

ДИСКУРС, ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ И ТЕКСТ: ВЕКТОРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 811.111

ББК 81.432.1

DOI 10.51955/2312-1327_2025_1_132

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ *COLUMNIST* В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Татьяна Ивановна Семенова,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
доктор филологических наук, профессор
Иркутский государственный университет,
ул. Карла Маркса, д. 1
Иркутск, 664003, Россия
tisemenova54@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованию языковой репрезентации личности колумниста в современном англоязычном медийном дискурсе. В рамках теории лингвокультурных типажей на материале американской и британской колумнистики моделируется типизируемая языковая личность автора-колумниста, выявляются его конститутивные понятийные, образные и ценностные характеристики и способы их вербализации. Путём анализа лексикографических данных выделяются понятийные признаки ‘периодичность публикаций’, ‘определенная тематическая сфера публикаций’, ‘личностная позиция’. Устанавливается, что признаки ‘личность’, ‘индивидуальность’, ‘характер’ являются концептуально и аксиологически значимыми в содержании лингвокультурного типажа колумниста. Выявляются значимые для британской и американской лингвокультуры ценностные доминанты профессионального лингвокультурного типажа колумниста.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж, языковая личность, концепт, авторская колонка, колумнист, ценностные характеристики, медиадискурс.

LINGUOCULTURAL TYPE *COLUMNIST* IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

*Tatiana I. Semenova,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
Doctor of Sciences (Philology), Professor
Irkutsk State University,
1, Karl Marx Street
Irkutsk, 664003, Russia
tisemenova54@mail.ru*

Abstract. The study considers the issue of linguocultural types as recognizable images of individuals whose specific verbal and non-verbal behavioral characteristics and value dimensions significantly impact the culture of a particular society. The background of the research is the theory of linguocultural types proposed by V.I. Karasik. The paper brings into focus conceptual, figurative features and value dimensions of the professional linguocultural type *columnist*. Of particular concern in the study is the value component of the linguocultural type *columnist*. The author claims that the core value of the linguocultural type *columnist* is based on the conceptual properties ‘personality’, ‘individuality’, ‘character’ of the columnist. The linguistic personality of

the columnist is viewed as a bearer of personal views, individual opinions and intellectual qualities. The findings of the study can be applied in courses on cultural linguistics, media discourse and pragmatics.

Key words: linguocultural type, linguistic personality, concept, column, columnist, value characteristics, media discourse.

Введение (Introduction)

Актуальность настоящего исследования обуславливает его включенность в контекст научного осмысления взаимосвязи языка, культуры и языковой личности. *Объектом* исследования является лингвокультурный типаж *columnist*. *Предметом* научного осмысления в работе выступают понятийные, образные и ценностные характеристики концепта *columnist* как типизируемой личности. Статья *нацелена* на моделирование структуры и содержания лингвокультурного типажа колумниста в англоязычной лингвокультуре. *Новизна* работы заключается в изучении обобщённого образа личности колумниста, которая до настоящего времени не являлась объектом лингвокультурологического исследования.

Материалы и методы (Materials and methods)

Эмпирическим материалом послужили толковые, энциклопедические, этимологические словари, медиатексты, англоязычные тексты, структурирующие содержание концепта типизируемой личности колумниста. Для достижения поставленной цели были использованы методы концептуально-дефиниционного анализа, контекстуального анализа, метод интерпретативного анализа текстовых фрагментов, описательно-аналитический метод.

Дискуссия (Discussion)

В рамках проблематики «человек в языке» исследовательский вектор связан как с изучением индивидуальной языковой личности в рамках лингвоперсонологии [Нерознак, 1996; Карасик, 2002], так и «с той областью знания, которая является исходной для построения той или иной модели языковой личности» [Карасик, 2007, с. 86]. Одним из плодотворных направлений в исследовании динамического феномена языковой личности с позиции лингвокультурологии признается теория лингвокультурных типажей [Карасик и др., 2005]. Лингвокультурный типаж (ЛКТ) дефинируется как «типизируемая личность, представитель определённой этносоциальной группы, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [Карасик, 2002, с. 310]. Феномену лингвокультурного типажа присуща двойственная природа, поскольку он являет собой как концепт, так и языковую личность [Дмитриева, 2009]. Дуализм концепта типизируемой личности, говоря словами В. И. Карасика, заключается в том, что он «представляет собой квант переживаемого знания о тех или иных людях» [Карасик, 2021, с. 111].

