

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра отечественной филологии и русского языка как иностранного

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: Языковые средства выражения субъективной модальности в
текстах СМИ.

Исполнитель _____ Ртова Анна Андреевна _____
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель _____ кандидат филологических наук, доцент _____
(ученая степень, ученое звание)
_____ Юсупова Дильбаржон _____
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой _____
(подпись)

_____ кандидат педагогических наук _____
(ученая степень, ученое звание)

_____ Виноградова Марина Владимировна _____
(фамилия, имя, отчество)

25» июня 2026 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.	3
ГЛАВА 1. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В МЕДИАСКУРСЕ.	7
1.1 Понятие модальности и субъективной модальности в лингвистике. ..	7
1.2 Подходы к изучению модальности в научной литературе.....	12
1.3 Специфика субъективной модальности в языке СМИ.	17
Выводы к 1 главе:.....	23
ГЛАВА 2. ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ СМИ	26
2.1. Лексические средства выражения авторской позиции.....	26
2.2. Грамматические и структурные средства	38
2.3. Комплексный анализ и прагматический эффект	42
Выводы ко 2 главе.	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	48
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	54

ВВЕДЕНИЕ.

В современную эпоху средства массовой информации оказывают существенное влияние на формирование общественного сознания и ценностных установок аудитории. Автор медиатекста не ограничивается передачей фактов: он выражает свое отношение к излагаемому – как в прямой, так и в косвенной форме. В условиях высокой информационной насыщенности журналисты целенаправленно применяют приемы, усиливающие эмоциональность и выразительность материалов, вследствие чего даже новостные тексты нередко приобретают субъективную окраску. В связи с этим представляется важным исследовать языковые средства, с помощью которых реализуется данная тенденция.

Актуальность исследования обусловлена также научными приоритетами современной лингвистики, которая уделяет повышенное внимание языковой личности и способам ее самовыражения в дискурсе. Кроме того, развитие цифровых медиа привело к появлению новых форм выражения субъективной позиции (интерактивные элементы, гиперссылки), требующих научного осмысления в рамках медиалингвистики. Таким образом, работа вносит вклад в понимание механизмов воздействия современных медиа на аудиторию.

Объект исследования – текстовая составляющая современного российского медиадискурса, а именно: тексты, опубликованные в ведущих печатных и онлайн-изданиях России в период с 2021 по 2026 год. Выбор временного периода обусловлен динамичностью языковых процессов, в частности, активным развитием цифровых форматов коммуникации, что позволяет исследовать актуальные тенденции.

Предмет исследования – языковые средства (лексические, грамматические, синтаксические, графико-пунктуационные) и дискурсивные стратегии выражения субъективной модальности в данных медиатекстах.

Предметом анализа становится то, как с помощью этих средств конструируется авторская позиция, оценка и отношение к действительности.

Материал исследования - выборка объемом около 100 единиц средств выражения модальности СМИ за 2021–2026 гг., репрезентирующая:

- Типы изданий: федеральные газеты («Коммерсантъ», «Российская газета»), крупные онлайн-издания («РБК», «Lenta.ru»), региональные СМИ.
- Жанры: информационные (новости), аналитические (статьи, колонки), художественно-публицистические (очерки, эссе), интервью.
- Тематику: общественно-политическую, экономическую, социальную, культурную.

Цель работы - осуществить комплексный лингвистический анализ средств выражения субъективной модальности в современных текстах СМИ, выявить их функционально-семантические и прагматические особенности с учетом жанрово-стилистической специфики медиадискурса.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих **задач**:

- раскрыть понятия модальности и субъективной модальности в лингвистике;
- систематизировать научные подходы к изучению модальности применительно к медиадискурсу;
- выявить специфику субъективной модальности в языке СМИ;
- разработать классификацию языковых средств выражения субъективной модальности для анализа медиатекстов;
- проанализировать лексические средства выражения авторской позиции в текстах разных жанров СМИ;

- исследовать грамматические и структурные средства субъективной модальности (вводные конструкции, модальные глаголы и т. д.) и их функции в медиадискурсе;
- оценить прагматический эффект использования средств субъективной модальности и их роль в коммуникативных стратегиях автора;
- систематизировать результаты и сформулировать выводы о закономерностях функционирования субъективно-модальных конструкций в СМИ.

Научная новизна исследования заключается в следующем: применение комплексного подхода, совмещающего традиционный лингвистический анализ языковых уровней с прагмалингвистическим и дискурс-аналитическим подходами для изучения субъективной модальности в медиатекстах.

