следующими факторами:

«1) общими характеристиками современного медиатекста, которые не могут не влиять на текстовую деятельность журналиста в рамках дискурса;

2) особенностями дискурсообразующего жанра (или жанров) и их “индивидуально-авторской” модификацией;

3) спецификой базовой для дискурса коммуникативной интенции и особенностями ее индивидуально-авторской реализации, прежде всего речежанровой;

4) принадлежностью журналиста к тому или иному типу по коммуникативной стратегии речевого поведения и доминированием в языковой личности фатической или информативной составляющих речевой коммуникации;

5) прагматилистическими особенностями речи субъекта дискурса;

6) характерными для дискурсивной языковой личности журналиста когнитивными доминантами (объективированными в создаваемых текстах концептами, концептуальными моделями, ментальными стереотипами и т. п.)» [Малышева, 2017: 40].

Как отмечает К.Ф. Седов, можно выделить следующие коммуникативно-прагматические характеристики дискурсивной личности, которые соотносятся со следующими типами языковой личности:

«1. **Конфликтный тип**, направленный на реализацию целей говорящего без учета интересов адресата. Выделяют «конфликтного агрессора», враждебность которого выражается открыто, и «конфликтного манипулятора», коммуникативная цель которого реализуется за счет манипуляции над участниками общения.

2. **Центрированный тип**, исключающий установку на собеседника, фокусируется на самом авторе продуцирующего текст. Подтипами центрированного типа выступают «активно-центрированный» и «пассивно-центрированный».

3. **Кооперативный тип** направлен как на автора текста, так и на участников коммуникации. Данный тип включает в себя два подтипа: «кооперативно-конформный», ставящий точку зрения собеседника превыше своей и «кооперативно-актуализаторский», который не просто готов разделить точку зрения собеседника, но и развивает ее в актуальной коммуникативной ситуации» [Седов, 2000: 22].

Описание дискурсивной личности сводимо к следующему алгоритму: **«выявлению доминирующих коммуникативно-прагматических стратегий и тактик**, используемых дискурсивной личностью с целью достижения целей коммуникации; **описанию типов коммуникативной тональности**, к которым прибегает дискурсивная личность; определению ее **аксиологических характеристик**» [Гунькова, 2022: 27]. Данные параметры нам кажутся важными для исследования дискурсивной языковой личности колумниста в СМИ.

Лексикографический анализ слова «колумнист» в русском языке и «columnist» в английском языке позволит нам не только подробно представить все значения данного слова и осмыслить его. Значение слова «колумнист» раскрывается в «Карте слов и выражений русского языка» таким образом, это

«автор, единолично ведущий колонку (раздел, рубрику) в каком-либо издании, либо являющийся одним из нескольких постоянных авторов этой колонки» [КартасловРу, URL: <https://kartaslov.ru>].

Большой толковый словарь русского языка предлагает следующую дефиницию слова «колумнист»: «автор, который регулярно публикует в какой-л. газете или журнале статьи размером с газетную колонку, в которых в произвольной форме излагает собственную точку зрения на текущие события» [Большой толковый..., URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovuj-slovar>].

Современный словарь иностранных слов содержит такое определение: «колумнист м., одуш. [англ. columnist < column колонка, столбец < лат. columna колонна]. проф. Журналист-комментатор, ведущий постоянную рубрику в газете, журнале и т. п.» [Крысин, URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/slovar-9>].

Современный толковый словарь русского языка под редакцией Т.Ф. Ефремовой предлагает следующую дефиницию: «Журналист, ведущий постоянную колонку в каком-либо печатном издании» [Современный толковый..., URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>].

Словарь синонимов ASIS Тришина дает следующие синонимы к слову «колумнист»: *журналист, корреспондент, обозреватель* [Словарь синонимов, URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/].

Облако слова «колумнист» по данным Национального корпуса русского языка (НКРЯ).

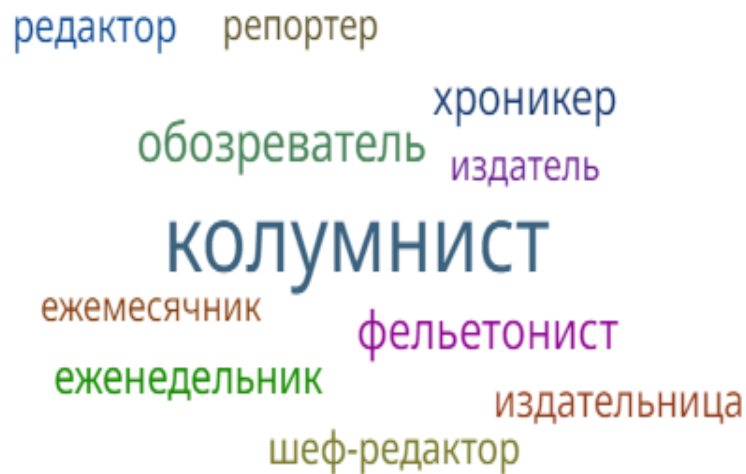


Рисунок 1. Облако слова «колумнист» по данным НКРЯ.

В ассоциативное поле слова «колумнист» входят следующие слова: *обозреватель, фельетонист, издатель, издательница, хроникер, редактор, репортер, шеф-редактор, еженедельник, ежемесячник.*

Для наглядности представим выделенные лексемы-идентификаторы слова «колумнист» в русском языке в виде схемы на рис. 2.



Рисунок 2. Лексемы-идентификаторы слова *колумнист* в русском языке

Рассмотрим значение слова «**columnist**» по лексикографическим источникам английского языка.

Энциклопедия Британника: **Columnist**, the author or editor of a regular signed contribution to a newspaper, magazine, or Web site, usually under a permanent title and devoted to comment on some aspect of the contemporary scene. The column may be humorous or serious, on one subject or on life in general, frivolous in tone or heavily freighted with good advice on manners, morals, or other subjects of interest. Essentially a column is a reflection of the writer's individual

tastes and point of view, whether it is concerned with women's hats, foreign policy, or the stock market [Britannica, URL: <https://www.britannica.com/>].

Толковый онлайн-словарь английского языка «Collins» предлагает следующую дефиницию:

Columnist – a journalist who writes a regular feature in a newspaper. [Collins, URL: <https://www.collinsdictionary.com/>].

В качестве синонимов словарь предлагает следующие лексические единицы: *journalist, correspondent, editor, reporter, critic, reviewer, gossip columnist, journo (slang), hackette (derogatory)*.

Онлайн-словарь «Cambridge» дает следующую дефиницию:

Columnist – someone who writes a regular article for a newspaper or magazine [Cambridge Dictionary, URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>].

Словарь английского языка «Oxford Learner's Dictionaries» дает следующее определение:

Columnist – a journalist who writes regular articles for a newspaper or magazine [Oxford..., URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>].

Онлайн-словарь «Merriam-Webster» содержит следующую дефиницию: **Columnist** as in writer a person who writes a newspaper or magazine column .The columnist is known to take provocative positions that often shape the opinions of her readers [Merriam-Webster, URL: <https://www.merriam-webster.com/>].

В качестве синонимов словарь предлагает следующие лексические единицы: *writer, reporter, author, journalist, novelist, sportswriter, blogger, newspaperman, poet, litterateur, biographer, pen, litterateur, coauthor, stylist, paragrapher, wordsmith, scribbler, cowriter, belletrist, essayist, penman, ghostwriter, storyteller, playwright, memoirist, scribe, scrivener, autobiographer, hagiographer, auteur, screenwriter, memorialist, fictionist, belle-lettrist, dramatist, fictioneer, pamphleteer, hack, scriptwriter, fabulist, satirist, hatchet man, wordmonger, coscenarist, scenarist, romancer, bard, versifier, proser, rhymer, prosaist, prosateur*.

Словарь «Britannica» дает следующее определение: **Columnist** a person who writes a newspaper or magazine column [The Britanica Dictionary, URL: <https://www.britannica.com/dictionary>].

Для наглядности представим выделенные лексемы-идентификаторы слова *Columnist* в английском языке на рисунке.



Рисунок 3. Лексемы-идентификаторы слова *Columnist* в английском языке

Как показал лексикографический анализ слова «колумнист», в русской и английской языковых картинах мира колумнистом может рассматриваться обозреватель, фельетонист, издатель, писатель, хроникер, редактор, репортер, шеф-редактор, эссеист, блогер, критик и др.

В качестве колумниста как автора колонки в СМИ могут выступать авторитетные журналисты, обозреватели, публицисты, писатели, а также приглашенные авторы (известные политики, деятели культуры, искусства и др.), чьи колонки вызывают интерес у читателя.

Дискурсивная личность «не только порождает сообщения, но и несет ответственность за их содержание и понимает, для какого конкретного или социального адресата создается сообщение. Дискурсивная личность включена в социальные отношения, модель ее существования – «я-в-мире». [Михайлова, 2021: 25]. Эти параметры характерны для дискурсивной личности колумниста.

Дискурсивная личность колумниста отличается ярко выраженной индивидуальностью и четкой авторской позицией, которую автор-колумнист должен изложить кратко, ярко, экспрессивно и доказательно. Ведь авторская позиция – это «социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям» [Кайда, 2005: 58]. Это значит, что автор-колумнист должен балансировать «между фактами и мнением. Если перестает балансировать, становится либо пропагандистом, либо уходит от того, в чем он не является компетентным» [Болотнов, 2019: 113].

Таким образом, **изложение фактов и высказывание своего мнения по актуальным темам являются основополагающими характеристиками дискурса колумнистки.**

Дискурсивная языковая личность колумниста отличается высокой степенью лингвокреативности и демонстрирует широчайший спектр языковых средств выражения мнения и субъективной оценки. З.Р. Хачмафова, исследуя особенности проявления креативности языковой личности колумниста в дискурсе СМИ на материале русского и немецкого языков, отмечает, что «креативность языковой личности рассматривается как свойство

личности нестандартно и неординарно мыслить и способность использовать весь языковой материал на всех лингвистических уровнях» [Хачмафова, 2023: 111]. Далее она приходит к выводу о том, что «когнитивные основы порождения креативности языковой личности колумниста в дискурсе СМИ заключаются в нетривиальном использовании языковых средств в процессе персуазивного воздействия на массового адресата» [там же].

Все языковые средства должны быть подчинены «основной коммуникативной установке, в их, совместно с композиционными приемами, целенаправленном использовании для усиления воздействия текста на читателя» [Кайда, 2005: 58].

Дискурсивная личность колумниста характеризуется узнаваемым ярким индивидуальным-авторским стилем, определенными морально-этическими, политическими и ценностными установками, мировоззрением и тематикой. Дискурсивная личность колумниста в медиадискурсе обладает коммуникативно-прагматическими, стилистическими, речезанровыми и когнитивными характеристиками.

Основными характеристиками колумнистского дискурса в СМИ являются актуальность, своевременность, доступность, диалогизм, субъективность, оценочность, прецедентность, идеологичность и аксиологичность. Являясь авторской журналистикой, колумнистика обладает высокой степенью персонифицированности, и, соответственно, субъективности. Постоянно появляясь в одном и том же разделе издания, автор становится все более узнаваем аудиторией. Его колонка будет просмотрена в первую очередь, в отличии от публикаций эпизодического автора. Личность автора становится настолько доверительной для аудитории, что читатель начинает полностью доверять изданию. Авторский монолог привлекает внимание аудитории и начинает влиять на особенности восприятия транслируемой информации. В этом процессе важную роль играют нравственно-этические ориентиры личности колумниста, их

проявление в тексте. Таким образом, профессиональная позиция автора имеет отношение к его жизненной позиции, что в целом связано с личностью автора.

ВЫВОДЫ

В первой главе диссертации изучены и проанализированы теоретические основания исследования колумнистского дискурса в рамках таких актуальных направлений современной лингвистической науки как прагмалингвистика, когнитивная лингвистика, лингвистическая дискурсология.

В рамках данной главы определены базовые понятия исследования и даны их характеристики: «дискурс», «медиадискурс», «авторская колонка», «колумнистский дискурс», «дискурсивная личность колумниста».

Дискурс в диссертации понимается как сложное коммуникативное явление, когнитивный процесс речевой деятельности и ее результат в виде текста во взаимодействии лингвистических и экстралингвистических факторов.

Медиадискурс определяется в работе как когнитивный процесс коммуникативной деятельности адресанта, результатом которого является текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации. Основными функциями медиадискурса являются информационная и воздействующая.

Анализ теоретических подходов отечественных и зарубежных ученых в области журналистики, медиалингвистики к пониманию термина «колонка» позволил описать формальные признаки и отличительные характеристики авторской колонки в печатных и электронных СМИ. Авторская колонка как медиажанр в журналистике – это авторитетное высказывание мнения о событии или явлении. К формальным признакам относятся 1) форма повествования от первого лица, 2) постоянное место, где она публикуется в газете или журнале как в печатном варианте, так и в Интернет-версии, 3)

периодичность и объем, 4) свободный выбор автором темы, 5) актуальность и злободневность. Характеристиками содержательной стороны авторской колонки являются ярко выраженное авторское начало, оценочность, субъективность, эмоциональность, преобладание эмоционально-оценочных и образных средств языка.

Колумнистский дискурс в диссертации определяется как институциональный дискурс, коммуникация в контексте определенного социального института, в данном случае СМИ, который, в свою очередь, задает рамки статусно-ролевых отношений «АДРЕСАНТ-АДРЕСАТ».

Колумнистский дискурс является институциональным типом, по каналу передачи информации относится к письменному дискурсу, при этом обладает дискурсивными характеристиками как институционального, так и лично-ориентированного типа дискурса.

Опираясь на концепцию В.И. Карасика, выделены основные конститутивные характеристики, свойственные колумнистскому дискурсу как институциональному дискурсу: цель, участники, хронотоп, наличие ценностей (дискурсообразующие концепты, идеологемы), стратегии, прецедентные тексты, тематика, разновидности и жанры, дискурсивные формулы.

Языковая личность колумниста (журналиста, публициста, писателя, политика или публичной личности) порождает дискурс авторской колонки в письменном виде и проявляется в рамках медиадискурса. Автор-колумнист в СМИ отличается синкретичностью, т.е. может совмещать разные роли, например, журналиста, писателя, политика, критика, эссеиста и др.

Под дискурсивной личностью колумниста мы понимаем языковую личность автора колонки с индивидуальной картиной мира, тезаурусом, системой ценностей, создающую медиатекст авторской колонки как результат дискурсивной деятельности в СМИ.

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОЛУМНИСТСКОГО ДИСКУРСА

2.1 Идеологемы колумнистского дискурса

*... идеологема – это экспликация,
способ репрезентации той или иной идеологии*

М. Бахтин.

Аксиологичность и идеологичность колумнистского дискурса в СМИ обусловили исследование идеологем как единиц ценностной и идеологической картины мира дискурсивной личности колумниста определенной эпохи и лингвокультуры. Таким образом, изучение особенностей экспликации идеологем в колумнистском дискурсе способствует описанию системы ценностей дискурсивной личности колумниста.

По мнению Н.И. Клушиной, которая рассматривает данный феномен в аспекте коммуникативной стилистики, идеологема – это «основная авторская идея, имеющая политическое, экономическое или социальное значение, ради которой создается текст» [Клушина, 2008: 38], это «сложный когнитивно-стилистический феномен, с помощью которого формируется массовое, коллективное и индивидуальное сознание конкретного социума» [Клушина, 2004: 57]. Воздействующий потенциал идеологем в колумнистском дискурсе в коммуникативном пространстве массмедиа заключается в их способности влияния на мировоззренческие установки адресата.

Впервые термин «идеологема» в отечественной лингвистике был использован М.М. Бахтиными в литературоведческих исследованиях. Идеологема рассматривается как «экспликация, способ репрезентации той или иной идеологии, или совокупности директивных установок, ориентирующих на определенное поведение в Мире Действия» [Бахтин, 1975: 84]. Относительно художественного текста он отмечал, что «говорящий человек в романе – в той или иной степени идеолог и слово его всегда – идеологема.

Особый язык в романе – всегда особая точка зрения на мир, претензия на социальную значимость» [Бахтин, 1975: 101]. Но, если данное утверждение относительно идеологема перенести на дискурс колумнистки, то идеологема как ключевые слова автора реализует авторскую интенцию.

По определению Ю.Н. Караулова, идеологема – это «”семантико-тематические” обозначения духовных ценностей в картине мира языковой личности» [Караулов, 1987:153].

О.А. Кузина выделяет следующие свойства идеологема. «Во-первых, идеологема всегда содержит эмоционально-оценочный компонент, т.к. она ориентирует реципиента информации в рамках оценочной шкалы «свое – чужое». Во-вторых, идеологема имеет определенные временные рамки своего существования: она актуальна столько, сколько доминирует идеологическая позиция правящей элиты. С изменением политических и идеологических взглядов она может либо претерпевать значительные изменения, либо вообще выходить из употребления. В-третьих, идеологема нуждается в систематической и последовательной актуализации, чтобы действительно стать частью картины мира индивида и воздействовать на его восприятие. И в-четвертых, идеологема всегда основана на искаженном отражении действительности, поскольку автор идеологема – особенно журналист – всегда преломляет происходящее под нужным ему углом, буквально конструируя событие заново на основе информационного повода» [Кузина, 2019: 137].

А.П. Чудинов определяет идеологему как «слово или устойчивое словосочетание, непосредственно связанное с идеологическим денотатом или имеющее в своем значении идеологический компонент» [Чудинов, 2006: 92].

Н.И. Клушина анализирует идеологема в рамках публицистического дискурса. Идеологема – это «основная авторская идея, имеющая политическое, экономическое или социальное значение, ради которой создается текст» [Клушина, 2008: 39], которая выражается лингвистическими средствами, как «мировоззренчески насыщенное обобщающее слово, чаще

всего образное слово, метафора, обладающая мощной суггестивной силой» или авторская оценочность, стилистическая манера изложения [Клушина, 2008: 38]. Она выделяет следующие способы реализации идеологемы в публицистическом тексте: «авторская оценочность, интерпретация действительности, номинации и выбранная адресатом стилистическая манера изложения (речевая агрессия, речевое одобрение, подчеркнутая объективность)» [Клушина, 2008: 5].

Для нашего исследования более близкой нашей концепции представляется понимание идеологемы, предложенное Т.Б. Радбилем. Он отмечает, что идеологемой может выступить «любое словесное обозначение значимых для личности духовных ценностей, при котором как бы размывается прямое, предметное значение слова, а на первый план выходят чисто оценочные, эмоционально-экспрессивные коннотации, не имеющие опоры в непосредственном содержании слова» [Радбиль, 1998: 22].

Ю.Н. Караулов определяет идеологему как семантико-тематические обозначения духовных ценностей в картине мира языковой личности» [Караулов, 1987: 153].

Изучив все дефиниции идеологемы, предложенные учеными, мы пришли к выводу о том, что, **идеологемой может быть слово и словосочетание, несущее в себе идеологический компонент, некоторые смыслы, важные для идеологии социума, отражающие ценностные установки автора и выражающие субъективную оценку.**

В рамках исследования невозможно обойти без внимания вопросы взаимоотношения таких близких понятий, как «дискурс» и «концепт», «идеологема» и «концепт».

Следует отметить, что понятия «концепт» и «дискурс» тесно связаны и находятся в сложных отношениях.

Как отмечает В.З. Демьянков, дискурс «концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т. п.,

определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который «строится» по ходу развертывания дискурса» [Демьянков, 1982: 7].

Согласимся с Н.В. Крючковой, что «не только тот или иной тип дискурса объединяет в себе определенные концепты, но и концепты, неся на себе отпечаток того дискурса, к которому они по преимуществу принадлежат, обладают способностью некоторым образом направлять коммуникацию, порождая вокруг себя определенный дискурс» [Крючкова, 2009: 255]. Эту мысль продолжает Т.А. Островская, «содержание концепта находится в прямой зависимости от содержания дискурса и вырабатываемых в нем ценностей и от всего социокультурного контекста в целом. Становление дискурса и формирование дискурсообразующих концептов сопутствуют друг другу и дополняют друг друга» [Островская, 2015: 75].

Многие ученые в своих исследованиях рассматривают проблему разграничения таких близких понятий, как «концепт» и «идеологема». Например, М.Н. Ляшева в своей диссертационной работе пришла к следующим выводам относительно сходств и различий между концептом и идеологемой: «1. Концепт является ментальной единицей человеческого опыта в его идеальном представлении, реализуется вербально и имеет полевою структуру. Идеологема – также ментальная единица, выраженная вербально, однако ее структура не совпадает с той структурой, которой обладает концепт. Сама по себе идеология, представляющая некую систему идей, имеет полевою структуру, но идея (идеологема в лингвистике) имеет иной структурный облик. Концепт является основной единицей обработки хранения и передачи опыта. Идеологема также представляет собой обработанную информацию, однако всегда с определенной целью. 2. Концепт имеет подвижные границы и конкретную функцию. Все идеологемы имеют функцию. В наиболее общем представлении – это воздействие (волюнтативная функция). 3. Социальный характер концепта, т.е. его прагматика обусловлена его ассоциативным полем. Также социальна и идеологема, прежде всего, по

своей направленности. Адресатом любой идеологемы является общество, но также за ней стоит лицо, либо группа лиц, которые наполняют ее новым смыслом (идеологическим). 4. Концепт является ячейкой культуры» [Ляшева, 2019: 29].

Концепт и идеологему объединяют следующие характеристики: являются ментальными единицами; выступают единицами обработки хранения и передачи информации; наличие определенной функции; социальный характер. Отличие заключается в том, что, имеют разные структуры; **основная функция идеологемы – это волюнтаристическая функция, а основная функция концепта – это познавательная функция**, т.е. нести информацию о предмете. Концепт всегда указывает прямо на денотат. Таким образом, отличие концепта от идеологемы заключается в том, что концепт не несет в себе цели воздействовать на адресата, а в остальном отметим, что это похожие лингвоментальные единицы. Идеологемы рассматриваются как «ментальные единицы, в состав которых входит идеологический компонент. Идеологемы реализуются и актуализируются в тексте и дискурсе (общем и частных), обычно словом или устойчивым сочетанием» [Гизатуллина, Гумерова, 2015: 95].

Данные понятия различаются относительно степени эмоционального и оценочного компонента в структуре данных явлений. М.Н. Ляшева отмечает справедливо, что «идеологема всегда несет в себе какую-то оценку, которую она реализует в определенном дискурсе. Кроме того, эта оценка может носить индивидуальный авторский характер, выполнять цели конкретного человека» [Ляшева, 2019: 30]. По ее мнению, идеологема является особым видом концепта.

Важно отметить, что идеологемы репрезентируют **систему взглядов и идей, мировоззрение, т.е. определенную идеологию**. В этом, на наш взгляд, отличительная черта идеологемы от концепта. Концепт является более широким понятием, покрывающим понятие идеологемы. Любая идеологема может выступать концептом, но не каждый концепт может быть идеологемой,

т.к. основная цель идеологемы – это «манипулирование и управление людьми путем воздействия на их сознание» [Новейший Энциклопедический словарь, 2003].

Идеологему Е.Г. Малышева понимает как единицу когнитивного уровня, как некий «концепт», вернее как особый тип многоуровневого концепта, «в структуре которого (в ядре и на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах» [Малышева, 2009: 35]. По классификации Е.Г. Малышевой следует различать идеологемы-понятия, идеологемы-фреймы, идеологемы-гештальты, идеологемы-архетипы [Там же].

А.А. Карамова выделяет контекстуальные идеологемы, к которым относит слова и фразеологизмы, в лексическом значении которых идеологический компонент не представлен. Однако в контексте такие слова и фразеологизмы могут его приобретать. Это моноидеологические идеологемы, т.е. слова и фразеологизмы, которые приобретают смысл, значимый для одной идеологии (советский, революция и др.); полиидеологические идеологемы – слова и фразеологизмы, заключающие ценностный смысл для представителей разных идеологий (демократия, гражданское общество, правовое государство) [Карамова, 2015: 397].

Таким образом, идеологема в колумнистском дискурсе может быть реализована идеологической лексикой, также контекстуальными идеологемами, т.е. словом, словосочетанием, фразеологизмом, которые несут определенную идеологическую нагрузку и выполняют воздействующую функцию.

Идеологемы как концепты в колумнистском дискурсе актуализируются лексико-грамматическими и стилистическими средствами с идеологической оценкой в рамках реализации оппозиции «свой» – «чужой». В процессе

экспликации идеологом в колумнистском дискурсе происходит воздействие на эмоционально-оценочное восприятие адресатом, что способствует формированию и трансляции базовых ценностей дискурса колумнистики.

Авторская колонка является «свидетелем эпохи и одновременно оригинальным художественным произведением, в котором поднимаются самые злободневные вопросы, отражаются самые **злободневные проблемы** современного человека» [Маевская, 2011: 273].

Когнитивно-дискурсивный подход к изучению идеологом позволил установить особенности формирования и вербальной трансляции морально-этических, нравственных, политико-идеологических взглядов и ценностей дискурсивной личности колумниста в медиадискурсе.

В колумнистском дискурсе выявлены следующие идеологемы как лексические маркеры авторской интенции и единицы идеологической картины мира автора-колумниста: **политические идеологемы, социокультурные идеологемы**. Выявленные идеологемы в колумнистском дискурсе реализуют индивидуально-авторскую оценку, положительную или отрицательную, и выполняют воздействующую функцию. Таким образом, идеологемы в медиадискурсе являются средством экспликации идей, установок и ценностей автора колумниста.

Политические идеологемы.

Политические идеологемы в колумнистском дискурсе актуализируются в рамках шкалы ценностей «свои-чужие» и репрезентируются словами, словосочетаниями и именами собственными, отсылающими в сферу политики: *независимость, национальные интересы, мягкая сила, санкционное давление, информационная война, гибридная война, информационная безопасность, многополярность, сильное государство, защитить свой дом, Кузьма Минин и Дмитрий Пожарский, liberal democracy, healthy democracy, geopolitical recession, global architecture, geopolitical crises, United States is the world's sole security superpower, the economic order is multipolar* и др.

В колумнистском дискурсе в современных российских СМИ политические идеологемы актуализируют политические ценностные концепты: **НЕЗАВИСИМОСТЬ, ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ, НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, СВОБОДА** и др.

Например, в качестве политических идеологем могут выступать следующие слова и словосочетания: *национальная безопасность, многополярный мир, права на равенство и справедливость, здравый смысл, защита территории, политическая мудрость, русские орлы, противостояние* и др., которые актуализируют концепты **ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ** и **НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**.

Колумнист «Литературной газеты» В. Крашенникова рассуждает о том, что, несмотря на навязывание радикальных идей, люди сохраняют мудрость и здравый смысл: *Сейчас народ в подавляющем большинстве проявил здравый смысл, выдержку, осмотрительность, не позволяя зарвавшимся радикалам втянуть себя ещё и во внутреннюю «мясорубку». Остаётся рассчитывать на мудрость наших людей.* [URL: <https://lgz.ru/article/izvlech-uroki-050723123047/>].

Словами-идеологемами выступают *здравый смысл, выдержка, осмотрительность, мудрость*, которые имеет положительную оценочную семантику.

Метафорическая идеологема *русские орлы* употребляются в противоположность *западным стервятникам*:

Для России связь с Китаем и Азией становится всё более важной. Имперский двуглавый орёл веками смотрел и на Запад, и на Восток. Теперь, похоже, обе головы обращены в одну сторону. Позиция не вполне сбалансированная, а некоторые восточные лидеры постараются извлечь для себя максимальную выгоду, пока западные стервятники атакуют русского орла [URL: <https://lgz.ru/article/-38-6852-21-09-2022/golovy-na-vostok/>]. В данном случае данная идеологема реализуется в рамках оппозиции «свои-чужие»: *западные стервятники – русские орлы.*

Идеологема *запас прочности* отсылает нас к новейшей истории нашей страны. Для усиления воздействующего эффекта автор Елена Караева противопоставляет *запас прочности* словосочетаниям *перестать существовать, умереть как держава, лишиться государственности, истории и культуры: Истекшие три десятилетия, когда Россия могла просто перестать существовать, умереть как держава, лишиться государственности, истории и культуры, показали, что наша страна, пожалуй, единственная в мире обладает абсолютно невиданным запасом прочности* [URL: <https://ria.ru/20230101/rossiya-1842652377.html>].

На оппозиции «свой-чужие» строится следующий фрагмент медиатекста: *Как в послевоенные годы, так и по завершении холодной войны мы прямо заявляли о стремлении к самому плотному и доверительному диалогу, но не в рамках американоцентричной модели, а на основе взаимного уважения и признания обоюдных интересов* [URL: <https://iz.ru/1606146/oleg-karpovich/period-nadezhd-i-razocharovanii>].

В приведенном примере «*плотный доверительный диалог, взаимное уважение и признание обоюдных интересов*» противопоставляются словосочетанию «*американоцентричная модель*». Идеологема *плотный доверительный диалог, взаимное уважение и признание обоюдных интересов* несет положительный оценочный модус, а сочетание *американоцентричная модель* несет отрицательный модус.

Борис Акимов в своей колонке в газете «Взгляд» пишет о том, что «*лишить каждого конкретного человека суверенности и субъектности, и слом национального государства – один из важнейших шагов в этом направлении/»* [URL: <https://vz.ru/opinions/2024/5/23/1268649.html>].

Идеологемами, репрезентирующими политические ценности, можно выделить следующие: *суверенность, традиционная идентичность, многополярность*:

Мы должны не бояться и громко заявить не только о необходимости многополярности, но и провозгласить важнейшей миссией России

освобождение народов, в том числе Европы и Америки, от диктатуры глобализма. Освобождение и сохранение человека в разных его проявлениях, в том числе в виде человека национального, который невозможен без свободного независимого национального общественного организма. Русская идея – это идея цветущей сложности [URL: <https://vz.ru/opinions/2024/5/23/1268649.html>].

Идеологемы могут быть также представлены прецедентными феноменами, прецедентными именами. Например, Максим Соколов пишет о забытых уроках истории:

Запад забыл уроки Сталинградской битвы — и напрасно [URL: <https://ria.ru/20230202/uroki-1849090908.html>].

Нюрнбергский процесс выступает идеологемой в дискурсе колумниста Елены Сазанович, например:

Так пусть же теперь мир вздохнёт свободно! Реквием. Эпилог. Эпитафия. Точка... Но вот ещё одна точка. И ещё. И уже – многоточие. Длинное-длинное многоточие. Извивающееся змейй, ползущее в сегодня. Что будет завтра?.. И мир замер. Когда будет мир? Может быть, стоит продолжить Нюрнбергский процесс? Точнее – его завершить. Окончательно. Чтобы мир всё-таки был [URL: <https://lgz.ru/article/-39-6853-28-09-2022/nyurnberg-okonchanie-sleduet/>].

В данном контексте идеологема, которая актуализируется через прецедентный феномен *Нюрнбергский процесс* обозначает победу закона и справедливости.

Идеологемы с положительным или отрицательным оценочным модусом, актуализируют концепт НЕЗАВИСИМОСТЬ: *независимость, суверенность, суверенитет, национальная идентичность, культурный код, русский язык, национальная идея, гуманитарный суверенитет, полюс многополярного мира, экзистенциальный выбор Победы, гибридное противостояние, похороны неокolonизма, мирное сосуществование двух систем, доверительный диалог, равноправное партнерство* и др. Рассмотрим примеры.

В авторской колонке Олега Карповича независимость ассоциируется с такими словосочетаниями как *российские интересы, баланса интересов, справедливый миропорядок*, которые несут идеологическую нагрузку:

*Как и любой другой, нынешний геополитический кризис наряду с угрозами предоставляет нам уникальные возможности для продвижения **российских интересов**. Для этого нам нужно активно наращивать сотрудничество с незападным миром на основе прагматичности, **баланса интересов** и уважения всех участников международного общения* [URL: <https://iz.ru/1426425/oleg-karpovich/v-poiskakh-svobodnogo-mira>].

Рассмотрим еще пример употребления политических идеологием с положительным и отрицательным оценочным модусом:

*Через активные действия по выходу из этого многолетнего кризиса мы ставим перед собой цель по **построению более справедливого и инклюзивного миропорядка**. И именно поэтому надежды некоторых «испуганных патриотов» на скорое преодоление возникших трудностей через умиротворение западных гибридных агрессоров едва ли соответствуют сложившимся реалиям. Даже в случае коллапса киевского режима Запад не готов будет отказаться от своих **гегемонистских амбиций** и признать право других центров силы на определение глобальной повестки дня* [URL: <https://iz.ru/1584895/oleg-karpovich/valdaiskii-vyzov>].

Идеологемы *справедливый, миропорядок* имеют положительный оценочный модус, а сочетание *гегемонистские амбиции* является идеологемой с отрицательным оценочным модусом.

О том, что Россия должна стать оплотом традиционных ценностей пишет колумнист «РТ» Роман Антоновский:

*Россия сегодня должна смотреть в будущее, но опираясь и черпая силы в своей богатейшей истории. Для формулирования русской идеи XXI века и создания у нас в стране реального **оплота консервативных ценностей** не надо больше ничего заимствовать на Западе — ни марксизма, ни*

либеральной демократии [URL: <https://russian.rt.com/opinion/1229560-antonovskii-istoriya-rossiya-konservatizm-tradicionnye-cennosti>].

В данном примере используются слова и словосочетания *история, русская идея XXI века, оплот консервативных ценностей* как идеологемы, актуализирующие концепт НЕЗАВИСИМОСТЬ.

Независимость – это русский язык:

И наоборот, те, кто ждёт на Украине прихода России, демонстративно говорят на русском. Русский язык у них — как форма гражданского сопротивления. И даже заукраински настроенные либеральные релоканты из России пытаются учить украинский и говорить на нём, чтобы ещё больше подчеркнуть своё предательство Родины и отказ от русской идентичности [URL: <https://russian.rt.com/opinion/1203802-antonovskii-ukraina-rusofobiya-denacifikaciya>].

В данном примере политическими идеологемами являются *русский язык, гражданское сопротивление*, которые несут яркий идеологический смысл. Независимость связана с возможностью говорить на родном языке. Русский язык является важнейшим фактором национальной идентичности, а отказ от родного языка является предательством Родины.