В рамках разработанных О. М. Дубровской критериев типологизации и параметризации лингвокультурных типажей выделяется тематическая группа «типаж – профессия», которая включает ЛКТ, прямо или косвенно связанные с профессиональными навыками, родом занятий или сферой деятельности

описываемого типажа, и именно этот вид занятости является для них приоритетным [Дубровская, 2024]. Одним из подходов к исследованию типизируемых языковых личностей предлагается их моделирование и описание «с позиции того дискурса, в котором они преимущественно проявляются» [Карасик, 2019, с. 88]. Так, например, в пространстве медийного дискурса рассматриваются профессиональные лингвокультурные типажи политического эксперта [Карасик, 2019], литературного рецензента [Рыжикова, 2022], американского литературного критика-рецензента [Аблаева, 2021], журналиста [Дидковская, 2014; Карасик, 2021], российского политика [Гуляева, 2011], видеоблогера [Мурзинова, 2023], однако профессиональная личность колумниста до настоящего времени не получала научного освещения в ракурсе лингвокультурного типажирования, несмотря на её выраженную национально-культурную специфику. Настоящее исследование заполняет эту исследовательскую нишу и тем самым вносит определённый вклад в систематизацию знания о значимых концептах в лингвокультуре как фрагментах национальной языковой картины мира.

Быстротечность меняющегося мира, в том числе и информационного, обуславливает модификацию познавательных потребностей, информационных и коммуникативных запросов читателей как «той части аудитории, которой не интересен контент, рассчитанный на потребителей продуктов массовой культуры» [Тепляшина, 2015, с. 51]. В условиях интенсифицирующего воздействия на человека со стороны медиа «ценностное измерение журналистики становится важным показателем ее соответствия коммуникативным интересам и запросам общества» [Сидоров, 2019, с. 11]. В сферу взаимодействий в информационно-коммуникативном пространстве включаются такие факторы, как ценностная обусловленность восприятия человеком информации, ценностные основания информационного выбора [Барышков, 2005]. Ценностный подход к информации проявляется в потребности читателя иметь доступ к вариативным точкам зрения, что обуславливает «значимость личного мнения, позиции, убеждений, мировоззрения как автора, так и читателя» [Тепляшина, 2015, с. 51]. Бесспорной формой выражения персонифицированной позиции в современном медийном пространстве выступает авторская колонка как формат медиатекста с авторскими индивидуальными характеристиками, с авторским ценностно-эмоциональным подходом, личностным взглядом [Куницына, 2016; Игнатова, 2021; Семенова и др., 2024; Ярцева, 2011; Feature..., 2002; Standring, 2007]. Становление жанровой формы колонки в англо-американской модели журналистики относится к началу 1900-х годов, когда тексты отдельных авторов стали размещаться в газете The New York Tribune на специально отведённых местах [Britannica, s.a.].

Номинация *columnist*, производная от слова *column* в значении «текст, размещённый в виде колонки», входит в употребление с 1915 года для обозначения автора, единолично ведущего колонку в каком-либо издании [Britannica, s.a.; EDEL, 1910]. Наличие в англоязычном языковом сознании номинаций для обозначения определённого типа журналистской деятельности

(*column writing, columning, columizing*), создаваемого информационного продукта (*column*), автора, единолично ведущего колонку (*columnist, column conductor, column writer*), свидетельствует о социокультурной значимости для британской и американской лингвокультуры колумнистики как совокупности текстов с авторскими индивидуальными характеристиками и колумниста, профессиональная деятельность которого носит интерпретирующий, а не презентационный характер в силу того, что колумнист сообщает не о фактах и событиях, а представляет их оценку, интерпретацию, выражая свою личностную позицию, ср.: *Unlike a journalist who reports facts and events, a columnist aims to persuade, entertain, or inform their readers with their opinions, anecdotes, or analysis* [Britannica, s.a.].

В изучении лингвокультурного типажа колумниста как особого типа лингвокультурного концепта будем опираться на алгоритм моделирования лингвокультурного типажа, включающий понятийные, образные и ценностные характеристики типизируемых языковых личностей, зафиксированные в языке [Карасик, 2005]. Когнитивно релевантные понятийные признаки, структурирующие сферу профессиональной деятельности колумниста, закреплены в англоязычных лексикографических источниках: *A columnist is a type of journalist who writes regular articles on a specific subject or theme, often expressing their personal views or perspectives* [LDCE, 1997]; *A columnist is a journalist who writes a regular series of articles for a particular newspaper or a magazine* [MEDAL, s.a.]; *A columnist is a person who writes for publication in a series, creating an article that usually offers commentary and opinions* [Britannica, s.a.]. Как явствует из словарных толкований, колумнист дефинируется двояко: как тип журналиста – *A columnist is a type of journalist*, и как «тот, кто регулярно ведёт персональную рубрику» – *a person who writes for publication in a series*. В вышеприведённых словарных дефинициях закреплены присущие типизируемой личности колумниста понятийные признаки ‘периодичность публикаций’, ‘определённая тематическая сфера публикаций’ – *regular articles on a specific subject or theme*. Концептуально значимым для типажа колумниста является понятийный признак ‘выражение личной позиции, субъективного мнения’ – *expressing their personal views or perspectives*. Понятийная составляющая лингвокультурного концепта *columnist* дополняется путём обращения к энциклопедическим источникам и специальной литературе. В англоязычных текстах, монографиях и научных статьях, посвящённых исследованиям медиа, высвечивается концептуальный признак ‘авторская интенция’, которая, в зависимости от жанра медиатекста, может быть направлена на убеждение, развлечение, информирование читателя о своём мнении – *a columnist aims to persuade, entertain, or inform their readers with their opinions* [Feature..., 2002].