Теоретическая значимость работы состоит в углублении и систематизации теоретических представлений о категории субъективной модальности применительно к специфике медиадискурса, развитии методологии медиалингвистических исследований за счет интеграции методов анализа текста и дискурса, конкретизации понятия «авторская модальность» в публицистике через выявление ее языковых маркеров и стратегий реализации.

Практическая значимость определяется возможностью использования результатов в образовательном процессе в курсах по современному русскому языку, стилистике, лингвистике текста, медиалингвистике, интернет-коммуникации, в профессиональной сфере журналистики и копирайтинга: для разработки рекомендаций по эффективному и этичному использованию языковых средств воздействия, в сфере медиаанализа и PR: для разработки методик контент-анализа и оценки тональности медиатекстов, анализа информационных кампаний и механизмов формирования общественного мнения.

Теоретическую основу составили труды:

По общей теории модальности: В. В. Виноградова, Г. А. Золотовой, Н. Д. Арутюновой.

По лингвистике текста и дискурс-анализу: И. Р. Гальперина, ван Дейка, Е. С. Кубряковой, В. И. Карасика.

По медиалингвистике и языку СМИ: Т. Г. Добросклонской, Г. Я. Солганика, М. Н. Кожиной.

По прагмалингвистике и коммуникативным стратегиям: работы в русле речевого воздействия и теории речевых актов.

Методы исследования:

- Общенаучные: описательный метод (наблюдение, классификация, обобщение), метод количественных подсчетов.
- Собственно лингвистические: контекстуальный анализ, функционально-семантический анализ, элементы компонентного анализа.
- Методы дискурс-анализа: прагматический анализ коммуникативных интенций, сравнительно-сопоставительный анализ текстов разных типов и жанров.

Структура работы: структура работы включает введение, две главы, заключение, список литературы и приложение. В первой главе рассматриваются теоретические основы исследования субъективной модальности в медиадискурсе. Во второй главе проводится анализ лексико-грамматических средств выражения субъективной модальности в текстах СМИ на основе эмпирического материала. Заключение содержит обобщение результатов исследования, основные выводы по работе и перспективы дальнейших исследований в данной области. Список литературы включает перечень всех научных источников, использованных при подготовке работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В МЕДИАСКУРСЕ.

1.1 Понятие модальностей в лингвистике.

Категория модальности представляет собой функционально-семантическую универсалию, выражающую два основных типа отношений: отношение содержания высказывания к действительности (объективная модальность) и отношение говорящего к сообщаемому (субъективная модальность). В русском языкознании основополагающий вклад в систематизацию этой категории внес В.В. Виноградов, а трехаспектная модель Г.А. Золотовой позволила выделить дополнительный, внутрисинтаксический, уровень модальных отношений. При этом термин «модальность» остается многозначным: разные исследователи по-разному определяют его границы и классификацию.

Согласно «Лингвистическому энциклопедическому словарю», модальность определяется как «функционально-семантическая категория, выражающая разные виды отношения высказывания к действительности, а также разные виды субъективной квалификации сообщаемого» [32]. В словаре подчеркивается, что модальность является языковой универсалией, принадлежащей к числу основных категорий естественного языка, которая «в разных формах обнаруживающихся в языках разных систем... в языках европейской системы она охватывает всю ткань речи» [32].

«Русская грамматика» дифференцирует модальность на два основных типа: объективная модальность – заключенные в замкнутой системе абстрактных синтаксических категорий значения отношения сообщаемого к действительности, а именно значения реальности (синтаксический индикатив: синтаксические настоящее, прошедшее и будущее времена) и ирреальности (синтаксические ирреальные наклонения: сослагательное, условное, желательное, побудительное и долженствовательное). Объективная

модальность присутствует во всех предложениях; субъективная модальность – отношение говорящего к сообщаемому, которое «присутствует не во всяком высказывании» (факультативный признак) и выражается самыми разнообразными языковыми средствами: интонацией, специальными синтаксическими конструкциями, словопорядком, повторением слов, сочетаниями знаменательных слов с частицами, с междометиями, вводными словами и сочетаниями слов, а также разнообразными комбинациями этих средств [45, с. 214].

