



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 1 / 2025, Iss. 1 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 81`42

DOI: 10.58224/2541-8459-2025-1-16-22

Реализация субъективной модальности в дискурсе колумнистики

¹ Овчаренко Е.Н.

¹ Армавирский государственный педагогический университет

Аннотация: в статье рассматривается вопрос о репрезентации субъективной модальности в дискурсе русскоязычной колумнистики. Цель исследования заключается в изучении языковых способов реализации субъективной модальности в текстах авторской колонки. В задачи входит рассмотрение основных подходов к пониманию категории модальности и изучение способов репрезентации субъективной модальности в текстах русскоязычной колумнистики. Модальность рассматривается как неотъемлемая часть всех элементов дискурса. Дискурс колумнистики понимается как часть публицистического дискурса и относится к институциональному дискурсу. Отмечается, что модальность медиатекстов связана с персуазивным характером дискурса СМИ. Подчеркивается, что текст авторской колонки является одним из наиболее продуктивных пространств реализации персуазивности с помощью субъективной модальности. Субъективная модальность определяется как ментальная установка и оценка автора текста. Указывается, что в текстах колумнистики преобладает авторская позиция, репрезентируемая средствами субъективной модальности. Делается вывод о том, что для авторской колонки характерна эксплицитная реализация субъективной модальности. Модальность текстов авторской колонки транслирует отношения между адресантом и адресатом информации в пространстве медиадискурса. Текст колумнистики реализует как модальность реальности, так и модальность возможности, представленной авторскими оценочными суждениями.

Ключевые слова: модальность, субъективная модальность, дискурс колумнистики, оценка, оценочность

Для цитирования: Овчаренко Е.Н. Реализация субъективной модальности в дискурсе колумнистики // Современный ученый. 2025. № 1. С. 16 – 22. DOI: 10.58224/2541-8459-2025-1-16-22

Поступила в редакцию: 10 октября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 15 ноября 2024 г.; Принята к публикации: 8 января 2025 г.

The realization of subjective modality in columnistic discourse

¹ Ovcharenko E.N.

¹ Armavir State Pedagogical University

Abstract: the article examines the issue of the representation of subjective modality in the Russian columnistic discourse. The purpose of the study is to study the linguistic ways of implementing subjective modality in the texts of the author's column. The tasks include the consideration of the main approaches to understanding the category of modality and the study of ways to represent subjective modality in the texts of Russian columnistic discourse. Modality is considered as an integral part of all the elements of discourse. The columnistic discourse is understood as a part of journalistic discourse and refers to institutional discourse. It is noted that the modality of media texts is associated with the invasive nature of media discourse. It is emphasized that the text of the author's column is one of the most productive spaces for the realization of persistence using subjective modality. Subjective modality is de-

defined as the mental attitude and assessment of the author of the text. It is indicated that the author's position prevails in the texts of the columnists, represented by means of subjective modality. It is concluded that the author's column is characterized by an explicit realization of a subjective modality. The modality of the texts of the author's column translates the relationship between the addressee and the addressee of information in the space of media discourse. The text of the columnist implements both the modality of reality and the modality of possibility represented by the author's value judgments.

Keywords: modality, subjective modality, columnistic discourse, evaluation, evaluativeness

For citation: Ovcharenko E.N. The realization of subjective modality in columnistic discourse. Modern Scientist. 2025. 1. P. 16 – 22. DOI: 10.58224/2541-8459-2025-1-16-22

The article was submitted: October 10, 2024; Approved after reviewing: November 15, 2024; Accepted for publication: January 8, 2025.

Введение

В пространстве современного русскоязычного медиадискурса активно развивается направление колумнистики. Намечились предпосылки оформления колумнистики в отдельный жанр, включающий в себя особенности таких жанров, как комментарий, эссе, фельетон и т.д. Некоторые исследователи отмечают внежанровость авторской колонки, относя ее к авторской рубрике, наполняемой исключительно в соответствии с личными установками [2].

Несмотря на научные споры о жанровости авторской колонки, общим для различных подходов к пониманию колумнистики является обозначение цели текста авторской колонки: привлечение внимания читателя, побуждение к дискуссии и воздействие на его мировосприятие. В колонке автор выражает свою личную позицию, сближается с читателем и вызывает его доверие на основе сотрудничества и постановки актуальных проблем [13].