Рассмотрим примеры использования в колумнистском дискурсе политических идеологем, выраженных прецедентными именами:

И в нынешних условиях, во времена, когда почти весь мир ополчился на нашу страну за ее желание быть независимой, так важно помнить подвиг князя Кузьмы Минина и земского старосты Дмитрия Пожарского. Именно сейчас весь наш многонациональный народ должен сплотиться вокруг одной цели — защитить свой дом. Вся история наглядно демонстрирует, что главный враг России — это внутренние распри [<https://iz.ru/1420351/roman-soldatov/bremia-smuty>].

Прецедентные имена *Кузьма Минин, Дмитрий Пожарский*, выступают политическими идеологемами в дискурсе колумниста «Известий» Романа Солдатова. Имена Кузьмы Минина и Дмитрия Пожарского для русской

лингвокультуры являются символом народного ополчения, победы и независимости. Воздействующий потенциал данной идеологемы реализуется через использование следующих лексически единиц: *независимой, подвиг, наш многонациональный народ, защитит свой дом.*

Также:

Мадлен Олбрайт тоже хотела как лучше [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/bovt/14671525.shtml>].

Имя известного американского дипломата Мадлен Олбрайт символизирует политическое противостояние России и Запада. В данном примере есть еще аллюзия на выражение премьер-министра Виктора Степановича Черномырдина «*Хотели как лучше, а получилось как всегда*» в значении «предпринять какие-либо действия, предполагающие положительные намерения, но приводящие к негативным последствиям».

В ходе анализа практического материала установлено, что в колумнистском дискурсе в англоязычных СМИ политические идеологемы актуализируют следующие концепты: **DEMOCRACY, FREEDOM, ECONOMIC WELL-BEING, NATIONAL SECURITY.**

Концепт **DEMOCRACY** в колумнистском дискурсе актуализируется идеологемами *democratic fabric, Democracy is more than just voting; it is a way of living.*

Например, колумнист Дэвид Брукс рассуждает о том, что демократия – это больше, чем просто голосование; это образ жизни: *Democracy is more than just voting; it is a way of living.*

The democratic fabric is held together by daily acts of consideration that middle managers are in a position to practice and foster. The best of them don't resolve our disputes but lift us above them so that we can see disagreements from a higher and more generous vantage point. Democracy is more than just voting; it is a way of living, a way of living generously within disagreements, one that works only with ethical leaders showing the way. [URL:

<https://www.nytimes.com/2024/04/11/opinion/middle-managers-business-society.html>].

Перевод: *Демократическая ткань скрепляется ежедневными действиями, которые менеджеры среднего звена могут практиковать и поощрять. Лучшие из них не разрешают наши споры, а возвышают нас над ними, чтобы мы могли видеть разногласия с более высокой и щедрой точки зрения. Демократия – это больше, чем просто голосование; это образ жизни, образ жизни щедрый, несмотря на разногласия, который работает только с этическими лидерами, указывающими путь.*

Николас Кристоф, колумнист The New York Times, пишет о **мягкой силе** (*soft power*) как факторе установления демократических ценностей по всему миру:

*One of the strengths of the United States for most of the past century around the world has been our **soft power** — the admiration for our **democracy and freedoms, the yearning for our bluejeans and movies and video games, the respect for our universities**. Kissinger’s indifference to human rights and democracy sometimes strengthened our hard power temporarily while compromising our **soft power**. [URL: <https://www.nytimes.com/2023/12/02/opinion/kissinger-china-gaza.html>].*

Перевод: *Одной из сильных сторон Соединенных Штатов на протяжении большей части прошлого столетия во всем мире была наша мягкая сила — восхищение нашей демократией и свободами, стремление к нашим синим джинсам, фильмам и видеоиграм, уважение к нашим университетам. Безразличие Киссинджера к правам человека и демократии иногда временно усиливало нашу жесткую силу, одновременно ставя под угрозу нашу мягкую силу.*

В данном фрагменте идеологемами выступают следующие лексические сочетания: *soft power — democracy and freedoms, bluejeans and movies and video games, our universities*, т.е. мягкая сила – это свобода, джинсы, американские фильмы и университеты.

Демократия основана на вере в возможности граждан. Колумнист Дэвид Брукс рассуждает: *Third, liberal democracy is built on a faith, a faith in the capacities of individual citizens. Faith, as you know, is confidence in things hoped for and evidence of things not seen. We democrats put faith in the idea that people know best how to run their own lives and that these individual choices can be woven into a common fabric* [URL: <https://www.nytimes.com/2018/04/02/opinion/vladimir-putin-most-influential.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fopinion>].

Перевод: *В-третьих, либеральная демократия основана на вере — вере в возможности граждан. Вера, как вы знаете, представляет собой убеждение в том, что не доказано, но на что ты продолжаешь надеяться. Мы, демократы, верим в идею о том, что люди лучше всех знают, как управлять своей жизнью, и что этот индивидуальный выбор может быть вплетен в общую ткань.*

Демократия – это *faith in the capacities of individual citizens, faith in the idea, individual choices* (вера в возможности отдельных граждан, вера в идею, индивидуальный выбор).

Transparency is the lifeblood of democracies. *For the same reason that the White House takes care to explain how taxpayer dollars are spent on military support for Ukraine, the administration owes it to Americans to be forthcoming about weapons flown to Israel, even if it finds disclosure to be politically uncomfortable* [URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/04/27/opinion/us-arms-disclosure-ukraine-israel.html>].

Перевод: *Прозрачность — это кровь демократии. По той же причине, по которой Белый дом старается объяснить, как деньги налогоплательщиков тратятся на военную поддержку Украины, администрация обязана американцам открыто говорить об оружии, отправленном в Израиль, даже если она считает, что раскрытие информации политически неудобно.*

В данном случае с помощью метафоры «*Transparency is the lifeblood of democracies*» актуализируется концепт DEMOCRACY.

Идеологема *Fourth of July* является актуализатором концепта **FREEDOM**.

Памела Пол, колумнист «Нью-Йорк Таймс» пишет: *In ordinary times, all this would be quickly swatted away by the courts. Unfortunately, the conservative majority of the Supreme Court has demonstrated that, like many Republican politicians, when it comes to freedom of religion — and yes, that must include **freedom from religion** — those justices are willing to put their own faith above all else.*

*This **Fourth of July**, let's bear in mind that what many Americans value in this country is its inclusion and protection of all, regardless of their beliefs.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/04/opinion/christian-nationalist-religion-america.html>].

Перевод: *В обычное время все это было бы быстро отброшено судом. К сожалению, консервативное большинство в Верховном суде продемонстрировало, что, как и многие политики-республиканцы, когда дело касается свободы религии – и да, это должно включать свободу от религии – эти судьи готовы поставить свою собственную веру превыше всего.*

Давайте помнить, что четвертого июля в этой стране многие американцы ценят участие и защиту всех, независимо от их убеждений.

В данном случае идеологемой можно рассмотреть лексическую единицу *Fourth of July* (4 июля) как прецедентный феномен, символизирующую независимость США и завоеванные свободы.

Концепт **ECONOMIC WELL-BEING** в дискурсе колумнистики актуализируется идеологемами *new globalization, globalized digital order, the economic and security* и др.

Экономическое благосостояние и национальная безопасность тесно связаны в современном американском дискурсе. Рост экономики напрямую зависит от цифровизации. Иэн Бреммер, американский политолог, в своей колонке пишет: *If the tech companies stick with global growth strategies, refusing to align with governments and preserving the existing divide between the physical*

*and digital fields of competition, then we'll see a **new globalization: a globalized digital order**. Tech companies will remain sovereign in the **digital space**, competing largely with each other for profits—and with governments for geopolitical power, much in the same way that major state actors presently jockey for influence in the space where **the economic and security orders overlap**. [URL: <https://foreignpolicy.com/2023/06/17/china-russia-us-multipolar-world-technology/>].*

Перевод: *Если ИТ-компании будут придерживаться стратегий глобального роста, не соглашаясь с правительствами и сохраняя существующий разрыв между физической и цифровой сферами конкуренции, то нашему взору предстанет **новая глобализация: глобальный цифровой порядок**. Технологические гиганты сохраняют суверенитет в цифровом пространстве, конкурируя в основном друг с другом за прибыль, а с правительствами — за геополитическую власть. Можно провести аналогию с крупными государственными субъектами, которые в настоящее время борются за влияние в условиях наложения друг на друга модели экономики и безопасности.*

В данном фрагменте в качестве идеологом можно выделить следующие лексические единицы: *new globalization, globalized digital order, the economic and security*.

По мнению автора, для сохранения сильной и динамичной экономика США важным является многополярность мирового экономического порядка: *Yes, China, Russia, and others have nuclear weapons, but actually using them is still tantamount to suicide. **The United States is the world's sole security superpower—and will remain so for at least the next decade.***

*But military might doesn't allow Washington to set the rules for the global economy, because **the economic order is multipolar**. The U.S. has a **robust and dynamic economy**, still the world's largest, but global power here is widely shared.* [URL: <https://foreignpolicy.com/2023/06/17/china-russia-us-multipolar-world-technology/>].

Перевод: *Да, Китай, Россия и другие страны обладают ядерным оружием, но его фактическое применение по-прежнему равносильно самоубийству. США являются единственной в мире сверхдержавой в области безопасности — и останутся таковой как минимум в течение следующего десятилетия.*

Но военная мощь не позволяет Вашингтону устанавливать правила в мировой экономике, потому что экономический порядок многополярен. У США по-прежнему крупнейшая в мире, крепкая и динамичная экономика, но глобальную власть здесь разделяют многие. [URL: <https://inosmi.ru/20230620/bremmer-263768900.html>].

В данном примере идеологемами, которые актуализируют концепт ECONOMIC WELL-BEING являются *The United States is the world's sole security superpower the economic order is multipolar.*

Концепт **NATIONAL SECURITY** актуализируется следующими идеологемами: *robust and dynamic economy, The United States is the world's sole security superpower, defensive nuclear policy, cybersecurity and artificial intelligence* и др.

Дэвид Игнатиус в своей колонке пишет: *The biggest **national security question for 2024 and beyond** is how to craft new mechanisms that would actually combat the spread of war. Drums are already beating for future conflicts that would be far more deadly even than the current round: a battle between the United States and China over Taiwan, for example, or a military campaign to stop Iran from acquiring nuclear weapons.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/01/04/big-question-2024-war-global-order-gaza-ukraine/>].

Перевод: *Основой вопрос национальной безопасности на 2024 и последующие годы заключается в том, как создать новые механизмы, которые действительно остановят распространение войны. Уже бьют барабаны будущих конфликтов, которые могут оказаться еще кровавее*

нынешних: например, битва между США и Китаем из-за Тайваня или военная кампания, чтобы помешать Ирану обзавестись ядерным оружием.

Вопрос национальной безопасности является важнейшим в 2024 году: *The biggest national security question for 2024 and beyond.*

Идеологема цифровой порядок связан с национальной безопасностью: *The digital order is becoming a critical determinant in how we live, what we believe in, what we want-and what we're willing to do to get it.* [URL: <https://foreignpolicy.com/2023/06/17/china-russia-us-multipolar-world-technology/>].

Перевод: Цифровой порядок становится важнейшим фактором, определяющим то, как мы живем, во что верим, чего хотим — и что готовы сделать, чтобы этого добиться [https://inosmi.ru/20230620/bremmer-263768900.html].

A no-first-use policy would, perhaps, transform U.S. foreign policy in the eyes of the world—a defensive nuclear policy, one that would be in keeping with St. Augustine's theory of just war (jus ad bellum) is one that is also morally defensible. It would also be in line with the pledge made in Geneva in 1985 by President Ronald Reagan and Soviet Premier Mikhail Gorbachev, that "a nuclear war cannot be won and must never be fought" [URL: <https://www.theamericanconservative.com/time-to-adopt-a-no-first-use-nuclear-policy/>].

Перевод: Возможно, концепция неприменения ядерного оружия первыми преобразит внешнюю политику США в глазах мирового сообщества. Это будет оборонительная ядерная политика, соответствующая теории справедливой войны Блаженного Августина. И это будет морально оправданная политика. Она также будет соответствовать обязательствам, которые взяли на себя в 1985 году в Женеве президент Рональд Рейган и советский руководитель Михаил Горбачев, заявившие, что «победить в ядерной войне невозможно, а поэтому ее никогда нельзя начинать» [URL: <https://inosmi.ru/20240811/neprimenenie-269780735.html>].

Идеологемы *A no-first-use policy would* (концепция неприменения ядерного оружия первыми), *defensive nuclear policy* (оборонительная ядерная политика) актуализируют концепт NATIONAL SECURITY.

*All of which are good signs of his ability to deal with the most significant challenges ahead for NATO other than Ukraine: **cybersecurity and artificial intelligence**. Warfare is shape-shifting in front of our eyes, a trend that will only accelerate over his tenure, which has a minimum of four years.* [URL: <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2024-07-05/ukraine-war-us-and-nato-aren-t-ready-for-threat-of-russian-ai?srnd=homepage-europe>].

Перевод: *Все это говорит о том, что ему по силам решить серьезнейшие из проблем, вставшие перед НАТО помимо Украины: **это кибербезопасность и искусственный интеллект**. Привычный образ войны меняется у нас на глазах, и эта тенденция лишь ускорится за время его пребывания в должности — а это минимум четыре года.* [URL: <https://inosmi.ru/20240705/nato-269444344.html>].

Социокультурные идеологемы

В колумнистском дискурсе авторская интенция актуализируется идеологемами, которые репрезентируют духовные, культурные ценности (*духовные отцы и маяки нации, память народа, патриотизм, вера, суверенитет, American ideals, right to privacy, racial and gender preferences* и др.).

Социокультурные идеологемы в русском колумнистском дискурсе актуализируют ценностные концепты ПАТРИОТИЗМ, РОДИНА, СЕМЬЯ, ДУХОВНОСТЬ, ОБРАЗОВАНИЕ, КУЛЬТУРА, ПАМЯТЬ.

Концепт ПАТРИОТИЗМ в колумнистском дискурсе актуализируется идеологемами с положительным оценочным модусом: *патриотизм, национальная идея, тоска по родине, любовь к Родине, национальный флаг* и др.

В дискурсе колумниста Татьяны Воеводиной патриотизм понимается как *род верования, патриотизм – это вера, любовь к Родине*.

Патриотизму, что не все понимают, надо учить. Как вере. В сущности, патриотизм – род верования. Все так называемые ценности – это предмет веры. Даже любви к маме, основанной на инстинкте, ребёнка тоже учат. Годовалому говорят: «Покажи, как ты маму любишь!» – и он обнимает маму. [URL: <https://lgz.ru/article/-39-6853-28-09-2022/deti-svoikh-ottsov/>].

В приведенном примере идеологемами, которые актуализируют духовные ценности выступают слова *патриотизм, вера*.

Также:

*Если ребёнка не формировать с детства как православного или мусульманина – не будет ни тем ни другим. Это очевидно. Ровно так же, если не учить ребёнка **любить Родину**, не показывать примеры патриотизма, он вырастет таким вот **идейным дезертиром*** [URL: <https://lgz.ru/article/-39-6853-28-09-2022/deti-svoikh-ottsov/>].

В данном случае идеологема *патриотизм* выступает оппозицией словосочетанию *идейный дезертир*.

Идеологема *патриотизм* ассоциируется с памятью, например:

*Для большинства людей в России **воспоминания о Великой Отечественной войне священны**. Да, это была боль для миллионов людей. Но мы помним про эту боль, потому что мы победили в этой войне. Большинство европейских народов пострадали в этой войне гораздо слабее, чем советские люди. Французы, например, прошли эту войну «на лайте», как сказала бы современная молодежь. Но и к победе они имели гораздо меньшее отношение. Поэтому и вспоминать об этой войне они особенно не хотят.* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/17680183.shtml>].

Михаил Хорс в своей статье пишет о тоске по родине и тоске о прошлом. Хранить память о прошлом – это сохранить себя и преданность стране. Идеологема *патриотизм* эксплицируется прецедентным феноменом *Великая Отечественная война*, словосочетаниями *воспоминания священны, помним про эту боль*, также использованием местоимения *мы*. Патриотизм и память выступают контекстуальными идеологемами.

Концепт СЕМЬЯ в колумнистском дискурсе актуализируется идеологемами с положительным и отрицательным оценочным модусом: *дети, роскошь, традиции, материнство, отцовство, родительство, ярмо, идеология чайлдфри, материнство – подвиг, демографическая яма* и др.

Семья – это национальна идея:

Вот она – национальная идея. Семья с тремя детьми, обеспеченная всем необходимым. [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/17217170.shtml>].

Семья – это любовь, богатство и традиции:

Ведь многодетная семья равно богатая семья. Богатая традициями, богатая любовью, обеспеченная, счастливая. <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/17896255.shtml>

Семья - тоже государство, и для своего сохранения она требует любви. И понимания [URL: <https://rg.ru/2023/01/22/voskreshenie-cheburashki.html>].

Семья – это дети:

А смысл семьи – в детях. То есть не то чтобы в самих детях, в девчачьих бантиках и мальчишеских ссадинах на коленках, а в детях как продолжении, в детях – как непрерывности. Дети – это тот самый множитель. Все, чего достиг, следует передать дальше. Это закон жизни. Жизнь требует постоянного развития [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/14158969.shtml>].

Любовь к детям – это фундамент:

Мы боимся, что наши дети вырастут избалованными, и совершенно не переживаем, что они вырастут недолюбленными. Это очень печально, потому что подлинная искренняя любовь, которую ребенок испытывает в семье, становится фундаментом на всю жизнь. Если угодно, это такой оберег для человека [URL: <https://rg.ru/2023/09/03/razmyshleniia-pered-otkrytojdveriu.html>].

В данном фрагменте известный публицист Андрей Максимов пишет о том, что искренняя любовь и уважение к детям дает им опору в жизни.

Дети – это вера в Бога:

Вам не кажется, дорогой читатель, что человечество совершило огромную ошибку и продолжает, что особенно неприятно, за нее держаться? Человечеству все хочется, чтобы дети были такие, как взрослые. «Делай, как я! - едва ли не любимая команда любого родителя. Между тем стремиться-то надо к тому, чтобы стать как дети - все-таки им открыта дорога в рай. Часто, увы, мы заражаем детей взрослостью и не хотим лечить себя детством - его непосредственностью, любознательностью, любопытством, любовью к природе. Мне вообще иногда кажется, что дети даны нам для того, чтобы мы не позабыли про существование Бога [URL: <https://rg.ru/2023/10/29/rebenok-eto-zvuchit-gordo.html>].

Одной из важнейших проблем, которая становится все чаще ключевой темой колумнистов в СМИ, является проблема демографии (*спорят о демографии, стремительные темпы вымирания нации*):

Опять спорят о демографии. Ужасаются стремительным темпам вымирания нации. Сокрушаются из-за несознательности населения, которое никак не хочет размножаться. Ищут причины, пугают следствиями, взывают к совести. Выводят эту самую демографию из всего и все ей объясняют. Вооружаются ей как политическим аргументом. Она уже и цель и средство [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/15091610.shtml>].

Тема материнства и детей является одной из часто освещенных проблем в колумнистском дискурсе.

Идеологема *материнство* – вечный подвиг может иметь как положительный модус, так и отрицательный. Например:

У нас ведь как: то дети вместо цветов, то дети вместо кошек, то дети вместо молодости, и, в конечном счете выходит, что дети у нас вместо

радости. Материнство – это такой вечный подвиг и преодоление, оно всегда за счет чего-то и кого-то. Но если все так грустно, и этого больше никто не скрывает, то возникает вопрос: а зачем тогда вообще дети? [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/15487405.shtml>].

В данном примере материнство как подвиг – это *преодоление всегда за счет чего-то и кого-то*. Значение слова «преодоление» в русском языке преодолением или одолением затруднений, т.е. материнство рассматривается не как счастье и благодать, а как преодоление сложностей в современных реалиях.

Концепт СЕМЬЯ реализуется также идеологемами с отрицательным оценочным модусом, например *ярмо, роскошь*:

Семья как ярмо. И семья как роскошь URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/14158969.shtml>].

Семья рассматривается как некоторое бремя и роскошь, которую сложно себе позволить.

В своей колонке Екатерина Тимошенко размышляет о том, почему многодетные семьи становятся вымирающим видом и как это исправить.

В мире Инстасамки и Хаги Ваги, а также успешного успеха и популяризации богатой и беззаботной жизни, многодетные семьи становятся вымирающим видом, как динозавры. [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/17896255.shtml>].

В данном фрагменте семья сравнивается с *динозаврами*, а *многодетная семья* ставится в оппозицию к *миру Инстасамки и Хаги Ваги*. Употребление плеоназма *успешный успех*, эпитетов *богатая и беззаботная* к существительному *жизнь*, сравнения *вымирающим видом, как динозавры* позволяет автору выразить свою эмоциональную оценку относительно ситуации с поддержкой государством многодетных семей.

Концепт ОБРАЗОВАНИЕ в колумнистском дискурсе актуализируется идеологемами с положительным и отрицательным оценочным модусом.

В своей колонке журналист «Газеты.ру» Марина Ярдаева делится с читателями своими мыслями по темам воспитания и образования, проблемам взаимоотношения родителей, педагогов и учеников. Ключевыми идеологемами дискурса авторской колонки М. Ярдаевой являются: *ЕГЭ, битва за оценки, репетиторство как симптом, цифровизация, искусственный интеллект, маленький человек XXI века* и др.

Образование – это труд: *Вот только образование - это не карта лояльности и не покупка сертификатов в непонятной сетевой лавочке. Настоящее образование совсем не отменяет времени и труда, необходимого для создания чего-то нового. И само образование – труд. Причем труд этот не заканчивается с получением диплома. Это вроде бы очевидно, но приходится объяснять.* [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/13978712.shtml>]. Настоящее образование, по мнению, М.Ярдаевой, это постоянный труд.

В дискурсе Андрея Максимова правильные взаимоотношения школьников, педагогов и родителей, т.е. взрослых и детей, актуализируются с помощью слов *диалог, понимание и уважение*:

Диалог - вот единственная форма общения с ребенком. А не монолог взрослого, который все понимает.

Школьник требует не только понимания, но и уважения. Например, к своим собственным друзьям, к своему любимому человеку [URL: <https://rg.ru/2023/09/03/razmyshleniia-pered-otkrytoj-dveriu.html>].

Далее он пишет: *Дети нуждаются в понимании и поддержке родителей. И надо сильно постараться, чтобы эта необходимость превратилась в страх. Стоит ли стараться? Разве не лучше дружить со своими собственными детьми, видя в них полноценных и интересных людей?*

В данном фрагменте использование риторических вопросов позволяет автору заострить внимание на проблеме поддержки родителями детей.

Он отмечает, что призвание как желание заниматься чем-то интересным важнее, чем оценки и ЕГЭ:

Каков синоним слова «призвание»? Желание. Призвание - это страстное желание заниматься чем-либо, делать что-либо. Замечу, что на историю человечества повлияли только те люди, которые отыскивали свое призвание. Поэтому, если мы хотим, чтобы ребенок прожил интересную, значимую жизнь, надо постараться помочь ему отыскать любимое дело.

Это важнее, чем хорошие отметки или удачно сданный ЕГЭ. Те из читателей «РГ», которые любят свою работу, хорошо понимают, что призвание - опора в жизни. А с опорой всяко жить и проще и интересней [URL: <https://rg.ru/2023/09/03/razmyshleniia-pered-otkrytoj-dveriu.html>].

В данном фрагменте идеологемой является слово *призвание*, которое реализуется ключевыми словами *любимое дело, интерес, опора*.

По мнению А.Максимова, оценка – это унижение: ***Что такое оценка? Это способ унижить человека.*** Замечу, что во взрослой жизни оценок нет: за мои колонки в «Российской газете» или выпуски программы «Наблюдатель» на канале «Культура» мне никто не ставит «пять» или «три». Представьте себе, если бы за каждый шаг на вашей работе вам бы ставили оценку. Наши дети так живут одиннадцать лет [<https://rg.ru/2023/09/03/razmyshleniia-pered-otkrytoj-dveriu.html>].

ЕГЭ – это часто встречающееся ключевое слово в современных СМИ, репрезентирующее образование, в большей степени употребляется с отрицательный оценочным модусом:

ЕГЭ, великий и ужасный, кажется, все... сдулся [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/15211328.shtml>].

В данном примере идеологема *ЕГЭ* эксплицируется с помощью аллюзии на персонаж сказки «Волшебник Изумрудного города» (Гудвин, Великий и Ужасный), тем самым усиливается воздействующая функция.

Все спорят о пустяках: ЕГЭ – не ЕГЭ... В ЕГЭ нет ровно ничего хорошего, но и беды нет. Беда в том, что процентов 70 абитуриентов идёт изучать *болтологические специальности*, которые ни к какому делу не

приспособишь [URL: <https://lgz.ru/article/-31-6474-6-08-2014/volshebnyy-pinok/>].

Публицист Анастасия Миронова в своей колонке рассуждает о том, что бесплатные вузы стали доступны только богатым, например:

Проблема работающих студентов — это следствие сверхвысокой стоимости жизни. Жить стало так дорого, что учеба сделалась элитарной [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/17884195.shtml>].

Нынешнее состояние высшего образования в стране ведет к снижению уровня образования у молодых людей:

Что нас ждет? А снова — яма. Через несколько лет мы получим страну, в которой едва ли не большая часть 20-30-летних людей с высшим образованием работали во время учебы, меньше учились, для них упростили программы [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/17884195.shtml>].

Прецедентный феномен **Болонская система** употребляется только с отрицательной оценочной семантикой:

Болонская система была у нас карго-культом: имитацией внешней формы с сохранением старого содержания. Вернее, содержание только ухудшилось под влиянием новой формы. Наш привычный вузовский курс просто резали надвое [URL: <https://lgz.ru/article/-26-6840-29-06-2022/bolonskoe-pouchenie/>].

В данном примере с помощью слов *имитация*, *ухудшилось* и *резали* реализуется отрицательная оценочная семантика.

Сегодня высшее образование элитаризировалось. Сначала оно начало подстраиваться под работающих, программы урезали, ввели бакалавриат. По моему стойкому убеждению, Болонскую систему придумали исключительно для примирения с новой реальностью, в которой студентам учиться *некогда* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/17884195.shtml>].

Метафорическое употребление понятия «Болонская система» автору позволяет в ироничной форме высказать отрицательную оценку, тем самым реализуя воздействующую функцию:

***Болонская система нас бросила.** Примерно так, как одного жителя нашего посёлка бросила жена. Он долго хотел с нею развестись, но всё не решался, а она взяла да и нашла нового мужа и уехала с ним. Повезло парню. Вот и нам повезло* [URL: <https://lgz.ru/article/-26-6840-29-06-2022/bolonskoe-pouchenie/>].

Концепт КУЛЬТУРА реализуется в дискурсе авторской колонки идеологемами с положительным и отрицательным оценочным модусом. Авторские колонки Андрея Максимова, Александра Мельмана, Ольги Андреевой посвящены культуре.

В своей колонке в «Российской газете» известный журналист Андрей Максимов размышляя о силе искусства в тяжелые времена, пишет: *Никогда не понимал, почему музы должны молчать, когда говорят пушки. По мне так вообще все наоборот: только голос муз и может заглушить грохот орудий* [URL: <https://rg.ru/2022/02/28/pisatel-andrej-maksimov-rasskazal-o-vazhnosti-iskusstva-v-tiazhelye-momenty.html>].

Искусство – это *голос муз ничем не заглушаемый.*

***Искусство.** Тот самый голос муз ничем не заглушаемый. Необходимый всегда, но сейчас особенно* [URL: <https://rg.ru/2022/02/28/pisatel-andrej-maksimov-rasskazal-o-vazhnosti-iskusstva-v-tiazhelye-momenty.html>].

Важнейшая мысль автора о спасении души через искусство: *Вы никогда не думали, что душа - та самая, что очень сильна; та самая, что бессмертна - она ведь тоже устаёт. Иногда так, что ей хочется плакать. Иногда так, что, кажется: она не в силах ничего более воспринимать. И тогда душа наша нуждается в помощи. Если угодно в подпитке.*

Чем? Положительными эмоциями, вечной гармонией, красотой, которая, говорят, спасет мир.

Хотя сегодня, мне кажется, мир спасет теплота. Теплота свечей среди холодной погоды. Теплота стихов. Теплота людей, сидящих рядом и радующихся тому же, что и ты. Может быть, сегодня теплота спасет мир? [URL: <https://rg.ru/2022/02/28/pisatel-andrej-maksimov-rasskazal-o-vazhnosti-iskusstva-v-tiazhelye-momenty.html>].

Идеологемами можно выделить следующие лексические единицы: *вечная гармония, мир спасет теплота.*

Андрей Максимов пишет о том, почему начали переиздавать произведения Андрея Битова. Настоящее искусство всегда ориентировано на лучшие человеческие качества. Серьезная литература – это *тест на человеческое: Читать Битова непросто. Но необходимо. Как серьезную большую литературу. И как - тест на человеческое в себе самом* [URL: <https://rg.ru/2023/10/01/proverka-bitovym.html>].

А. Максимов рассуждает о том, что люди обсуждают насущные проблемы и сущностные фундаментальные вопросы образования и воспитания, о том, какую роль должен играть труд в школьном воспитании: *Насущные - это все, что про актуальное: про деньги, которые - где взять; про отпуск, который - куда поехать; про выходные, которые - как провести... А сущностные - про суть и про смыслы: про зачем человек живет; про зачем надо учиться, как и чему; про то, зачем человеку семья... Сущностные вопросы - это, по идее, фундамент: как мы ответим на главные вопросы, так и станем жить. Но это теория. Признайтесь честно, дорогие читатели, часто ли вы обсуждаете сущностные вопросы или у вас на насущные едва хватает времени и сил?* [URL: <https://rg.ru/2023/07/23/au-vzroslye.html>].

С помощью риторического вопроса автор привлекает внимание адресата к основной идее своей статьи.

Это очень и очень важно: серьезный разговор про суть. Вот, скажем, сегодня очень много говорят о том, какую роль должен играть труд в

школьном воспитании. Важнейшая тема! [URL: <https://rg.ru/2023/07/23/au-vzroslye.html>].

Концепт КУЛЬТУРА актуализируется также идеологемами с отрицательным оценочным модусом: *либеральная идеология, деятель пятой колонны, антироссийские месседжи* и др. Примером может послужить колонка Ольги Андреевой. Рассмотрим фрагменты:

Поэтому и театр, и кино – самые массовые из либеральных искусств. Поэтому, когда актер делится с вами своими политическими воззрениями, поделите это на десять. Его сценический инстинкт ищет бури, как будто в буре есть покой. Ну, покой не покой, но по крайней мере драматический конфликт. Когда бури нет, театральным людям скучно. А конфликты им с удовольствием ставят либеральные идеологи [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/7/4/1166096.html>].

*Не менее славен и руководитель «Современника» Виктор Рыжаков. За два с половиной года в этом театре Рыжаков успел войти в историю русского искусства парой знатных скандалов. В этом смысле удалась его «Диалоги» ко Дню Победы, в которых актеры обсуждали, а действительно ли священна Великая Отечественная. А еще был и спектакль «Первый хлеб», где снова досталось нашим ветеранам. После того как из театра стали массово бежать сотрудники, не выдерживавшие полета творческой фантазии Рыжакова, его тоже решили снять. И это понятно. Рыжаков так и не смог определиться, кто он – **крупный деятель пятой колонны** или режиссер. Спасибо Денкульту за то, что человеку помогли с выбором* [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/7/4/1166096.html>].

*Вместе театра и собственно искусства «Гоголь-центр» сосредоточился на политической повестке. Буквально каждый спектакль был полон **антироссийских месседжей**. Ну, а уж с началом спецоперации на Украине для «Гоголь-центра» и вовсе настал звездный час. Но не в творчестве, конечно* [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/7/4/1166096.html>].

Отношение к представителям культуры, которые покинули страну в сложный период, реализуется с помощью идеологем с отрицательным оценочным модусом: *Галина Леонидовна Юзефович, дочь известного писателя, Антон Владимирович Долин, сын популярного некогда барда, Анна Викторовна Монгайт, дочь культового журналиста. Нет, это не анонс передачи «Родился с золотой ложкой» на условном НТВ. Это сливки «не такого как все» класса; интеллектуальная наша элита* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/14555119.shtml>].

В данном примере публициста Марии Дегтеревой в качестве идеологем с отрицательным оценочным модусом можно выделить следующие лексические единицы: *сливки класса, интеллектуальная элита.*

Культура и ценности.

*Ну что же, Быков прав. Эпоха подъема с колен действительно отличается глубоким презрением к тем, кто последние 30 лет старательно осваивал «тайны свободы». Тем, кто клеветал на наше прошлое и настоящее. Кто вербовал нас в ряды «своих» и учил презирать всех, опирающихся на человеческую, а не на «свободную» мораль. Да, мы, «варвары», такие. Мы уважаем **честность и честь**. Мы презираем лжецов и лицемеров. Мы ценим **правду и человеческое достоинство**. Мы горим не похотью, а **любовью**, не завистью, а **гордостью**, не стремлением к элитарности, а подлинным **демократизмом**. Выбирая между «свободой» и «варварством», я осознанно выбираю второе, следуя по стопам еще одного великого русского «варвара», Александра Блока, гордившегося своим «скифством»* [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/8/18/1170342.htm>].

Идеологемы *честность, честь, человеческое достоинство, любовь, гордость, демократизм* обладают позитивной оценочной коннотацией.

Прецедентные имена могут выступать идеологемами, отражающими культурные ценности, например, *Пушкин, Толстой, Гоголь, Симонов* и др.

Если бы Симонову во время Великой Отечественной сказали, что когда-нибудь смыслом искусства станет отсутствие смысла и сердца, он бы

посмеялся в ответ. Но именно это мы сейчас и наблюдаем [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/5/20/1159145.html>].

*Если наша культура хочет вернуть себе саму себя, если она хочет снова стать аксиологически значимой, если она не хочет далее длить этот постмодернистский день сурка, ей придется заново учиться думать, чувствовать, страдать, верить в человека и собственную Родину, как это делали **Симонов и Друнина**. Я уверена, что это будущее захватывает сейчас воображение тысяч русских поэтов и художников. Впервые за 30 лет у русской культуры всё самое важное не в прошлом, а впереди [URL: <https://vz.ru/opinions/2022/5/20/1159145.html>].*

Идеология государства базируется на традициях и ценностях.