В. В. Виноградов впервые сформулировал и систематизировал концепцию модальности в работе «О категории модальности и модальных словах в русском языке». Он утверждал, что модальные отношения – это прежде всего отношения сообщения, содержащегося в предложении, к действительности [10, с. 594-595]. Виноградов выделил несколько средств выражения модальности. К ним относятся: глагольные времена и наклонения (формы изъявительного, сослагательного и повелительного наклонений, а также временные формы глагола); модальные слова (например, «может быть», «должно быть», «видно», «кажется», «верно», «очевидно», «конечно», «пожалуй» и другие). Ученый разработал подробную классификацию модальных слов, куда вошли: слова, однородные с личными формами глагола («признаюсь», «видишь», «веришь ли», «извините»); слова, однородные с неопределенно-личными формами («говорят», «передают»); слова, однородные с безличными формами («разумеется», «кажется», «говорится», «значит»); слова инфинитивного типа («признаться», «видать», «знать»); изолированные формы имени существительного с предлогом и без предлога («словом», «кстати», «в частности»); образования от членных прилагательных («главное», «самое большее»). Кроме того, среди средств выражения модальности Виноградов называл модальные частицы («ли», «же», «бы», «пусть», «да» и другие), специальные интонации (вопросительную, восклицательную и прочие) [10, с. 595]. В последующих трудах, включая

«Русский язык», Виноградов расширил классификацию, включив в нее целые фразеологические сочетания и изучив связь модальности с различными типами предложений.

Г. А. Золотова в «Очерке функционального синтаксиса русского языка» предложила трехаспектную модель модальных отношений. Согласно этой модели, выделяются три аспекта:

1. Отношение содержания высказывания к действительности с точки зрения говорящего (объективная модальность). Ее выражают морфолого-синтаксические средства (глагольное наклонение), конструктивно-синтаксические (различные типы синтаксических конструкций, например безличные или назывные предложения), лексико-синтаксические (частицы) и интонационно-синтаксические средства (интонации).

2. Отношение говорящего к содержанию высказывания (субъективная модальность). Основные средства выражения – вводные слова (слова или сочетания слов со значением уверенности и неуверенности) и модальные частицы.

3. Внутрисинтаксическая модальность – отношение между субъектом-носителем признака и предикативным признаком. Выражается с помощью модальных слов, включенных в состав предиката, инфинитивных предложений, безличных предложений со словами категории состояния и возвратными глаголами на -ся [20].

«Русская грамматика» разграничивает объективную и субъективную модальность по ряду критериев. Объективная модальность отражает отношение содержания высказывания к действительности, присутствует во всех предложениях, выражается глагольными наклонениями и временами (синтаксическим индикативом и ирреальными наклонениями) и охватывает смысловой диапазон «реальность / ирреальность». Субъективная модальность

показывает отношение говорящего к сообщаемому, факультативна (не во всяком высказывании), выражается интонацией, вводными словами, частицами, междометиями, синтаксическими конструкциями, повтором слов, порядком слов и их комбинациями и имеет широкий круг значений, почти всегда экспрессивно окрашенных [45, с. 214].

Термин «модальность» многозначен: им называют разные явления, объединенные общим признаком – они так или иначе (грамматически, лексически, интонационно) выражают отношение говорящего к сообщаемому или сообщаемого к действительности. «Русская грамматика» прямо отмечает: «Термин «модальность» многозначен: им называют разные явления». К сфере модальности относят целый ряд языковых явлений, объединенных общей функцией выражения отношения говорящего к сообщаемому либо отношения содержания высказывания к действительности. Сюда входят: противопоставление высказываний по характеру их коммуникативной целеустановки (утверждение/вопрос/побуждение), противопоставление по признаку «утверждение/отрицание», градации значений в диапазоне «реальность/гипотетичность/ирреальность», разная степень уверенности говорящего в достоверности формирующейся у него мысли о действительности, а также различные видоизменения связи между подлежащим и сказуемым, которые выражаются лексическими средствами – например, с помощью слов «хочет», «может», «должен», «нужно» и других [45, с. 214-216].

В современной лингвистике существует несколько подходов к классификации модальности. Так, В. В. Виноградов разделяет ее на объективную (отражающую отношение к действительности) и субъективную (выражающую отношение говорящего) [10, с. 594]. В западной традиции выделяют эпистемическую модальность (связанную со степенью достоверности или уверенности) и деонтическую (касающуюся обязанностей

и разрешений). Согласно функционально-семантическому принципу, различают объективную, субъективную и иллокутивную модальность, причем последняя соотносится с коммуникативной целеустановкой высказывания (утверждением, вопросом, побуждением). Наконец, по уровням выражения модальность подразделяют на грамматическую (выражается наклонениями и временами), лексическую (через модальные слова и глаголы), интонационную и синтаксическую.