С позиции лингвистики становится возможным определить основные языковые характеристики текста колумнистики, что в перспективе, возможно, позволит установить жанровую специфику колумнистики.

Дискурс колумнистики относится к аналитико-публицистическому медиадискурсу и является разновидностью институционального дискурса, для которого характерны субъективность, диалогизм, сценичность, интердискурсивность, идеологичность и аксиологичность [15].

Важнейшей характеристикой колумнистики является доминирование авторской позиции, реализующейся субъективной модальностью. «Субъективная модальность в дискурсе колумнистики актуализирует личность автора, транслирует индивидуальную авторскую картину мира и реализует персуазивную функцию» [15].

В свою очередь, модальность занимает центральную позицию в языке. Соотношение триады

говорящего, высказывания и действительности реализуется практически в каждом тексте, даже если наблюдается нейтральная безоценочная позиция автора, нельзя утверждать об отсутствии модальности.

Анализ модальности текстов авторской колонки позволяет установить отношения между отправителем и получателем информации в парадигме медиадискурса.

Материалы и методы исследований

Для изучения реализации категории модальности в медиадискурсе были выбраны авторские колонки электронного издательства Gazeta.ru. Анализ модальности текстов авторской колонки позволит рассмотреть специфику влияния дискурса СМИ на формирование представлений и ценностей читательской аудитории и описать языковые способы реализации субъективной модальности и персуазивности медиатекста.

В ходе исследования были использованы методы сплошной выборки, дискурсивного анализа, стилистического анализа, когнитивно-прагматического анализа. Материалом послужили медиатексты российских колумнистов в Интернет-издании Газета.ру.

Результаты и обсуждения

Являясь продуктом речевого акта, высказывание также выступает в качестве инструмента для достижения коммуникативной цели. Согласно теории речевых актов высказывание понимается как интегральная составляющая дискурса, которая трактуется как речевая деятельность, включающая в себя как лингвистические, так и экстралингвистические составляющие, выстраивающие прагматическую цепочку «высказывание-речевой акт-дискурс» [4, с. 99].

Таким образом, категория модальности пронизывает все структуры дискурса, поэтому анализ целевых установок высказывания наиболее явно прослеживается благодаря иллокутивной силе высказывания [3].

Модальность в текстах дискурса СМИ связана с категорией персуазивности. Под персуазивностью понимается попытка воздействия отправителя информация на его получателя с целью трансформации мировоззрения и поведенческих установок реципиента. Текст авторской колонки является ярким примером реализации персуазивного потенциала медиадискурса. С помощью продюцированных высказываний автор колонки может побуждать читателей к совершению определенных действий или отказу от них, к принятию авторских оценки и мнения, манипулируя над ценностными установками и эмоциями получателей информации [14, с. 58].

Модальность является одной из обязательных конституирующих характеристик текста. Если рассматривать текст авторской колонки с иллюкутивно-модальной позиции, то наблюдается особая синтаксическая структура речевого продукта, включающая как принцип композициональности, так и непрямую корреляцию элементов текста [1].

Основные подходы к пониманию модальности сводятся к выделению следующих ее типов: объективной, выражающей отношение говорящего к действительности с точки зрения реальности/ирреальности; субъективной, отражающей отношение говорящего к сообщаемой информации: иллюкутивной, характеризующейся коммуникативной целью говорящего или высказывания [16].

Субъективная модальность передается значениями, репрезентирующими ментальную установку и оценку отправителя информации. Объективная и иллюкутивная модальность грамматически обязательны, но границы между ними не четки [7].

Интерес представляет подход к пониманию модальности, основывающийся на теории речевых актов, представители которого утверждают, что высказывание не только описывает действительность [9, с. 123]. С позиции иллюкутивной силы высказывание может быть ассертивным, императивным или вопросительным.

Рассмотрим ассертивные высказывания, целью которых является констатация фактов, описание ситуации, сообщение информации. Утвердительная модальность в текстах авторской колонки реализуется через наличие перформативных формул с грамматической основой «я+перформативный глагол». Например, в колонке Марины Ярдаевой на тему *Сколько должны учиться школьники – 10 или 11 лет?: А я, как водится, не с теми и не с этими. Не вхожу я и в те 12% неопределившихся да сомневающих. Напротив, я со всей уверенностью могу заявить: возможны самые разные варианты, но все зависит от условий воплощения этих*

вариантов в жизнь. Мне близка философия долгого, вдумчивого образования [18].