*В самом деле, ни одна цивилизация, враждебная к семье и материнству, не могла бы просуществовать долго, поэтому **семья и дети – это универсальная общечеловеческая ценность**. Идеология современной западной элиты – это идеология последовательного антинатализма, враждебности к чадородию [URL: <https://vz.ru/opinions/2023/10/3/1233011.html>].*

*Чтобы **противостоять гендерной идеологии**, важно разобраться, как она функционирует и как она достигла такого успеха на Западе. Любая идеология является средством достижения и удержания власти, и эта идеология – не исключение. Она – не про секс и не про права человека. Она – про власть, достигаемую путем манипуляции [URL: <https://vz.ru/opinions/2023/11/20/1240514.html>].*

Как показал анализ слов и словосочетаний, выражающих культурные идеологемы в дискурсе колумнистки, наблюдается тесная связь социокультурных идеологем с политическими.

Борис Акимов в своей колонке пишет об эстетике современной России. Рассмотрим примеры из его авторской колонки:

*Наше **русское эстетическое пространство** разорвано. В нем живет сразу несколько очень разных явлений. Тут, с одной стороны, вполне себе*

оформленный условный «русский Голливуд» – и это вовсе не кино, я имею в виду искусство в целом. Крепко сложенные культурные продукты на западный манер в музыке, кино, моде, театре, дизайне, архитектуре. Все действительно на хорошем уровне, но совершенно лишенное национального, родного. Шагать в строю глобального человечества в сторону его расчеловечивания мы вроде бы уже не собираемся. Но получается, что все еще шагаем. Или плетемся в конце колонны [URL: <https://vz.ru/opinions/2024/5/16/1267708.html>].

Национальные ценности описываются через идеологемы *Иконопись, храмы, отголоски фольклора, русское классическое искусство, Пушкин, Кремль, Тарковский, парад на 9 Мая*: С другой стороны, в том же русском эстетическом пространстве до сих пор живо-здорово, слава Богу, все то, что родилось когда-то в прошлом и несет в себе истинно национальные черты. *Иконопись, храмы, отголоски фольклора, русское классическое искусство, Пушкин, Кремль, патриарх и вообще одеяния русского духовенства, конные военнослужащие президентского полка, которых мы недавно видели на инаугурации, Тарковский, парад на 9 Мая*. Все это вызывает родные теплые ламповые чувства, но не кажется тем, что ведет нас куда-то в светлое русское будущее. Нам все это очень нужно, но в прежние времена при всем желании никто вернуться не может [URL: <https://vz.ru/opinions/2024/5/16/1267708.html>].

Национальным культурным ценностям противопоставляются «культурные продукты на западный манер» (*Святославы в лаптях, Инстасамка, Шаман*):

Святославы в лаптях, Инстасамка, Шаман: С третьей стороны, тут же обитает какой-то эстетический гибрид, который формально вроде бы пытается соединить миф о русском «добром прошлом» и миф о западном «прогрессивном будущем». И шагать куда-то в русское будущее. Получается не очень. Условные чат-боты *Святославы в лаптях, Инстасамка, Шаман*,

в общем, более-менее все то, что называется современной российской поп-культурой [URL: <https://vz.ru/opinions/2024/5/16/1267708.html>].

В данном фрагменте автор описывает современную российскую поп-культуру, которая представляет собой некий «эстетический гибрид».

Как показал анализ практического материала социокультурные ценности американцев связаны с патриотизмом, толерантностью, свободой совести, веротерпимостью, недопущением религиозного экстремизма, гендерным и расовым равенством и др.

Дэвид Брукс в своей колонке очень хорошо написал о важных для американцев институтах, которые смогут сохранить такие ценности как доброту, трудолюбие, мораль и воспитание:

The most important story about why Americans have become sad and alienated and rude, I believe, is also the simplest: We inhabit a society in which people are no longer trained in how to treat others with kindness and consideration. Our society has become one in which people feel licensed to give their selfishness free rein. The story I'm going to tell is about morals. In a healthy society, a web of institutions—families, schools, religious groups, community organizations, and workplaces—helps form people into kind and responsible citizens, the sort of people who show up for one another. We live in a society that's terrible at moral formation [URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2023/09/us-culture-moral-education-formation/674765/>].

Перевод: *Надо полагать, главная причина того, что американцы стали грустными и отстраненными, очень проста: мы живем в обществе, в котором людей перестали учить тому, как проявлять доброту и внимание к другим. Наоборот, общество формирует уверенность в том, что у человека есть право давать волю эгоизму. История, которую я собираюсь рассказать, касается морали. В здоровом обществе есть сеть институтов – семьи, школы, религиозные общины, общественные организации и места приложения труда, – которая помогает формировать добрых и*

ответственных граждан, способных проявлять заботу о ближнем. Наше же общество не дает никакого морального воспитания.

Социокультурные идеологемы в колумнистском дискурсе в американских СМИ актуализируют ценностные концепты **PATRIOTISM, VALUE OF MONEY, FAMILY, MARRIAGE, EDUCATION, TOLERANCE.**

Концепт PATRIOTISM в американской колумнистском дискурсе актуализируется идеологемами с положительным оценочным модусом: *American patriotism, American identity, national unity, sense of identity and belonging, e pluribus unum, powerful, patient, merciful, forgiving, national love* и др.

Колумнист Дэвид Брукс пишет о необходимости веры в патриотизм во время снижения важности патриотизма для американцев:

Because you're online so much you probably saw the Wall Street Journal/NORC poll that came out this week. It found that the share of Americans who say patriotism is very important to them has dropped to 38 percent from 70 percent since 1998. The share who say religion is very important has dropped to 39 percent from 62 percent. The share who say community involvement is very important has dropped to 27 percent from 47 percent. The share who say having children is very important has dropped to 30 percent from 59 percent [URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/30/opinion/patriotism-america-gen-z.html>].

Перевод: *Поскольку вы так много времени проводите в сети, вы, вероятно, видели опрос Wall Street Journal/NORC, который вышел на этой неделе. Он показал, что доля американцев, которые говорят, что патриотизм очень важен для них, снизилась с 70 до 38 процентов с 1998 года. Доля тех, кто говорит, что религия очень важна, снизилась с 62 до 39 процентов. Доля тех, кто говорит, что участие в общественной жизни очень важно, снизилась с 47 до 27 процентов. Доля тех, кто говорит, что иметь детей очень важно, снизилась с 59 до 30 процентов.*

Автор обращается к молодым людям, приводит статистику. Он связывает патриотизм с другими ценностями: религия, участие в общественной жизни, дети (*religion, community involvement, children*).

Патриотизм – это общность с американским народом (*sense of membership in a community*):

Personally, that kind of patriotism gave me a sense of identity and belonging. It ripped me from the prison of the present and placed me in a long procession of Americans — the dead, the living and the unborn. It broke through the walls that separate one person from another and gave me a sense of membership in a community so varied and so much to be treasured that I have never been able to hate Americans who differ from me politically [URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/30/opinion/patriotism-america-gen-z.html>].

Перевод: *Лично мне этот патриотизм дал чувство идентичности и принадлежности. Он вырвал меня из тюрьмы настоящего и поместил в длинную процессию американцев — мертвых, живых и нерожденных. Он прорвался сквозь стены, отделяющие одного человека от другого, и дал мне чувство принадлежности к сообществу, столь разнообразному и столь ценимому, что я никогда не смог бы ненавидеть американцев, которые бы отличались от меня политически.*

Patriotism: *sense of identity and belonging, sense of membership in a community*. С помощью метафоры автор выражает свое понимание патриотизма. Патриотизм вырвал его из тюрьмы настоящего (*ripped me from the prison of the present*), чтобы объединить со всеми американцами прошлого, настоящего и будущего (*placed me in a long procession of Americans — the dead, the living and the unborn*).

Патриотизм – это любовь к Америке:

Like you, I'm sure, I love America, but the love has changed. I started out with the child version: America is the greatest and most powerful country on earth [URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>].

Перевод: *Как и вы, я уверен, я люблю Америку, но любовь изменилась. Я начал с детской версии: Америка - самая величайшая и мощная страна на земле.*

Американский патриотизм представляется рациональным, эмоциональным и иррациональным:

*Smith's concept that opened the door for me is the idea that **American patriotism is both rational and emotional, irrational*** [URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>].

Перевод: *Концепция Смита, которая явилась для меня открытием, есть идея о том, что американский патриотизм является как рациональным, так и эмоциональным, то есть иррациональным.*
<https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>

Патриотизм связан с американскими идеалами:

*The core cluster of **American ideals** would certainly include **equality, inclusion, self-government, and aspiration, the idea that to be an American involves climbing upward to something.** We also have this unusual assumption that **America is not just a plot of land but also a project. We don't just live here. We have goals*** [URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>].

Перевод: *Основной кластер американских идеалов, безусловно, включает равенство, инклюзивность, самоуправление и стремление, идею о том, что быть американцем означает карабкаться вверх к чему-то. У нас также есть это необычное предположение, что Америка — это не просто участок земли, но и проект. Мы не просто живем здесь. У нас есть цели.*

Самокритичный характер американского патриотизма – self-questioning character:

*We seek to express **American ideals**, and when we do, it turns out we don't agree! **American patriotism, Smith writes, "is unique in its self-questioning***

character.” *We’re a tradition of conflict about our very foundations* [URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>].

Перевод: *Мы стремимся выразить американские идеалы, а когда мы это делаем, оказывается, что мы с ними не согласны! Американский патриотизм, пишет Смит, «уникален своим самокритичным характером». Мы — есть конфликт наших самых основ.*

Американский патриотизм – это вид эмоционального состояния (*empathy, a level of care*):

*Out of this activity, a certain sort of emotional state arises. As we argue over something we develop an **empathy for it, a level of care.** We develop a steady **loyalty and a gratitude for how it has made us certain sorts of people*** [URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html>].

Перевод: *Из этой деятельности возникает определенный вид эмоционального состояния. Когда мы спорим о чем-то, мы развиваем определенный уровень эмпатии и заботы. Мы развиваем устойчивую лояльность и благодарность за то, как это сделало нас определенными типами людей.*

Идеологемы *the cultural value of money, the family against money, cheap goods and services* актуализируют концепт **VALUE OF MONEY**.

Брэдли Девлин пишет о том, что политика глобализации привела в Америке к резкому снижению важности патриотизма, религии, семьи и детей. А культурная ценность денег растет:

*It’s also no surprise that Americans believe **the cultural value of money** is on the rise even as the true value of the dollar declines. Policies of globalization prioritized capital over the common man; cheap goods and services over steady jobs and strong communities* [URL: <https://www.theamericanconservative.com/the-wall-street-journal-takes-the-pulse-of-a-dying-america/>].

Перевод: *Также неудивительно, что американцы считают, будто культурная ценность денег растет даже тогда, когда истинная стоимость*

доллара снижается. Политика глобализации предпочитает простому человеку капиталы; стабильной работе и крепким общинам дешевые товары и услуги [URL: <https://inosmi.ru/20230331/opros-261831418.html>].

Деньги – это свобода:

Колумнист «Атлантик» Стивен Марш поднимает проблему семейной экономики и стремлению мужчин и женщин к свободе:

*The central conflict of domestic life right now isn't men versus women or mothers versus fathers; it's the **family against money**.*

*A year ago, after nine hours of labor, she received an epidural and immediately asked me to pass the iPad so she could send a note to work. I suggested that this time should be for us and for the little girl who was making her way into the world, but it's hard to argue with a woman who's eight centimeters dilated. Besides, why not send the note? Soon enough the baby, our second, would be out. The pause for an epidural was the most calm we would see for months. We are all in the thick of it, in the **mash-up of work and family**, in the confounding blur of everything, instantly, at once, the way life happens now. Why waste a moment?* [URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/07/the-masculine-mystique/309401/>].

Перевод: *Главный конфликт в семейной жизни сейчас — это не мужчины против женщин или матери против отцов; это семья против денег.*

Год назад, после девяти часов родов, ей сделали эпидуральную анестезию, и она тут же попросила меня передать iPad, чтобы она могла отправить сообщение на работу. Я предположил, что это время нужно посветить нам и малышке, которая только-только появилась на свет, но трудно спорить с женщиной, у которой раскрытие на восемь сантиметров. К тому же, почему бы не отправить сообщение? Совсем скоро ребенок, наш второй, должен был появиться на свет. Пауза между эпидуральной анестезии была самой спокойной, которую мы видели за несколько месяцев.

Мы все в гуще событий, в мешанине работы и семьи, в сбивающем с толку мельтешении всего терять мгновение? Зачем терять момент?

Семья vs деньги (family versus money):

The central conflict of domestic life right now is not men versus women, mothers versus fathers. It is family versus money. Domestic life today is like one of those behind-the-scenes TV series about show business. The main narrative tension is: “How the hell are we going to make this happen?” There are tears and laughs and little intrigues, but in the end, it’s just a miracle that the show goes on, that everyone is fed and clothed and out the door each day [URL:<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/07/the-masculine-mystique/309401/>].

Перевод: *Центральный конфликт семейной жизни сейчас — это не мужчины против женщин, матери против отцов. Это семья против денег. Сегодняшняя семейная жизнь похожа на один из тех закулисных сериалов о шоу-бизнесе. Главное повествовательное напряжение: «Как, черт возьми, мы собираемся это осуществить?» Есть слезы, смех и маленькие интриги, но в конце концов, это просто чудо, что шоу продолжается, что все накормлены, одеты и выходят на улицу каждый день.*

Пол Кругман пишет о потребительском буме (*consumption boom*) и лихорадке роскоши (*luxury fever*), которые охватила американцев:

*There are at least two reasons to question whether America's **consumption boom** is really a good thing* [URL:<https://www.nytimes.com/1999/06/01/opinion/money-can-t-buy-happiness-er-can-it.html>].

Перевод: *Есть по крайней мере две причины усомниться в том, что потребительский бум в Америке — это действительно хорошо.*

*And at least some of the rest is the result of what Robert Frank calls **luxury fever**: families with annual incomes of \$30,000 try to emulate the consumption of those with \$60,000, who try to emulate those with \$120,000, and so on. Ultimately we are all trying to keep up with the Gateses, and some of us really can't afford it*

[URL: <https://www.nytimes.com/1999/06/01/opinion/money-can-t-buy-happiness-er-can-it.html>].

Перевод: *И по крайней мере часть семей является результатом того, что Роберт Фрэнк называет лихорадкой роскоши: семьи с годовым доходом в 30 000 долларов пытаются подражать потреблению тех, у кого 60 000 долларов, которые пытаются подражать тем, у кого 120 000 долларов, и так далее. В конечном счете, мы все пытаемся не отставать от Гейтсов, и некоторые из нас действительно не могут себе этого позволить.*

Идеологемы *consumption boom* и *luxury fever* являются метафорическими выражениями и имеют отрицательный модус.

Концепты **FAMILY, MARRIAGE** актуализируются идеологемами с положительным и отрицательным модусом (*family values, the culture war, gay marriage, sacred bond, family stability as a fundamental issue, progressive family values* и др.).

Брак как священные узы:

Marriage joins two people in a sacred bond. It demands that they make an exclusive commitment to each other and thereby takes two discrete individuals and turns them into kin [URL: <https://www.nytimes.com/2003/11/22/opinion/the-power-of-marriage.html?searchResultPosition=1>].

Перевод: *Брак соединяет двух людей священными узами. Он требует, чтобы они взяли на себя исключительные обязательства друг перед другом, и тем самым берет двух отдельных личностей и превращает их в родственников.*

Брак как счастье в традиционном понимании:

*I wrote a column recently lamenting the decline in marriage rates, noting that a record half of American adults are now unmarried. As a long-married romantic myself, steeped in statistics suggesting that **marriage correlates with happiness**, I found that sad* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/05/29/opinion/marriage-sex-gender-divide.html>].

Перевод: *Недавно я написал колонку, в которой сожалел о снижении количества заключенных браков, отмечая, что рекордная половина взрослых американцев сейчас не состоят в браке. Как романтик, давно женатый и погрязший в статистике, предполагающей, что брак коррелирует со счастьем, мне это показалось грустным.*

Брак противопоставлен личному комфорту:

*Many women readers in particular dismissed **heterosexual marriage as an outdated institution** that pampers men while turning women into unpaid servants* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/05/29/opinion/marriage-sex-gender-divide.html>].

Перевод: *Многие женщины - читатели, в частности, отказались от гетеросексуальных браков как от устаревших учреждений, которые балуют мужчин, превращая женщин в бесплатных служанок.*

Традиционный брак или однополый брак:

Колумнист Росс Даутат затрагивает тему традиционного брака между женщиной и мужчиной и однополого брака. Он пишет о устойчивом сдвиге ценностей в американском обществе (*steady shift in values*):

*Since Frum warned that gay marriage could advance only at traditional wedlock's expense, the marriage rate has been falling faster, the out-of-wedlock birthrate has been rising faster, and the substitution of cohabitation for marriage has markedly increased. Underlying these trends is a **steady shift in values: Americans are less likely to see children as important to marriage and less likely to see marriage as important to childbearing (the generation gap on gay marriage shows up on unwed parenting as well) than even in the very recent past.*** [URL: <https://www.nytimes.com/2013/03/31/opinion/sunday/douthat-marriage-looks-different-now.html>].

Перевод: *С тех пор как Фрум предупредил, что однополые браки могут развиваться только за счет традиционного брака, число официально заключенных браков падает быстрее, число внебрачных детей растет быстрее, а тенденция замены брака сожительством заметно увеличилась. В*

основе этих тенденций лежит устойчивый сдвиг ценностей: американцы все реже считают детей важными для брака и все реже считают брак важным для деторождения (разрыв поколений в отношении однополых браков проявляется и в отношении неженатого родительства), чем даже в совсем недавнем прошлом.

О том, что союз между женщиной и мужчиной – это старый брачный идеал, который хотят защитить религиозные институты пишет Росс Даутат:

*Such honesty would make social liberals more magnanimous in what looks increasingly like victory, and less likely to hound and harass religious institutions that still want to elevate and defend the **older marital ideal**.* [URL: <https://www.nytimes.com/2013/03/31/opinion/sunday/douthat-marriage-looks-different-now.html>].

Перевод: *Такая честность сделала бы социальных либералов более великодушными в том, что все больше похоже на победу, и менее склонными преследовать и притеснять религиозные институты, которые все еще хотят возвысить и защитить старый брачный идеал.*

Брак противопоставлен свободе:

Свобода выбора является важнейшей ценностью современных американцев, поэтому брак будет рассматриваться как легко расторгаемый контракт (*easily canceled contract*):

*Today, **individual choice is held up as the highest value**: choice of lifestyles, choice of identities, choice of cellphone rate plans. **Freedom is a wonderful thing**, but the culture of contingency means that the **marriage bond**, which is supposed to be a sacred vow till death do us part, is now more likely to be seen as **an easily canceled contract**.* [URL: <https://www.nytimes.com/2003/11/22/opinion/the-power-of-marriage.html?searchResultPosition=1>].

Перевод: *Сегодня индивидуальный выбор считается высшей ценностью: выбор образа жизни, выбор идентичности, выбор тарифных планов сотовой связи. Свобода — это прекрасно, но культура случайностей означает, что брачные узы, которые должны быть священным обетом, пока*

смерть не разлучит нас, теперь, скорее всего, будут рассматриваться как легко расторгаемый контракт.

Семейная политика (*family policy*) – **это родительство и воспитание детей:**

*Family policy, the way that America supports (or doesn't) **parenthood and child rearing**, has always presented the best opportunity for serious bipartisanship in Joe Biden's presidency. It's an issue with real overlap between the left and right: Feminists and social conservatives, left-wing antipoverty activists and right-wing pro-natalists all agree that it's too hard to raise kids in America today. And it's an issue where the relevant interest group, the American family, isn't a partisan force or a pre-mobilized constituency — which is usually a weakness for its interests, but in a polarized moment might actually make legislation easier [URL: <https://www.nytimes.com/2021/02/06/opinion/sunday/mitt-romney-family-plan.html>].*

Перевод: Семейная политика, то, как Америка поддерживает (или не поддерживает) родительство и воспитание детей, всегда представляла собой наилучшую возможность для серьезной двухпартийности в президентство Джо Байдена. Это вопрос, в котором действительно пересекаются левые и правые: феминистки и социальные консерваторы, левые активисты, выступающие против бедности, и правые сторонники рождаемости — все согласны, что в сегодняшней Америке слишком сложно воспитывать детей. И это вопрос, в котором соответствующая группа интересов, американская семья, не является партийной силой или заранее мобилизованным электоратом — что обычно является слабостью для ее интересов, но в поляризованный момент может фактически облегчить принятие законов.

Франк Бруни рассуждает о том, что означает на самом деле семья:

Always a family is a troop that marches across the messy, majestic landscape of life with greater strength than any lone individual can muster [URL:

<https://www.nytimes.com/2015/10/25/opinion/sunday/what-family-really-means.html>].

Перевод: *Семья всегда представляет собой отряд, который марширует по хаотичному, величественному ландшафту жизни с большей силой, чем может проявить любой одинокий человек.*

С помощью метафоры (*family is a troop that marches, family is a troop that marches*) автор выражает свои эмоции относительно важности семьи в жизни отдельно взятого человека.

Идеологемы *policies for children, little angels, American children are particular* актуализируют концепт FAMILY:

By that I mean that I want our nation to grow, I want people to have as many children as they want to have, and I want those people who are on the fence about having children to feel encouraged about their ability to raise one [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/08/opinion/birth-rate-jd-vance.html>].

Перевод: *Под этим я имею в виду, что я хочу, чтобы наша нация выросла, я хочу, чтобы у людей было столько детей, сколько они хотят иметь, и я хочу, чтобы те люди, которые находятся на заборе, о том, чтобы дети чувствовали себя воодушевленными в своей способности воспитывать его.*

Идеологемы *moral formation, moral education, strong mass education, elite education, policies toward children* являются репрезентантами концепта **EDUCATION**.

Колумнист Николас Кристоф пишет о роли сильного массового образования в Америке, которая стала ослабляться:

*What distinguished the United States for more than a century and helped it become the world's leading economy was **strong mass education** that included widespread high school and college attendance, even as some European countries did better with **elite education**. But over the past 50 years, we've faltered in supporting and educating children overall as other countries have moved ahead*

[URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/07/opinion/american-children-failure.html>].

Перевод: *То, что отличало Соединенные Штаты на протяжении более века и помогло им стать ведущей экономикой мира, было сильное массовое образование, которое включало широкое посещение средних школ и колледжей, даже несмотря на то, что некоторые европейские страны преуспели в элитном образовании. Но за последние 50 лет мы заколебались в поддержке и образовании детей в целом, в то время как другие страны продвинулись вперед.*

The best metric for a society's future is how well it nurtures its next generation. So this election year, let's look beyond the political horse race and culture war to grill candidates on their policies toward children — and thus our country's future [URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/07/opinion/american-children-failure.html>].

Перевод: *Лучший показатель будущего общества — это то, насколько хорошо оно воспитывает свое следующее поколение. Поэтому в этом предвыборном году давайте посмотрим дальше политических скачек и культурной войны, чтобы допросить кандидатов об их политике в отношении детей — и, следовательно, о будущем нашей страны.*

В лексемах и лексических сочетаниях *strong mass education, elite education, policies toward children — and thus our country's future* заложена основная авторская идея, его идеологическая установка.

В своей колонке Николас Кристоф поднимает актуальные вопросы относительно школьного образования детей в Америке:

*A lovely aphorism holds that **education isn't the filling of a pail but the lighting of a fire.***

But too often, neither are pails filled nor fires lit.

One of the most bearish statistics for the future of the United States is this: Two-thirds of fourth graders in the United States are not proficient in reading.

*Reading may be the most important skill we can give children. It's the **pilot light of that fire*** [URL: <https://www.nytimes.com/2023/02/11/opinion/reading-kids-phonics.html>].

Перевод: *Прекрасный афоризм гласит, что образование — это не наполнение ведра, а разжигание огня.*

Но слишком часто ни ведра не наполняются, ни огонь не разжигается.

По грубым подсчетам будущее Соединенных Штатов таково: две трети учеников четвертого класса в Соединенных Штатах не будут уметь читать.

Чтение, возможно, является самым важным навыком, который мы можем дать детям. Аварийный огонек уже горит.

В данном примере важность образования репрезентируется метафорическими выражениями: *education isn't the filling of a pail but the lighting of a fire; Reading it's the pilot light of that fire.*

Дэвид Брукс, колумнист «Атлантик», рассуждает о моральном воспитании:

*Look, I understand why people don't want to get all moralistic in public. Many of those who do are self-righteous prigs, or rank hypocrites. And all of this is only a start. But healthy moral ecologies don't just happen. They have to be seeded and tended by people who think and talk in moral terms, who try to model and inculcate moral behavior, who understand that we have to build moral communities because on our own, we are all selfish and flawed. **Moral formation** is best when it's humble. It means giving people the skills and habits that will help them be considerate to others in the complex situations of life. It means helping people behave in ways that make other people feel included, seen, and respected. That's very different from how we treat people now—in ways that make them feel sad and lonely, and that make them* grow *unkind.* [URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2023/09/us-culture-moral-education-formation/674765/>].

Перевод: *Послушайте, я понимаю, почему люди не хотят быть моралистами на публике. Многие из тех, кто это делает, — самодовольные ханжи или лицемеры. И все это только начало. Но здоровая мораль не возникает сама по себе. Она должна быть посеяна и сохранена людьми, которые думают и говорят на языке морали, которые пытаются моделировать и прививать моральное поведение, которые понимают, что мы должны строить моральные сообщества, потому что сами по себе мы все эгоистичны и несовершенны. Мораль формируется лучше, когда она скромная. Это означает необходимость дать людям навыки и привычки, которые помогут им быть внимательными к другим в сложных жизненных ситуациях. Это означает помогать людям вести себя так, чтобы другие люди чувствовали себя включенными, увиденными и уважаемыми. Это очень отличается от того, как мы относимся к людям сейчас — так, что они чувствуют себя грустными и одинокими, и это заставляет их становиться недобрыми.*

Автор делится читателями мыслями о том, что в культуре, лишенной нравственного воспитания, поколения вырастают в морально неустойчивом мире.

Одним из актуальных тем, которая поднимается колумнистами – это дискриминация на почве расовой, религиозной, гендерной ненависти, борьба за права разных меньшинств и др.

Концепт **TOLERANCE** актуализируется идеологемам с положительным и отрицательным модусом: *gender equality, racial and gender preferences, discrimination against race and sex, gender frictions, gender tensions, gender divide, sexual degradation, humiliation and misogyny* и др. Например:

*As the United States grows more racially, culturally and politically fractionalized, let's acknowledge the obvious: Our diversity does not automatically make us stronger, as politicians and activists sometimes proclaim, but is a major contributor to our polarization. **Our best hope for civil coexistence is rediscovering***

the lost art of tolerance. [URL:

<https://www.washingtonpost.com/opinions/2023/03/24/diversity-tests-tolerance/>].

Перевод: *Поскольку Соединенные Штаты становятся все более расово, культурно и политически раздробленными, давайте признаем очевидное: наше разнообразие не делает нас автоматически сильнее, как иногда заявляют политики и активисты, но является основным фактором нашей поляризации. Наша лучшая надежда на гражданское сосуществование — заново открыть утраченное искусство толерантности.*

Колумнист «Вашингтон пост» Гэри Абернати пишет о том, что американцам необходимо заново открыть для себя утраченное искусство толерантности:

*If we try, we might discover that **tolerance can lead to a respectful, peaceful and even fruitful community of multifaceted people and ideas over time.** Let us pray for that — or, for the nonreligious, hope for it — politely tolerating one another’s right as Americans to choose either option.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2023/03/24/diversity-tests-tolerance/>].

Перевод: *Если мы попытаемся, то сможем понять, что толерантность может со временем привести к формированию уважительного, мирного и даже плодотворного сообщества многогранных людей и их идей. Давайте молиться об этом — или, для нерелигиозных, надеяться на это — уважать право друг друга как американцев выбирать любой из вариантов.*

Автор определяет толерантность как важнейшую идею американского народа: *Tolerance – respectful, peaceful fruitful community of multifaceted people and ideas.*

О проблеме расовых и гендерных предпочтений при приеме в колледж пишет колумнист «Нью-Йорк Таймс» Анемона Хартоколлис:

A conservative group filed a lawsuit against Northwestern University’s law school on Tuesday, claiming that its attempts to hire more women and people of color as faculty members violate federal law prohibiting discrimination against

race and sex. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/02/us/affirmative-action-lawsuit.html>].

Перевод: *Во вторник консервативная группа подала иск против юридической школы Северо-Западного университета, утверждая, что ее попытки нанять больше женщин и цветных людей на должность преподавателей нарушают федеральный закон, запрещающий дискриминацию в отношении расы и пола.*

Сюзан Антилла, журналист CNN, в своей публикации о дискриминации женщин в профессии журналиста и опирается на свой собственный опыт:

*Every woman who's worked in an office has her story about **discrimination** or, as they say in the HR confabs, "inappropriate behavior." Mine is the day I was chatting with colleagues in a newsroom some years back when I suddenly felt two meaty hands massaging my shoulders.*

"I'm not sure who you are," I said before turning to face my uninvited masseur. "But take your (expletive-deleted) hands off me."

The mystery hands belonged to my editor. [URL: <https://edition.cnn.com/2012/09/18/opinion/antilla-women-journalists/index.html>].

Перевод: *Любая женщина, работавшая в офисе, может рассказать свою собственную историю о дискриминации, или, как говорят на заседаниях в Конгрессе, о «неуместном поведении». Моя история такова. Как-то раз много лет тому назад я сидела в отделе новостей вместе с коллегами и разговаривала. Вдруг я почувствовала, как две мясистые руки начали массировать мне плечи.*

«Не знаю, кто ты такой, - сказала я, прежде чем повернуться лицом к своему незваному массажисту, - но убери от меня свои (бранное выражение - удалено) руки». [URL: <https://inosmi.ru/20120920/199537099.html>].

Часто звучащие темы в дискурсе американской колумнистики – это темы, связанные с домашним насилием и сексуальными домогательствами. Например, Николас Кристоф в своей колонке пишет о сексуальном насилии,

унижении и женоненавистничестве в Интернете (*sexual degradation, humiliation and misogyny*):

Society was also once complacent about domestic violence and sexual harassment. In recent decades, we've gained empathy for victims and built systems of accountability that, while imperfect, have fostered a more civilized society.

It's time for similar accountability in the digital space. New technologies are arriving, yes, but we needn't bow to them. It astonishes me that society apparently believes that women and girls must accept being tormented by demeaning imagery. Instead, we should stand with victims and crack down on deepfakes that allow companies to profit from sexual degradation, humiliation and misogyny. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/03/23/opinion/deepfake-sex-videos.html>].

Перевод: *Общество также когда-то было благодушно настроено по отношению к домашнему насилию и сексуальным домогательствам. В последние десятилетия мы обрели сочувствие к жертвам и создали системы привлечения к ответственности, которые, хотя и несовершенно, способствовали формированию более цивилизованного общества.*

Пришло время для подобной ответственности в цифровом пространстве. Новые технологии появляются, да, но нам не нужно им поклоняться. Меня удивляет, что общество, по-видимому, считает, что женщины и девочки должны смириться с тем, что их мучают унижительные образы. Вместо этого мы должны поддержать жертв и бороться с дипфейками, которые позволяют компаниям наживаться на сексуальной деградации, унижении и женоненавистничестве.

Автор подчеркивает, что в американском обществе создана система ответственности по отношению к домашнему насилию и сексуальным домогательствам, которая способствовала формированию цивилизованного общества (*In recent decades, we've gained empathy for victims and built systems of accountability that, while imperfect, have fostered a more civilized society*).

Проведенный анализ позволил прийти к следующему выводу: Идеологема в колумнистском дискурсе представляет собой глобальное

когнитивно-ментальное образование, прежде всего, динамичное, которое образует идеологию данного дискурса. Являясь единицами когнитивного уровня языковой личности колумниста, идеологемы выступают ключевыми лексическими единицами ценностной картины мира автора-колумниста.

2.2 Коммуникативная стратегия персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе и тактики ее реализации

Анализ теоретического и практического материала позволил прийти к выводу о том, что колумнистский дискурс основан на убеждении и внушении. В связи с этим коммуникативную стратегию персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе следует считать наиболее показательным и ярким.

Мы разделяем точку зрения Т.А. Чернышевой о том, что «в колонке обозревателя мы имеем дело с персуазивной коммуникацией, которая в самом общем виде определяется как ментально-речевое взаимодействие коммуникантов, реализующее попытку воздействия адресанта на ментальную сферу реципиента с целью изменения его поведения (побуждения к совершению / отказу от совершения определенных действий)» [Чернышева, 2008: 47]. Персуазивность «оказывается той стратегией, которая «объясняет» воздействующий механизм публицистических текстов, определяет их убеждающую силу» [Там же]. Коммуникативная стратегия персуазивности представляет собой «диалектическое единство концептуально-тематического плана адресанта по построению своего речевого высказывания/текста и процесса творческой (вариативной) реализации этого плана, направленного на достижение персуазивной цели адресанта» [Там же: 48].

Термин персуазивность происходит от латинского «persuasio» (уговаривание, мнение) и обозначает оценку говорящим объективного содержания предложения с точки зрения «достоверности / недостоверности».

Под персуазивностью принято понимать такую функционально-прагматическую характеристику текста, которая связана с реализацией

функции воздействия этого текста [Хутыз, URL: <http://catcut.net/6L4>]. Хотя в основе персуазивного процесса лежит вербальное сообщение, осуществляется он в первую очередь на ментальном уровне и подразумевает восприятие реципиентом установки, заложенной автором сообщения. А.В. Голоднов определяет персуазивность как способ оказания адресантом воздействия на оценки и мнения реципиента (его ментальную сферу) в целях регулирования его поведения в собственных интересах [Голоднов, 2003]. Таким образом, персуазивный процесс — это взаимодействие когнитивного характера, направленное на создание, восприятие и интерпретацию некоего смысла на уровне дискурса [Голоднов, 2011]. И.Ю. Логинова под персуазивностью понимает «тип ментального речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресантом осуществляется попытка преимущественно вербального воздействия на ментальную сферу реципиента с целью изменения его поведения» [Логинова, 2005: 240]. С.С. Борисова в своем исследовании, посвященном исследованию персуазивных стратегий в аналитическом медиадискурсе, отмечает, что персуазивность «как элемент медийного воздействия, а также как динамическая составляющая медиадискурса реализуется в медиатексте в форме стратегий и представляющих их инструментов, что предопределяет персуазивный характер медийной коммуникации [Борисова, 2016: 109]. Персуазивность в медиадискурсе она рассматривает как «процесс воздействия с помощью доказательств и аргументов с привлечением эмоционального потенциала высказывания» [Там же : 116].