В профессиональной сфере колумнистики в качестве колумнистов могут выступать не только штатные журналисты издания, но и эксперты в разных областях, известные публицисты, публичные люди, авторитетное мнение которых обладает воздействующим потенциалом [Niblock, 1996, p. 33]. В англоязычной колумнистике практикуется формат «гостевая колонка» (*Guest*

columns / Guest essay /Guest opinion /Contributors), авторами которой могут быть медиаперсоны, известные личности, политики. Например, в ходе президентских выборов 2024 года в газете *The New York Times* в разделе *OPINION* под рубрикой *Guest Essay* публикуется статья известного американского актёра, продюсера Джорджа Клуни под названием *I Love Joe Biden. But We Need a New Nominee* [Clooney, 2024] с призывом к действующему президенту отказаться от участия в президентских выборах.

Таким образом, языковая репрезентация понятийной составляющей типизируемой личности колумниста формирует представление об авторе, который периодически публикует материалы в рамках определённой тематической сферы, выражая в них личную позицию, представляя субъективное видение проблемы, реализуя при этом определённую коммуникативную цель.

Специфика перцептивно-образных признаков лингвокультурного типажа колумниста обусловлена тем, что основой моделирования данного концепта выступают не фикциональные личности, а конкретные представители профессиональной сферы колумнистики, имена которых представлены в англоязычных медиа рубрикой *COLUMNISTS* в тематических разделах с авторским контентом, вербализуемые как *OPINION* (*The Guardian*, *The New York Times*, *The Washington Post*), *VOICE* (*The Independent*), *COMMENT* (*The Times*). Список колумнистов (*regular columnists*) включает не только тех, кто регулярно освещает злободневные вопросы внешней и внутренней политики (*Opinion Columnists*), но и колумнистов, ведущих тематические рубрики *Lifestyle*, *Sport*, *Culture*, *Health and Wellness*, *Film*, *Music*, *Fashion*. Гиперссылки в рамках рубрики *OPINION* на профессиональные достижения, сферу интересов колумнистов свидетельствуют об их особой позиции в издании, ср.: *Jonathan Freedland is a Guardian columnist and the host of the Guardian's Politics Weekly America podcast. He is a past winner of an Orwell prize for journalism*. Персонифицированность автора воплощают элементы паратекста, включающие указание в заголовочном комплексе на авторский характер материала (*byline /columnist's name*). Паратекстом служит информация об образовании, статусе, должности, основных характеристиках профессиональной деятельности автора, о его включенности в редакционный коллектив в качестве колумниста. Имя автора в зависимости от издания может быть набрано курсивом или иным выделяющимся шрифтом над текстом и дублируется под текстом. В газете *The New York Times* предусмотрена опция самопрезентации колумниста, предполагающая указание сферы профессиональных интересов (*What I Cover*), профессионального пути и достижений (*My Background*), принципов журналистской этики (*Journalistic Ethics*). Образный аспект лингвокультурного типажа как обобщённое представление о внешности, возрастных, гендерных характеристиках типизируемой личности колумниста дополняется на основе фотографии, сопровождающей авторскую колонку.

Особое место в структуре типизируемой языковой личности отводится ценностям как наиболее фундаментальным характеристикам культуры.

Именно ценностный компонент признается детерминирующим фактором в формировании содержания лингвокультурного типажа [Дмитриева, 2006; Дмитриева, 2009; Карасик и др., 2005; Карасик, 2019; Карасик, 2021]. Ценностные признаки в структуре лингвокультурного типажа *columnist* неразрывно связаны с ценностным аспектом восприятия человеком информации, с ценностью коммуникативного взаимодействия, с индивидуально-авторской ценностной позицией колумниста. Активная роль человека в восприятии информации проявляется в избирательном подходе к ней, в идентификации информации в категориях «свое» – «чужое» [Барышков, 2005, с. 72]. Информация, полученная от колумниста, может стать для адресата «своей», то есть личностно значимой, ценностной. Личность колумниста, ее взгляды, ценностные установки, интерпретация той или иной информации, положения дел могут выступать основой ориентации адресата в информационной среде.