Субъективная модальность определяется как отношение говорящего (автора) к сообщаемому содержанию, выражающее его оценку, степень уверенности или эмоциональное отношение к действительности. В противовес объективной модальности (реальность / ирреальность) субъективная традиционно считается факультативной, однако исследования, в том числе Г. Я. Солганика, подчеркивают, что в реальном дискурсе она присутствует практически всегда, выполняя речеобразующую функцию. Классификация средств строится по уровням языка: на лексическом уровне (ядро ФСП) к ним относятся оценочная лексика, вводные слова, модальные частицы, междометия и фразеологизмы; на лексико-грамматическом уровне – конструкции со словами долженствования или желания и деминутивные суффиксы; на синтаксическом уровне (периферия) – бессоюзные сложные предложения, риторические вопросы, уступительные придаточные, парцеллированные конструкции и инверсия; на графико-пунктуационном уровне – кавычки, шрифтовое выделение и знаки препинания, компенсирующие отсутствие интонации в письменном тексте [49, с. 2].

Согласно концепции Г.Я. Солганика, субъективная модальность (СМ) является общеязыковой категорией, которая на уровне языка существует как потенциальная возможность, а полная ее реализация совершается в речи, в конкретном высказывании. Языковой знак устроен антропоцентрически – «по мерке человека», и в каждом знаке заложена предрасположенность к появлению субъективно-эмоциональных сем. Эта предрасположенность

обеспечивается периферией означаемого латентными (потенциальными) признаками, которые служат основой для метафорических переносов и развития оценочных значений. Центральным средством, конституирующим субъективную модальность в речи, является категория производителя речи – местоимение «Я». Именно появление «Я» в высказывании знаменует высшую степень субъективной модальности, превращая объективированное описание в субъективированное [49, с. 3-5].

Разные исследователи подчеркивают условность противопоставления объективной и субъективной модальности. Например, А. М. Пешковский полагал, что категория модальности выражает только одно отношение, отношение говорящего к той связи, которая устанавливается им же между содержанием высказывания и действительностью, т. е. «отношение к отношению». При таком подходе модальность изучается как комплексная и многоаспектная категория, активно взаимодействующая с целой системой других функционально-семантических категорий языка [36].

1.2 Подходы к изучению модальности в научной литературе.

Изучение модальности занимает в филологии одно из центральных мест, потому что здесь сходятся язык, мышление и сама действительность в том виде, как она отражается в речи. Интерес к разным подходам к модальности вполне понятен: через нее говорящий показывает свое отношение к высказыванию, а заодно во многом задает, как именно это высказывание будет работать в коммуникации. В этом разделе задача простая, хотя и не маленькая: собрать основные научные подходы к модальности, показать, чем они отличаются, и проследить, как вообще менялись представления об этой категории. Отсюда и круг вопросов: философские и логические истоки

модальности, лингвистические концепции, языковые средства ее выражения на разных уровнях и, наконец, ее работа в коммуникации и тексте.

Философские и логические основания изучения модальности тянутся еще от античности и дальше – через разные эпохи. Именно в классической формальной логике оформились базовые представления о модальных суждениях. Аристотель, а позднее И. Кант, предложили деление суждений на ассерторические, проблематические и аподиктические, и это стало важным этапом в осмыслении модальности [8]. Кантовские категории возможности, необходимости и случайности заметно повлияли и на лингвистику. Необходимость, например, перешла в грамматическую сферу как обязательность – «должен», «обязан». Возможность легла в основу семантики модальных глаголов вроде «может», «умеет». Отдельно стоит концепция «возможных миров»: ее истоки обычно связывают с Иоанном Дунсом Скотом, а дальнейшую разработку – с Г. В. Лейбницем. Она достаточно сильно сдвинула взгляд на модальность, позволив понимать ее как отношение между разными возможными состояниями действительности [8]. В современной семантике эта идея особенно полезна при разборе условных конструкций и гипотетических высказываний, где модальность показывает отступление от реального положения дел. Собственно, именно такие философские модели и заложили теоретическую основу того, как модальность потом стали изучать уже в языкознании.