Таким образом, для авторской колонки характерна эксплицитная реализация субъективной модальности. Получатель информации вовлечен в сообщение, в процесс передачи информации и заинтересован не столько самой информацией, а точкой зрения автора текста. При этом текст не лишен фактивации авторского мнения: *Нынешняя школа – это, наоборот, бешеный бег, дичайшая суeta. При этом спешка совершенно бессмысленна* [18]. Авторское мнение представлено как объективное, истинное знание. Поэтому текст авторской колонки не лишен и имплицитных способов воздействия. Ассертивная модальность исключает возможность дискуссии, способствует принятию адресатом эпистемическую установку.

Побудительные высказывания способствуют привлечению внимания читательской аудитории с помощью установления прямого контакта с аудиторией и призыва к конкретным действиям: *Просто посчитайте, сколько времени уходит на то, чтобы об этом прочитать* [12].

Вопросительные, высказывания достаточно широко используются в текстах авторских колонок. Авторы создают иллюзию диалога. Часто заголовки колонок представлены вопросительными высказываниями: *Куда рожать, если кругом одни студии?* [17]; *Сколько должны учиться школьники – 10 или 11 лет?* [18]; *Почему Трампа дважды попытались убить за одну кампанию?* [11]; *Зачем мы читаем Пелевина каждый год?* [6]. Многие вопросительные высказывания внутри текста сразу получают ответ автора, предлагая обзор сообщения и авторской позиции: *«И каков результат? Очередной приступ тревоги* [12].

Встречаются целые абзацы, состоящие из вопросительных высказываний на которые не даются ответы автора: *Или... или это просто шутка? Стендап, пошедший не по плану? Безумная «Круть» о мести динозавров и скором конце света? Очередная симуляция? Симуляция потери собственного стиля, смысла, уникальности? Симуляция этой симуляции?* [6].

Бесспорным основным признаком колонки является ее авторский характер, значительно отличающийся от текстов иного порядка. В медиапространстве адресат и адресант, как правило, обезличены. Медiateкст выполняет прежде всего информационную функцию, несмотря на языковые приемы автора текста, целью которого становится привлечение внимания к информации текста. Совершенно иное явление наблюдается в тексте авторской колонки. Акцент смещается на имя авто-

ра, которое часто даже структурно размещается до заголовка текста.

Например, в электронном издании Газета.Ru последовательно идут разделы *Политика, Бизнес, Общество, Армия* и затем особым образом выделен раздел *Мнения*, представленный несколькими авторскими колонками. Само название указывает на субъективность содержания последующих текстов раздела. У читателя возникает впечатление, что он со страницы издательства попадает в совершенно иное, личное пространство. Как отмечает Л.Е. Кройчик, современный публицистический текст персонифицируется, автор не только транслирует информацию, но и интерпретирует ее. Интерес представляет не столько сама информация, сколько точка зрения конкретного лица [5]. В то же время, текст колумнистики отличается в этом плане от текстов других публицистических жанров. Автор колонки не воспринимается читателем как источник новости [10]. В этом аспекте текст авторской колонки переходит в группу исследовательско-новостных жанров публицистики [5]. Колонка перестает быть новостью и становится текстом о новости [10]. Значимыми для читателя становятся размышления автора на совершенно разную тематику: от личных вопросов автора до проблем человечества. Например, заголовок текста Марины Ярдаевой *Куда рожать, если кругом одни студии?* без дополнительного комментария не дает полного понимания содержания текста [17]. Речь идет о демографии и рынке недвижимости, больший акцент ставится на экономические проблемы и, как их следствие, сводится к демографическим вопросам и к качеству новостроек. Текст вполне попадает под категорию исследовательско-новостной колонки, так как автор не только интерпретирует информацию, но и приводит конкретные официальные данные по изложенной проблеме: *На квартиры с тремя и более комнатами сейчас приходится всего 11%. Это по всей стране. Пару лет назад таких предложений было 20%. Да и метраж снижается. Средняя площадь квартир в новостройках в 2024 году составляет 49 «квадратов»...* [17]. Отметим, что наряду с фактами автор жонглирует с элементами разговорного стиля и вовлекает читателя в диалог избытком вопросительных предложений, на которые иногда сам дает ответ или оставляет открытыми: *Жить-то где с оравой детишек? Ну и где развернуться семье с тремя, а то и четырьмя детьми, как мечтается депутатам, детьми? А точно ли всем хватит места, даже если государство начнет массово раздавать землю и лес для строительства? А социальная инфраструктура — школы, поликлиники, досуговые всякие центры,*