А.В. Голоднов выделяет следующие основные виды частных персуазивных стратегий:

1) субъективное аргументирование – применение суждений, приемлемость которых для реципиента обуславливается их истинностью в субъективном мире эмоций;

2) объективное аргументирование – применение в качестве аргументов суждений, приемлемость которых для реципиента обуславливается их

истинностью в «социальном мире» конвенциональных норм или реальном мире [Голоднов, 2011].

С.С. Борисова систематизирует персуазивные стратегии и выделяет генеральную коммуникативно-персуазивную стратегию и частные стратегии персуазивности [Борисова, 2016: 147]. Частные стратегии персуазивности далее распадаются на рациональные инструменты персуазивного воздействия, эмоциональные инструменты персуазивного воздействия и ценностные инструменты персуазивного воздействия. Персуазивные стратегии, которые способствуют осуществлению персуазивного процесса, реализуются посредством комплекса тактик «тематического оформления и текстового кодирования коммуникативных действий под контролем соответствующей стратегической цели» [Голоднов, 2011]. Следовательно, если цель персуазивных стратегий заключается в достижении перлокутивного эффекта в процессе речевого воздействия, то персуазивные техники позволяют должным образом оформить реализацию вышеупомянутой стратегии в коммуникативном акте.

Дискурс колумниста отличается высокой степенью субъективности, эмоциональности, образности, экспрессивности и оценочности, что свидетельствует о том, что наряду с персуазивностью реализуется суггестивный воздействующий потенциал колумнистского дискурса.

Суггестивность понимается как скрытое речевое воздействие, воспринимаемое без критической оценки, внушение, наведение на мысли [Чернявская, 2012: 25]. М.Р. Желтухина определяет «суггестивность» как «процесс воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, связанный со снижением сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации» [Желтухина, 2007: 308]. Это значит, что суггестивное воздействие основано на эмоциональности и иррациональности, т.е. на внушении, косвенном воздействии, а не на аргументации.

Таким образом, в колумнистском дискурсе реализуется персуазивно-суггестивная стратегия, основанная на убеждении и внушении, маркерами

которой являются образность, эмоциональность, экспрессивность, оценочность, аргументативность и рациональность.

Целью персуазивно-суггестивного воздействия в дискурсе колумнистики является изменение эмоциональных, когнитивных или поведенческих установок адресата. Это значит, автор колонки должен «владеть и управлять» умом, мыслями и эмоциями адресата.

В изучении реализации персуазивно-суггестивной стратегии необходимо изучить соотношение таких понятий, как «коммуникативная стратегия», «тактика» и «речевой ход». В.Б. Кашкин считает, что коммуникативная стратегия является неотъемлемой составляющей коммуникативного поведения, или интеракции коммуникантов, в которой комплекс различных вербальных и невербальных средств репрезентации используется для осуществления коммуникативной цели. Коммуникативная тактика, по мнению В.Б. Кашкина, «более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса, по сравнению с коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений» [Кашкин, 2000: 136].

Речевая (коммуникативная) стратегия – это общий план, или «вектор», речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим/пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения [Сковородников, 2004: 6]. Тактика, «являясь в какой-то степени «частями» стратегии и разворачиваясь линейно (во времени и пространстве), тактике не предшествуют стратегии, не составляют ее, а реализуют» [Иванова, 2003: 7]. Тактика «соотносится с определенным этапом в осуществлении стратегии и направлена на реализацию отдельной коммуникативной задачи данного этапа» [Малышева, 2009: 207]. Тактика реализуется речевым ходом. Речевой ход мы понимаем как речевые акты, направленные на достижение коммуникативной цели. Так как речевой акт, как

известно, состоит из трёх актов: локутивного (произнесение высказывания), иллокутивного (использование высказывания для достижения цели с учетом условий её осуществления) и перлокутивного (достижение результата), то при реализации персуазивного речевого акта, как отмечает В.Е. Чернявская, «с очевидностью просматриваются две коммуникативно-прагматические интенции: (1) воздействовать на сознание адресата, его мнение, оценки; (2) побудить его к совершению определенных действий, так или иначе изменить, направить его поведение» [Чернявская, 2005: 65].

Данное исследование связано с изучением особенностей реализации авторской интенции в колумнистском дискурсе в современных СМИ. Процесс порождения дискурса авторской колонки определяется коммуникативным намерением дискурсивной личности колумниста, его интенциями. Персуазивная интенция – это «намерение продуцента убедить в правильности своего суждения, строго подчиненное мотивационной установке с целью достижения запланированной перлокуции» [Мощева, 2018: 51]. А убедить – это значит «изменить точку зрения адресата в свою пользу с помощью аргументов» [Желтухина, 2003: 67].

Персуазивно-суггестивное воздействие понимается нами как попытка использовать весь ресурс средств языка с целью заставить адресата изменить свою точку зрения на рассматриваемый предмет или получить соответствующую точку зрения на основе информации об уже оцененном объекте. Персуазивно-суггестивное воздействие может осуществляться с помощью рациональных аргументов и эмоциональной оценки.

Стратегия персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе реализуется прагмалингвистическими средствами, выраженные разной степенью аргументов и оценок. Аргументация — это «интеллектуально-речевая деятельность, сущность которой заключается в приведении доводов, аргументов с целью оправдания или опровержения какого-либо мнения, усиления или ослабления чьих-либо убеждений, изменения позиции другой стороны» [Буробин, 2003: 187].

В процессе актуализации идеологем и ценностных доминант дискурса колумнистики реализуются стратегия персуазивно-суггестивного воздействия через **тактику привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему, тактику доверительного диалога с адресатом, тактику рациональной аргументации, тактику субъективно-оценочной аргументации.** Рассмотрим подробно особенности языковой реализации данных речевых тактик в колумнистском дискурсе.

Тактика привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему

Данная тактика реализуется с помощью речевого хода языковой игры и речевого хода вопроса.

Установлено, что важнейшую роль в привлечение внимания адресата в авторской колонке играет заголовок, т.к. он сразу же бросается в глаза. Использование **речевого хода языковой игры** (трансформированные прецедентные тексты и фразеологизмы, авторские окказионализмы и метафоры) в заголовке способствует привлекают внимание адресата. Например:

Языковая игра, основанная на прецедентности: *WADA как Карфаген* [URL: <https://lgz.ru/article/-46-6621-22-11-2017/wada-kak-karfagen/>].

В данном случае имеется ввиду выражение: *Карфаген должен быть разрушен*, т.е. автор имплицитно выражает свое мнение относительно того, что WADA (Всемирное антидопинговое агентство) как общественная организация не должна существовать.

Трансформированный фразеологизм:

Семеро передла ждут [URL: <https://iz.ru/1713083/egor-sergeev/semero-peredela-zhdut>].

Автор пишет об итогах саммита G7 в Италии и использует в заголовке трансформированный фразеологизм «*Семеро одного не ждут*».

Женщинское лицо современной политики не вдохновляет. Одна из священных скрижалей феминизма: male pig chauvinism в политике приносит

одни беды. Но сколь гуманно и приятно женское правление в отличие от мужского? [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/3/14/1202391.html>].

М.Соколов использует окказионализм «женщинское» в сочетании «женщинское лицо современной политики» для выражения сарказма по отношению министра иностранных дел ФРГ Анналены Бербок.

Языковая игра на основе трансформированной пословицы: **Байден с возу** [URL: <https://iz.ru/1731101/konstantin-sukhoverkhov/baiden-s-vozu>].

В данном случае употребляется пословица «Баба с возу – кобыле легче», в измененном виде и выражает иронию. Автор вовлекает читателя в описываемую проблему выхода лидера США из президентской гонки.

Рассмотрим примеры на английском языке.

Колонка Даны Хеджпет в «Вашингтон пост»:

Don't cry, it's just spilled milk in a Virginia creek [URL: <https://www.washingtonpost.com/dc-md-va/2021/04/27/dont-cry-its-just-spilled-milk-virginia-creek/>].

Перевод: *Не плачь, это всего лишь пролитое молоко в ручье Вирджинии*

В заголовке используется трансформированная английская поговорка «*don't cry over the spilt milk*», означающая «не жалей о том, что нельзя изменить» в измененном виде. Автор подсвечивает экологическую проблему в штате Вирджиния.

Crying over plant-based milk

Перевод: *Плач по растительному молоку*

Для привлечения внимания в заголовке автор Брайан Оттенс использует ту же трансформированную английскую поговорку «*don't cry over the spilt milk*» [URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/crying-over-plant-based-milk/2018/10/24/07c65ac0-d6d8-11e8-8384-bcc5492fef49_story.html].

Далее он пишет: *Paul Shapiro made a great point in his commentary. The dairy industry is crying over spilled soy milk not because it believes consumers are actually being duped into thinking dairy-free milks have cow's milk in them. Rather,*

the industry is upset that more consumers want products such as almond milk because they recognize that cow's milk does a body good only if you're a calf.

Перевод: Пол Шапиро в своем комментарии сделал замечательный вывод. Молочная промышленность плачет из-за пролитого соевого молока не потому, что считает, что потребителей действительно обманывают, заставляя думать, что в безмолочных молочных продуктах есть коровье молоко. Скорее, воротилы молочной индустрии расстроены тем, что все больше потребителей хотят употреблять такие продукты, как миндальное молоко, потому что они понимают, что коровье молоко приносит пользу организму только в том случае, если вы теленок.

В данном случае автором также употребляется пословица «*don't cry over the spilt milk*», означающая «не жалея о том, что нельзя изменить» в измененном виде, подчеркивая проблему, возникшую в индустрии сбыта молочных продуктов в эпоху господства «немолочных» молочных изделий.

Распространённым приемом вовлечения адресата в проблему является **речевой ход вопроса** (использование вопросительных слов *почему, зачем, где, что делать, как быть* и др.). Например:

Второй же вопрос куда более практичен и конкретен: что там у них, в США, ещё «ускорение и гласность» или уже началась самая настоящая perestroika?

Но почему же тогда там всё ещё продолжаются геронтократические «гонки на лафетах»?

И когда наконец придёт и там к власти настоящий, условный «Михаил Сергеевич Горбачёв»? [URL: <https://lgz.ru/article/-26-6940-03-07-2024/klio-ulybnulas/>].

Колумнист Дмитрий Лекух пишет о предвыборных дебатах между действующим президентом Байденом и его предшественником Дональдом Джоном Трампом. С помощью вопросов автор вовлекает читателя в разговор, а свой сарказм по поводу возраста и немощности кандидатов выражает посредством употребления выражения с «геронтократические гонки на

лафетах». Выражение «гонки на лафетах» возникло еще в 14 веке во Франции в 14 веке, когда короли отправлялись на лафете в последний путь. А в данном случае данное выражение связано с советским периодом конца 20 века, когда престарелые генеральные секретари ЦК КПСС умирали друг за другом.

Активно используя вопросительные предложения уже в заголовке публикации, автор не только привлекает внимание читателя, но и вовлекает его в излагаемую проблему. Например:

Откуда *взялась мода на чужую жизнь*

Как не сойти с ума в окружении стремительно богатеющих людей

[URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19294861.shtml>].

Откуда *на самом деле у жены Зеленского Bugatti за 4,5 млн евро?*

История встречи искусственного интеллекта с человеческой безалаберностью

[URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19341307.shtml>].

Почему *в России зашкаливает градус детского беспредела?*

Малолетний маньяк должен сидеть в тюрьме, а малолетний дебил — в дурке [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19234825.shtml>].

Зачем *Россия отменяет террористический статус «Талибана»?*

Четыре плюса и один большой минус признания талибов [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19162213.shtml>].

Измены *потеряли смысл?*

Почему *россияне стали больше ценить верность в браке* [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19481281.shtml>].

Рассмотрим примеры колумнистов «Нью Йорк таймс».

How Do You Topple a Strongman? [URL:

<https://www.nytimes.com/2024/08/04/world/americas/maduro-regime-venezuela.html>].

Перевод: *Как свергнуть сильного человека?*

Колумнист Джек Никас пишет о победе на выборах президент Венесуэлы Николас Мадуро.

How YouTube took over our television screens [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/30/technology/youtube-streaming-tv.html>].

Перевод: *Как ютуб захватил экраны наших телевизоров*

How 2024 became the Zoom election [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/05/technology/how-2024-became-the-zoom-election.html>].

Перевод: *Как 2024 стал годом выбором по Зуму*

What Is the 'It' Water Bottle for Back-to-School Shopping? [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/01/style/back-to-school-owala-stanley-cup.html>].

Перевод: *Какая бутылка для воды подойдет для покупок перед школой?*

Who's Smiling Now? Nirvana and Marc Jacobs Settle Logo Lawsuit [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/20/arts/music/nirvana-marc-jacobs-smiley-face-logo-lawsuit.html>].

Перевод: *Кто сейчас улыбается? Nirvana и Marc Jacobs урегулировали судебный процесс по логотипу*

Is It Weird to Care About the Birthrate? [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/02/opinion/birthrate-jd-vance.html>].

Перевод: *Странно ли беспокоиться о рождаемости?*

Why Is the U.S. Still Pretending We Know Gender-Affirming Care Works? [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/12/opinion/gender-affirming-care-cass-review.html>].

Перевод: *Почему США все еще притворяются, что мы знаем, что гендерно-подтверждающий уход эффективен?*

Why Does the U.S. Arm Ukraine With Fanfare and Israel in Secret? [URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/04/27/opinion/us-arms-disclosure-ukraine-israel.html>].

Перевод: *Почему США с помпой вооружают Украину, а Израиль — тайно?*

Питер Кой в своей колонке в «Нью-Йорк Таймс» спрашивает: *Is It Possible the Democrats Were Hurt by a Strong Economy?* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/11/22/opinion/democrats-economy-election.html/>]

Перевод: *Возможно ли, что демократам навредила сильная экономика?*

Тактика доверительного диалога с адресатом.

Тактика доверительного диалога с адресатом реализуется использованием речевых ходов обращения, общности с адресатом и апелляции к собственному опыту.

Установление и поддержание взаимодействия с адресатом может осуществляться в разных формах: автор напрямую обращается к читателю с вопросом, советом, просьбой, заостряет его внимание на определенных значимых моментах и др.

Речевой ход обращения к адресату реализуется через использование вопросительных конструкций, например:

Кто же эти лидеры — политики, бизнесмены, ученые? Конечно, их в элитных рейтингах немало, но, нравится нам это или нет, во всем мире это преимущественно звезды шоу-бизнеса, кино и спорта. И здесь значимость Аллы Пугачевой приобретает просто эпические масштабы. [URL: <https://iz.ru/1387029/evgenii-safronov/nastala-alla>].

Вопрос способствует привлечению внимания читателя и апелляции к его эмоциональной сфере.

Вопрос может быть адресован читателю, например:

Вот вы, когда летите в самолете в отпуск или лежите на морском пляже (ох, неужели это скоро случится?!), что при этом читаете? Ну, конечно, Донцову там, Устинову... Детективы! И правильно делаете — а сколько можно себя грузить?! Мозг должен отдыхать, расслабляться. Ну, хотя бы месяц в году. Мой хороший товарищ, известный телеведущий, как-то сказал: «Я вечером прихожу домой и тупо смотрю американские боевики, ну, чтобы расслабиться». Он очень умный человек, этот телеведущий, а вот

поди ж ты... [URL: <https://www.mk.ru/social/tv-week/article/2014/04/24/1019929-evreyskiy-dedushka.html>].

Колумнист «Нью Йорк таймс» Николас Кристоф пишет о жестоком обращении с сельскохозяйственными животными, которых выращивают ради мяса и обращается к читателю с вопросом о приемлемости жестокого обращения с домашним скотом.

These are the moral contradictions we live with, and I think we tolerate them only because we don't reflect on them. So let's reflect. We have created a system of industrial agriculture that is exceptionally good at producing cheap meat, but only because it systematically abuses livestock. Are we really OK with that trade-off?

[URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/03/opinion/dogs-pets-animal-abuse.html>].

Перевод: *Это моральные противоречия, с которыми мы живем, и я думаю, что мы терпим их только потому, что не размышляем о них. Так что давайте размышлять. Мы создали систему промышленного сельского хозяйства, которая исключительно хороша для производства дешевого мяса, но только потому, что она систематически издевается над скотом. Действительно ли мы согласны с таким компромиссом?*

Использование вопросно-ответных конструкций:

Скажете: директора магазинов просто не в курсе, не читали?

Отвечу: *а зачем книжному директор, не имеющий привычки читать?* [URL: <https://www.pnp.ru/politics/a-ty-kupil-akunina.html>].

Да и кто сказал, что Пушкин не одобрил бы «Дубровского» в аниме-стиле? Чутье подсказывает — одобрил бы. Очень даже. Ну хвастался бы точно [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19326685.shtml>].

Мне мечтается, чтобы на артиста обращали внимание потому, что он играет лучше всех, а не скандалит лучше всех. Если звезды НЕ зажигают, значит, это кому-нибудь нужно? Хотелось бы знать - кому? Но точно не нам, зрителям. [URL: <https://rg.ru/2023/11/12/esli-zvezdy-ne-zazhigaiut-znachit.html>].

Приведем примеры на английском языке:

*And if the former president doesn't quite own it, he has definitely co-opted it. Nowadays, if you see a jacked-high pickup with four American flags, you either honk proudly or move three lanes away. There's a house on my block with a giant Trump flag hanging from the roof. **Do you ever see a Biden flag? Me neither, not once. Online, you can find dozens of American flags for sale with Donald Trump's name or face on them. Good luck finding one with Biden's** [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/06/13/reclaim-american-flag-trump/>].*

Перевод: *И если бывший президент не совсем владеет им, то он определенно его присвоил. В наши дни, если вы видите пикап с высоким домкратом и четырьмя американскими флагами, вы либо гордо сигналите, либо отъезжаете на три полосы. В моем квартале есть дом с гигантским флагом Трампа, свисающим с крыши. Вы когда-нибудь видели флаг Байдена? Я тоже, ни разу. В сети вы можете найти десятки выставленных на продажу американских флагов с именем или лицом Дональда Трампа на них. Удачи в поиске одного с флагом Байдена.*

But what have been the political effects? Have these huge spending programs increased working-class support for the Democratic Party? Are the Democrats reclaiming their mantle as the party of the working class?

The answer so far is unfortunately a resounding no. Biden's economic policy have done little to help the Democratic Party politically. In fact, the party continues to lose working-class support. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/22/opinion/bidenomics-working-class.html>].

Перевод: *Но каковы же политические последствия? Упрочили ли эти огромные расходы поддержку Демократической партии среди рабочего класса? Вернули ли себе демократы репутацию партии рабочего класса?*

Увы, на данный момент ответ резко отрицательный. Экономические меры Байдена никак не сказались на политических позициях Демократической

партии. Более того, партия продолжает терять поддержку рабочего класса.

Вопрос может быть адресован объекту критики, например:

А что же Грета? А Грета сыграла свою роль, Грета может уходить
[URL: <https://ria.ru/20210802/tunberg-1743904864.html>].

В данном примере используется прецедентное имя Грета (Грета Тунберг) и трансформированное изречение из литературного произведения – *Мавр сделал свое дело, мавр может уходить* (перевод с немецкого *Der Mohr hat seine Schuldigkeit getan, der Mohr kann gehen*). Это фраза из пьесы немецкого поэта Иоганна Фридриха Шиллера «Заговор Фиеско в Генуе».

Вопрос, адресованный объекту критики, используется для экспрессивного выражения отрицательной оценки.

Приведем пример на английском языке.

Ведущий колумнист консервативного американского издания Род Дреер критикует Голливуд и его навязывание детям через мультфильмы нового взгляда о сексуальном образовании и разнообразии полов. Аргументируя свою критику, автор обращается к читателю:

Now, what are you going to say when your four-year-old asks you what a pansexual is? A non-binary? Don't expect me to do your homework for you!

When Peppa Pig goes to Pride, as she inevitably will, you will need to familiarize yourself with the many other emblems indicating sexual orientation and desire, so you can initiate your children into what pop culture producers hold to be useful knowledge for tots. [URL: <https://www.theamericanconservative.com/blues-clues-pride-flags/>].

Перевод: *Что вы скажете, когда ваш четырехлетний ребенок спросит вас, кто такой пансексуал? Небинарный? Не ждите, что я буду делать за вас домашнее задание!*

Когда Свинка Пеппа пойдет на прайд, а это неизбежно произойдет, вам нужно будет ознакомиться со многими другими символами, указывающими на сексуальную ориентацию и желание, чтобы вы могли приобщить своих

детей к тому, что производители поп-культуры считают полезными знаниями для малышей.

Речевой ход общности с адресатом с помощью использования местоимений *мы, наши*, например:

Зайду издалека. Смотрите, у нас в спортзале иные занимаются в лифчиках. Не в спортивных топах или широких фитнес-бюстгальтерах, которые издалека можно принять за топ, а в лифчиках. [URL: <https://www.theamericanconservative.com/blues-clues-pride-flags/>].

*Возмущенные ростом расходов на автозаправках, жители Европы и США требовали положить этому конец от своего политического руководства. Однако Джо Байден, Борис Джонсон и прочие лидеры винили во всем Россию. Так ли это, **мы выясним** чуть позже, а пока **разберемся**, что такое *рецессия*.* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77960/15165662.shtml>].

Приведем пример на английском языке:

*To achieve this, **we need** not control AI but ensure its development aligns with globally agreed-upon ethical and meta-philosophical principles. **We should** ensure that diverse voices from across the globe contribute to AI research and application, and foster open dialogue about AI capabilities and limitations to build public trust and *prevent misuse*.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/08/04/sam-altman-ai-arms-race/>].

Перевод: *Для этого нам нужно не контролировать ИИ, а обеспечить его развитие в соответствии с согласованными на глобальном уровне этическими и метафилософскими принципами. Мы должны проследить, чтобы в исследованиях и применении ИИ принимали участие представители разных стран мира, и способствовать открытому диалогу о возможностях и ограничениях ИИ, чтобы укрепить доверие общества и предотвратить злоупотребления им.*

Речевой ход обращения к адресату реализуется с помощью использования местоимений *ты, вы*, глаголов повелительного наклонения, например, *представьте*. Например:

Все разговоры, которые мы с вами, дорогие читатели «РГ», ведем ежедневно с самыми разными людьми, можно разделить на две группы... Всего на две? Представьте себе! Это те беседы, в которых мы обсуждаем насущные проблемы; и те, в которых говорим о вопросах сущностных [URL: <https://rg.ru/2023/07/23/au-vzroslye.html>].

Судьба, а точнее – какое-то злое божество, заведующее бытом, периодически сталкивает меня с рынком столичной аренды. И мне есть что сказать, **дорогие товарищи!** [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/15499675.shtml>].

Это не научно-фантастический триллер, дорогие хипстеры, это реальная обстановка, в которой жила страна меньше 30 лет назад. Срок ничтожный, если вдуматься. И мое поколение в этой самой обстановке исхитрилось не только выжить, но и вырасти. Некоторые даже чего-то добились [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/16611919.shtml>].

В приведенных примерах речевой ход прямое обращение к адресату реализуется употреблением местоимений *ты* и *мы* (*мы с вами*), а также обращением «*дорогой читатель*», «*дорогие читатели РГ*», «*дорогие товарищи*», «*дорогие хипстеры*», глаголов повелительного наклонения (*Представьте себе, скажите мне*), что демонстрирует уважительное и в то же время неформальное, дружеское отношение к читателю.

Автор призывает к разговору читателя, например, в публикации критика колумниста Андрея Максимова:

А скажите мне, дорогой читатель, чем отличается балет от гимнастики под музыку? Мне кажется, именно этими взаимоотношениями человека и музыки. В балетах Антона Пимонова и Вячеслава Самодурова актеры не танцуют под музыку, а взаимоотносятся с ней. Это как... Не

знаю... Человек и море. Иногда человек подчиняется морской волне, иногда борется с ней, а подчас и заставляет волну подчиниться себе. Так это работает. [URL: <https://rg.ru/2022/07/11/na-schet-tri.html>].

Вопрос, прямое обращение к читателю, а также средства выражения субъективной модальности создают ощущение у читателя дружеских отношений с автором.

В конце своей статьи А.Максимов пишет:

*Три одноактных балета в Большом - не просто очередная победа знаменитого театра. Но шаг принципиальный. **Мы услышали** поразительную современную музыку и пожалели, что, увы, она столь редко звучит. **Мы увидели** первоклассных, мирового уровня танцовщиков. **Мы убедились, что у нас есть балетмейстеры, способные говорить с залом на современном языке балета*** [URL: <https://rg.ru/2022/07/11/na-schet-tri.html>].

В данном случае употребление местоимения «мы» позволяет автору быть в интеллектуальной общности с читателем.

Рассмотрим пример на английском языке:

*Personally, I wish Democrats would spend less time on dumb, reactionary policies like rent control. That reeks of panic in the Biden campaign. I wish they would champion the abundance agenda that people like Derek Thompson and my colleague Ezra Klein have been writing about. **We need to build things.** Lots of new homes. Supersonic airplanes and high-speed trains* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/18/opinion/maga-trump-vance-democrats.html>].

Перевод: *Лично я хотел бы, чтобы демократы тратили меньше времени на глупую, реакционную политику, такую как контроль арендной платы. Это попахивает паникой в кампании Байдена. Я хотел бы, чтобы они отстаивали программу изобилия, о которой писали такие люди, как Дерек Томпсон и мой коллега Эзра Кляйн. **Нам нужно строить.** Много новых домов. Сверхзвуковые самолеты и высокоскоростные поезда.*

*There is almost certainly a left turn you hate. **Think** of it now. **Imagine** all the extra seconds of podcast you've listened to waiting for the one left-turner who's blocking 15 other cars* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/06/24/ban-left-turns-trump-biden-debate-sundresses/>].

Перевод: *Почти наверняка есть поворот налево, который вы ненавидите. Подумайте об этом сейчас. Представьте себе все лишние секунды подкаста, которые вы прослушали, ожидая того единственного поворачивающегося налево, который загоразживает 15 других машин.*

Тактика доверительного диалога с адресатом реализуется также через **речевой ход апелляции к собственному опыту**, т.е. автор делится со своими читателями своим собственным опытом, своими переживаниями, своими мыслями, тем самым создается атмосфера доверительного отношения с читателем. Например:

***Лично для меня и конкретно моей жизни** обсуждаемый законопроект важнее. Мой муж за мной с кулаками не бегаёт и не побежит. **У меня, как и у любого другого человека,** который хоть сколько-нибудь активен в интернете, да ещё публикуется в СМИ и появляется изредка в телевизоре, другие проблемы. **Я отлично знаю,** что нам срочно нужно принимать меры по защите от масс, хлынувших в интернет. Потому что стало очень много злоупотреблений и девиаций. Когда ты на виду у миллионов, среди них обязательно найдётся несколько человек, которые будут настойчиво желать с тобой познакомиться* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19315261.shtml>].

В данном случае автор делится не только своим опытом и убеждениями, но и своим эмоциональным настроением.

Апелляция к личному опыту повышает доверие читателя к автору. Например:

*Вы знаете, **я выросла** в очень непростой среде. Это самая страшная рабочая окраина Тюмени. **Мы с мамой** жили в пансионате, где у всех были*

комнатки по 9 и 12 кв. м. **У нас** по коридорам шатались пьяные, несколько раз они нам вышибали дверь. **Я** боялась ходить одна на свой восьмой этаж — на лестнице ребенка могли схватить. Между прочим, ничего с тех пор в тех пансионатах не изменилось: в 2021 году девочку Настю из моего дома детства схватили в пансионате, изнасиловали и упаковали в полиэтилен. **В моем детстве** это тоже было, **мы все** очень боялись.

Но знаете, чего **мы** боялись еще больше? Стать проститутками! **Нас** пугали, что если мы будем плохо учиться, плохо себя вести, гулять с плохими компаниями, то станем проститутками. **Я лично** страшно боялась остаться в своем пансионате и сгнить там. **Моя мама** больше всего боялась, что **мы** не успеем получить полагающуюся нам квартиру и уехать оттуда. Это было очень страшно [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19449325.shtml>].

Колумнист ведет обычно повествование от первого лица, что создаёт у читателя ощущение личной беседы с автором и доверительных отношений.

Кстати, **я еще помню**, как в моем детстве в Тюмени были... итальянские гастарбайтеры. И помню турецких. Болгары на заработки к нам ездить перестали вообще лишь в середине 2000-х. **Это я говорю** для не верящих в быстрые перемены. **Не слушайте тех**, кто говорит, будто Россия безнадежно отстала, — они не способны понять, что несколько десятилетий для истории ничто, дабы преодолеть тяжелое наследие 1990-2000-х, хватит и 10 лет. [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/15414817.shtml>].

Рассмотрим пример на английском языке:

*And who knows? **Maybe** he'll be Harris's surprise pick. **Maybe** Raimondo or even Whitmer, coaxed into the race, will be chosen. **But probably not.** And before they're passed over, **I** want to give them their due* [URL:<https://www.nytimes.com/2024/08/01/opinion/vice-president-whitmer-buttigieg.html>].

Перевод: *И кто знает? Может быть, он станет неожиданным выбором Харриса. Может быть, Раймондо или даже Уитмер, которых уговорили принять участие в гонке, будут выбраны. Но, скорее всего, нет. И прежде чем их обойдут стороной, я хочу отдать им должное.*

Повтор слова «*maybe*» как средства выражения субъективной модальности, наречие «*probably*», местоимение «*I*», а также вопросительное предложение способствуют реализации тактик доверительного отношения автора с адресатом.

***I have been asked** whether this move was in protest of Trump's appearance. It was more than that. **As I will explain, I objected** to the format, which I rightly feared would allow a White politician to make our Black press advocacy organization into an instrument of his agenda. **I am a longtime NABJ member and award-winner.** I love this community dearly. But I could not be part of the production and promotion of performative, journalistic charades that degrade our communities, and further undermine trust in our profession. **I would not participate** in a circus that I knew would cause pain to members. The NABJ convention has long been a source of healing and rejuvenation for Black journalists, many of whom save their own funds to attend. [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/08/01/trump-nabj-humiliation-spectacle/>].*

Перевод: *Меня спрашивали, был ли этот шаг в знак протеста против появления Трампа. Это было нечто большее. Как я объясню позже, я возражала против формата, который, как я справедливо опасалась, позволит белому политику превратить нашу организацию по защите интересов черной прессы в инструмент своей повестки дня. Я давний член NABJ и обладатель наград. Я очень люблю это сообщество. Но я не могу участвовать в создании и продвижении перформансов, журналистских шарад, которые унижают наши сообщества и еще больше подрывают доверие к нашей профессии. Я не стала бы участвовать в цирке, который, как я знала, причинит боль членам сообщества. Съезд NABJ уже давно стала источником исцеления и*

омоложения для чернокожих журналистов, многие из которых экономят свои средства, чтобы посетить его.

Тактика рациональной аргументации.

Очень емко Н.В. Данилевская пишет о важности ориентации автора медиатекста на доказательства, аргументы и факты. «Сегодня в условиях обострившегося идеологического противостояния как в международных отношениях, так и внутри российского общества проблема доказательности выдвигаемых журналистами или политиками суждений приобретает особую значимость. Прежде всего это связано с основной задачей журналистики – формировать общественное мнение. Вброшенное в медиaprостранство журналистское высказывание о чем-либо, не подвергнутое объективной аргументации, но обильно снабженное личными эмоциями и субъективными ощущениями, способно сформировать в определенной части общества подобное же субъективно-эмоциональное отношение к предмету обсуждения, зачастую далекое от реальной действительности» [Данилевская, 2023: 153]. На наш взгляд, все выше сказанное отражает важнейшую характеристику колумнистского дискурса – убеждающая аргументация.

Речевой ход апелляции к количественным аргументам.

В рамках данной коммуникативной тактики используются лексические средства **апелляции к количественным аргументам**. Например, используются факты, цифры, статистика, точные данные, чтобы вызывать доверие у адресата, например:

За годы работы Рахманова на посту в ОСК были провалены сроки строительства ледокола «Виктор Черномырдин». Контракт на строительство этого самого большого и мощного неатомного ледокола был заключен с Балтийским заводом еще в 2011 году. Уже после заключения Балтийским заводом договора-подряда с верфью Nordic Yards (Германия) на изготовление надстройки для судна и внесения аванса за эти работы в сумме 223 млн рублей выяснилось, что при проектировании ледокола были допущены серьезные ошибки. Контракт приостановили. В 2014 году

*надстройку решили делать в России. Но вернуть часть аванса не удалось. Сдача дизельного судна планировалась на **2015 год**, но сроки постоянно переносили. В **2017 году** было принято решение достраивать ледокол «Виктор Черномырдин» на Адмиралтейских верфях. После этого его строили еще три года и спустили на воду только **в конце 2020 года**. То есть судно строили почти **10 лет!** По оценкам экспертов, стоимость строительства ледокола за это время выросла **в 1,5 раза** — с **7,95 млрд до 12 млрд рублей**. [URL: <https://iz.ru/1442612/kristina-sumskaia/ne-poiti-na-dno>].*

В данном фрагменте из авторской колонки Кристины Сумской в «Известиях», посвященной проблемам строительства флота в современной России, речевой ход апелляции к количественным аргументам реализуется за счет использования точных дат, цифр, суммы денег.

*Инфляция в Аргентине за годы правления нынешнего президента выросла с **54% до более 110%** (в октябре в годовом исчислении она превысила так и все **140%**). Нацвалюта песо только в текущем году **девальвировалась на 60%**, ставки по кредитам **превышают 130%**, **40%** аргентинцев живут за чертой бедности. В этой ситуации уже никто из голосовавших за Милея особо не вчитывался в «избирательную программу» правого либертарианца. Пусть, мол, разрушит всю эту прогнившую систему «до основания, а затем...». [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/bovt/17916079.shtml>].*

В приведенном примере используется сочетание цифр, процентных данных с интертекстуальными вкраплениями (*разрушит до основания, а затем*), с оценочными лексическими единицами (*прогнившую систему*).