Ценностная составляющая лингвокультурного типажа колумниста реконструируется в виде оценочных суждений, характеризующих ценностные ориентиры данного типажа и его оценку со стороны социума [Дмитриева, 2009]. В нашем исследовании основой оценочной категоризации профессиональных характеристик типизируемой личности колумниста послужили англоязычные тексты, в которых рефлексии подвергается жанр авторской колонки, описываются личностные и профессиональные качества колумниста, выводятся ценностные ориентации [Britannica s.a.; Edson, 1920; Feature..., 2002; Hinkle et al., 1952; Niblock, 1996; Standring, 2007].

Как явствует из текстового материала, авторская колонка признается самым персонифицированным, личностным форматом медийного текста – *Columns are **the most personal** of all newspaper writing* [Standring, 2007]; *The local column is the **most revealingly personal** thing in today's newspaper* [Hinkle et al., 1952]; *The successful columnist **puts his own personality into his column*** [Edson, 1920, p. 126]. *People get ideas about the **personality** of a columnist from seeing and hearing him* [Hinkle et al., 1952]. Вербализация колумниста и его качеств лексическими единицами *personal*, *personalized*, *personality* свидетельствует о релевантных социально значимых характеристиках типизируемой личности колумниста. Актуализация когнитивного признака ‘*personality*’ / ‘*личность*’ в контекстах выше ставит закономерный вопрос о том, что же представляет собой аксиологический потенциал личности колумниста, какова его социокультурная значимость? Словарные толкования лексемы *personality* концептуализируют личность как образ человека с присущей ему совокупностью индивидуальных качеств, свойств, которые выделяют человека среди других, делают его привлекательным и интересным: *the **various aspects** of a person's character **that combine to make them different from other people*** [CIDCE, 1995]; *the **qualities** of a person's character that make them **interesting and attractive individuality*** [MEDAL, s.a.]; *the quality of being clearly **different from other people** and having your own **personal character*** [LLA, 2002]. В структуре личностных качеств колумниста выделяются потребность и стремление к самовыражению: *The mere thought of starting a column is an*

expression of ego. One must believe he has something to say [Standring, 2007]. Специфика социальной самореализации колумниста заключается в стремлении воплотить в тексте свои ценностные установки, донести до адресата то, что важно, значимо, существенно для него самого. Колумнисту свойственно привлекать многообразие мнений и оценок, что, в свою очередь, привносит элемент непредсказуемости и вызывает интерес читателя, ср.: *So the columnists bring **diversity of thought** to their columns, which always brings in the element of **unpredictability causing constant interest** for the reader* [Hinkle et al., 1952]. Неотъемлемым признаком колумниста является индивидуальность и узнаваемость авторского стиля, языкового и стилистического своеобразия, выбор языковых средств для воплощения личностной позиции: *A column is a reflection of the **writer's individual tastes and points of view*** [Britannica, s.a.].

Признаки 'личность' и 'индивидуальность' являются концептуально и аксиологически значимыми в содержании лингвокультурного типажа колумниста, они формируют социально обусловленные характеристики как ценностные доминанты его профессиональной деятельности. Колумнист должен сформировать себя как чётко определённую личность, способную повести за собой читателей: *It is **necessary for the column conductor to create a well-defined personality for himself before people will follow him regularly*** [Hinkle et al., 1952]. Колумниста можно любить, ненавидеть, уважать, им можно восхищаться, и именно поэтому читатели воспринимают колумниста как личность, которая стоит за содержанием колонки, ср.: *Its **conductor** can be loved or hated, respected or disdained, admired or ardently disliked because readers think and talk of the writer as **him** and not **it*** [Ibid.]. В текстовом пространстве колумнист проявляет себя как сильная личность, обладающая интеллектуальными и эмоциональными ресурсами, авторитетом, что позволяет осуществлять средствами языка дискурсивную власть, ср.: *A **strong personality, projected through a column, implies possession of authority, resources, and prerogatives*** [Hinkle et al., 1952]. Колумнист наделён правом позиционировать определённую степень свободы при выражении субъективной оценочности и личностной пристрастности, ср.: *But most editors permit columnists **to hold individual opinions in most fields*** [Standring, 2007]. Мировоззренческая позиция колумниста позволяет управлять мнением, оценками читателей, формировать их картину мира, о чем свидетельствует оценка колумнистов как творцов общественного мнения, способных увидеть проблему с новой точки зрения, проникнуть в ее суть, предвидеть развитие ситуации: *Columnists are **moulders of public opinion. They have perspective. They have insight*** [Hinkle et al., 1952]. Вышесказанное свидетельствует о том, что в пространстве массовой коммуникации колумниста «характеризует особая «социальность» [Распопова, 2015, с. 152].