— сама по себе образуется на вновь освоенных территориях? А кто все это профинансирует? Ответов опять нет... Зачем строить непременно небоскребы-ульи с бесконечными сотами-студиями? [17].

У автора Анастасии Мироновой встречается текст с заголовком *Не путайте чайлдфри с вынужденной бездетностью* [8]. Само заглавие текста указывает на отсутствие новостного характера информации. Текст нельзя отнести к исследовательско-новостной группе. В статье поднимается вопрос отношения автора к проблеме бездетности. Автор четко обозначила свою позицию: *сама я не чайлдфри, и ребенок у меня есть*; и описывает свой личный опыт [8]. Позиция автора дается в виде постановки вопроса и собственного ответа не нее: *Знаете, среди кого много чайлдфри? Среди мужчин! Я вообще не верю, что мужчина имеет безудержный родительский инстинкт. Чаще это желание иметь социально одобряемую форму семьи или удержать любимую женщину, которая хочет детей* [8]. В приведенном примере конечно содержится информация, но она является не новостной, а оценочной. Создается эффект погружения читателя в диалог с автором, мнение автора становится очевидным и оценочным. Например, *Ну что толку, что у Тепляковых девять детей? Я как-то взялась подсчитать: пока их дети вырастут, государство на них и на родителей потратит куда больше, чем эти дети потом смогут отбить налогами, даже если все станут суперуспешными* [17].

Употребление восклицательных предложений подчеркивает и усиливает субъективность транслируемого сообщения: *А то и хуже! В секунду хенде!* Автор эксплицитен и повествует от первого лица: *Я, например, вообще за всю жизнь встречала из реальных знакомых только одну многодетную семью, где у каждого ребенка была своя комната* [17]. Представляя свою позицию, автор опирается на собственный опыт, наблюдения. С такой позиции можно определить текст исследовательским, так как автор исследует причины демографической проблемы. Акцентирование авторской позиции в тексте колонки подтверждает идею о преобладании интенционального компонента над содержательным, модус доминирует над диктумом [10].

Субъективность представления тех или иных новостных событий основывается на общей аксиологической оценке Хорошо/Плохо, на которой основываются модальные значения реальности текстов авторской колонки [10]. Следует отметить, что оценочные и модальные значения не всегда направлены в одну точку. Оценочность может

быть ориентирована и на пропозицию, и на ее компоненты, в то время, как с позиции реальности/нереальности оценивается исключительно только вся пропозиция.

Например, в колонке Виталия Рюмина представлен текст с заголовком *Почему Трампа дважды попытались убить за одну кампанию?* Содержание сообщения – покушение на жизнь Дональда Трампа. Оценка реальности обозначена четко – *Спустя два месяца с момента громкого покушения на жизнь экс-президента США его опять попытались убить*. Общая оценка ситуации – плохо: *«в последнее время у политика много проблем с безопасностью*. Далее идет субъективная оценка ситуации: *Кто виноват в росте политического насилия в США... Очевидно, что в США царит очень напряженная политическая атмосфера* [11].

Оценочность в тексте колонки Виталия Рюмина реализуется с помощью представления образа Трампа через авторскую трактовку репрезентации политика американскими СМИ: *западные мейнстримные медиа предвзяты, этот факт давно пора перестать подвергать сомнению и следует принять как данность...они разгулялись как никогда сильно* [11]. В тексте присутствует исследовательский аспект, так как автор приводит статистические данные по количеству негативных упоминаний о Трампе в СМИ: *89% упоминаний о Трампе негативны* [11]. Данный пример подтверждает реальность пропозиции. В то же время автор переходит к оценочности прибегая к эпитетам взятым из противоположной точки зрения: *«Медийный Трамп» – это расист, сексист, нарцисс, психопат и просто тупой фрик* [11]. Для характеристики современного американского медиапространства автор использует метафору *американский «зомбоящик»*, тем самым определяет адресата американских СМИ, как слепо верящих во все официальные нарративы без намека на их критическое осмысление. Структурно в тексте выделен подзаголовок ***Нельзя сказать, что американские СМИ совсем не понимают последствий своих действий*** [11], четко определяющий позицию автора.