*Опрос также показал, что с проблемами за последний год сталкивались **66%** пассажиров такси. **29%** респондентов отметили, что водитель приезжал не в то место, куда его вызывали, еще столько же сталкивались с отменой заказа таксистами, **25%** пожаловались на неаккуратное вождение, а **14%** — и вовсе на нарушение правил. **13%** потребителей попались слишком навязчивые и болтливые водители, а **7%** — сильно уставшие, столько же рассказали, что таксисты пытались завышать оговоренную цену, к **11%***

россиян приезжали машины в откровенно плохом состоянии, 10% слишком долго ждали авто. [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19400947.shtml>].

В данном случае М.Ярдаева с помощью процентных данных аргументирует свои рассуждения относительно проблем с такси в регионах и почему россияне стали реже ездить на такси.

О тарифах, налогах, которые растут, о том, что бремя ляжет на американцев, главным образом на бедняков, пишет колумнист Пол Кругман:

The average U.S. tariff on imports from China rose in 2018 and '19 to about 21 percent, from about 3 percent, an increase of 18 percentage points. The only way that could not have raised prices for American consumers would have been for Chinese companies to have cut their U.S. prices by a similar amount. But they didn't: The average price of imports from China fell only around 2 percent, and even that small decline might have been a continuation of a long-term trend of falling Chinese export prices [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/02/opinion/tariffs-trump-china-taxes.html>].

Перевод: *Средний тариф США на импорт из Китая вырос в 2018 и 2019 годах примерно до 21 процента с примерно 3 процентов, увеличившись на 18 процентных пунктов. Единственным способом не поднимать цены для американских потребителей, было бы снижение цен китайскими компаниями в США на аналогичную величину. Но они этого не сделали: средняя цена импорта из Китая упала всего примерно на 2 процента, и даже это небольшое снижение могло быть продолжением долгосрочной тенденции падения цен китайского экспорта.*

Свои рассуждения автор подкрепляет процентными данными, что повышает доверие адресата к его колонке.

Some information emerges from classified briefings. The Washington Post reported last month that the administration had told Congress that it conducted more than 100 arms transfers to Israel, including an enormous range of missiles, bombs and small arms. The Israeli press has reported that 244 cargo planes and 20

ships have delivered more than 10,000 tons of U.S. military assistance to Israel.
[URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/04/27/opinion/us-arms-disclosure-ukraine-israel.html>].Перевод: *Некоторая информация появляется из секретных брифингов. В прошлом месяце Washington Post сообщила, что администрация сообщила Конгрессу, что она осуществила более 100 поставок оружия Израилю, включая огромный спектр ракет, бомб и стрелкового оружия. Израильская пресса сообщила, что 244 грузовых самолета и 20 кораблей доставили более 10 000 тонн военной помощи США Израилю.*

Речевой ход апелляция к авторитету.

Одним из аргументов является апелляция к авторитету. Апелляция к авторитету – это «ссылка на мнение или действия лица, прекрасно зарекомендовавшего себя в определенной области деятельности своими суждениями или поступками для усиления собственной коммуникативной позиции» [Салаханова, 2006: 16].

Апелляции к авторитету реализуется ссылкой на авторитетное лицо, цитированием известной личности.

Например, Кристина Сумская в своей колонке затрагивает проблему рынка интеллектуальной собственности и приводит цитату Михаила Жванецкого:

Принимая решение, апелляционный суд фактически наказал слушателей, которые не имеют теперь доступа к лицензионному контенту с записями монологов Михаила Жванецкого, принадлежащими «Мелодии» — ведь на время судебного разбирательства записи были заблокированы и сейчас недоступны к прослушиванию. В связи с этим нельзя не вспомнить знаменитую цитату самого Михаила Михайловича Жванецкого: «Мыслить так трудно, поэтому большинство людей судит». [URL: <https://iz.ru/1719704/kristina-sumskaia/kto-smeetsia-poslednim>].

Дмитрий Самойлов рассуждает о том, почему мир нам ничего не должен. Чтобы убедить адресата в своей позиции использует в первом случае

цитату Людвиг Витгенштейна, а во втором случае обращается к мысли русского философа Василия Розанова:

Философ Людвиг Витгенштейн сказал: «Мир не имеет по отношению к нам никаких намерений». И это единственно возможная взрослая точка зрения. Мир ничего нам не должен, и нужно помнить о том, что все, появляющееся в нем, существует по каким-то своим причинам, а не для того, чтобы удовлетворить наши ожидания.

*Ни Париж, ни Нью-Йорк сами по себе не лучше Москвы или Воронежа. Там могут быть блестящие фасады и художественно ценные завитушки на барочных домах. Все это радует взгляд и отзывается теплотой в сердце, но не помогает жить. **Во второй раз упомяну в этом тексте философа, но теперь русского — Василия Розанова. Он как-то написал, что жизнь — это ледяная прорубь. Вот из этого и нужно исходить. Точнее, не то что нужно, а, скажем так, имеет смысл.** [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19358719.shtml>].*

Анатолий Макаров в «Литературной газете» пишет о заносчивости представителей современной богемы и ссылаясь на писателя Василия Аксёнова использует слово «богемицики»:

Эти непутёвые «богемьены», или, как писал Василий Аксёнов, «богемицики», свою неважно одетую публику, тот самый народ, из которого вышли, любили и почитали куда больше, чем официальную элиту в костюмах из закрытого распределителя или магазина сети «Берёзка». Можно сказать, что классическая российская богема представляла за безъязыкий народ в высоких сферах искусства и в залах партсъездов, а в дни душевной смуты безотчётно искала у него поддержки. Даже те, кто покинул Родину. [URL: <https://lgz.ru/article/-41-6756-14-10-2020/bogema-i-bomond/>].

Алексей Черняков в своей колонке рассуждает о русском рэпе и в подтверждение своих мыслей в качестве аргументов упоминает имя авторитетного лица:

Довольно неожиданно с творчеством русских рэперов перекликается поэзия еще одного «культового» автора XX века – Иосифа Бродского. Он также часто уходит от силлаботоники (хотя, конечно, не так, как Маяковский), как бы «расшатывает» стих изнутри, обожает внутрстиховой перенос (анжамбеман), сложно и нетривиально конструирует рифму, прозаизирует поэтическую форму — именно эти приемы мы регулярно находим у наиболее интересных в плане поэзии русских рэперов [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19362031.shtml>].

Речевой ход апелляции к авторитету достаточно часто используется американскими колумнистами. Например:

*My favorite definition of dynamism is adapted from the **psychologist John Bowlby**: All of life is a series of daring explorations from a secure base. If Democrats are to thrive, they need to offer people a vision both of the secure base and of the daring explorations.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/18/opinion/maga-trump-vance-democrats.html>].

Перевод: *Мое любимое определение динамизма взято у психолога Джона Боулби: Вся жизнь — это серия смелых исследований с надежной базы. Если демократы хотят процветать, им нужно предложить людям видение как надежной базы, так и смелых исследований.*

В данном примере идет отсылка к авторитетному имени для аргументирования своего мнения.

Также: *It is a truth universally acknowledged that an American billionaire, in possession of sufficient fortune, must be in want of a Supreme Court justice.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2023/06/23/supreme-court-sponsors-justices-satire/>].

Перевод: *Общепризнанно, что американский миллиардер, обладающий достаточным состоянием, должен нуждаться в правосудии Верховного суда.*

Здесь автор подражает знаменитой вступительной строке романа Джейн Остин «Гордость и предубеждение»: «It is a truth universally acknowledged, that a single man in possession of a good fortune, must be in want of a wife».

Тактика субъективно-оценочной аргументации.

Тактика субъективно-оценочной аргументации основывается на апелляции к эмоциям и ценностям адресата. Воздействие на эмоциональную и ментальную сферу адресата осуществляется с опорой на субъективную оценку, аксиологемы, стереотипы, прецедентность.

Языковыми маркерами реализации тактики субъективно-оценочной аргументации в дискурсе колумниста являются эмоционально-оценочные лексические единицы, лексические единицы с положительной и отрицательной оценкой, стилистические средства, прецедентные тексты, фразеологизмы и др.

Речевой ход апелляции к эмоциям адресата реализуется посредством употребления эмоционально-оценочной лексики. Например, использование разговорной и сниженной лексики позволяет автору колонки выразить негативную оценку или критику относительно какой-либо личности или события. Например:

Создается впечатление, что под соусом войны, которая очень плохо вяжется с зелеными фантазиями, эти фантазии было решено просто похерить. «Время трудное, русский варвар необычайно силен, так что разве когда-нибудь потом». Так ВПК не дает вовсе убить западное хозяйство. [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/8/25/1226414.html>].

В данном примере М.Соколов для выражения критики непостоянства позиции западных стран относительно зеленого перехода использует слово «похерить», которое в Толковом словаре Ушакова идет с пометой «разговорный фамильярный».

Министерка иностранных дел ФРГ, в прошлом воздушная гимнастка Анналена Бербок. Ее коллега по кабинету, в прошлом филолог-германист, а теперь вице-канцлер и министр экономики Роберт Хабек. Финляндская

премьерка, в прошлом продавщица в сельпо Санна Марин. [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2022/10/22/1183137.html>].

В данном случае М.Соколов специально в целях уничижения использует слова-феминитивы «министерка», «премьерка», которые больше употребляются в разговорной речи, по отношению к политикам Анналены Бербок и Санны Марин, которые представляют европейскую демократию и являются, по мнению автора, «случаями служебного несоответствия».

Использование разговорной лексики и фразеологизмов придает медиатексту авторской колонки непринужденный живой характер, что привлекает читателя:

Впрочем, Маргулис — абсолютно автономный в своей желтой подводной лодке, плывет куда хочет и ни от кого не зависит. Пусть они все там вокруг сойдут с ума от своей крутизны, Маргулису пофиг. Он как глоток свежего воздуха на четвертой кнопке. Никогда, ни за что не притворяется, ничего из себя не изображает. Вот такой, какой есть. [URL: <https://www.mk.ru/social/2022/01/11/margulis-s-kvartirnikom-kak-glotok-svezhego-vozdukha.html>].

Использование эмоционально-оценочной лексики позволяет автору колонки воздействовать на эмоциональную картину мира адресата и убедить его в правильности своей позиции. Например, Павел Садков пишет о том, почему театр стал искусством для небольшого круга избранных и, что простому зрителю на современных спектаклях скучно и непонятно:

На сцене разворачивалось... Нет, текло... Нет, просто лежало совершенно мертвое действо. Актеры выжимали из реплик и диалогов все, что могли. Демонстрировали пластичность, мгновенно перевоплощались, показывали сценки, которые, наверное, можно вводить в учебники. Но спектакль не переставал быть чудовищной тяготиной. Ко мне вернулось забытое душераздирающее школьное чувство, что этот идиотский урок биологии никогда-никогда не закончится [URL: <https://www.kp.ru/daily/27589.5/4915003/>].

Автор, используя эмоционально-оценочные слова («чудовищная тягомотина», «душераздирающее школьное чувство», «идиотский урок») с отрицательной характеристикой, высказывает свое отношение к современным театральным постановкам и делится своими мыслями с читателем.

Стиль колумниста П.Садкова отличается художественной изобразительностью, эмоциональностью, оценочностью, с ярко выраженной авторской позицией.

*Или просто театр превращается в искусство для небольшого круга избранных, умеющих общаться на особом **театрально-дельфиньем языке**? Этот ультразвук не слышен обычным людям, которые, по темноте своей, ждут действия, сюжета, или хотя эмоции созвучной времени.*

*Умные люди подумают и скажут, что для таких **идиотов**, как я, такие вещи и ставят. Чтобы мы забыли об этом пошлом слове «интересно», и, страдая, приобщались к прекрасному. Но одно дело страдать вместе с героями, и совсем другое когда ты считаешь минуты хоть до какого-нибудь финала. Робко, заранее извиняясь за свой **ужасающий** культурный уровень, спрошу. **А может все-таки ставить что-то интересное? Хотя бы для того, чтобы обычному зрителю было не так стыдно жить?** [URL: <https://www.kp.ru/daily/27589.5/4915003/>].*

В данном примере метафора (*театрально-дельфиний язык*), риторические вопросы (*А может все-таки ставить что-то интересное?*), разговорное бранное слово (*идиот*), оценочное прилагательное (*ужасающий*) являются маркерами субъективно-эмоциональной аргументации.

Употребление сниженной разговорной лексики для выражения насмешки:

*Эммануэль Макрон — лихач и **враль**. По соцсетям расходились видео с триатлонистом, которого в буквальном смысле вывернуло после заплыва в **речке-вонючке**, пардон, в Сене [URL: <https://ria.ru/20240802/olimpiada-1963556850.html>].*

Колумнист Е.Караева в своей статье «Олимпиада закрывается – всех тошнит» пишет с критикой о проведении олимпийских игр в Париже. Использование слов «враль» и «вонючка» с разговорно-сниженным оттенком позволяет автору настроить адресата на такую же эмоциональную волну.

Рассмотрим примеры на английском языке употребления эмоционально-оценочной лексики в рамках реализации тактики субъективно-оценочной аргументации.

Кэтрин Беннетт, колумнист «Вашингтон пост», пишет о подготовке Парижа к олимпиаде и к встрече гостей. Свое отношение автор выражает с помощью сленговой лексики с негативным оценочным характером:

Are Parisians ready to welcome these visitors? Like really welcome? France gets a bad rap when it comes to friendliness [URL: <https://www.washingtonpost.com/travel/2024/05/07/paris-rude-tourists-olympics-hospitality-charter/>].

Перевод: *Готовы ли парижане приветствовать этих гостей? Действительно приветствуют? Франция пользуется дурной славой, когда речь заходит о дружелюбии.*

Выражение *a bad rap* – сленговое выражение «плохой рэп» уходит корнями в исторический контекст и имеет более точное значение в языке. Ассоциация «плохого рэпа» с репутацией происходит от термина *rap sheet*, который обозначает судимость человека.)

Также: *There's, of course, the long-standing cliché of the snooty French waiter or the surly Parisian, and a viral TikTok earlier this year of an American woman tearfully telling the camera that traveling in France was "isolating" and that French people were unwelcoming got thousands of comments — many from people agreeing with her* [URL: <https://www.washingtonpost.com/travel/2024/05/07/paris-rude-tourists-olympics-hospitality-charter/>].

Перевод: *Конечно, есть давнее клише высокомерного французского официанта или угрюмого парижанина И вирусный TikTok в начале этого года,*

где американка со слезами на глазах говорит на камеру, что путешествие во Францию «изолирует» и что французы не приветливы, получил тысячи комментариев, многие из которых согласились с ней.

Слово *Snooty* обозначает «выпендренный, чванливы, надутый», является сленгом и употребляется в презрительном неодобрительном значении.

A *Big Oopsie* for the Fed [URL: <https://www.nytimes.com/live/2024/07/30/opinion/the-point/krugman-jobs-fed?smid=url-share>].

Перевод: *Большой прокол для Федеральной резервной системы*

Слово *Oopsie* относится к разговорной лексике, образовано на основе ономотопеи, обозначает «прокол, провал, косяк»

Языковая игра в авторской колонке рассматривается как эффективное средство воздействия на эмоциональное состояние адресата, например:

*И именно МОК запретил, к примеру, прием банковских карт, если они не Visa, на тех же олимпийских объектах. Потому что эта самая Visa — крупный спонсор МОК. То есть тошнота с брызгами непереваренной пищи после заплыва для МОК и его Visa — это ОК и нормально, а вот расплатиться другой карточкой ты не **моги*** [URL: <https://ria.ru/20240802/olimpiada-1963556850.html>].

В данном примере колумнист Е.Караева использует фонетическую языковую игру на основе фонетической схожести звуков слов *МОК*, *ОК*, *моги*. Это позволяет ей выразить отрицательную оценку действиям МОК – Международному олимпийскому комитету во время проведения Олимпиады 2024 в Париже.

Приведем пример языковой игры на английском языке:

The Olympic Flame melts parisian cool

There are people walking around the world's fashion capital with fluffy cockerels on their heads. This is not normal. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/04/world/olympics/paris-vibe-tourists.html>].

Перевод: *Олимпийский огонь растопил парижскую холодность. По мировой столице моды ходят люди с пушистыми петушками на голове. Это ненормально.*

В данном примере колумнисты Рори Смит и Сеголен Ле Страдик используют игру слов намекает на то, что благодаря событиям Олимпиады 2024 в Париже, стиль парижских обитателей временно сменился с «холодного» и чопорного на более игривый.

Dogs are the best! But they highlight our hypocrisy by Nicholas Kristof, The New York Times

*In a nutshell, we indulge **dogs** and abuse **hogs*** [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/03/opinion/dogs-pets-animal-abuse.html>].

Перевод: *В двух словах: мы потакаем собакам и жестоко обращаемся со свиньями.*

Автор использует фонетическую игру слов: **dogs – hogs**.

*Not all of it adds quite so much to Paris' beauty, of course, but the transformation has the effect of turning **the familiar into the unfamiliar**. For two weeks and a few days, Parisians can see Paris as the millions of visitors who come here every year do.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/04/world/olympics/paris-vibe-tourists.html>].

Перевод: *Конечно, не все это добавляет Парижу столько красоты, но трансформация имеет эффект превращения знакомого в незнакомое. В течение двух недель и нескольких дней парижане могут увидеть Париж так, как это делают миллионы туристов, которые приезжают сюда каждый год.*

В данном примере используется игра слов: *the familiar into the unfamiliar*.

Речевой ход апелляции к ценностям адресата реализуется употреблением средств субъективной модальности, сравнительной и превосходной степени прилагательных, оценочной лексики (жаргонные слова, разговорная и бранная лексика, просторечие и др.), фразеологизмов, прецедентных феноменов, стилистических средств (гипербола, метафора, сравнение, повторы, риторические вопросы и др.), побудительных

предложений. В рамках реализации ценностной аргументации авторы-колумнисты ссылаются на политические, культурные, религиозные, семейные нормы, установки и ценности.

Рассмотрим пример из рецензии колумниста П.Садкова на фильм о войне «Блиндаж» в «Комсомольской правде»:

Есть версия, что надо не по заказу, от сердца. Даже средние фильмы 1960-х, 1970-х полны боли и страдания. Их снимали фронтовики, в них играли или участники войны, или их дети. Там же хрен соврешь. Это сейчас найти правильную интонацию сложно. [URL: <https://www.kp.ru/daily/27595/4922429/>].

Автор вовлекает читателя в размышления о том, что снимать современные фильмы про войну надо честно, от сердца. Они не должны быть похожие на комиксы. Использование грубого бранного слова (*хрен соврешь*) способствует выражению положительной оценки и усилению эмоционального воздействия на адресата.

Использование прилагательного в превосходной степени является эффективным средством реализации тактики воздействия на эмоции адресата. Например:

Трагедия советского кино: глубочайшее, нетривиальное, до дрожи [URL: <https://www.mk.ru/culture/2024/05/28/tragediya-sovetskogo-kino-glubochayshee-netrivialnoe-do-drozhi.html>].

В 45 лет он испытал неимоверные страсти, его великий талант в нем просто не помещался, требовал выхода. И еще: он так любил свой русский народ, так переживал, содрогался за него. Эти его «чудики» написаны им исключительно от любви, по любви. Он видел все, мог предсказать, вот и болело сердечко.

Он реализовался как мало кто другой. Крестьянский, деревенский парень — и большой писатель, просто огромный. И режиссер каких мало. И актер милостью божьей. И драматург, которому его главную пьесу так и не дали снять.

Вот такой был человек. Но на Руси их много? Не сказал бы... Уникальнейший, ни на кого не похожий. И послушайте наконец песню-память от Владимира Высоцкого, собрата. Памяти Шукшина. А всего лишь через пять лет после Василия Макаровича олимпийским летом уйдет и Владимир Семенович. Навсегда. Но такие люди не уходят, ни за что. Они с нами. [URL: <https://www.mk.ru/culture/2024/07/30/ogromnyy-talant-vydayushhiysya-vsyu-nedelyu-na-teleekranakh-zriteli-lyubovalis-shukshinym.html>].

В приведенных примерах из колонки А. Мельмана употребление прилагательных в превосходной степени нацелено на то, чтобы удержать внимание адресата и поделиться с ним своим эмоциональным настроением по отношению к артистам, режиссерам, операторам советского кино, которые относятся к истории и культурным ценностям страны.

Рассмотрим пример на английском языке:

*And of course, Harris would go on to graduate from one of **the most prestigious** historically Black universities where she had joined **the nation's oldest Black** sorority.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/04/magazine/kamala-harris-black-identity-history.html>].

Перевод: *И конечно же, Харрис окончила один из самых престижных университетов, где она вступила в старейшее в стране общество чернокожих.*

В данном примере автор употребляет прилагательные в превосходной степени для выражения положительной оценки.

Субъективно-эмоциональная аргументация реализуется использованием прецедентных феноменов. В рамках реализации речевой тактики субъективно-оценочной аргументации достаточно часто используются прецедентные имена. Прецедентность является важнейшей характеристикой колумнистского дискурса, т.к. автор обращается, прежде всего, к той части читательской аудитории, которая по уровню культуры и образования соответствует уровню серьезных изданий. Например:

Наследники Остапа Бендера нагрели, например, французское государство только на неуплате полагающегося при торговле «воздухом» НДС почти на два миллиарда евро.

Но десять лет назад были еще цветочки, настоящие ягодки финансовые глобалистские круги собирают именно сейчас. [URL: <https://ria.ru/20210802/tunberg-1743904864.html>].

Колумнист Елена Караева рассуждает о том, что большие деньги ведут к мошенничеству. В данном примере используется имя известного литературного героя Остапа Бендера, великого афериста и «великого комбинатора». Прецедентное имя Остап Бендер используется в сочетании с жаргонизмом «нагрели», т.е. обманули, обманов оставили в убытке.

В следующем примере автор, апеллируя к эмоциям адресата, использует прецедентное имя *Жанна д'Арк*, которое ассоциируется с жертвенностью или жертвой:

Настоящее действие развернулось три года назад, когда отвечающую всем требованиям «новой этики» (девочка, некрасивая, с особенностями поведения) Грету Тунберг назначили в «Жанны д'Арк экологии», посадив перед парламентом Швеции. [URL: <https://ria.ru/20210802/tunberg-1743904864.html>].

Называя Грету Тунберг «Жанной д'Арк экологии», Е.Караева показывает свое отношение к так называемой зеленой политике «борьбы за сохранение планеты», которая ведет всего лишь к обогащению крупных транснациональных корпораций и не имеет ничего общего с борьбой за сохранение планеты. А Грету Тунберг всего лишь принесли в жертву.

Рассмотрим пример использования прецедентного имени на английском языке:

*Just as today we wonder how people like **Thomas Jefferson** could have been so morally obtuse as to own and abuse slaves, our own descendants will look back at us and puzzle over how 21st-century humans could have tolerated factory farming*

and the systematic abuse of intelligent mammals, including hogs. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/03/opinion/dogs-pets-animal-abuse.html>].

Перевод: *Как сегодня мы удивляемся, что такие люди, как Томас Джефферсон, могли быть настолько морально тупыми, чтобы владеть рабами и жестоко обращаться с ними, так и наши потомки будут оглядываться на нас и недоумевать, как люди XXI века могли терпеть фабричное земледелие и систематическое жестокое обращение с разумными млекопитающими, в том числе свиньями.*

Автор приводит в пример времена, когда в Америке «разумные млекопитающие», то есть люди были рабами (во времена правления Томаса Джефферсона, президента Америки) и противопоставляет наше отношение к собакам и свиньям, которые, как и люди (и белой и черной расы) обладают похожими когнитивными способностями.

Повторы позволяют автору акцентировать внимание адресата на смысле проблемы, например:

***Новый язык** — это ведь и создание **нового себя**, своей **новой идентичности**, **новой личной культуры**. **Мы** — люди. **Мы** живем словами и буквами. **Мы** выражаем эмоции и решения ума словами и немножечко утренним горловым пением. **Мы** осознаем себя через язык. **Мы** же не норвежская лесная кошка, которая и не подозревает, что она мяукает исключительно на старонорвежском и дерет диван строгими рунами футарка. Изучая каждый **новый язык**, **мы** становимся еще чуть больше собой, раскрываем еще чуточку себя. И это не просто прекрасно. Это критически важно.* [URL: https://www.gazeta.ru/comments/column/n_piskunova/19019395.shtml].

В данном примере Наталья Пискунова, апеллируя к ценностям адресата, затрагивает тему значимости изучения новых языков.

Рассмотрим примеры использования повтора для того, чтобы привлечь внимание к проблеме, акцентировать внимание на какое-либо событие или явление.

***Dog** people spend thousands of dollars on oil paintings of Rover, not to mention large sums on **dog** spas, **dog** restaurants, **dog** bakeries and **dog** fashion.*
[URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/03/opinion/dogs-pets-animal-abuse.html>].

Перевод: *Владельцы собак тратят тысячи долларов на картины Ровера, написанные маслом, не говоря уже о больших суммах на собачьи спа-салоны, собачьи рестораны, собачьи пекарни и собачью моду.*

*More than anything, though, there are French **tricolors**. **Tricolors** being flourished from temporary metal bleachers. **Tricolors** draped over shoulders. **Tricolors** fluttering from bikes and balconies. **Tricolors** painted on faces. **Tricolors** attached to hats.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/04/world/olympics/paris-vibe-tourists.html>].

Перевод: *Но больше всего здесь французских триколоров. Триколоры развеваются на временных металлических трибунах. Триколоры накинуты на плечи. Триколоры развеваются на велосипедах и балконах. Триколоры нарисованы на лицах. Триколоры прикреплены к шляпам.*

Гиперболизированные выражения.

*А еще в школы каждый день спускается **миллион идиотских предложений-распоряжений** по проведению мероприятий, вообще никак не связанных с учебной.* [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/15321938.shtml>].

*Мы входим в эпоху **мегасделок**, условия которых будут определять государства. И определять они их будут, ориентируясь не на показатели глобального (якобы, политически стерильного) рынка, а исходя из национальных интересов, диктуемых конкретной социальной средой.* [URL: <https://expert.ru/2022/06/18/pmef-perelom-soznaniya-elit/>].

*The Year of the **Mega Sleeve***

Raglan, fluted, leg o' mutton, bishop, puffed, balloon — whatever you want to call them, we wore them. [URL:]

<https://www.nytimes.com/2023/12/10/style/sleeves-poor-things.html?searchResultPosition=6>].

Перевод: *Год мега-рукавов*

Реглан, гофрированный, баранья нога, епископ, пышный, воздушный шар — как бы вы их ни называли, мы их носили.

Fashion at the Tonys: cosmic sparkle and shine. [URL: <https://www.nytimes.com/search?dropmab=false&query=cosmic&sort=best>].

Перевод: *Мода в Тони: космический блеск и сияние.*

Колумнистский дискурс отличается образностью и метафоричностью, что способствует эффективному воздействию на адресата.

Давос — уже не тот: геополитические павлины проиграли драку [<https://ria.ru/20240115/davos-1921326736.html>].

В данном примере автор использует сочетание «*геополитические павлины*» для выражения своего отношения к деятельности организации Всемирного экономического форума, ежегодные встречи которой происходят в Давосе. Павлин в русской лингвокультуре стереотипно ассоциируется с самовлюбленным, гордым и тщеславным человеком.

Пока все идет к тому, что после 7 июля Франция окажется в политическом аду. Парламент поделят ультраправые, ультралевые и центристы. Ни одна из этих сил не получит абсолютное большинство, поэтому кто бы ни сформировал правительство, ему придется довольствоваться правительством меньшинства. Это значит, что все законы можно будет протаскивать исключительно с помощью временных альянсов с другими партиями. К тому же Макрону с большой долей вероятности придется «сожительствовать» с премьером из другой партии — это автоматически поставит крест на многих его инициативах, сделав президента Франции «хромой уткой». [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19365361.shtml>].

С помощью персонификации автор делится своим негативным отношением к бюрократии в системе образования:

Система непробиваема, что какой-нибудь муженек-самодур (по-нынешнему – абьюзер). Система встает подбоченясь и гыкает: не нравится – уходи. И немало тех, кто действительно уходит (потому что сколько же можно). [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/15321938.shtml>].

Рассмотрим пример на английском языке:

How Society Has Turned Its Back on Mothers [URL: <https://www.nytimes.com/2021/02/04/parenting/working-mom-burnout-coronavirus.html>].

Перевод: *Как общество повернулось спиной к матерям*

Фразеологизмы могут использоваться в качестве не прямой оценки, например:

*Но не следует недооценивать таланты бюрократии. В Брюсселе решили **разрубить гордиев узел**: «Производство военного назначения будет считаться в Европе углеродно нейтральной, а товары ВПК будут исключены из механизма Трансграничного углеродного регулирования, который устанавливает плату – квазиналог – за выбросы CO₂ при производстве» Так что трансграничный налог, так пугавший Чубайса (а он, соответственно, пугал им нас), оказывается, что дышло, куда поворотил, туда и вышло. «При нужде закону и применение бывает».* [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/8/25/1226414.html>].

В данном примере использование фразеологизма «разрубить гордиев узел» (в значении: разрешить какую-либо проблему прямолинейным способом) и метонимии «Брюссель» (в значении: Евросоюз, т.к. там находится штаб-квартира Евросоюза) позволяет автору имплицитно выразить свою оценку действиям Евросоюза по зеленой политике и убедить адресата в правильности своей позиции.

The numbers game is everything to Donald J. Trump. Vice President Kamala Harris's first big rally appears to have gotten under his skin. [URL: <https://www.nytimes.com/2024/08/04/us/politics/trump-harris-campaign-crowds.html>].

Перевод: *Для Дональда Дж. Трампа игра с цифрами – это все. Первый большой митинг вице-президента Камалы Харрис, похоже, задел его за живое.*

В данном случае автор употребляет устойчивое выражение «*get under my skin*» («задеть за живое») для характеристики настроения Дональда Трампа в предвыборных гонках.

Все выше рассмотренные коммуникативные тактики нацелены на основную цель колумнистского дискурса – реализации стратегия персуазивно-суггестивного воздействия на адресата, т.е. в убеждении адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов и привлечении на свою сторону; внушении и изменении его картины мира, в том числе, системы норм и ценностей путем репрезентации собственных убеждений, эмоционального и интеллектуального состояния.

Интенция автора-колумниста реализуется через механизм прямого и непрямого воздействия на адресата с целью влияния на восприятие мира адресатом, трансформации ценностной картины мира адресата в заданном направлении.

Стратегия персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе реализуется прагмалингвистическими средствами, выраженные разной степенью аргументов и оценок через следующие речевые тактики: тактику привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему, тактику доверительного диалога с адресатом, тактику рациональной аргументации, тактику субъективно-оценочной аргументации.

ВЫВОДЫ

Вторая глава посвящена исследованию коммуникативно-прагматических особенностей колумнистского дискурса.

Система ценностей дискурсивной личности колумниста в медиадискурсе транслируются посредством актуализации идеологем, которые выступают значимыми ценностными доминантами медиатекста авторской

колонки. Идеологемой может быть слово и словосочетание, несущее в себе идеологический компонент, некоторые смыслы, важные для идеологии социума, отражающие ценностные установки автора и выражающие субъективную оценку. Идеологема в колумнистском дискурсе представляет собой глобальное когнитивно-ментальное образование, прежде всего, динамичное, которое образует идеологию данного дискурса. Являясь единицами когнитивного уровня языковой личности колумниста, идеологемы выступают ключевыми лексическими единицами ценностной картины мира автора-колумниста.

Выявлены и описаны политические и социокультурные идеологемы в дискурсе колумнистики в современных российских и американских СМИ за 2018-2024 гг. Политические идеологемы в русском колумнистском дискурсе актуализируют концепты НЕЗАВИСИМОСТЬ, ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ, НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, СВОБОДА. В колумнистском дискурсе в американских СМИ политические идеологемы актуализируют концепты DEMOCRACY, FREEDOM, ECONOMIC WELL-BEING, NATIONAL SECURITY.

Социокультурные идеологемы в русском колумнистском дискурсе актуализируют концепты ПАТРИОТИЗМ, РОДИНА, СЕМЬЯ, ДУХОВНОСТЬ, ОБРАЗОВАНИЕ, КУЛЬТУРА, ПАМЯТЬ. Социокультурные идеологемы в дискурсе американской авторской колонки актуализируют ценностные концепты PATRIOTISM, VALUE OF MONEY, FAMILY, MARRIAGE, EDUCATION, TOLERANCE.

В процессе актуализации идеологем и ценностных доминант колумнистского дискурса реализуется стратегия персуазивно-суггестивного воздействия. Выявлены и проанализированы основные коммуникативные тактики реализации данной стратегии: 1) привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему, 2) доверительного диалога с адресатом, 3) рациональной аргументации, 4) субъективно-оценочной аргументации.

Тактика привлечения внимания и вовлечения его в проблему реализуется с помощью речевого хода языковой игры и речевого хода вопроса.

Тактика доверительного диалога с адресатом реализуется использованием речевых ходов обращения к адресату, общности с адресатом и апелляции к собственному опыту (использованием обращений, вопросно-ответных конструкций; местоимений *ты, вы, мы, наши*; глаголов повелительного наклонения).

Тактика доверительного диалога с адресатом реализуется также через речевой ход апелляции к собственному опыту. Повествование от первого лица, что создаёт у читателя ощущение личной беседы с автором и доверительных отношений

В рамках коммуникативной тактики рациональной аргументации используются речевой ход апелляции к количественным аргументам (факты, цифры, статистика, точные данные) и речевой ход апелляции к авторитету (реализуется ссылкой на авторитетное лицо, цитированием известной личности).

Тактика субъективно-оценочной аргументации основывается на апелляции к эмоциям и ценностям адресата и реализуется с помощью речевых ходов апелляции к эмоциям адресата и апелляции к ценностям адресата. Языковыми маркерами реализации тактики субъективно-оценочной аргументации в колумнистском дискурсе являются эмоционально-оценочные лексические единицы (жаргонные слова, разговорная и бранная лексика, просторечие и др.), лексические единицы с положительной и отрицательной оценкой, стилистические средства, прецедентные тексты, фразеологизмы и др.