Одним из важных аспектов ценностной составляющей лингвокультурного типажа колумниста является умение выстраивать диалогические отношения с адресатом, проявляя при этом свою индивидуальность: *ability to project **a personality that engages with an audience and establishes rapport** with it* [Britannica, s.a.]. Словом *rapport* в психологии

обозначают установление контакта, который подразумевает взаимопонимание с человеком или группой людей, установление эмоциональной и интеллектуальной связи [БПС, б.г.]. Адресатность как конституирующий параметр колонки [Пром, 2022] предполагает ориентацию на прогнозируемого адресата в выборе темы, стиля, жанра, языковых средств, ср.: *In the column-writing, a columnist **addresses directly to the readers** and accomplishes the most desired effects, by attracting the attention of the readers* [Feature..., 2002]. Колумнист как носитель профессиональных ценностей способен формировать преданную читательскую аудиторию, воспринимающую авторские тексты как источник знания, как ключ к пониманию происходящего и как вид увлекательного чтения: *A columnist **develops a following** because his readers feel they can gain **knowledge, insight and entertainment** from reading his writings* [Feature..., 2002]. Некоторые колумнисты, выражая индивидуально-личностное отношение к обсуждаемой проблеме, преднамеренно провоцируют читателя на ответную реакцию, диалог, задавая в своих публикациях спорные, полемичные, дискуссионные суждения и оценки, позволяя читателю выработать свою собственную оценочную позицию или согласиться с предложенной позицией автора: *Some columnists deliberately adopt a **strong or controversial view** to provoke a reaction ³³ from the reader* [Niblock, 1996].

К выражениям оценочного характера, помимо явных оценок, относятся стандарты, правила, образцы, ценности, которые выступают в качестве нормы, идеала. Все ценностные суждения «скрывают за собой общее утверждение, т.е. отсылку к некоторому стандарту» [Арутюнова, 1988, с. 52]. В исследовании природы оценки Н. Д. Арутюнова выделяет значимость идеализированной модели мира, которая «не столько познаётся, сколько создаётся» [Там же, с. 58], при этом отношение между миром и его идеализированной моделью окрашено разными модальностями [Там же, с. 59]. Как явствует из анализа эмпирического материала, ценностные признаки личности колумниста в идеализированной информационной картине мира структурируются и выводятся через модусы должного. Языковые единицы с семантикой модальности долженствования и необходимости – модальные глаголы *must, need, have to, should, ought*, прилагательное *necessary* формируют ценностные и нормативные суждения, в которых выражается «отношение к идеальной норме» [Арутюнова, 1988, с. 32]. Как известно, нормативные суждения описывают действительность, «какой она должна быть согласно «норме» [Шатуновский, 1996, с. 236]. Иначе говоря, нормативные утверждения эксплицируют прескриптивы профессиональной деятельности колумниста. В высказываниях с деонтической модальностью объектом оценки являются личные и профессиональные свойства, качества, обладание которыми характеризует колумниста как личность с индивидуальной мировоззренческой позицией.

В нормативных суждениях с модусами должного, структурирующих образ колумниста, инфинитив пропозиционального глагола обозначает ментальные, эмоциональные, коммуникативные действия, осуществление

которых необходимо для воплощения идеализированной модели колумниста. Ценностные характеристики личности колумниста включают уверенность в надёжности своей жизненной философии: *He must have confidence in the soundness of his philosophy of life* [Standring, 2007]. Жизненный опыт, психологическая зрелость необходимы для того, чтобы транслировать индивидуально-личностный взгляд, индивидуальные интенции, установки, мнения и оценки: *Columnists ought to have some maturity and experience in living before they start making over their friends and community* [Niblock, 1996]. Колумнист должен иметь смелость отстаивать свои убеждения: *It is well for a columnist to have the courage of his convictions* [Hinkle et al., 1952]. Уверенность колумниста в правоте своих мнений и суждений закреплена номинацией *opinionated columnist* [Britanica, s.a.]. Колумнист должен уметь объяснять и анализировать значимость и последствия событий и положений дел, осмыслять их в контексте своего мнения, обеспечивая тем самым информационную потребность читателя не в фактах, а в их интерпретации: *The columnist has to explain their significance and consequence by giving the background of an event* [Feature..., 2002]. Результатом интерпретирующей деятельности колумниста является новое знание, связанное с осмыслением, оценкой, выражением личностного отношения к происходящему.