В языкознании модальность трактуется как функционально-семантическая категория, отражающая отношение высказывания к действительности и субъективную оценку этого отношения со стороны говорящего. В лингвистике сложились два основных подхода к содержанию категории модальности: широкий и узкий. Широкий подход, представленный в работах А. В. Бондарко, рассматривает модальность как многоплановую категорию, включающую отношение высказывания к действительности, отношение говорящего к сообщаемому, целевую установку

высказывания и другие аспекты [1]. Такой подход позволяет охватить все проявления модальности в языке, но может приводить к размыванию границ категории. Узкий подход, развиваемый Ю. С. Степановым, ограничивает содержание модальности более строгими рамками, зачастую сводя ее только к отношению высказывания к действительности [1]. Он обеспечивает четкость и однозначность трактовки, но при этом игнорирует важные субъективные и прагматические аспекты.

Среди классификаций модальности особое место занимает разграничение объективной и субъективной модальности, предложенное В. В. Виноградовым [10, с. 596]. Объективная модальность выражает отношение содержания высказывания к действительности с точки зрения реальности или нереальности. Например, в предложении «Он пришел» индикатив указывает на реальное действие, а в высказывании «Он мог бы прийти» сослагательное наклонение передает гипотетичность ситуации. Субъективная модальность отражает отношение говорящего к высказыванию – его оценку, уверенность, сомнение, предположение и т. д. Так, модальное слово «наверное» в предложении «Наверное, он придет» передает неуверенность говорящего.

Критический анализ классификации Виноградова показывает ее сильные стороны в четкости разграничения объективного и субъективного планов, однако она не учитывает внутреннюю модальность (отношение субъекта к действию). Эту проблему решает трехчастная модель А. В. Бондарко [6, с. 236], которая различает внутреннюю модальность – отношение субъекта действия к действию, выражаемую модальными глаголами («Я хочу уехать», «Он должен вернуться»); объективную внешнюю модальность – отношение содержания высказывания к действительности, выражаемую наклонениями («Уехал бы он поскорее!» – сослагательное наклонение передает гипотетичность); субъективную внешнюю модальность – степень уверенности говорящего, выражаемую модальными словами

(«Вероятно, он уехал», «Конечно, он уже дома»). В отличие от модели Виноградова, подход Бондарко позволяет анализировать высказывания, где одновременно присутствуют несколько модальных планов. Например, фраза «Я, пожалуй, должен это сделать» сочетает внутреннюю модальность («должен» – отношение субъекта к действию), субъективную внешнюю («пожалуй» – неуверенность говорящего) и объективную внешнюю (индикатив «сделаю» – реальность действия). Ю. С. Степанов предлагает унифицированный подход, рассматривая модальность как объективно-относительную категорию [47]. Это позволяет избежать жесткого разделения на объективное и субъективное, но снижает детализацию анализа, что делает его менее удобным для прикладных задач. Для наглядности сопоставим три модели в контексте анализа фразы «Возможно, он мог бы прийти, если бы захотел». По Виноградову, здесь выделяется объективная модальность гипотетичности («мог бы прийти») и субъективная («возможно»). Модель Бондарко добавляет внутреннюю модальность («захотел» – отношение субъекта к действию). Подход Степанова объединяет все элементы в единую категорию возможности.

Средства выражения модальности распределяются по разным уровням языковой системы. На морфологическом уровне ключевую роль играют наклонения глагола – индикатив («Он придет» – реальность), императив («Приходи завтра!» – побуждение), сослагательное («Если бы он пришел!» – гипотетичность), а также неличные формы глагола («Хотелось бы уйти»). Лексические и лексико-грамматические средства включают модальные глаголы (могу, должен, хочу), модальные слова (возможно, необходимо, вероятно), частицы (разве, едва ли, ведь), краткие прилагательные и предикативы (готов, надо, жаль). Например, в высказывании «Он, должно быть, уже пришел» модальное словосочетание «должно быть» передает субъективную оценку вероятности.

Синтаксические средства представлены односоставными предложениями («Нет чтобы подождать!» – выражение сожаления), особым порядком слов («Придет ли он?» – вопрос о возможности), вводными словами и конструкциями («К счастью, он пришел»), специальными синтаксическими структурами («Как ни старайся, не получится» – уступка). Интонация и невербальные средства также участвуют в передаче модальных значений: ровный тон в высказывании «Он точно придет» выражает уверенность, восходящий тон в «Он придет?..» – сомнение, а междометия в «Ах, если бы он пришел!» передают эмоциональную оценку.