ГЛАВ 3. КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЛИНГВОКРЕАТИВНОЙ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИЧНОСТИ КОЛУМНИСТА

3.1 Прецедентные феномены в колумнистском дискурсе как отражение когнитивного сознания дискурсивной личности колумниста

Возрастающая популярность авторской колонки в СМИ объясняется тем, что сам автор выходит на первый план, вернее, его опыт, чувства, взгляды на различные проблемы. При этом автор общается с читателем и призывает к дискуссии, не манипулируя им и не воздействуя открыто как политическом дискурсе.

Прецедентные феномены в авторской колонке актуализируют авторскую позицию к описываемой проблеме в рамках положительной или отрицательной оценки, транслируют ценностные установки автора, способствуют реализации стратегии персуазивно-суггестивного воздействия на адресата.

Прецедентные феномены в колумнистском дискурсе являются также одним из эффективных средств выражения авторской оценки и воздействия на адресата. «Отражение в тексте чужого слова – одна из фундаментальных проблем порождения публицистического (как правило, вторичного по своей природе) текста, автор которого дает свой комментарий прецедентному событию. В этой связи для исследователей особый интерес представляет собой вопрос интертекстуальности публицистического текста, выступающей основной текстовой категорией, принципом построения любого публицистического текста» [Русская речь..., 2007: 84].

В понимании и трактовке прецедентных феноменов в рамках данного исследования сошлемся на В.В. Красных, которая под понятием «прецедентный феномен» понимает

1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества;

2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане;
3) обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества» [Красных, 2002: 58].

Прецедентные феномены выполняют номинативную [Слышкин, 2000], оценочную и экспрессивную функции [Телия, 1988, Гудков, 2003, Нахимова, 2007].

В лингвистической науке различают прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентную ситуацию, прецедентный текст.

Прецедентное высказывание рассматривается «репродуцируемым продуктом речемыслительной деятельности» [Красных, 2002: 48].

Прецедентная ситуация – это некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу; означаящим ПС могут быть прецедентное высказывание или прецедентное имя» [Захаренко, 1997: 83].

По определению Ю.Н. Караулова, прецедентные тексты – это «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов, 1987: 84].

Прецедентный текст – это «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу. Прецедентный текст хорошо знаком практически любому социализированному представителю национально-лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу входит инвариант его восприятия, обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы» [Брилева, 2015: 29].

Прецедентный текст, по мнению Г.Г. Слышкина, это «текст, являющийся

элементом культурной памяти народа и регулярно используемый в других текстах. Употребление в устной и письменной речи прецедентных текстов способствует оживлению накопленного культурного багажа» [Слышкин, 2014: 135].

В.В. Красных определяет прецедентное имя как «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило относящимся к прецедентным, или с прецедентной ситуацией» [Красных, 2002: 48]. Прецедентные имена – это «индивидуальное имя, связанное или 1) с широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных или 2) с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная, имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств» [Гудков, 2003: 108].

Прецедентные феномены являются маркером лингвокреативности дискурсивной личности колумниста. Лингвокреативность – это «творческая способность языковой личности создавать в ходе дискурсивной деятельности инновационные единицы из заложенных языковой системой средств по аналогии с существующими моделями или отступая от них, для передачи посредством языкового знака ментальных конструкторов знания о реальной или конструируемой действительности» [Кшеновская, 2020: 17]. Лингвокреативность как словотворческое новаторство – это «способность глубинных (концептуальных) оснований (как результатов познания мира) системно порождать разнородные знаки языка, способствуя развитию или эволюционированию последнего, и обеспечивать процесс их коммуникативной адаптации к построению прагматически ориентированного дискурса, в ходе которого базовые формы языковых знаков могут подвергаться разного рода преобразованиям, т.е. модифицируются» [Зыкова, 2017: 638].

Как отмечают Е.Н. Ремчукова и О.А. Шевченко, «журналисты, работающие в так называемых «качественных» СМИ, достаточно часто обращаются именно к общечеловеческому культурному фонду, выбирая

тексты из классической литературы, религиозных источников, мифологии, надеясь на «коммуникативное соавторство» с читателем, который не только узнает их, но и сможет правильно интерпретировать в рамках конкретной статьи» [Ремчукова, Шевченко, 2014: 75].

Рассмотрим особенности функционирования прецедентных феноменов в колумнистском дискурсе. Прецедентный текст является основой для построения реминисценций. Реминисценция включает в себя аллюзию и цитацию.

Приведем пример использования прецедентного текста в форме цитации:

Не сильно помогла заморозка цен? Давайте демпфер в виде сложной схемы. А там — доложили наверх, поставили заплатку и до следующего обострения. Как у Райкина: «Самолет с колесами потерпел крушение, Сидоров катапультировался, колеса раскатаны населением по аулам, коллектив снова сел на трудовую вахту» [URL: <https://iz.ru/1120847/anna-kaledina/khozhdenie-po-muke>].

В данном примере ссылка на миниатюру А.Райкина «Запустим дурочку», с помощью которой автор критикует бездействие чиновников, которые «запускают дурочку», а не решают проблему. Анна Каледина в своей колонке в «Известиях» рассуждает о росте цен и неэффективности искусственного сдерживания цен.

Но тогда отсюда и вывод. Помощь Израилю (или существенная ее часть) пойдет на официально заявленные цели. Хотя бы и достигаемые средствами, крайне далекими от гуманности и умеренности. Помощь Украине (или существенная ее часть) пойдет черт знает куда.

Отсюда и решение благодетелей. «А ты не воруй», как говорил отставной подполковник С.В. Сокол-Кружкин. [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/11/5/1238068.html>].

В данном случае автор использует цитату из фильма «Берегись автомобиля», которую произнес тесть Димы Семицветова Соколов-Кружкин:

Тебя посодют, а ты не воруй. Данная цитация выполняет функцию единения с адресатом, т.к. в русской лингвокультуре эта фраза популярна, известна большинству.

Использование цитаций латинских изречений:

*Тем более нет вопросов к тем — **nomina sunt odiosa** — кто избрал украинство и русоненавистничество как вид постоянного промысла, позволяющего зарабатывать на жизнь. Какой-нибудь предводитель Пархомбюро — кто-нибудь на него удивился, ниже ужаснулся? Ниоим образом* [URL: <https://ria.ru/20220522/emigranty-1789927489.html>].

Сочетание «*nomina sunt odiosa*» с латыни означает «имена ненавистны». М. Соколов использует данную цитату на языке оригинала для придания остроты проблемы и для повышения выразительность текста.

Рассмотрим пример из публикации колумниста «Вашингтон пост» Двейна Ривза:

*Even «learned physicians», Harvey wrote, must know «**full well that to err, to be deceived, is human**»* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/04/22/doctor-fall-lesson-feelings/>].

Перевод: Даже «ученые врачи», писал Харви, должны знать, «что ошибаться, быть обманутым - дело человеческое».

В данном случае используется выражение «*full well that to err, to be deceived, is human*» – отсылка к цитате поэмы Александра Поупа «An Essay on Criticism» («Опыт о критике») «*To err is human, to forgive divine*» («Человеку свойственно ошибаться, а прощать божественное»). От латинского «*Errare humanum est*».

Рассмотрим в качестве примера использование прецедентного текста из художественной литературы:

Сэлинджер остался в огромном поле, во ржи. А мы так и стоим на краю пропасти, не зная, что делать дальше. То ли повернуть назад, туда, где жили они, настоящие? То ли упасть? Потому что падать всегда легче, чем

удержаться. Особенно когда уже некому удержаться... А где-то вдали уже звонит и звонит колокол [URL: <https://lgz.ru/article/-1-2-6767-13-01-2021/proletaya-nad-propastyu-vo-rzhi/>]. В данном примере аллюзии на два известных романа. Колумнист Елена Сазанович с помощью аллюзии на роман Д.Сэлинджера «Над пропастью во ржи» и Э. Хемингуэя «По ком звонит колокол» выражает свое разочарование современным миром фальшивых ценностей.

Заголовок статьи колумниста Росса Дутата (Ross Douthat) «Нью-Йорк таймс» *America Between Jesus and Faust* (Америка между Иисусом и Фаустом) содержит прецедентное имя Faust. Это идет отсылка к известному персонажу немецкой легенды, а также трагедии Иоганна Вольфганга фон Гете «Фауст», учёного Фауста, который заключает сделку с дьяволом, продает ему свою душу за возможность обладать безграничными знаниями. *Америка между Иисусом и Фаустом* означает Америка между богом и дьяволом.

If anything, I don't think Dreher fired at every target I offered him, because I quoted a description of this imagined New America that used the term "neo-Faustian" to describe its technological ambitions — and what serious conservative or convinced religious believer should welcome a new American century defined by the spirit of the famous doctor, the impulse to bargain for power with the very devil? If you want to cast even my relative optimism as moral pessimism, the proof is in that label: America might have another age of power still ahead of her, but we'll have to sell our soul to get there (if we haven't already). [URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/09/opinion/america-jesus-future-genesis.html>].

Перевод: *Если что, я не думаю, что Дреер стрелял по всем мишеням, которые я ему предлагал, потому что я процитировал описание этой воображаемой Новой Америки, в котором использовался термин «неофаустианский» для описания ее технологических амбиций - а какой серьезный консерватор или убежденный религиозный верующий должен приветствовать новый американский век, определяемый духом знаменитого доктора, импульсом торговаться за власть с самим дьяволом? Если вы*

хотите списать даже мой относительный оптимизм на моральный пессимизм, доказательство - в этом ярлыке: Возможно, у Америки впереди еще одна эпоха могущества, но нам придется продать душу, чтобы попасть туда (если мы этого еще не сделали). В приведенном примере выражение *the famous doctor* – это аллюзия на доктора Фауста, который олицетворяет спор между богом и дьяволом.

Прецедентные тексты эксплицируют авторскую позицию автора колонки. Рассмотрим пример из авторской колонки писателя Евгения Водолазкина в газете «Известия» рассуждает о литературном плагиате: *В последние годы наша литературная среда сильно изменилась, и не замечать этого больше невозможно. Перемены коснулись прежде всего стиля обсуждений. Они настолько очевидны, что порой их оценивают как проявление на литературном поле идей «новой этики». Речь идет о **бойцах литературного фронта**, обстреливающих всякого сколько-нибудь заметного автора. Тональность обличений варьируется от светлой грусти до суровой отповеди, переходящей в площадную брань. Смысл многих высказываний, несмотря на саркастический тон, так и остается темен.* [URL: <https://iz.ru/1142839/evgenii-vodolazkin/pole-brani>]. В данном случае с помощью использования трансформированной реминисценции «*бойцы литературного фронта*» автор с сарказмом подчеркивает свое негативное отношение к стиранию грани между профессиональным и непрофессиональным литературным творчеством. Это отсылка к выражению «*бойцы невидимого фронта*», которым называли советских разведчиков.

Колумнист «Нью-Йорк таймс» Кваме Энтони Аппиа затрагивает этические вопросы проблемы ЭКО с донорской яйцеклеткой: *Children can tease others about pretty much anything even slightly unusual — having red hair was a torment for Anne of Green Gables. The fact that there's nothing shameful about being born from a donated egg, then, doesn't mean your child couldn't be teased about it.* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/04/19/magazine/donor-egg-secrecy-ethics.html?smid=url-share>].

Перевод: *Дети могут дразнить других практически по любому поводу - рыжие волосы были мучением для Энн из Зеленых мезонинов. Тот факт, что нет ничего постыдного в том, чтобы родиться из донорской яйцеклетки, не означает, что вашего ребенка нельзя дразнить по этому поводу.*

Anne of Green Gables – отсылка к персонажу произведения канадской писательницы Люси Мод Монтгомери «Аня из зеленых мезонинов», главным персонажем которого является рыжеволосая одиннадцатилетняя девочка Энн Ширли, которую удочерили, которая отличалась от новых родителей.

Лингвокреативность дискурсивной личности реализуется в процессе объективации авторской оценки с помощью реминисценции трансформированного прецедентного текста:

Со Шнуром или на шнуре. У канала RTVI появился новый генеральный продюсер. *Что это значит?* [URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/06/30/86082-so-shnurom-ili-na-shnure>].

Ирина Петровская обсуждает с читателя приход на телеканал RTVI руководителя группы «Ленинград» Сергей Шнуров (он же Шнур) в качестве генерального продюсера канала. Автор использует выражение «***Со Шнуром или на шнуре***», представляющее аллюзию на фразеологизм «***Со щитом или на щите***», на латыни «*aut cum scuto, aut in scuto*», означающий призыв победить, добиться цели или погибнуть со славой, тем самым показывает свое негативное отношение к данному факту и высказывает мысль о возможном фиаско данного назначения.

Рассмотрим пример из колонки Юджина Робинсона в «Вашингтон пост». В заголовке статьи ***O.J. Simpson was always on a run*** (*О. Джей Симпсон всегда был в бегах*) наблюдается аллюзия на то, что О. Джей Симпсон был знаменитым раннинбэком (амплуа игрока нападения в американском футболе), пробежавшим легендарное количество забегов на поле. В сочетании с идиомой «*be on a run*» дает отсылку на то, что знаменитый игрок всегда «был в бегах» от судебных разбирательств.

It was a diminished life, to be sure. He had just a fraction of his onetime wealth and status. His celebrity was of the most tarnished kind. His need for adulation would never again be requited. He was a pariah.

*But O.J. Simpson died a free man. **He zigged and zagged all his life** — and never quite got caught.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/04/11/oj-simpson-death-cancer-news/>].

Перевод: *Это была жалкая жизнь, без сомнения. У него осталась лишь малая часть его бывшего богатства и статуса. Его слава была что ни на есть самая дурная. Его потребность в поклонении никогда больше не будет удовлетворена. Он стал изгоем.*

Но О.Дж. Симпсон умер свободным человеком. Он вилял всю свою жизнь - и никогда не был пойман.

В данном примере с помощью фонетической языковой игры *He zigged and zagged all his life* используется аллюзия, отсылка к манере бега Симпсона на поле во время игры, в данном контексте в значении «уходил от наказания».

Обладая большой экспрессивностью и оценочностью, прецедентные феномены преимущественно употребляются в заголовках публикаций колумнистов. Это позволяет авторам заинтересовать адресата и вовлечь его в проблему.

Колумнисты часто используют в заголовках своих статей аллюзии не только с целью привлечения читателей, но и выражения авторская оценка и позиции по проблеме статьи. Например:

Бедность как порог [URL: <https://iz.ru/1152122/olga-lebedinskaia/bednost-kak-porog>].

В данном примере автор статьи использует трансформацию названия известной пьесы А. Островского «Бедность не порок», демонстрируя тем самым свое отношение к политике государства по снижению доли малоимущих.

Также: *ОБСЕ умерла, да здравствует новая ОБСЕ* [URL: <https://ria.ru/20150804/1161711639.html>].

Автор статьи Виталий Третьяков с помощью трансформации известного афоризма «Король умер, да здравствует король!» подводит читателей к мысли о том, что нынешняя ОБСЕ уже давно не является организацией, эффективно обеспечивающей безопасность и сотрудничество в Европе.

Пример на английском языке:

The iPhone Is Now an AI Trojan Horse [URL: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2024/06/apple-generative-ai-wwdc/678648>].

Перевод: *Айфон стал троянским конем в области ИИ*

В данном случае используется выражение «Троянский конь», означающее хитрость, с помощью которой можно добиться успеха. Троянским конем обозначают также вредоносное программное обеспечение, которое маскирует свое истинное назначение. Таким способом авторы Маттео Вонг и Чарли Варзель выражают свое сомнение относительно новой разработки компании Apple, которая, по мнению журналистов может разрушить экосистему Apple изнутри.

Прецедентные тексты в заголовке статей не только привлекают читателя, но и выражают положительную или отрицательную авторскую оценку, эксплицитно или имплицитно. В прецедентных текстах в заголовках авторы колонок используют цитаты из пословиц, поговорок, трансформированные афоризмы, названия литературных произведений, кинофильмов и т.д. Например:

К вам едет балаган [URL: <https://lgz.ru/article/8-6773-24-02-2021/k-vam-edet-balagan/>]. (Цитата из пьесы Н.В. Гоголя «Ревизор»: К нам едет ревизор!). Сфера-источник: литература.

Хождение по муке [URL: <https://iz.ru/1120847/anna-kaledina/khozhdenie-po-muke>]. («Хождение по мукам» — трилогия романов А. Н. Толстого). Сфера-источник: литература.

Вор должен сидеть в Сети [URL: <https://iz.ru/1145885/sergei-sychev/vor-dolzhen-sidet-v-seti>]. (Вор должен сидеть в тюрьме! Фраза главного героя Жиглова из кинофильма «Место встречи изменить нельзя»). Сфера-источник: кино.

Высокие товарно-денежные отношения [URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6337562>]. (Высокие отношения! Фраза из кинофильма «Покровские ворота»). Сфера-источник: кино.

Американский пациент [URL: <https://iz.ru/1138936/igor-pshenichnikov/amerikanskii-patsient>]. («Английский пациент» американский драматический кинофильм). Сфера-источник: кино.

Москва рублям не верит [URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6352835>]. (Москва слезам не верит» советский кинофильм. Сфера-источник: кино.

Связанные одной цепью [URL: <https://iz.ru/904456/andrei-serebrich/sviazannye-odnoi-tserkoviu>]. («Скованные одной цепью» – песня группы «Наутилус Помпилиус»). Сфера-источник: песня.

Обращение к прецедентным текстам в заголовке статье позволяет автору привлечь внимание читателя, увлечь его. В это и состоит важнейшая задача колумниста. Например:

Собака на сене [URL: <https://russian.rt.com/opinion/1336371-strokan-makron-lepen-vibori>].

Колумнист Сергей Строкань использует в заголовке своей статьи фразеологизм «собака на сене», который происходит от названия одной из басен Эзопа и обозначает человека, который не пользуется и не дает пользоваться другим тем, что имеет. Автор сравнивает французского президента Эммануэля Макрона с собакой на сене, что дает возможность поделиться критическим мнением с адресатом. Сфера-источник: фразеология.

Рассмотрим примеры употребления прецедентных феноменов в колонках в «Вашингтон пост».

Coronavirus 'chimera' made in lab shows what makes omicron seemingly less deadly [URL:

<https://www.washingtonpost.com/science/2023/01/11/coronavirus-boston-lab-experiment/>].

Перевод: *Коронавирус химера, созданный в лаборатории, показывает, что делает омикрон менее смертоносным*

В данном заголовке используется слово «*chimera*» как биологический термин (химера – это генетически неоднородная клетка, сконструированная путём слияния). *Chimera* – это название разновидности вируса «химерный вирус». Однако в примере данное слово отсылает древнегреческому чудовищу Химере. Сфера-источник: древнегреческая мифология.

Our next president, the Godfather by Richard Cohen, *Washington Post*

Перевод: *Наш следующий президент, Крестный отец* [URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/our-next-president-the-godfather/2016/11/21/c5040e82-b012-11e6-8616-52b15787add0_story.html].

В заголовке автор использует слово *the Godfather* – это аллюзия на знаменитый фильм Фрэнсиса Форла Копполы 1972 года. Тем самым он не только привлекает внимание читателя, но и сравнивает Дональда Трампа с крестным отцом Доном Карлеоне. Сфера-источник: кино.

The Houthis sink an arrow into the West's Achilles' heel [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/01/16/red-sea-houthis-supply-chain-disruption/>].

Перевод: *Стрела хуситов вонзилась в ахиллесову пяту Запада*

Дэвид Игнатиус пишет о том, что хуситы находят слабые стороны более мощных держав, они контролируют тесный пролив в Красное море, благодаря чему могут подорвать глобальную цепочку поставок, что особенно сильно ударит по США. Выражение «*ахиллесова пята*» – это устойчивое выражение, происходит из древнегреческой мифологии, обозначает «уязвимое, слабое место». Сфера-источник: древнегреческая мифология.

Why 'Game of Thrones' Appeals to Both Elizabeth Warren and Trump [URL: <https://www.thedailybeast.com/is-game-of-thrones-the-most-bipartisan-thing-in-america?ref=scroll>].

Перевод: *Почему «Игра престолов» близка обоим: и Элизабет Уоррен, и Трампу*

Эдам Хоуард колумнист «The Daily Beast» пишет о политической борьбе в преддверии выборов 2020 года между Элизабет Уоррен и Дональдом Трампом. «Игра престолов» – это американский фэнтезийный драматический телесериал. Использование названия данного фильма как данного прецедентного позволяет автору имплицитно задать вопрос: кто займет трон? Сфера-источник: кино.

Прецедентные имена в авторской колонке могут эксплицировать негативную или положительную оценку автора статьи. Рассмотрим пример использования прецедентного имени:

Дзержинский, Горбачев и расколотое общество [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/kolesnikov/13496540.shtml>].

Андрей Колесников рассуждает о событиях и последствиях крушения СССР. В данном случае имена собственные «Дзержинский» и «Горбачев» символизируют раскол общества. Сфера-источник: политика.

Без паники на «Титанике» [URL: <https://www.gazeta.ru/column/malyavin/12386929.shtml>].

В данном примере автор Максим Малявин использует аллюзию на песню певицы Лолиты «На Титанике». *Титаник* – это название парохода, который потерпел крушение в северной Атлантике, столкнувшись с айсбергом. Данное название является прецедентным именем и в первую очередь символизирует страх и панику. Автор рассуждает о том, как противостоять человеку внезапной панике в конкретной ситуации. Сфера-источник: песня.

Синдром Саломеи [URL: <https://iz.ru/1131529/svetlana-naborshchikova/sindrom-salomei>].

Светлана Наборщикова пишет в своей статье о гендерных новинках театральной афиши. *Саломея*, один из персонажей Нового Завета, стала прообразом роковой женщины в кино, а для автора статьи данное

прецедентное имя является способом имплицитной критической оценки театральных постановок Большого и Художественного театров. Сфера-источник: Библия.

*Грустно от понимания того, с какой меркой подходят к вопросу воспитания в школе. Жутко от того, в какие все это обряжается формулировки. «Воспитательный стандарт», «привитие духовно-нравственной целостности», «гражданственно-патриотическая грамотность» — оторопь берет. Куда мы с этим всем приплывем? Ей-богу, антиутопия какая-то мерещится. Прямо **Оруэлл**. Хочется проснуться.* [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/13382437.shtml>].

В данном примере колумнист Марина Ярдаева рассуждает о формальном подходе в российском образовании. Она использует имя собственное Оруэлл как прецедентное. Имя британского писателя, журналиста и публициста Джорджа Оруэлла, которого отличает простой стиль письма и который является автором терминов «холодная война», «большой брат», «новояз» и др. В данном случае отсылка к факту, что Оруэлл является автором самого известного романа-антиутопии «1984». Сфера-источник: литература.

*В целом у меня, конечно, и такие ассоциации с праздником 8 Марта. Нет, я страшно благодарна **Кларе и Розе** за то, что подарили нам всем возможность класть шпалы и лить чугун. Но часто хочется просто прилечь и звать дворецкого. А женские права не хочется.* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/13503818.shtml>].

Автор пишет о женском дне 8 Марта, о женских правах и о праве жить по собственным правилам. В качестве прецедентных имен используются имена Клары Цеткин и Розы Люксембург, которые боролись за права женщин и являлись инициаторами празднования 8 марта как дня женской солидарности и борьбы за права. Сфера-источник: политика, женское феминистское движение.

***Опыт Муссолини** был признан сугубо нежелательным для повторения.*

Этой традиции и сегодня более или менее следуют итальянцы. Народу совсем неохота лезть на рожон – это же не поляки и не англосаксы. Политическому классу тоже неохота. Максимум, что удастся добиться от министров 68-го правительства Итальянской Республики – это соблюдение ими завета «плюнь и поцелуй злодею ручку». Это тоже неплохо, но означает полное отсутствие ретивости. А главное, довольно ясно показывает, что, когда с гегемоном что-то случится, итальянцы побегут первыми. Сталинград и доселе оказывает большое воспитательное воздействие. [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/2/17/1199414.html>].

В данном случае использование прецедентных имен *Муссолини* (опыт *Муссолини*) и *Сталинград* позволяют автору М.Соколову представить эмоционально-оценочную аргументацию своего мнения. Прецедентные имена *Муссолини* (Бенито Муссолини, премьер-министр фашистской Италии с 1922 по 1943 годы) и *Сталинград* (имеется ввиду Сталинградская битва 1942-1943 годы, итогом которой был полный разгром армии Паулюса) отсылают к событиям второй мировой войны. Сфера-источник: история.

Рассмотрим примеры употребления прецедентных имен, которые выражают положительную или отрицательную оценку.

William Calley is dead. The horror of My Lai will always be with us [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/08/06/william-calley-my-lai-massacre-vietnam/>].

Перевод: *Уильям Калли мертв. Ужасы Май Лай навсегда останутся*

В данном примере употребляется имя *My Lai*, которое стало прецедентным для американской лингвокультуры, это аллюзия на трагедию вьетнамской деревни Май Лай (16 марта 1968 года американские солдаты роты С (позывной «Чарли») расстреляли во вьетнамской деревушке Май Лай сотни людей). Автор пишет о том, что трагическая война во Вьетнаме привела к глубоким противоречиям в американском обществе. Сфера-источник: война.

Употребление аллюзий с прецедентными именами сказочных персонажей является средством создания эмоциональной выразительности и выражения автором имплицитной оценки.

*At the time, I imagined that bird flying our hoped-for daughter all the way from India to California, much like the robin that carried **Thumbelina** to safety on his back in a book I'd loved as a child.* [URL: <https://www.washingtonpost.com/news/parenting/wp/2017/07/17/unpacking-the-adoption-that-wasnt/>].

Перевод: *В то время я представляла себе, как эта птица несет нашу будущую дочь из Индии в Калифорнию, подобно малиновке, которая унесла Дюймовочку в безопасное место на своей спине в книге, которую я любила в детстве.*

В колонке автор описывает личные переживания и делится опытом с родителями, которые хотят взять ребенка на усыновление или удочерение. *Thumbelina* - аллюзия на сказку Ганса Христина Андерсона «Дюймовочка». В сказке птица перенесла маленькую девочку в безопасное место. сфера-источник: сказка.

Но одновременно с тем в Париже с завидным постоянством появляются граффити с угрозами терактов во время Олимпиады. Согласитесь, вряд ли кому-то захочется ехать в Париж нынешним летом, чтобы увидеть Олимпиаду и умереть от взрыва бомбы – это, знаете ли, так себе удовольствие [URL: <https://lgz.ru/article/obrechyennaya-olimpiada/>].

В данном случае имеет ввиду фраза из книги русского писателя и поэта Ильи Эренбурга «Мой Париж»: *Увидеть Париж и умереть*. Сфера-источник: литература.

Таким образом, языковыми способами реализации прецедентных феноменов в авторской колонке являются цитаты, аллюзии, реминисценции. Трансформированные цитаты в колумнистском дискурсе выступают не только как средство репрезентации эмоций в тексте, а в первую очередь выражают авторскую оценку, эксплицитно или имплицитно. В ходе анализа установлены

сферы-источники прецедентных феноменов в авторской колонке: литература, экономика, политика, фольклор, религия, кино. В качестве источников прецедентных феноменов в дискурсе колумнистики могут быть кинофильмы, художественные произведения, сказки, пословицы и поговорки, афоризмы.

Прецедентные феномены в колумнистском медиадискурсе следует рассматривать как один из эффективных инструментов воздействия на адресата.

Важнейшей конститутивной характеристикой колумнистского дискурса является наличие прецедентных феноменов, которые играют большую роль во взаимодействии автора и адресата, в объективации авторской оценки.

3.2 Лингвостилистические актуализаторы креативности дискурсивной личности колумниста

В рамках данного параграфа выявляются и описываются лингвостилистические средства проявления лингвокреативности личности колумниста. Дискурсивная личность колумниста характеризуется высокой степенью лингвокреативности, что обуславливает формирование лингвостилистических средств персуазивно-суггестивного воздействия на сознание адресата.

Медиатекст авторской колонки насыщен оценочной и эмоционально-экспрессивной лексикой, сравнениями, метафорами, стилистическими приёмами экспрессивного синтаксиса, которые являются не только средством выражения авторской интенции, но и индикатором интеллектуального уровня дискурсивной личности колумниста. Анализ стилистических средств позволяет осмыслить механизм коммуникативно-прагматического воздействия на адресата.

Языковая игра как проявление лингвокреативности языковой личности колумниста является средством выражения не прямой оценки. Под языковой игрой понимается «такое использование риторических приемов (приемов речевой выразительности), которое направлено на создание остроумных,

преимущественно комических, высказываний, обладающих качествами меткости, оригинальности и неожиданности, а факультативно – качествами эксцентричности, эпатажности и причудливости в разных наборах и комбинациях» [Сковородников, 2010: 62].

В основе принципа создания языковой игры лежит «соотношение языкового стереотипа (стандарта) и намеренного (осознанного) отклонения от этого стандарта в речевом поведении личности, что обусловлено специальной прагматической установкой речевого акта и индивидуальными возможностями говорящих в реализации потенциала языковых единиц» [Гридина, 1996: 5]. Языковая игра в дискурсе колумнистики реализуется на всех языковых уровнях – фонетическом, словообразовательном, лексическом и синтаксическом.

В колумнистском дискурсе языковая игра наиболее ярко проявляется на базе интертекстуальности. Языковая игра в дискурсе колумнистики наиболее ярко демонстрирует диалог между автором колонки и его аудиторией, «заставляя читателя разгадывать смыслы, тем самым выступая инструментом эмоционального воздействия» [Ширяева, 2013: 31].

В ходе исследования выявлены достаточно интересные случаи использования языковой игры в заголовках на основе аллюзии. Например:

Через тернии к росту [URL: <https://iz.ru/1381080/valerii-emelianov/cherez-ternii-k-rostu>].

Автор колонки рассуждает о динамике ВВП, доходах, инфляции. Используется языковая игра, основанная на крылатом выражении *Через тернии к звездам*, что позволяет автору имплицитно реализовать мысль, что к экономическому росту можно прийти только через преодоление больших трудностей.

Бездомные тоже платят [URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6323516>].

Используется трансформированное название мексиканского телесериала «Богатые тоже плачут». Автор делится с читателем серьезной проблемой роста стоимости аренды недвижимости в Европе.

Важнейшая функция заголовка – это эмоциональное воздействие на адресата и привлечение его внимания. Например:

Мне очень жаль, Джо, что твоя гнедая сломала ногу [URL: <https://www.pnp.ru/politics/mne-ochen-zhal-dzho-что-tvoya-gnedaya-slomala-nogu.html>].

Автор использует в заголовке преобразованную цитату из рассказа О. Генри «Дороги, которые мы выбираем» (*Ты не поверишь, Боб, как мне жаль, что твоя гнедая сломала ногу... Боливар не выдержит двоих*). Автор сожалеет, что Джозеф Байден отказался от своего предложения встретиться на нейтральной территории и обсудить назревшие проблемы отношений наших стран и подписал указ, в котором обвиняет Россию в подрыве проведения выборов в США и странах-союзниках. В данном случае идет отсылка к мысли, что, теперь возможности встретиться ограничены.

Приведем пример на английском языке:

*How the **Glucose Goddess** sweet-talked her way into the American diet* [URL: <https://www.washingtonpost.com/style/of-interest/2024/08/07/glucose-goddess-jessie-inchauspe/>].

Перевод: *Как богиня глюкозы проложила себе путь к американской диете.*

В данном примере используется сочетание **Glucose Goddess** (богиня глюкозы) – это языковая игра, построенная на аллюзии на имена греческих богов, например, Богиня Любви. Автор использует данный прием в заголовке публикации для привлечения внимания читателя. Имеется ввиду французский биохимик Джесси Инчаспе, автор двух бестселлеров о здоровом питании, которая стала всемирно известной.

Интересным приемом является фразеологическая языковая игра. Например:

Доллар в кармане не утаишь [URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6283715>].

В данном примере используется трансформированная пословица «*Шила в мешке не утаишь*», т.е. правду не скроешь.

Критическое отношение автора-колумниста выражается с помощью употребления фразеологической игры, например:

Николай Валуев – и швец, и жнец, и на дуде игрец. Депутат вот уже трех созывов, краса и гордость, он со страшной силой лезет в телевизор. [URL: <https://www.mk.ru/social/2022/08/16/fishka-nikolaya-valueva-na-tv-ego-organika.html>].

В данном примере негативная ироничная оценка реализуется посредством употребления фразеологизм «*и швец, и жнец, и на дуде игрец*», а также использования реминисценции в виде трансформированного выражения «*краса и гордость*» от крылатого выражения Л.Троцкого «краса и гордость революции», которым назвал матросов Балтийского флота в 1917 году.

Графическая игра как «шрифтовая, цветовая, пространственная, пунктуационная (кавычки, скобки, тире, дефис) актуализация элемента, организующего новое слово» [Сметанина, 2002: 204]. Интересным приемом является графогибридизация – это прием «оформления новообразований с помощью графических средств разных языков» [Попова, 2007: 231]. Рассмотрим пример графогибридизации:

Туманная же дрезина, построенная на основе учения чучхе – это простая четырехколесная тележка, приводимая в движение пердячим паром. 3-й секретарь посольства РФ Сорокин лично толкал quasi-дрезину, преодолевая километровый путь до русской границы [URL: <https://www.kp.ru/daily/27245.5/4374381/>].

В данном пример автор употребляет слово «*quasi-дрезина*», образованное при помощи графогибридизации. Максим соколов в присущей ему тонкой иронией и сарказмом пишет о том, чтобы покинуть КНДР

российские дипломаты и члены их семей использовали самодельную дрезину, которую он обозвал «*quasi-дрезина*». Автор проводит параллель между дипломатами и олигархами. Он пишет, что «дипломатическая служба сродни военной – в смысле, что секретари посольства и члены их семей стойко преодолевают тяготы и лишения походной жизни», а у «суперэффективных, судя по их несметному богатству, предпринимателей, именуемых также олигархами, другая транспортная проблема».

Графическая трансформация выступает эффективным средством для выражения оценки в авторской колонке. Например:

*Тут идеологам останется либо быстро стушеваться и исчезнуть, как это сделал Чубайс после 24 февраля 2022 года, либо пребывать уже в состоянии полной шизофрении, как зеленые германские министры. Которые, с одной стороны, желают по-прежнему добивать экономику **фатерланда**, с другой – поднять военное производство на небывалый доселе уровень. Могий вместить, да вместит* [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/8/25/1226414.html>].