В англоязычном профессиональном сообществе авторская колонка признается самым сложным видом медиатекста в силу того, что ее написание требует активизации мыслительной активности автора в форме размышления, осмысления, рассуждения, оценивания: *Column writing is the hardest type of writing of all because it requires good thinking* [Niblock, 1996]. При этом представленные в колонке авторский взгляд, точка зрения, мнение должны быть осмысленными, понятными, убедительными, а форма их подачи – интересной и увлекательной: *Your opinions must make sense, provide insight and be convincing. And you must do all this in an entertaining way* [Ibid]. Колумнист должен обладать такими ценностными качествами, как умение слушать, быть наблюдательным, иметь хорошую память и чувство юмора: *A columnist should have a sense of humor plus ability to keep it in restraint, He should have an observing eye, a listening ear, a good memory* [Feature..., 2002].

Заключение (Conclusion)

Итак, изучение языковой репрезентации феномена колумниста позволило выявить лингвокультурную специфику типизируемой личности колумниста, определить ее место в классификации лингвокультурных типов, установить оценочные приоритеты в понимании роли колумниста в пространстве современного англоязычного медиадискурса. Результаты исследования вносят вклад в систематизацию знаний о значимых лингвокультурных типах в британской и американской национальных картинах мира. Перспектива дальнейших изысканий типизируемой личности колумниста видится в анализе и осмыслении проявления в текстах авторской колонки речевого и стилистического своеобразия для воплощения личностной позиции, индивидуальных интенций, мнений и оценок.

Библиографический список

- Аблаева А. Я.* Лингвокультурный типаж американского литературного критика-рецензента: дискурсивные формулы // Языки и культуры: функционально-коммуникативный и прагматический аспекты. Сб. статей по материалам II Международной научно-практической конференции, посвящённой памяти С. Г. Стерлигова. Н. Новгород, 2021. С. 7-10. EDN VQVZOU.
- Арутюнова Н. Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 341 с. EDN YKBSRJ
- Барышков В. П.* Аксиология личностного бытия. М.: Логос, 2005. 192 с. EDN VYHRNR
- БПС* – Большой психологический словарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://psychological.slovaronline.com/search?s=%D1%80%D0%B0%D0%BF%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82> (дата обращения: 20.01.2025).
- Гуляева Е. В.* Лингвокультурный типаж «политик» в современном российском дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 3(37). С. 184-187. EDN OHIESD.
- Дидковская В. Г.* Лингвокультурный типаж «журналист» в словаре и массовой литературе // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. 3 (45). С.110-112. EDN SPGXTD.
- Дмитриева О. А.* Лингвокультурный типаж с позиции культурных ценностей // Вестник Волгоградского государственного педагогического университета. 2006. №2 (15). С. 29-35. EDN HTMLAP.
- Дмитриева О. А.* Ценностные характеристики в структуре лингвокультурного типажа // Система ценностей современного общества. 2009. №9. С. 55-59. EDN RUCXGL.
- Дубровская Е. М.* Современное состояние теории лингвокультурных типажей // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теории языка, семиотика, семантика. 2024. Т. 15. №2. С. 394-414. DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-2-394-414. EDN PFWYGG.
- Игнатова И. Б.* Колумнистика в современном публицистическом дискурсе // Наука и школа. 2021. № 1. С. 22-28. DOI 10.31862/1819-463X-2021-1-22-28. EDN FQUZSC.
- Карасик В. И.* Лингвокультурный типаж // Язык. Текст. Дискурс. 2007. № 5. С. 86-89. EDN RUNNFB.
- Карасик В. И.* Лингвокультурный типаж: к определению понятия / В. И. Карасик, О. А. Дмитриева // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы. Сборник научных трудов. Волгоград, 2005. С. 5-25. EDN WLZOJX.
- Карасик В. И.* Политический эксперт как лингвокультурный типаж // Актуальные проблемы стилистики. 2019. №5. С. 87-95. EDN CYWNLK.
- Карасик В. И.* Языковая пластика общения: монография. М.: Гнозис, 2021. 536 с. EDN AIOGMR.
- Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с. EDN UGQAMP.
- Куницына Н. В.* Авторская колонка как тип медиатекста // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Межвузовский сборник научных трудов. Орёл: Орловский государственный институт искусств и культуры, ООО «Горизонт», 2016. Вып. 14. С. 99-109. EDN YJNKTI.
- Мурзинова И. А.* Языковые средства реализации стратегий онлайн-коммуникации лингвокультурным типажом «видеоблогер» в англоязычном медийном дискурсе // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2023. 4(4). С. 45-55. EDN QNJZOA.
- Нерозник В. П.* Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод: Сборник научных трудов Московского государственного лингвистического университета. 1996. № 426. С. 112-116.
- Пром Н. А.* Диалогизация дискурса и жанра в медиа // Жанры речи. 2022. Т. 17, № 2 (34). С. 146–155. DOI 10.18500/2311-0740-2022-17-2-34-146-155. EDN EYLJCP.