В то же время в конце текста анализируется противоположная точка зрения, оценка дается самому Трампу: *было бы неправильно говорить, что Трамп – это невинный ягненок свою долю ответственности за происходящее он тоже несет. Экс-президент США довольно эксцентричный человек, который любит провокации и не боится наносить себе неприятности*. Подводя итог своим размышлениям, автор приводит поговорку для характеристики Трампа: *Трамп упорно продолжает гнуть свою линию и злит людей....поговорка про старого пса, которого не научишь новым фокусам, здесь придется как нельзя кстати* [11].

Выводы

Важнейшим смыслообразующим элементом текста являются коммуникативные обстоятельства, которые и определяют модальность сообщения. Участники, условия, языковая организация текста взаимосвязаны. В тексте авторской колонки определяющим фактором восприятия информации является авторское начало, обладающее определенными социальными и лингвистическими характеристиками. Определенный набор стилистических и риторических приемов транслируют позицию автора, его оценку передаваемой информации. В то же время автор сам стремится оправдать ожидание получателя информации, привлечь его внимание, и использует актуальные события, данность которых не оспаривается, но подвергается авторской интерпретации.

В текстах авторских колонок определяется тенденция к манипулятивному речевому воздействию, направленному на изменение восприятие истинности. Большинство коммуникативно-речевых сфер, затрагиваемых в обзорах авторских колонок, могут рассматриваться с позиции категории персуазивности, как субъективно-модального значения.

Таким образом, текст авторской колонки обладает как модальностью реальности, так и модальностью возможности, с обязательной аксиологической составляющей, сводящейся к частнооценочным суждениям.

Список источников

1. Аксенова Т.В. Субъективная модальность в научном и научно-публицистическом дискурсе // Вестник Марийского государственного университета. 2021. Т. 15. № 3. С. 335 – 341.
2. Игнатова И.Б. Трансформация авторской колонки в цифровом дискурсе // Наука и школа. 2022. № 1. С. 54 – 60.
3. Киреева Е.З. К вопросу о содержании и границах субъективной модальности // Вестник ИвГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2020. №2. С. 22 – 27.
4. Красина Е.А. Дискурс, высказывание и речевой акт // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 91 – 102.

5. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Знание. 2000. С 125 – 167.
6. Лукьянов Д. Зачем мы читаем Пелевина каждый год? // Газета.RU. 05.10.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19849183.shtml>. (дата обращения: 10.10.2024)
7. Мерзлякова К.Б. Особенности реализации модальности в испанском гендерном медиадискурсе (на материале журналов Cosmopolitan и Telva) // Litera. 2018. № 1. С. 10 – 16.
8. Миронова А. Не путайте чайлдфри с вынужденной бездетностью // Газета.RU. 25.09. 2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19803679.shtml> (дата обращения: 01.10.2024).
9. Остин, Дж. Как производить действия с помощью слов? Избранное: пер. с англ. Л.Б. Макеевой, В.П. Руднева. М.: 1999. 332 с.
10. Подколзина М.В. Колумнистика как оценочный жанр // Global Media Journal – Russian Edition. ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет». 2019. Т. 1. № 9. С. 1 – 4.
11. Рюмшин В. Почему Трампа дважды попытались убить за одну кампанию? // Газета.RU. 20.09.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19803679.shtml> (дата обращения: 01.10.2024)
12. Самойлов Д. Почему осенью нам так тревожно и не хочется работать // Газета.RU. 14.09. 2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19746229.shtml> (дата обращения: 01.10.2024).
13. Славина В.А., Владимирова Т.Н. Проблема идеала в журналистике // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, № 3. С. 320 – 330; 325 – 326.
14. Соколова Е.В. Колумнистика М. Кучерской: лингвостилистические и структурные особенности // Мир русского слова. 2021. № 2. С. 36 – 44.
15. Хачмафова З.Р., Устинова В.Л. Языковая актуализация авторской модальности в дискурсе колумнистики // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 10 (124). URL: <https://research-journal.org/archive/10-124-2022-october/10.23670/IRJ.2022.124.30> (дата обращения: 17.10.2024)
16. Ширяева О.В. Объективная и субъективная модальность в медиадискурсе: семантика и прагматика // Гуманитарные и социальные науки. 2013. № 1. С. 198 – 206.
17. Ярдаева М. Куда рожать, если кругом одни студии? // Газета.RU. 18.09.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19763155.shtml> (дата обращения: 01.10.2024)
18. Ярдаева М. Сколько должны учиться школьники – 10 или 11 лет? // Газета.RU. 02.10.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19833823.shtml> (дата обращения: 10.10.2024)