В данном примере используется прием написания немецкого слова «Vaterland» (*отечество*) кириллицей. Данное слово имеет большое значение для немецкой культуры, фатерланд – это обозначение немецких земель как родины для немцев. Вместо использования нейтрального сочетания «экономика страны» намеренно используется сочетание «экономика фатерланда», тем самым реализуется оценочный потенциал данного слова.

*А нам-то что? Если бы в Австралии или в Аргентине пошла свалка **а-ля франсез**, наверное, так бы и было. Но все-таки исторически-культурная близость к прежней Франции остаточна велика, поэтому не все готовы судить столь охлажденно* [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/7/6/1219753.html>].

М.Соколов использует написанное кириллицей выражения на французском «à la française» (*на французский манер*). Это дает ему возможность выразить имплицитно, даже достаточно тонко основную мысль публикации: Франция устойчиво стагнирует.

Железный ордуниг – дело хорошее, но что сделает таможня, если обнаружит в багажнике вязанку хвороста, который тоже является топливом? Вот тут и могут пригодиться зеленые познания А. Б. Чубайса, который разъяснит финнам, как осуществлять переход на дрова [URL: <https://www.kp.ru/daily/27407.5/4604726/>].

Авторы-колумнисты для привлечения внимания адресата используют в заголовках прием капитализация (выделение сегмента слова шрифтом, отличным от основного шрифта), например:

БРИКСовая альтернатива [URL: <https://iz.ru/1774848/milan-lazovic/briksovaa-alternativa>].

В данном случае графическая игра построена на использовании аббревиатуры *БРИКС* с суффиксом *-овая*. Автор рассуждает об интересе европейских стран к объединению БРИКС.

Языковая игра как проявление лингвокреативности дискурсивной языковой личности колумниста выступает не только средством выражения скрытой оценки, но и является индикатором интеллектуального уровня дискурсивной личности колумниста.

Ярким проявлением креативности языковой личности колумниста в дискурсе колумнистики является **окказиональная деривация**. Как справедливо отмечает В.Ю. Мезенцева, деривация в языке СМИ, «представляя собой реализацию игрового потенциала языка, может интерпретироваться как творческий когнитивный акт, вскрывающий имплицитные механизмы и возможности языковой системы» [Мезенцева, 2009: 101]. Окказионализмы реализуют воздействующую функцию колумнистского дискурса и свидетельствуют о лингвокреативности личности колумниста.

Наиболее продуктивным словообразовательным способом деривации в колумнистском дискурсе является морфологический.

Я прекрасно понимаю родителей, которым не нравится, что ребенок в поисках любого ответа даже на самый элементарный вопрос лезет в телефон. Я тоже очень хочу, чтобы дети были эрудированными. Но мы

имеем дело с тем, что имеем. *«Гаджетизация»*, если позволительно будет так выразиться, будет только развиваться. Вы всерьез ходите поставить заграждение против цунами? Такого заграждения не существует [URL: <https://rg.ru/2023/03/26/ne-gad-zhe-ty-derzhashchij-gadzhety.html>].

В данном примере употреблено новообразование *«гаджетизация»*. *Гаджетизация* – слово, образованное путем прибавления к основе слова *«гаджет»* суффикса – *изация*, имеющего значение действия. Полученное слово употребляется в значении процесса, способствующего культивированию и распространению различных технических портативных средств в обществе.

Всем же товарищам по несчастью, безуспешно пытающимся бороться с жиромонстром, желаю победы — и над ним, и над собой. Во-первых, мы и так все с вами красавцы, а во-вторых, пока рано сдаваться — лето ведь только начинается! [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19247593.shtml>].

В данном примере автор употребляет новообразование *«жиромонстр»* слово, образованное путем прибавления двух слов *«жир»* и *«монстр»*, которое имеет негативный характер.

Авторские новообразования как дериваты, образованные от имен собственных, например:

Смелость борреле-мишелевского плана «Цветущий сад. v. 2.0» в том, что он являет собой полное отрицание былой интеграционной практики, которая во времена Римского договора (1957) действительно приносила желательные плоды. [URL: <https://ria.ru/20230903/evrosoyuz-1893841777.html>].

Колумнист М.Соколов использует авторское новообразование на основе слияния двух имен собственных имя главы Евросовета Шарля Мишеля и главы еуродипломатии Жозепа Борреля. Выражение *«борреле-мишелевский план»* имеет негативный характер и используется для выражения критического отношения к политике Евросоюза.

*Тут и всплыл «лучший друг Жасмин», да еще народный артист Молдовы Филипп Киркоров. Уж как уговорили-умолили, неведомо, но уже из частного джета, сопровождаемый веселой гурьбой **дав-кридов-дмитриенок**, Фил звал всех на концерт, «посвященный Дню выпускников», — на ту самую площадь, с которой в ужасе ретировался Моргенштерн* [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/?updated>].

В данном примере автор статьи Артур Гаспарян в рамках своей колонки «играет» с именами Давы, Егора Крида и Вани Дмитриенко, которые хотели выступить на антироссийском фестивале в Кишиневе. Имена собственные автор употребляет с маленькой буквы как нарицательные и во множественном лице «**дав-кридов-дмитриенок**», что позволяет транслировать негативное отношение и к ситуации, и к данным лицам.

*Телевидение захватила **петромания*** [URL: <https://www.mk.ru/social/2022/06/14/televidenie-zakhvatila-petromaniya.html>].

Авторское новообразование «*петромания*» образовано путем сложения двух слов, имени собственного Петр (имеется ввиду Петр Первый) и слова «мания» в значении «психическое расстройство, пристрастие». С помощью слова «*петромания*» А.Мельман пишет о тенденциях современного телевидения, о том, что на всех каналах к 350-летию Петру Алексеевичу Романову, царю Петру I идет кинофильмы и передачи.

Рассмотрим пример на английском языке:

*The Political Failure of **Bidenomics*** [URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/22/opinion/bidenomics-working-class.html>].

Перевод: *Политический крах байденомики.*

Для выражения своей оценки провальной экономической политики Байдена автор использует окказионализм «*Bidenomics*», образованный сложением имени президента США «Biden» и части слова «economics».

Словосложение является также частотным способом окказионального словообразования, например:

Ясен пень, Офис президента Украины такое не мог пропустить безнаказанно. Дать жесткий отлуп самому Илону Маску был потрясен советник главы Офиса президента Михаил «грязныйрот» Подоляк [URL: <https://www.kp.ru/daily/27595/4922532/>].

Для выражения отрицательной оценки автор употребляет новообразование «грязныйрот». Сленг «грязный рот» используется для обозначения человека, который постоянно использует ненормативную лексику.

Окказионализмы, образованные префиксальными морфемами, например:

*China: **Superpower** or **Superbust?** [URL: <https://nationalinterest.org/article/china-superpower-or-superbust-9269>].*

Перевод: *Китай — супердержава или супербанкрот?*

В данном примере приставка *Super* используется для выражения как положительной, так и отрицательной оценки.

Отметим ярко выраженную творческо-аналитическую составляющую дискурсивной личности колумниста, которая реализуется также с помощью употребления иностранных вкраплений. Это могут быть цитаты, отдельные слова или выражения. Примером может служить колонка М.Соколова. Например:

*Теперь нам рассказывают, что в современном цифровом мире ничто не остается бесследным и **Big Brother watches you everywhere**. Слежка тотальная и всеобщая. Но если Большой Брат знает все про Ив. Ив. Пупкина, но при этом не знает ничего про подводный стратегический объект, это какой-то странный Большой Брат, не берегущий зеницу ока. [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2022/9/30/1180084.html>].*

Выражение «*Big Brother watches you everywhere*» из романа Джорджа Оруэлла. *Big Brother* является именем нарицательным для государства или организации, основной целью которых является установление тотальной слежки.

*Иное дело, когда килька вдруг раздувается до медийных размеров кита. В этом случае, как говорил В. И. Ленин, **es schwindelt**, голова идет кругом, и в эту вскружившуюся голову приходит радостная мысль, что это не случайная флуктуация мирового исторического процесса, после которой все вернется к изначальному состоянию разбитого корыта. А это – знак уважения мира к достоинству нашей державы, и теперь она всегда будет владычицей морскою, а также римским папой. Это лечится только временем. Ну и **животворящими звездами.*** [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2022/9/16/1177578.html>].

Рассуждая о величии и значимости государственного или псевдогосударственного образования, М.Соколов использует слова В.И.Ленина на немецком языке «*es schwindelt*» (*кружит голову*), которые он произнёс 25 октября 1917 г., когда получил власть над Россией.

*В англосаксонском вопросе Д.Л. Быков оказывается **plus royaliste que le roi**. Никак не будучи англосаксом, он налагает анафемы на произносящих это слово, при том, что самим англосаксам такое словоупотребление совершенно безразлично. Такой жанр – святее папы Римского – может быть даже истолкован, как комическое низкопоклонство.* [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2021/9/24/1120486.html>].

Выражение на французском языке «*plus royaliste que le roi*» «*Быть больше роялистом, чем королем*» употребляется в том случае, когда говорят о людях, идущих дальше того, чьи взгляды или интересы они представляют.

Фразеологические единицы как маркеры креативной языковой личности колумниста используются как в исходном виде, так и в трансформированном.

*Разумеется, все эти деньги **пролетят как фанера над Парижем** — и мимо мелкого, и мимо среднего бизнеса* [URL: <https://ria.ru/20210802/tunberg-1743904864.html>].

Е. Караева пишет о переводе экономики развитых стран на зеленые рельсы. Стоимость затеи составляет 100 миллиардов евро в год, однако эти деньги пойдут только крупным транснациональным корпорациям мимо

мелкого и среднего бизнеса. Автор использует разговорное устойчивое выражение «пролетят как фанера над Парижем» в значении упущенной возможности получить что-либо, т.е. потерпеть неудачу.

Лиз Трасс, только что назначенная на должность премьер-министра Великобритании, решила не откладывать реформы в долгий ящик и без лишних прелюдий взяла быка за рога [URL: <https://ria.ru/20220909/trass-1815578448.html>].

С Савчук в своей колонке пишет о новом премьер-министре Великобритании Лиз Трасс, которая сразу же взялась за продвижение максимально неприятных решений и реформ. Для характеристики ее деятельности используются выражения «не откладывать реформы в долгий ящик» (не затягивать), «без лишних прелюдий» (является устаревшим и означает: без подготовки) и «взяла быка за рога» (справиться с проблемой быстро и легко). Использование в одном предложении трех фразеологических выражений придает высказыванию ироничный тон.

Ушлые оппоненты также раскопали здоровенную свинью, которую госпоже Трасс подложил ее бывший заместитель, а ныне канцлер королевского казначейства Квази Квартенг. [URL: <https://ria.ru/20220909/trass-1815578448.html>].

В данном примере используется авторское выражение «раскопали здоровенную свинью» антоним фразеологизма «подложить свинью» (совершить по отношению к кому-л. непорядочный поступок, подлость). Этот прием позволяет автору с помощью эмоциональной оценки аргументировать свое отношение к описываемой персоне.

Для того чтобы привлечь и заинтересовать читателя, автор должен использовать весь выразительно-изобразительный арсенал языка. И в данном случае метафора выступает лингвокреативным средством выражения авторской мысли и является инструментом воздействия на эмоционально-когнитивную сферу массового адресата.

Как известно, метафоризация основана на взаимодействии двух структур – когнитивной структуры «источника» и «цели». Таким образом, метафорическая модель понимается как схема связи между понятийными сферами, которая существует или складывается в сознании носителей языка [Чудинов, 2001]. Метафорическая модель – это «понятийная область (область источника в когнитивной интерпретации метафоры), элементы которой (смыслы и сочетания смыслов) связаны различными семантическими отношениями» [Баранов, 1994: 15].

Анализ показал, что колумнистский дискурс насыщен метафорой, которая служит репрезентации авторской оценки. Выявлены и анализируются антропоморфные, природоморфные, социоморфные, артефактные метафоры как средство привлечения адресата и воздействия на его сознание.

Рассмотрим пример использования антропоморфной метафоры со сферой источником «болезнь»:

Сентябрьский холодок, пробегающий по спине финансистов Японии и Великобритании, к октябрю перешел в дикую боль. Ядро их национальных финансовых систем — рынок госдолга — попал в реанимацию [URL: <https://expert.ru/expert/2022/42/prodam-pechatniy-standok-nedorogo/>].

В данном случае использование метафор «дикая боль», «рынок госдолга — попал в реанимацию» позволяет автору в имплицитной форме высказать свою точку зрения и оценку относительно положения финансовых систем Японии и Великобритании.

*Если бы Франция по-прежнему была восходящей (или, по крайней мере, устойчиво сохраняющей свои позиции) страной, нынешние буйства, чинимые инородцами (хотя и с французским паспортом в третьем уже поколении), можно было бы рассматривать, как **политический триппер**. Неприятно, но от этого не умирают* [URL: <https://m.vz.ru/opinions/2023/7/6/1219753.html>].

Автор использует метафору «политический триппер» для выражения не прямой оценки политики и экономики Франции.

Сфера-источник «еда»:

Вот только на самом деле никаких пламенных борцов нет. Есть еще одна волна по существу «колбасной эмиграции», мимикрирующей под политическую, которая осознала, что много лет бесперебойно функционировавший маршрут внезапно начал сбоить и грозит вовсе прекратить работу [URL: <https://ria.ru/20220815/oruzhie-1809579845.html>].

В данном примере используется метафора «колбасная эмиграция», которая эксплицирует отношение автора к уезжающим на Запад, прежде всего, не политическим мотивам, а в поисках лучшей жизни.

Сфера-источник «биология»:

*Русский язык в целом вообще не нуждается ни в чьей ханжеской опеке, дорогой читатель, как бы страшно это ни звучало. Я много раз говорила и повторяюсь: **русский язык – живой организм, он развивается и живет по своим собственным законам. Вне политических, социальных и прочих контекстов*** [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/13971704.shtml>].

В данном примере автор описывает русский язык как живой организм.

Сфера-источник «суеверия»:

Ипотека как венец безбрачия. Мешают ли жилищные кредиты семейному счастью? [URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/18105709.shtml>].

В рамках метафоры «ипотека – венец безбрачия» описывается проблема влияния жилищного вопроса на создание семьи. Использование метафоры в заголовке статьи способствует привлечению внимания адресата.

Сфера-источник «море»:

Сложные идеи транслировать невозможно. Зато яркие, эмоционально окрашенные и крайние взгляды расходятся по миру огромными волнами. И дело даже не в самих идеях, а в способе их передачи, который делает их плоскими и примитивными. [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/solnceva/15510151.shtml>].

С помощью метафоры «идеи – волны» автор описывает ситуацию с трансляцией информации в массовое сознание и высказывает мнение о том, что миром массового сознания управляют эмоции.

Сфера-источник «явление природы»:

В общем, Белый дом оказался в эпицентре идеального шторма. Похоже, это и вызвало наблюдаемые попытки публично отрицать реальность рецессии [URL: <https://ria.ru/20220730/amerika-1805980472.html>].

В данном случае в основе метафоры лежит сравнение с природным явлением (*рецессия – эпицентр идеального шторма*).

Сфера-источник «физиология»:

В период после Первой мировой войны Европа была беременна революциями, причем не только левыми и Коминтерновскими, но и иного направления [URL: https://ria.ru/20231109/tsvetnaya_revoljutsiya-1908256698.html].

В данном примере с помощью метафоры (*беременна революциями*) достаточно ярко реализуется основная цель дискурса авторской колонки – привлечь внимание читателя к освещаемой проблеме.

Сфера-источник «дом»:

This decades-long kitchen cabinet operates as an extended family, council of elders and governing oligarchy. These allies alone hold sway over decisions big and small in Biden's life and presidency [URL: <https://www.axios.com/2024/06/29/biden-debate-replace-advisers>].

Перевод: *Этот существующий десятилетиями «кухонный» кабинет работает как большая семья, совет старейшин и правящая олигархия. Эти приспешники единолично властвуют над большими и маленькими решениями, касающимися жизни и президентства Джо Байдена* [URL: <https://inosmi.ru/20240629/kulisy-269369858.html>].

Сфера-источник «география»:

All the geopolitical crises you see in the headlines every day? The war in Ukraine, confrontation over Taiwan, nuclear tensions with Iran and North Korea,

*you name it—some 90 percent of them are directly or indirectly because of the geopolitical recession caused by these three issues. In other words, the crises are not about individual leaders. They are a structural feature of our **geopolitical landscape*** [URL: <https://foreignpolicy.com/2023/06/17/china-russia-us-multipolar-world-technology/>].

Перевод: *Все геополитические кризисы, которыми пестрят заголовки сегодняшних газет: конфликт на Украине, конфронтация из-за Тайваня, ядерная напряженность в отношениях с Ираном и Северной Кореей и т.д. и т.п. — около 90% из них прямо или косвенно связаны с геополитическим спадом, вызванным этими тремя проблемами. Не с отдельными лидерами. Они стали структурной особенностью **нашего геополитического ландшафта*** [URL: <https://inosmi.ru/20230620/bremmer-263768900.html>].

Метафора как маркер лингвокреативности колумниста является эффективным средством выражения эмоциональной оценки в авторской колонке. Например:

*Второй месяц «лучшие люди страны» молятся, каются, оплакивают «Макдональдс» и «Икею», рассказывая нам, быдлу, в какой трагической ситуации мы все здесь оказались. И картина эта вызывает, честно говоря, **горькое недоумение*** [URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/s77906/14798738.shtml>].

В данном примере публицист Мария Дегтерева с помощью метафоры «горькое недоумение» выражает свое эмоциональное отношение к позиции части общества, которые покидают Россию.

Рассмотрим примера на английском языке.

*An **icy silence** settled over our class, and I feared my classmates were now questioning the professor's expertise* [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/04/22/doctor-fall-lesson-feelings/>].

Перевод: *В классе воцарилась **ледяная тишина**, и я опасался, что мои одноклассники теперь сомневаются в компетентности профессора.*

Автор передает свои ощущения с помощью метафоры *icy silence*.

His running was charismatic. When you added the sparkle of his million-dollar smile and the polish of his perfect diction, he was irresistible [URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/04/11/oj-simpson-death-cancer-news/>].

Перевод: *Его бег был харизматичным. А если добавить к этому блеск его улыбки на миллион долларов и отточенную дикцию, он был просто неотразим.*

Автор с помощью метафоры «*million-dollar smile*» передает восхищение и любовь американцев к величайшему футболисту, актеру и любимчику публики, О.Дж. Симпсону.

Колумнист Род Дреер написал об открытии Олимпиады в Париже и сравнил его с театрализованным представлением для Антихриста (The Paris Olympics overture was a floor show for the Antichrist):

The satanic parody feast featured as its blasphemous Eucharist a priapic Smurf meant to represent Dionysius—perhaps a sneering, obscene reference to St. Denis (a Gallicized version of «Dionysius»), the third-century martyr who is a patron saint of Paris. According to a tumescent Associated Press account of the event, the Greek god of wine pointed to his penis and sang, in French, “Where to hide a revolver when you’re completely naked?” [URL: <https://europeanconservative.com/articles/commentary/a-civilizational-suicide-note-on-the-seine/>].

Перевод: *На карикатурно-сатанинском празднике в роли богохульной евхаристии фигурировал похотливый смурфик в образе Диониса — возможно, это было насмешливой, непристойной отсылкой к Дионисию Парижскому, мученику третьего века и покровителю французской столицы. Агентство Associated Press написало в этой связи, что греческий бог вина указывал на свой пенис и пел по-французски: “Куда спрятать револьвер, когда ты обнажен?”* [URL: <https://inosmi.ru/20240731/olimpiada-269682189.html>].

Свое негодование по поводу данного мероприятия автор выражает метафорическим сочетанием «*The satanic parody feast*», что дает возможность ему выразить свою оценку имплицитно.

Как показал анализ приведенных примеров, метафора в колумнистском дискурсе является способом трансляции ценностной картины мира автора и средством эффективного воздействия на эмоциональную сферу адресата.

Все проанализированные лингвистилистические средства являются способом выражения авторской позиции, субъективной оценки и свидетельствуют о высокой степени лингвокреативности дискурсивной личности колумниста. Лингвостилистические средства (метафора, языковая игра, окказионализмы, фразеологизмы, иноязычные вкраплениями и др.) выполняют воздействующую и экспрессивно-оценочную функций дискурса колумнистики.

ВЫВОДЫ

В данной главе изучен когнитивно-прагматический аспект лингвокреативной дискурсивной личности колумниста. Выявлены и проанализированы особенности проявления лингвокреативности дискурсивной личности колумниста в процессе персуазивно-суггестивного воздействия на адресата.

Лингвокреативность является важнейшей характеристикой дискурсивной личности колумниста, что способствует использованию широчайшего спектра языковых средств выражения мнения и субъективной оценки.

Прецедентные феномены являются маркером лингвокреативности дискурсивной личности колумниста, эффективных инструментов воздействия на адресата и важнейшей характеристикой колумнистского дискурса. Прецедентные феномены играют большую роль во взаимодействии «АВТОР-АДРЕСАТ», в объективации авторской оценки. Языковыми способами реализации прецедентных феноменов в авторской колонке являются цитаты,

аллюзии, реминисценции, которые выполняют функцию единения с адресатом.

В ходе анализа установлены сферы-источники прецедентных феноменов в авторской колонке: литература, экономика, политика, фольклор, религия, кино. В качестве источников прецедентных феноменов в колумнистском дискурсе могут быть кинофильмы, художественные произведения, сказки, пословицы и поговорки, афоризмы.

Колумнистский дискурс отличается высокой степенью субъективности оценочности и эмотивности, что обуславливает формирование лингвостилистических средств персуазивно-суггестивного воздействия на сознание адресата.

Установлено, что языковая игра как проявление лингвокреативности дискурсивной личности колумниста выступает не только средством выражения скрытой оценки, но и является индикатором интеллектуального уровня дискурсивной личности колумниста.

Анализ показал, что дискурс авторской колонки насыщен метафорой, которая является инструментом воздействия на сознание адресата и способом репрезентации авторской оценки. Выявлены и проанализированы антропоморфные, природоморфные, социоморфные, артефактные метафоры.

Языковая игра, различные виды цитирования, метафорические переносы, фразеологизмы, окказиональные слова, эмоционально-экспрессивная лексика, риторические вопросы свидетельствуют о лингвокреативности дискурсивной личности колумниста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования коммуникативно-прагматических, когнитивно-функциональных и дискурсивных особенностей колумнистского дискурса в современных СМИ, поставленная цель достигнута и решены задачи. Реализованное исследование доказывает выдвинутую нами гипотезу о том, что прагмалингвистический аспект изучения дискурса колумнистики в пространстве массмедиа позволяет рассмотреть типологические характеристики исследуемого дискурса в неразрывной связи с когнитивной, дискурсивной, коммуникативно-прагматической деятельностью дискурсивной личности колумниста в рамках взаимодействия «адресант-адресат».

Исследование проведено на материале анализа медиатекстов авторов-колумнистов в российских и американских общественно-политических газетах и журналах за период с 2018 года по 2024 год.

Определены и описаны жанровые признаки, институциональные и конститутивные характеристики колумнистского дискурса в СМИ как самостоятельного типа дискурса на материале русского и английского языков.

С опорой на концепцию В.И. Карасика выделены основные конститутивные характеристики, свойственные колумнистского дискурса как институциональному дискурсу: цель, участники, хронотоп, наличие ценностей (дискурсообразующие концепты, идеологемы), стратегии, прецедентные тексты, тематика, разновидности и жанры, дискурсивные формулы.

Цель колумнистского дискурса заключается в воздействии на сознание адресата посредством субъективного описания и авторской оценки действительности (события или явления), в убеждении адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов.

Участниками колумнистского дискурса являются адресант – автор колонки (журналист, публицист, эксперт, экономист, политолог, известная личность и др.) и адресат – читатель. Особенностью **хронотопа** колумнистского дискурса

является его сосредоточение на настоящем времени и в определенном месте газеты или журнала. Авторская колонка занимает определённую полосу в газете или журнале, которая представляет собой отдельную рубрику, т.е. определенное место обычно под рубриками «мнения», «колумнисты», «личный опыт». **Аксиологичность медиадискурса** отражает способность колумнистского дискурса транслировать ценностные доминанты в соответствии с интенциями автора, репрезентантами которых могут быть идеологемы. Идеологемы в колумнистском дискурсе репрезентируют систему взглядов, идей, установок и мировоззрение автора-колумниста как дискурсивной личности. **Коммуникативные стратегии** взаимосвязаны с целями колумнистского дискурса – вызвать доверие у адресата и убедить в правильности собственного мнения, т.е. убеждение адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов и привлечение на свою сторону. Основной коммуникативной стратегией колумнистского дискурса выступает стратегия персуазивно-суггестивного воздействия. **Прецедентные тексты** в колумнистского дискурса формируют языковую картину мира автора-колумниста, транслируют его ценностные установки, отражают когнитивный и лингвокультурный уровень сознания дискурсивной личности колумниста. **Тематика колумнистского дискурса** отличается актуальностью, насущностью и злободневностью. В условиях гибридизации стилей и жанров в современных СМИ, размытости жанровых границ, колумнистский дискурс совмещает в себе конститутивные признаки информационного, аналитического и художественно-публицистического медиадискурсов. Авторская колонка относится к ориентированным на мнение автора письменным формам медиатекста. Были выделены и рассмотрены следующие **жанры колумнистского дискурса**: колонка-обозрение, колонка-комментарий, колонка-эссе, колонка-блог, колонка-рецензия. Спектр **дискурсивных формул**, характерных для колумнистского дискурса, здесь весьма широк и зависит от дискурсивных стратегий, интенционально-

стилистических и лингвокреативных особенностей дискурсивной личности колумниста

Колумнистский дискурс в СМИ является институциональным типом, по каналу передачи информации относится к письменному дискурсу, но при этом обладает дискурсивными характеристиками как институционального, так и личностно-ориентированного типа дискурса.

Основными характеристиками колумнистского дискурса являются актуальность, своевременность, доступность, диалогизм, субъективность, прецедентность, интенциональность, оценочность, идеологичность, аксиологичность.

Прагмалингвистический подход к исследованию колумнистского дискурса в СМИ позволяет изучить особенности проявления авторской интенции дискурсивной личности колумниста в рамках коммуникативно-прагматического воздействия на адресата.

Колумнистский дискурс обладает информационным и воздействующим потенциалом, т.е. совокупностью прагмалингвистических возможностей реализовать соответствующие коммуникативные намерения адресанта. В связи с этим коммуникативную стратегию персуазивно-суггестивного воздействия можно считать наиболее показательным и ярким.

Выявлены и описаны тактико-стратегические способы реализации стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе.

Основными коммуникативными тактиками реализации стратегии персуазивно-суггестивного воздействия в колумнистском дискурсе являются следующие: 1) тактика привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему, 2) тактика доверительного диалога с адресатом, 3) тактика рациональной аргументации, 4) тактика субъективно-оценочной аргументации.

Тактика привлечения внимания адресата и вовлечения его в проблему реализуется с помощью речевого хода языковой игры и речевого хода вопроса.

Тактика доверительного диалога с адресатом реализуется использованием речевого хода обращения, речевого хода общности с адресатом и речевого хода апелляции к собственному опыту.

Тактика рациональной аргументации реализуется с помощью речевого хода апелляции к количественным аргументам и речевого хода апелляция к авторитету.

Тактика субъективно-оценочной аргументации реализуется с помощью речевого хода апелляции к эмоциям адресата и речевого хода апелляции к ценностям адресата.

Все рассмотренные тактики нацелены на основную цель колумнистского дискурса – реализации стратегия персуазивно- суггестивного воздействия на адресата, т.е. в убеждении адресата в правильности своих идеологических и мировоззренческих взглядов и привлечении на свою сторону; изменении его картины мира, в том числе, системы норм и ценностей путем репрезентации собственных убеждений, эмоционального и интеллектуального состояния.

Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистических исследованиях обусловила важность изучения дискурсивной личности колумниста в медиадискурсе. Мы рассматриваем категорию автора ключевым дискурсообразующим фактором в формировании колумнистского дискурса. При этом важнейшим условием является ориентация автора на фактор адресата.

Прецедентные феномены (прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация, прецедентный текст) в колумнистском дискурсе являются отражение когнитивного сознания дискурсивной личности колумниста. Установлено, что прецедентные феномены являются маркером лингвокреативности дискурсивной личности колумниста, эффективных инструментов воздействия на адресата и важнейшей институциональной характеристикой колумнистского дискурса.

Лингвостилистические средства (метафора, языковая игра, окказионализмы, фразеологизмы, иноязычные вкрапления и др.) в колумнистском дискурсе выполняют воздействующую и экспрессивно-оценочную функции.

Дискурсивная личность колумниста характеризуется узнаваемым ярким индивидуальным авторским стилем, определенными морально-этическими, политическими и ценностными установками, мировоззрением и тематикой и обладает коммуникативно-прагматическими, стилистическими, речевыми и когнитивными характеристиками.

Перспективы исследования видятся в дальнейшем исследовании колумнистского дискурса в диахронном и сопоставительном аспектах. Перспективно более детальное изучение когнитивного механизма воздействия в дискурсе авторской колонки с точки зрения гендера дискурсивной личности автора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абанина, И.Л. Специфика интертекстуальных связей в аналитическом жанре газеты: на материале аналитических статей англо-американских газет: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Абанина Ирина Леонидовна. – М., 2009. – 21 с.
2. Адвокатская деятельность: учеб.-практ. пособие / под общ. ред. В.Н. Буробина. – 2. изд., перераб. и доп. – М.: Экмос, 2003. – 623 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 136-137.
4. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 895 с.
5. Баженова, Е.Ю. Дискурсивные стратегии представления информации в новостных текстах британских СМИ: на материале качественных интернет-газет : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Баженова Екатерина Юрьевна. – Благовещенск, 2015. – 181 с
6. Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет / М.М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1975. – 502 с.
7. Бахтин, М.М. Слово в романе / М.М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М.: Худ. лит., 1975. – С. 80-84.
8. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 310 с.
9. Бенвенист, Э. О субъективности в языке / Э. Бенвенист // Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М., 1974. – С. 292-300.
10. Бенвенист, Э. Общая лингвистика: пер. с фр. / Э. Бенвенист; под ред., с вступ. статьей и коммент. Ю.С. Степанова. – М.: Прогресс, 1974. – 446 с.
11. Богин, Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текста: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Богин Георгий Исаевич. – Л., 1984. – 31 с.
12. Богин, Г.И. Современная лингводидактика / Г.И. Богин. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1980. – 61 с.

13. Болотнов, А.В. Типы публицистов как информационно-медийных языковых личностей / А.В. Болотнов // Вестник Томского педагогического университета. – 2019. – № 9. – С. 111-120.
14. Борботько, В.Г. Общая теория дискурса. Принципы формирования и смыслопорождения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Борботько Владимир Григорьевич. – Краснодар, 1998. – 250 с.
15. Борботько, В.Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике / В.Г. Борботько. – М.: Либроком, 2006. – 286 с.
16. Борисова, С.С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Борисова Светлана Сергеевна. – Воронеж, 2016. – 250 с.
17. Вайсгербер, Й.Л. Родной язык и формирование духа = Muttersprache und geistesbildung: Muttersprache und geistesbildung / Й.Л. Вайсгербер; пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: УРСС, 2004. – 229 с.
18. Вайсгербер, Й.Л. Родной язык и формирование духа: пер. с нем. – 2-е изд., испр. и доп. / Й.Л. Вайсгербер. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 232 с.
19. Виноградов, В.В. О художественной прозе / В.В. Виноградов. – М.; Л.: Гос. изд-во (Госиздат), 1930. – 186 с.
20. Водак, Р. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса / Р. Водак // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – № 4(38). – С. 286-291.
21. Володина, М.Н. От редактора / М.Н. Володина // Язык средств массовой информации: учеб. пос. для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 3-5.
22. Володина, М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М.Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / отв. ред. М.Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С. 9-31.

23. Володина, М.Н. Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия / М.Н. Володина // Язык средств массовой информации. – М., 2004. – С. 11-39.
24. Выровцева, Е.В. Трансформация традиционных публицистических жанров в современных массмедиа / Е.В. Выровцева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5. Филология. Искусствоведение. – Вып. 94. – С. 207-213.
25. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
26. Гаспаров, Б.М. Язык, память, образ: лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 351 с.
27. Гизатуллина, А.Р. Идеологемы постперестроечного периода как фактор формирования нового сознания: общая характеристика: на материале газеты «Известия» / А.Р. Гизатуллина, М.И. Гумерова // Политическая лингвистика. – 2015. – № 3 (53). – С. 95-101.
28. Голоднов, А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации: на примере современной немецкоязычной рекламы: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.04 / Голоднов Антон Владимирович. – СПб., 2003. – 23 с.
29. Голоднов, А.В. Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе: на материале немецкого языка: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Голоднов Антон Владимирович. – СПб., 2011. – 402 с.
30. Голоднов, А.В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации / А.В. Голоднов. – СПб.: Астерион, 2011. – 343 с.
31. Гордеев, Ю.А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях: жанровый аспект / Ю.А. Гордеев // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 136-139. – Екатеринбург, 2013. – С. 5-58.

32. Гридина, Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т.А. Гридина; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург: Урал. ГПИ, 1996. – 215 с.
33. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
34. Гунькова, Д.Е. Дискурсивная личность американского политического комментатора-радиоведущего: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.24 / Гунькова Дарья Евгеньевна. – СПб., 2022. – 200 с.
35. Данилевская, Н.В. Аргументы vs эмоции: аргументативные модели как инструмент идеологического противоборства в массмедиа / Н.В. Данилевская // Медиалингвистика. – 2023. – № 10 (2), – С. 148-165.
36. Дейк, Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. Ван Дейк. – М.: ЛЕНАНД, 2014. – 309 с.
37. Демьянков, В.З. Когниция и понимание текста / В.З. Демьянков // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.; Тамбов: Институт языкознания: Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2005. – № 3. – С. 5-10.
38. Демьянков, В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка / В.З. Демьянков // Язык. Личность. Текст: сб. к 70-летию Т.М. Николаевой / Ин-т славяноведения РАН; отв. ред. В.Н. Топоров. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 34-55.
39. Денисюк, Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Денисюк Елена Викторовна. – Екатеринбург, 2004. – 26 с.
40. Деяк-Якобишина, Е.М. Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма / Е.М. Деяк-Якобишина // Веснік БДУ. – 2013. – № 3. – С. 74-77.
41. Добросклонская, Т. Медиалингвистика: теория, методы, направления [Электронный ресурс] / Т. Добросклонская. – [б. м.]: [б. и.], 2020. – 180 с. – Режим доступа: https://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf (дата обращения: 19.04.2023).