- Распопова С. С. Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 2. С. 148-159. DOI 10.17150/2308-6203.2015.4(2).149-158. EDN TOMAFT.
- Рыжикова М. Д. Понятийно-концептуальная специфика лингвокультурного типажа «литературный рецензент» // Современная филология. Социальная и национальная вариативность языка и культуры. Материалы VII Международного научного конгресса. Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2022. С. 365-369. EDN TDDYOC.
- Семенова Т. И. Авторская колонка в англоязычном медиадискурсе: коммуникативно-прагматические аспекты / Т. И. Семенова, А. Н. Дутов // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2024. №4 (43). С. 140-151.
- Сидоров В. А. Журналистика как ценность в «цифровой» среде // Вопросы журналистики. 2019. №5. С. 5-16. DOI 10.17223/26188422/5/1. EDN BEPPOA.
- Тепляшина А. Н. Жанровая модель авторской журналистики // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 49-53. DOI 10.17223/23062096/4/11. EDN VPINYD.
- Шатуновский И. Б. Семантика предложения и нерелевантные слова (значение, коммуникативная перспектива, прагматика). М.: Языки русской культуры, 1996. 400 с.
- Ярцева С. С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: специальность 10.01.10 «Журналистика»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. С. Ярцева, Воронеж. 2011. 22 с. EDN ZOJGUZ.
- Britannica – Encyclopedia Britannica, 8th ed. // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.britannica.com/articles/id=2533> (дата обращения: 21.02.2024).
- CIDCE – Cambridge International Dictionary of Current English. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1995. 1773 p.
- Clooney G. I Love Joe Biden. But We Need a New Nominee // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nytimes.com/2024/07/10/opinion/joe-biden-democratic-nominee.html> (дата обращения: 10.07.2024).
- EDEL – An Etymological Dictionary of the English Language. Oxford: Clarendon Press, 1910. 536 p.
- Edson C. L. The Gentle Art of Columning: A Treatise On Comic Journalism. New York: Brentano's, 1920. 177 p.
- Feature & Column Writing // [Электронный ресурс]. – 2002. URL: <https://ia801306.us.archive.org/18/items/IntroductionToMassCommunicationMCM101Handouts/Feature%20%26%20Column%20Writing%20-%20MCM514%20> (дата обращения: 08.09.2024).
- Hinkle O. & Henry J. How to Write Columns. Ames, IA: Iowa State College Press. 1952. 300 p.
- LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.
- LLA – Longman Language Activator. Personal Educated Limited. 2002. 1530 p.
- MEDAL – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 08.10.2024).
- Niblock S. Inside Journalism. London: Blueprint, 1996. 222 p.
- Standring S. The Art of Column Writing. Oak Park: Marion Street Press. 2007. 200 p.

References

- Ablaeva A. Ya. (2021). Linguocultural type of American literary criticism-reviewer: discourse formulas. *Languages and cultures: functional-communicative and pragmatic aspects. Sat. articles based on the materials of the II International Scientific and Practical Conference dedicated to the memory of S. G. Sterligov*. N. Novgorod, 2021. P. 7-10. (In Russian).
- Arutyunova N. D. (1988). Types of linguistic meanings: Evaluation. Event. Fact. Moscow: Nauka, 1988. 341 p. (In Russian).