References

1. Aksenova T.V. Subjective modality in scientific and scientific-journalistic discourse. Bulletin of the Mari State University. 2021. Vol. 15. No. 3. P. 335 – 341.
2. Ignatova I.B. Transformation of the author's column in digital discourse. Science and School. 2022. No. 1. P. 54 – 60.
3. Kireeva E.Z. On the content and boundaries of subjective modality. Bulletin of IvSU. Series: Humanities. 2020. No. 2. P. 22 – 27.
4. Krasina E.A. Discourse, utterance and speech act. Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Linguistics. 2016. Vol. 20. No. 4. P. 91 – 102.
5. Kroychik L.E. The system of journalistic genres. Fundamentals of creative activity of a journalist. SPb.: Knowledge. 2000. P. 125 – 167.
6. Lukyanov D. Why do we read Pelevin every year? Gazeta.RU. 10/05/2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19849183.shtml>. (date accessed: 10/10/2024)
7. Merzlyakova K.B. Features of the implementation of modality in the Spanish gender media discourse (based on the magazines Cosmopolitan and Telva). Litera. 2018. No. 1. P. 10 – 16.
8. Mironova A. Don't confuse childfree with forced childlessness. Gazeta.RU. 25.09. 2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19803679.shtml> (accessed: 01.10.2024)
9. Austin, J. How to perform actions with the help of words? Selected: trans. from English by L.B. Makeeva, V.P. Rudneva. Moscow: 1999. 332 p.
10. Podkolzina M.V. Columnistics as an evaluative genre. Global Media Journal – Russian Edition. Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Pyatigorsk State University”. 2019. Vol. 1. No. 9. Pp. 1 – 4.
11. Ryumshin V. Why did they try to kill Trump twice during one campaign? Gazeta.RU. 20.09.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/mironova/19803679.shtml> (date of access: 01.10.2024)

12. Samoilov D. Why are we so anxious in the fall and don't want to work. Gazeta.RU. 14.09. 2024. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19746229.shtml> (date of access: 01.10.2024).
13. Slavina V.A., Vladimirova T.N. The problem of the ideal in journalism. Issues of the theory and practice of journalism. 2017. Vol. 6, No. 3. P. 320 – 330; 325 – 326.
14. Sokolova E.V. M. Kucherskaya's Columns: Linguistic and Structural Features. The World of the Russian Word. 2021. No. 2. Pp. 36–44.
15. Khachmafova Z.R., Ustinova V.L. Linguistic Actualization of the Author's Modality in the Discourse of Columns. International Research Journal. 2022. No. 10 (124). URL: <https://research-journal.org/archive/10-124-2022-october/10.23670/IRJ.2022.124.30> (date accessed: 17.10.2024)
16. Shiryaeva O.V. Objective and subjective modality in media discourse: semantics and pragmatics. Humanities and social sciences. 2013. No. 1. P. 198 – 206.
17. Yardaeva M. Where to give birth if there are only studios around? Gazeta.RU. 18.09.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19763155.shtml> (date of access: 01.10.2024)
18. Yardaeva M. How long should schoolchildren study – 10 or 11 years? Gazeta.RU. 02.10.2024. URL: <https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/19833823.shtml> (date of access: 10.10.2024)

Информация об авторе

Овчаренко Е.Н., кандидат филологических наук, Армавирский государственный педагогический университет, lenaovcharena@mail.ru

© Овчаренко Е.Н., 2025