42. Добросклонская, Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20-33.
43. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
44. Драгунский, Д. Колумнистика – это довольно редкое явление и дорогое удовольствие [Электронный ресурс] / Д. Драгунский // PublicO: экспертный портал дебатов и мнений. – 7.07.2022. – Режим доступа: <https://publico.ru/opinions/kolumnistika-eto-dovolno-redkoe-yavlenie-i-dorogoe-udovolstvie> (дата обращения: 13.02.2024).
45. Егорова, С.А. Спортивный газетно-публицистический дискурс: коммуникативные стратегии и тактики: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Егорова Светлана Александровна. – Ставрополь, 2021. – 184 с.
46. Желтухина, М.Р. Роль информации в медиадискурсе / М.Р. Желтухина // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2010. – Т. 3. – С. 12-18.
47. Желтухина, М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Желтухина Марина Ростиславовна. – М., 2004. – 723 с.
48. Желтухина. М.Р. Тропологическая суггестивность массмедиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография / М.Р. Желтухина. – М.; Волгоград: Ин-т языкознания РАН: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
49. Захаренко, И.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко // Язык, сознание, коммуникация. – М., 1997. – Вып. 2. – С. 82-103.
50. Зыкова, И.В. Метаязык лингвокультурологии. Константы и варианты / И.В. Зыкова. – М.: Гнозис, 2017. – 752 с.

51. Иванова, Ю.М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Иванова Юлия Михайловна. – Волгоград, 2003. – 19 с.
52. Игнатова, И.Б. Авторская колонка как форма медиакритики / И.Б. Игнатова // Современные СМИ в контексте информационных технологий: сб. науч. тр. 4-ой Всерос. науч.-практ. конф. – 2018. – СПб., 2019. – С. 101-103.
53. Игнатова, И.Б. Авторская колонка как форма профессионального журналистского творчества / И.Б. Игнатова // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: сб. матери алов междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2019. – С. 132-133.
54. Игнатова, И.Б. Авторская колонка о литературе в системе современной арт-колумнистики / И.Б. Игнатова // Наука и школа. – 2023. – № 4. – С. 57-64.
55. Игнатова, И.Б. Колумнистика в современном публицистическом дискурсе / И.Б. Игнатова // Наука и Школа = Science and School. – 2021. – № 1. – С. 22-28.
56. Игнатова, И.Б. Трансформация авторской колонки в цифровом дискурсе / И.Б. Игнатова // Наука и школа. – 2022. – № 1. – С. 54-60.
57. Инжечик, А.А. К истории развития понятия «дискурс» в современной лингвистике / А.А. Инжечик // Доклады Башкирского университета. – 2019. – Т. 4, № 6. – С. 641-647.
58. Исаева, А.Ю. Коммуникативно-прагматические особенности газетного заголовка: на материале англоязычных Интернет-изданий: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Исаева Анастасия Юрьевна. – М., 2017. – 200 с.
59. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – 5-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
60. Йоргенсен, М.В. Дискурс-анализ: теория и метод / М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2008. – 352 с.
61. Кайда, Л.Г. Позиция автора в публицистике: стилистическая концепция / Л.Г. Кайда // Язык современной публицистики: сб. ст. / под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 58-66.

62. Каминская, Т.Л. Экспликация ценностей в российском медиадискурсе: колумнист и адресат / Т.Л. Каминская // *Przegląd Wschodnioeuropejski*. – 2017. – № 2. – С. 367-375.
63. Карамова, А.А. Идеологемы: определение понятия и типология / А.А. Карамова // *Современные проблемы науки и образования*. – 2015. – № 2. – С. 397.
64. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 830 с.
65. Карасик, В.И. Дискурсивная персонология / В.И. Карасик // *Язык, коммуникация и социальная среда*. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2007. – С.78-86.
66. Карасик, В.И. Дискурсивное проявление личности / В.И. Карасик // *Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика*. – 2016. – Т. 20, № 4. – С. 56-77.
67. Карасик, В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр.* – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
68. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
69. Караулов, Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения: вступ. ст. / Ю.Н. Караулов, Е.В. Красильникова // *Язык и личность: сб. ст.* – М.: Наука, 1989. – С. 3-8.
70. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – 7-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.
71. Кардумян, М.С. Языковая специфика аналитической разновидности дискурса масс-медиа: на материале статей на русском и английском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Кардумян Милена Сергеевна. – Ставрополь, 2011. – 22 с.
72. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации / В.Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.

73. Кибрик, А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. В виде науч. докл. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Кибрик Андрей Александрович. – М., 2003. – 90 с.
74. Клеменова, Е.Н. Персуазивная функция масс-медийных текстов: эвиденциальность и эпистемическая модальность / Е.Н. Клеменова, И.А. Кудряшов // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: История, филология. – 2016. – Т. 15, вып. 6. – С. 93-99.
75. Клушина, Н.И. Интенциональные категории публицистического текста на материале периодических изданий 2000-2008 гг.: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – М., 2008. – 352 с.
76. Клушина, Н.И. Теория идеологем / Н.И. Клушина // Политическая лингвистика. – 2014. – № 4(50). – С. 54-58.
77. Кожемякин, Е.А. Институциональные дискурсы: программа сравнительных исследований / Е.А. Кожемякин // Человек. Сообщество. Управление. – Краснодар, 2007. – № 2. – С. 96-106.
78. Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. – 2010. – № 12. – С. 13-21.
79. Коновалова, М.В. Медиадискурс и подходы к его изучению [Электронный ресурс] / М.В. Коновалова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 27(382): Филологические науки. – С. 101-107. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_25501320_23986642.PDF
80. Копнина, Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г.А. Копнина. – 4-е, изд. – М.: Флинта, 2012. – 170 с.
81. Коптяева, Н.Н. Языковые и графические средства манипулирования в британском политическом медиадискурсе: на материале статей, блогов и креолизованных текстов о Джереми Корбине: дис. ... канд. филол. наук: 5.9.8 / Коптяева Наталья Николаевна. – Екатеринбург, 2022. – 368 с.

82. Копылова, Ю.В. Интенционально-стилистическая характеристика спортивного аналитического медиадискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Копылова Юлия Владимировна. – Майкоп, 2019. – 24 с.
83. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение [Электронный ресурс] / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2015. – 248 с. – Режим доступа: <https://ibooks.ru/bookshelf/28119/reading> (дата обращения: 17.03.2024).
84. Котова, К.Ю. Колумнистика в современных интернет-СМИ / К.Ю. Котова // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. – 2019. – Вып. 2. – С. 162-167.
85. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
86. Красных, В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций / В.В. Красный. – М.: Гнозис, 2003. – 269 с.
87. Красных, В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: лекц. курс / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 282 с.
88. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Диалог. Карнавал. Хронотоп. – 1993. – № 4. – С. 427-457.
89. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров / Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, 2000б. – С. 125-167.
90. Крючкова, Н.В. Концепт – Референция – Коммуникация / Н.В. Крючкова. – Саратов: ИП Баженов, 2009. – 391 с.
91. Кубрякова, Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 5-13.
92. Кубрякова, Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е.С. Кубрякова // Язык и наука конца XX века: сб. ст. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. – С. 144-238.

93. Кубрякова, Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
94. Кузина, О.А. Идеологема и мифологема как ключевые категории медиадискурса в эпоху информационной войны / О.А. Кузина // Миф в истории, политике, культуре: сб. материалов II Междунар. науч. междисциплинар. конф., Севастополь, 27-28 июня 2018 г. – Севастополь, 2019. – С. 136-138.
95. Куницына, Н.В. О чем пишут колумнисты / Н.В. Куницына, В.С. Виноградский // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2016. – № 4. – С. 155-161.
96. Кшеневская, У.Л. Когнитивно-дискурсивная сущность лингвокреативности / У.Л. Кшеневская // Евразийский гуманитарный журнал. – 2020. – № 2. – С. 16-21.
97. Леонтьев, А.А. Психология общения: учеб. пособие для вузов / А.А. Леонтьев. – 3-е изд. – М.: Смысл: Академия, 2008. – 368 с.
98. Логинова, И.Ю. Персуазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест / И.Ю. Логинова // Интерпретация. Понимание. Перевод: сб. науч. ст. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – С. 240-248.
99. Ляшева, М.Н. Функционирование идеологем в современном развлекательном интернет-дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Ляшева Марина Николаевна. – Ростов н/Д, 2019. – 173 с.
100. Маевская, А.Ю. Колумнистика в глянцевах журналах / А.Ю. Маевская // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. – 2011. – № 2. – С. 273-281.
101. Малышева, Е.Г. Дискурсивная языковая личность и идиостиль журналиста: методология и методы исследования: на примере анализа текстов омского журналиста Сергея Шкаева / Е.Г. Малышева // Политическая лингвистика. – 2017. – № 6 (66). – С. 39-44.

102. Малышева, Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация / Е.Г. Малышева // Политическая лингвистика. – 2009. – № 4 (30). – С. 32-40.
103. Малышева, Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: монография / Е.Г. Малышева. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2011. – 323 с.
104. Малышева, О.П. Коммуникативные стратегии и тактики в публичных выступлениях (на материале речей американских и британских политических лидеров) / О.П. Малышева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 96. – С. 206-209.
105. Малюга, Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации / Е.Н. Малюга. – 2-е изд., доп. – М.: URSS, 2008. – 313 с.
106. Малюга, Е.Н. К вопросу о жанрово-стилевой парадигме газетного текста / Е.Н. Малюга // Вестник Университета Российской академии образования. – 2008. – № 2. – С. 68-71.
107. Манаенко, Г.Н. «Мир коммуникации»: взаимодействие значений «мира текста» и смыслов «мира дискурса» / Г.Н. Манаенко // Язык. Текст. Дискурс. – 2009. – № 7. – С. 17-22.
108. Манаенко, Г.Н. Дискурс в его отношении к речи, тексту и языку / Г.Н. Манаенко // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. Т. 12 / под ред. Е.А. Баженовой. – Пермь, 2008. – С. 48-61.
109. Манаенко, Г.Н. Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения: монография / Г.Н. Манаенко. – Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2006. – 263 с.
110. Манаенко, Г.Н. Соотношение языковое значение – концепт / Г.Н. Манаенко // Когнитивные исследования языка. – 2014. – № 17. – С. 83-92.
111. Межуев, Б. Колумнистика в России переживает серьезнейший кризис [Электронный ресурс] / Б. Межуев // PublicO: экспертный портал дебатов и мнений. – 7.07.2022. – Режим доступа: <https://publico.ru/opinions/kolumnistika-v-rossii-perezhivaet-serezneyshiy-krizis> (дата обращения: 13.02.2024).

112. Мезенцева, В.Ю. Окказиональная деривация в языке СМИ: прагматика и функции / В.Ю. Мезенцева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2009. – № 13. – С. 98-103.
113. Митягина, В.А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия: монография / В.А. Митягина; науч. ред. В.И. Карасик. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. – 356 с.
114. Михайлова, О.А. Дискурсивная личность: опыт лингвоаксиологического анализа / О.А. Михайлова, Ю.Н. Михайлова // Политическая лингвистика. – 2021. – № 6 (90). – С. 23-31
115. Михалёва, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Михалева Ольга Леонидовна. – Кемерово, 2004. – 32 с.
116. Мощева, С.В. Персуазивная интенция: косвенные тактики (на материале массмедийного дискурса) / С.В. Мощева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Лингвистика. – 2018. – Т. 15, № 1. – С. 50-53.
117. Нахимова, Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации / Е.А. Нахимова. – Екатеринбург, Изд-во УрГПУ, 2007. – 207 с.
118. Нерознак, В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В.П. Нерознак // Сборник научных трудов Московского государственного лингвистического университета. – М., 1996. – Вып. 426: Язык. Поэтика. Перевод. – С. 112-116.
119. Овчаренко, Е.Н. Лингвопрагматический аспект вербализации оценки в медиадискурсе: на материале общественно-политической российской прессы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Овчаренко Елена Николаевна. – Майкоп, 2022. – 166 с.
120. Оломская, Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса / Н.Н. Оломская // Научный диалог. – 2013. – № 5 (17): Филология. – С. 250-259.
121. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: монография / А.В. Олянич. – М.: Гнозис. 2007. – 407 с.

122. Островская, Т.А. Дискурс элиты: когнитивный, прагматический и семиотический аспекты: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Островская Татьяна Александровна. – Майкоп, 2016. – 375 с.
123. Паршина, О.Н. Российская политическая речь: теория и практика / О.Н. Паршина. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с.
124. Паршина, О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 325 с.
125. Пастухова, О.Д. Коммуникативно-прагматические особенности эвфемизмов в политическом медиадискурсе: на материале английского и русского языков: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Пастухова Оксана Дмитриевна. – Челябинск, 2019. – 191 с.
126. Перевозов, Д.Н. Эссеизация текстов как выражение персонального журнализма в современной российской публицистике: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Перевозов Дмитрий Николаевич. – Воронеж, 2007. – 183 с.
127. Пешё, М. Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия / М. Пешё; пер. с фр. Л.А. Илюшечкиной // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса / под ред. П. Серию. – М.: Прогресс, 1999. – С. 225-290.
128. Плотникова, С.Н. Неискренний дискурс: в когнитивном и структурно-функциональном аспектах: монография / С.Н. Плотникова. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2000. – 244 с.
129. Плотникова, С.Н. Языковой, дискурсивное и коммуникативное пространство / С.Н. Плотникова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 1. – С. 131-136.
130. Попова, Т.В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала XXI в. / Т.В. Попова // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка: труды и материалы. – М., 2007. – С. 230-231.
131. Присяжнюк, Т.А. Исследование элементов аксиологической составляющей дискурса СМИ / Т.А. Присяжнюк // Вестник Челябинского

- государственного университета. – 2012. – № 17 (271): Филология. Искусствоведение. – С. 107-112.
132. Прохоров, Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 224 с.
133. Радбиль, Т.Б. Мифология языка Андрея Платонова: монография / Т.Б. Радбиль. – Н. Новгород: Изд-во НГПУ, 1998. – 115 с.
134. Ремчукова, Е.Н. Прецедентные тексты как одно из лингвокреативных средств в современных печатных СМИ России и Испании / Е.Н. Ремчукова, О.А. Шевченко // Cuadernos de Rusística Española, – 2014. – № 10. – С. 71-75.
135. Рикёр, П. Конфликт интерпретаций: очерки о герменевтике / П. Рикёр. – М.: Моск. филос. фонд, 1995. – 411 с.
136. Руженцева, Н.Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе / Н.Б. Руженцева. – Екатеринбург, 2004. – 294 с.
137. Русакова, О.Ф. Основные теоретико-методологические подходы к интерпретации дискурса / О.Ф. Русакова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. Институт философии и права УрО РАН (Екатеринбург). – 2007. – № 7. – С. 5-34.
138. Русакова, О.Ф. Современные теории дискурса: опыт классификаций / О.Ф. Русаков // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ: сборник. – Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2006. – С. 11-30.
139. Русская речь в средствах массовой информации. Стилистический аспект: монография / под ред. В.И. Конькова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2007. – 271 с.
140. Саблина, М.В. Цитата и цитирование в текстах современных российских газет: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Саблина Марина Валерьевна. – Красноярск, 2011. – 17 с.
141. Садовская, Е.С. Лингвокоммуникативная характеристика жанра «литературно-критическая колонка» в немецких СМИ / Е.С. Садовская. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. – 186 с.

142. Саенкова-Мельницкая, Л.П. Автор как аксиологическая категория в арт-колумнистике [Электронный ресурс] / Л.П. Саенкова-Мельницкая // Мультимедийная журналистика: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1-2 марта 2018. – Минск: ИЦ БГУ, 2018. – С 321-325. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192677/1/321-325.pdf> (дата обращения: 12.10.2022).
143. Саенкова-Мельницкая, Л.П. Функции авторской колонки о кино как культурно значимого медиатекста / Л.П. Саенкова-Мельницкая // Медиалингвистика. – 2017. – № 2 (17). – С. 77-88.
144. Салахова, А.Г. Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях: автореф. дис. ... канд филол. наук: 10.02.04 / Салаханова Аделина Гюль-Балаевна. – Уфа, 2006. – 23 с.
145. Самусевич, О.М. Индивидуализация текстовой деятельности журналиста / О.М. Самусевич // СМИ в современном мире: Петербургские чтения: тез. межвуз. науч.-практ. конф. – СПб., 2009. – С. 166-167.
146. Седов, К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции / К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
147. Седов, К.Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения / К.Ф. Седов // Речевое общение: специализированный вестник Красноярского государственного университета. – 2000. – № 2 (10). – С. 6-12.
148. Серио, П. Анализ дискурса во французской школе: дискурс и интердискурс / П. Серио // Семиотика: антология / сост. Ю.С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Екатеринбург: Академический проект: Деловая книга, 2001. – С. 560.
149. Серио, П. Как читают тексты во Франции / П. Серио // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса / под ред. П. Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 12-53.
150. Синельникова, Л.Н. О научной легитимности понятия «Дискурсивная личность» / Л.Н. Синельникова // Ученые записки Таврического

- национального университета им. В.И. Вернадского. Сер.: Филология. Социальные коммуникации. – 2011. – Т. 24 (63), № 2, ч. 1. – С. 454-463.
151. Синельникова, Л.Н. Предисловие / Л.Н. Синельникова // Записки Луганського національного університету. Сер.: Філологічні науки. Науковий простір дискурсології: ретроспективно-проспективний вимір: зб. наук. праць. – Луганськ, 2011. – № 2(34). – С. 7-10.
152. Синельникова, Л.Н. Языковая личность vs дискурсивная личность: отношения дополнительности или новая категоризация / Л.Н. Синельникова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. А.Г. Пастухов. – Орёл: Изд-во ОГИИК: Горизонт, 2011. – Вып. 9. – С. 37-44.
153. Сковородников, А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика – Лингвистика. – 2004. – № 5. – С. 5-11.
154. Сковородников, А.П. Об определении понятия «языковая игра» / А.П. Сковородников // Игра как прием текстопорождения / ред. А.П. Сковородников. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2010. – С. 50-62.
155. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты / Г.Г. Слышкин. – Волгоград, 2014. – 477 с.
156. Слышкин, Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М.: Akademia, 2000. – 128 с.
157. Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века: научное издание / С.И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
158. Снятков, К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Снятков Константин Владимирович. – Вологда, 2008. – 25 с.

159. Соколова, В.М. Репрезентация автора как значимый элемент воздействия колонки Артуро Переса-Реверте [Электронный ресурс] / В.М. Соколова, Е.В. Коренева // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2020. – № 5. – Режим доступа: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/5/reprezentatsiya-avtora-kak-znachimyyu-element-vozdeystviya-kolonki-arturo-peresa-reverte/> (дата обращения: 15.03.2023).
160. Соколова, Е.В. Колумнистика М. Кучерской: лингвостилистические и структурные особенности / Е.В. Соколова // Мир русского слова. – СПб., 2021. – № 2. – С. 36-44.
161. Солганик, Г.Я. Место языка сми в литературном языке. Перспективы развития [Электронный ресурс] / Г.Я. Солганик // Мир русского слова. – 2008. – № 2. – С. 9-18. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_11711867_41170632.pdf (дата обращения: 21.02.2023).
162. Солганик, Г.Я. Стилистика текста: учеб. пособие / Г.Я. Солганик. – 6-е изд. – Москва: Флинта: Наука, 2005. – 253 с.
163. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца 20 века: сб. статей. – М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 1995. – С. 35-73.
164. Телия, В.Н. Метафоризация и ее роль в создании русской языковой картины мира / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке: язык и картины мира / отв. ред. Б.А. Серебренников. – М.: Наука, 1988. – С. 173-203.
165. Тепляшина, А.Н. Творческая природа комического: жанровая парадигма современной журналистики: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Тепляшина Алла Николаевна. – СПб., 2007. – 373 с.
166. Тимченко, И. Возрождение авторской журналистики [Электронный ресурс] / И. Тимченко // Журналист. – 14.03.2017. – Режим доступа: https://jrnlst.ru/author/inna_timchenko/ (дата обращения: 15.06.2023).

167. Тимченко, И.С. Авторская колонка в российской и американской прессе / И.С. Тимченко // Научные труды СЗИУ РАНХиГС. – 2014. – Т. 5, Вып. 1 (13). – С. 386-391.
168. Тимченко, И.С. Авторская колонка в современных СМИ: учеб.-метод. пособие / И.С. Тимченко. – СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2011. – 172 с.
169. Уланович, О. К вопросу о категориальном аппарате современного медийного дискурса [Электронный ресурс] / О. Уланович, Е. Стефановская // Профессиональная коммуникативная личность в институциональных дискурсах: тез. докл. междунар. круглого стола, Минск, 22-23 марта 2018 г. / БГУ, Институт журналистики, каф. англ. яз. и реч. комм. ; редкол. – Минск: Изд-во БГУ, 2018. – С. 105-108. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/193664/1/105-108.pdf> (дата обращения: 14.03.2024).
170. Успенская, С.С. Колумнистика – новое или хорошо забытое? / С.С. Успенская // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: тез. докл. VI межвуз. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов, 1-3 марта 2007 г. – СПб., 2007б. – С. 98.
171. Успенская, С.С. Колумнистика: проблемы жанровой идентификации / С.С. Успенская // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. – 2007а. – № 1. – С. 240-244.
172. Устинова, В.Л. Institutional characteristics of op-ed editor's discourse in the communicative space of the media = Институциональные характеристики дискурса колумнистики в коммуникативном пространстве СМИ / В.Л. Устинова // Scientific research of the SCO countries: synergy and integration: материалы междунар. конф. – Пекин, КНР, 2022. – С. 48-52.
173. Устинова, В.Л. Авторская колонка как особый жанр аналитического медиадискурса / В.Л. Устинова // Научно-методическое обеспечение преподавания иностранных языков на неязыковых факультетах в свете теории и практики межкультурной коммуникации: межвуз. сб. – Майкоп: ЭИТ, 2021. – Т. 17. – С. 68-72.

174. Устинова, В.Л. Дискурс колумнистики в коммуникативном пространстве сми: конститутивные характеристики / В.Л. Устинова // Культура. Коммуникация. Дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства: материалы II Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти профессора Андрея Владимировича Олянича. – Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2023. – С. 133-141.
175. Устинова, В.Л. Дискурсивная языковая личность журналиста-колумниста в медиадискурсе: гендерный аспект / В.Л. Устинова // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 92, № 3. – С. 119-123.
176. Устинова, В.Л. Идеологемы как способ вербальной трансляции авторской интенции в дискурсе колумнистики / В.Л. Устинова // Modern Humanities Success = Успехи гуманитарных наук. – 2023. – № 2. – С. 76-80.
177. Устинова, В.Л. Прецедентные феномены как средство выражения авторской оценки в дискурсе современной колумнистики / В.Л. Устинова // Современный ученый. – 2021. – № 3. – С. 267-270.
178. Фесенко, О.П. Языковая личность: к вопросу об интерпретации термина / О.П. Фесенко // Инновационное образование и экономика. – 2013. – № 12. – С. 73-77.
179. Фесянова, Н.Л. Американская колумнистика XIX века: на примере редакторской колонки Уильяма Дина Хоуэллса / Н.Л. Фесянова // Журналистика и информационная политика в регионе: теория и практика функционирования: материалы Всерос. науч.-практ. конф., Набережные Челны, 15-16 ноября 2007 г. – Казань, 2007. – С. 67-70.
180. Филлипс, Л.Дж. Дискурс-анализ: теория и метод / Л.Дж. Филлипс, М.В. Йоргенсен. – Харьков, 2004. – 352 с.
181. Фирстова, Л.А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса: на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Фирстова Любовь Анатольевна. – Саратов, 2008. – 24 с.

182. Фуко, М. Археология знания: пер. с фр. / М. Фуко; общ. ред. Бр. Левченко. – Киев: Ника-Центр, 1996. – 208 с.
183. Хачмафова, З.Р. Женская языковая личность в художественном тексте: на материале русского и немецкого языков: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Хачмафова Зайнета Руслановна. – Майкоп, 2011. – 398 с.
184. Хачмафова, З.Р. Креативность языковой личности колумниста в дискурсе СМИ: на материале русского и немецкого языков / З.Р. Хачмафова // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. – 2023. – Вып. 2 (317). – С. 107-112.
185. Хачмафова, З.Р. Языковая актуализация авторской модальности в дискурсе колумнистики [Электронный ресурс] / З.Р. Хачмафова, В.Л. Устинова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – № 10 (124). – Режим доступа: <https://research-journal.org/archive/10-124-2022-october/10.23670/IRJ.2022.124.30> (дата обращения: 09.11.2022). – doi: 10.23670/IRJ.2022.124.30
186. Хачмафова, З.Р. Языковая игра как лингвокреативный способ реализации оценочности в медиадискурсе / З.Р. Хачмафова, Е.Н. Овчаренко // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 90, № 1. – С. 130-136. – doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-130-136
187. Хутыз, И. Персуазивность: специфика феномена в некоторых типах институционального дискурса [Электронный ресурс] / И. Хутыз. – Режим доступа: <http://catcut.net/6L4> (дата обращения: 10.04.2019).
188. Чернышева, Т.А. Стратегия персуазивности в колонке обозревателя / Т.А. Чернышева // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец, 2008. – № 2. – С. 45-49.
189. Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 11-22.
190. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста, Лингвистика дискурса / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 208 с.

191. Чернявская, В.Е. Программа политической партии как персуазивный текст / В.Е. Чернявская, И.Ю. Логинова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2005. – Т. 5, № 11. – С. 64-75.
192. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.
193. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография / А.П. Чудинов; М-во образования Рос. Федерации. Ур. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
194. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал; Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
195. Ширяева, О.В. Информационно-аналитический медиадискурс: прагмасемантический, когнитивный и коммуникативный аспекты: на материале российской деловой прессы: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Ширяева Оксана Витальевна. – Майкоп, 2016. – 692 с.
196. Ширяева, О.В. Объективная и субъективная модальность в медиадискурсе: семантика и прагматика / О.В. Ширяева // Гуманитарные и социальные науки. – 2013. – № 1. – С. 198-206.
197. Шмелева, Т.В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка / Т.В. Шмелева // Russistik = Русистика: научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin, 1990. – № 2. – С. 24.
198. Щипицына, А.А. Дескриптивные и оценочные прилагательные в политическом медиа-дискурсе: на материале современной британской периодической печати: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Щипицына Анна александровна. – Уфа, 2006. – 169 с.
199. Ярцева, С.С. Жанровые признаки колонки / С.С. Ярцева // Вестник Воронежского государственного университета. – 2011а. – № 1. – С. 226-228.

200. Ярцева, С.С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Ярцева Софья Сергеевна. – Воронеж, 2011б. – 177 с.
201. Benveniste, É. Problèmes de linguistique générale / É. Benveniste. – Gallimard, 1966. – 637 p.
202. Chase, A. The Definition of “Opinion Column” [Electronic resource] // The rocky mountain Collegian. – November 15, 2013. – Access mode: <https://collegian.com/articles/opinion/2013/11/the-definition-of-opinion-column/> (дата обращения: 23.04.2022).
203. Chouliaraki, L. Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis / L. Chouliaraki, T. Fairclough. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. – 177 p.
204. Dijk, T.A. van Contextual Knowledge Management in Discourse Production. A CDA Perspective / T.A. van Dijk // New Agenda in (Critical) Discourse Analysis / eds. R. Wodak, P.A. Chilton. – Amsterdam: Benjamins, 2005.
205. Dijk, T.A. van Critical Discourse Analysis / T.A. van Dijk // Handbook of Discourse Analysis / eds. by D. Tannen, D. Schiffrin, H. Hamilton. – Oxford: Blackwell, 2001.
206. Dijk, T.A. van Prejudice in Discourse / T.A. van Dijk. – Amsterdam: Benjamins, 1984.
207. Dijk, T.A. van Strategies of Discourse Comprehension / T.A. van Dijk, W. Kintsch. – N. Y.: Academic Press, 1983.
208. Dijk, T.A. van The Discourse-Knowledge Interface / T.A. van Dijk // Critical Discourse Analysis / Theory and Interdisciplinarity / G. Weiss, R. Wodak (eds). – L.: Macmillan, 2003.
209. Dijk, T.A. van. Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach / T.A. van Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, 2014. – 400 p.
210. Fairclough, N. Analyzing Discourse. Textual Analysis for Social Research. – L.: Routledge, 2003. – 270 p.

211. Fairclough, N. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: the universities / N. Fairclough // *Discourse and Society*. – 1993. – № 4(2). – P. 133-168.
212. Fairclough, N. Critical Discourse Analysis in Researching Language in the New Capitalism: Overdetermination, Transdisciplinarity and Textual Analysis / N. Fairclough // *Systemic Linguistics and Critical Discourse Analysis* / eds. by C. Harrison, L. Young. – L.: Continuum, 2004. – 688 p.
213. Fairclough, N. *Language and Power* / N. Fairclough. – L.: Longman, 1989.
214. Gillmor, D.M. *Fundamentals of Mass Communication Law* / D.M. Gillmor, H.A. Terry // Wadsworth Publishing. – 1996. P. 159.
215. Halliday, M.A.K. *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning* / M.A.K. Holliday. – L.: Arnold, 1978. – 256 p.
216. Jager, S. *Text- und Diskursanalyse. Eine Anleitung zur Analyse politischer Texte* / S. Jager. – Duisburg: D.I.S.S., 1999. – 404 S.
217. Kress, G. *Ideological Structures in Discourse // Handbook of Discourse Analysis. V. 4. Discourse Analysis in Society*. – L., 1985. – P. 28-29.
218. Laclau, E. *Hegemony and Socialist Strategy. Toward a Radical Democratic Politics* / E. Laclau, C. Mouffe. – L.: Verso, 2001. – 197 p.
219. Link, J. *Über ein Modell synchroner Systeme von Kollektivsymbolen sowie eine Rolle bei der Diskurskonstitution. Bewegung und Stillstand in Metaphern und Mythen* / J. Link. – Stuttgart: Klett-Cotta, 1984. – 356 S.
220. Maas, U. *Als der Geist der Gemeinschaft eine Sprache fand. Sprache im Nationalsozialismus* / U. Maas. – Opladen: Westdeutscher Verlag, 1985. – 245 S.
221. Pecheux, M. *Analyse automatique du discours* / M. Pecheux. – P.: Dunod, 1969.
222. Pecheux, M. *Analyse automatique du discours* / M. Pecheux. – P.: Dunod, 1969.
223. Searle, J.R. *Consciousness and Language* / J.R. Searle. – Cambridge: Cambridge univ. press, 2002. – 269 p.

224. Seriot, P. How to read texts in France / P. Seriot // *Quadrature of meaning: the French school of discourse analysis*. – М.: Progress, 1999. – P. 12-53.
225. Stephens, B. How to Destroy (What's Left of) the Mainstream Media's Credibility [Electronic resource] / B. Stephens // *The New York Times*. – Feb. 9, 2023. – Access mode: <https://www.nytimes.com/2023/02/09/opinion/mainstream-media-credibility-objectivity-journalism.html> (дата обращения: 23.08. 2023).
226. Wodak, R. *Disorders of Discourse* / R. Wodak. – L.: Longman, 1996. – 200p.

Словари, энциклопедии, справочные издания

227. Баранов, А.Н. *Словарь русских политических метафор* / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов; Российская акад. наук, Ин-т русского яз. – М.: Помовский и партнеры, 1994. – 330 с.
228. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / гл. ред. С.А. Кузнецов. – Режим доступа: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovuj-slovar>
229. КАРТАСЛОВ.РУ – Карта слов и выражений русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kartaslov.ru>
230. Крысин, Л.П. *Современный словарь иностранных слов Колумнист* [Электронный ресурс] / Л.П. Крысин. – Режим доступа: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/slovar-9>
231. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/>
232. *Новейший энциклопедический словарь: 20000 статей* / под ред. Е.А. Варшавской. – М.: АСТ, 2007. – 1424 с.
233. *Русский язык: энциклопедия* / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая рос. энцикл.: Дрофа, 2008. – 703 с.
234. *Русское культурное пространство: лингвокультурный словарь* / И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков [и др.]. – М.: Гнозис, 2004. – 318 с.
235. *Словарь синонимов* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/

236. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>.

237. Britannica [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.britannica.com/>

238. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Access mode: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>

239. Collins [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.collinsdictionary.com/>

240. Merriam-Webster [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.merriam-webster.com/>

241. Oxford Learner's Dictionaries [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

242. The Britanica Dictionary [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.britannica.com/dictionary>

Источники языкового материала

243. Аргументы и факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aif.ru>

244. Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru>

245. Вести [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/>

246. Взгляд: деловая газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vz.ru/>

247. Газета.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/column>

248. Известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/>

249. ИноСМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/>

250. Коммерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru>

251. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.kp.ru>
252. Литературная газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://lgz.ru>
253. Московский комсомолец [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.mk.ru/authors/>
254. РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/>
255. Российская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru>
256. RT на русском [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://russian.rt.com/>
257. Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expert.ru/>
258. Atlantic [Electronic resource]. – Access mode:
<https://www.theatlantic.com/world/>
259. Bloomberg [Electronic resource]. – Access mode:
<https://www.bloomberg.com/europe>
260. CNN [Electronic resource]. – Access mode: <https://edition.cnn.com/>
261. Foreign Policy [Electronic resource]. – Access mode:
<https://foreignpolicy.com/>
262. The Daily Beast [Electronic resource]. – Access mode:
<https://www.thedailybeast.com/category /opinion>
263. The New York Times [Electronic resource]. – Access mode:
<https://www.nytimes.com/section/opinion>
264. The Washington Post [Electronic resource]. – Access mode:
<https://www.washingtonpost.com/opinions/columns/>
265. Time [Electronic resource]. – Access mode: <https://time.com/>