- Baryshkov V. P. (2005). *Axiology of personal existence*. Moscow: Logos, 2005. 192 p. (In Russian).
- BPS – Large psychological dictionary. Available at: <https://psychological.slovaronline.com/search?s=%D1%80%D0%B0%D0%BF%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82> (accessed 20 January 2025). (In Russian).
- Britannica (2009) – *Encyclopaedia Britannica*, 8th ed. Available at: <http://www.britannica.com/articles/id=2533> (accessed 21 February 2024).
- CIDCE (1995) – *Cambridge International Dictionary of Current English*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1995. 1773 p.
- Clooney G. I Love Joe Biden. But We Need a New Nominee. Available at: <https://www.nytimes.com/2024/07/10/opinion/joe-biden-democratic-nominee.html> (accessed 10 July 2024).
- Didkovskaya V. G. (2014). Linguistic-cultural type “journalist” in a dictionary and mass literature. *Problems of history, philology, culture*. 3 (45). P.110-112. (In Russian).
- Dmitrieva O. A. (2006). Linguocultural type from the perspective of cultural values. *Ivzestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2(15): 29-35. (In Russian).
- Dmitrieva O. A. (2009). Value characteristics in the structure of a linguocultural type. *The value system of modern society*. 9: 55-59. (In Russian).
- Dubrovskaya E. M. (2024). The Current State of the Theory of Linguocultural Types. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 15 (2): 394-414. (In Russian).
- EDEL (1910). – *An Etymological Dictionary of the English Language*. Oxford: Clarendon Press, 1910. 536 p.
- Edson C. L. (1920). *The Gentle Art of Columning: A Treatise On Comic Journalism*. New York: Brentano's, 1920. 177 p.
- Feature & Column Writing (2002). Available at: <https://ia801306.us.archive.org/18/items/IntroductionToMassCommunicationMCM101Handouts/Feature%20%26%20Column%20Writing%20-%20MCM514%20> (accessed 08 September 2024).
- Gulyaeva E. V. (2011). Lingo-cultural type “russian politician”. *Political Linguistics*. 3 (37): 184-187. (In Russian).
- Hinkle O. & Henry J. (1952). *How to Write Columns*. Ames, IA: Iowa State College Press, 1952. 300 p.
- Ignatova I. B. (2021). Columnism in modern journalistic discourse. *Science and School*. 1: 22-28. (In Russian).
- Jarceva S. S. (2011). Columnism: history of origin and development prospects. Autoref. diss. ...cand. philol. sciences: 10.01.10. Voronezh, 2011. 22 p. (In Russian).
- Karasik V. I. (2002). Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: *Peremena*, 2002. 477 p. (In Russian).
- Karasik V. I. (2007). Linguocultural type. *Language. Text. Discourse*. 5: 86-89. (In Russian).
- Karasik V. I. (2019). Political expert as a linguocultural type. *Actual Problems of Stylistics*. 5: 87-95. (In Russian).
- Karasik V. I. (2021). Linguistic plasticity of communication: monograph. Moscow: *Gnozis*, 2021. 536 p. (In Russian).
- Karasik V. I., Dmitrieva O. A. (2005). Linguocultural type: to the definition of the concept. *Axiological linguistics: linguocultural types. Collection of scientific works*. Volgograd, 2005. P. 5-25. (In Russian).
- Kunicyna N. V. (2016). Author's column as a type of media text. *Genres and types of text in scientific and media discourse*. 14: 99-109. (In Russian).
- LDCE (1997) – *Longman Dictionary of Contemporary English*. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.
- LLA (2002). – *Longman Language Activator*. Personal Educated Limited. 2002. 1530 p.

- MEDAL* – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Available at: <http://www.macmillandictionary.com/> (accessed 08 October 2024).
- Murzinova I. A. (2023). The linguistic means of the implementation of the strategies of the online communication by the linguocultural character type “vlogger” in the English media discourse. *Bulletin of the Volgograd state sociopedagogical university. Philology*. 4 (4): 45-55. (In Russian).
- Neroznak V. P. (1996). Linguistic personology: towards determining the status of the discipline. *Language. Poetics. Translation: Collection of scientific works of Moscow State Linguistic University*. 426: 112-116. (In Russian).
- Niblock S. (1996). Inside Journalism. London: *Blueprint*, 1996. 222 p.
- Prom N. A. (2022). Dialogization of discourse and genre in media. *Speech Genres*. 17-2(34): 146–155. (In Russian).
- Raspopova S. S. (2015). Author as a real man and the author’s image in the media texts. *Theoretical and practical issues of journalism*. 4(2): 148-159. (In Russian).
- Ryzhikova M. D. (2022). Conceptual specificity of the linguocultural type “literary reviewer”. *Modern philology. Social and national variability of language and culture. Proceedings of the VII International Scientific Congress*. Simferopol', 2022. P. 365- 369. (In Russian).
- Semenova T. I., Dutov A. N. (2024). Column writing in English media discourse: communicative and pragmatic aspects. *Crede Experto: transport, society, education, language*. 4 (43): 140-151. (In Russian).
- Shatunovskiy I. B. (1996). Sentence semantics and non-referential words (meaning, communicative perspective, pragmatics). Moscow: *Languages of Russian culture*, 1996. 400 p. (In Russian).
- Sidorov V. A. (2019). Journalism as a Value in a Digital Environment. *Russian Journal of Media Studies* 5: 5-16.
- Standring S. (2007). The Art of Column Writing. Oak Park: *Marion Street Press*. 2007. 200 p.
- Tepljashina A. N. (2015). Genre model of author journalism. *Journalist Yearbook*. 4: 49-53. (In Russian).