Модальность выступает важной текстообразующей категорией, определяющей коммуникативный потенциал высказывания и влияющей на взаимодействие модальных единиц в тексте. И. Р. Гальперин подчеркивает, что модальность целого текста формируется совокупностью модальных значений отдельных высказываний и отражает авторское мировоззрение и эстетическое кредо [7]. В прагматическом аспекте модальность связана с иллокутивной силой высказывания – коммуникативной целью говорящего и его стремлением воздействовать на адресата.

Функционирование модальности варьируется в зависимости от типа дискурса. В художественном тексте она служит средством создания образов и передачи эмоций. Например, в романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» многочисленные модальные конструкции («Может быть, все это не так», «Надо было решиться») передают внутренние сомнения Раскольникова. В научном тексте модальность обеспечивает объективность и аргументированность изложения, чему способствуют конструкции с гипотетической модальностью: «По-видимому, данные свидетельствуют о...», «Можно предположить, что...». Согласно исследованиям, в научных статьях модальные глаголы типа «следует», «необходимо» встречаются в 3 раза чаще, чем в художественных текстах [5]. В разговорной речи модальность отражает непосредственные реакции и оценки говорящего, например: «Ну уж, конечно,

он опять опоздает!» – здесь частицы и интонация передают иронию и скепсис. В публицистике модальные маркеры – вроде «безусловно» или «очевидно» – часто работают как усилитель воздействия на аудиторию. Они добавляют тексту категоричности. Иногда даже слишком.

Если смотреть на модальность шире, картина получается довольно пестрая. В научной литературе подходов много, трактовки тоже расходятся. От философии и логики до лингвистики и прагматики – везде модальность понимается по-своему и в этом ее сложность. Анализ того, как она выражается на разных языковых уровнях и как ведет себя в разных типах дискурса, хорошо показывает: категория это не декоративная, а вполне рабочая. Через нее многое становится понятнее в самих механизмах языковой коммуникации. Для комплексного анализа текстов разных жанров, лучше всего подходит модель А. В. Бондарко. Она охватывает все уровни модальности: внутренний, объективный и субъективный, и дает возможность увидеть, как они реально взаимодействуют в употреблении. Ограничением исследования является фокус на русском языке; сопоставление с другими языками требует отдельного изучения. Перспективы дальнейшего изучения модальности связаны с ее исследованием в рамках когнитивной лингвистики, прагматики и переводоведения, что позволит глубже раскрыть ее роль в процессах мышления и общения. Осознание природы модальности способствует более точному пониманию того, как язык служит инструментом выражения отношения человека к миру и другим людям.

1.3 Специфика субъективной модальности в языке СМИ.

Субъективная модальность как лингвистическая категория отражает отношение говорящего к содержанию высказывания – его уверенность или неуверенность, оценку ситуации, эмоциональную окраску. В языке СМИ эта

категория приобретает особую значимость, поскольку напрямую влияет на восприятие информации аудиторией, формирует общественное мнение и помогает выразить авторскую позицию. Цель данного раздела – выявить особенности выражения субъективной модальности в текстах СМИ и определить ее ключевые функции. Язык СМИ представляет собой особый тип современного литературного языка со специфическими характеристиками. В рамках медиалингвистики – самостоятельного научного направления, термин для которого был введен в русистику Т.Г. Добросклонской в 2000 году, – центральное место занимает анализ медиадискурса [43].

Медиадискурс понимается как особый вид дискурса, синтезирующий процессы и результаты речемыслительной деятельности в рамках медийного пространства и включающий как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. Информационно-аналитический медиадискурс, в частности, не только информирует о событиях, но и воздействует на развитие общества, влияет на формирование определенного мировоззрения у адресата, поэтому категория субъективной модальности активно функционирует в данном типе дискурса, чтобы передать личные авторские мнения адресату.

Специфика субъективной модальности в языке СМИ определяется несколькими факторами: язык газет является особой социальной системой, выполняющей функции ориентации и концептуализации действительности и формирующей информационно-языковую культуру в обществе; тексты СМИ характеризуются коллективным авторством и технологичностью, так как создаются и обрабатываются несколькими лицами, при этом технология их создания предполагает максимальную эффективность воздействия на получателя, и, наконец, материалы СМИ объединены системой ключевых слов и категорий с положительным и отрицательным значением – так называемого «символического зонтика». По мнению И.В. Анненковой, всему медиадискурсу присуща единая риторическая гипермодальность, которую

можно сформулировать как формирование у адресата единственно возможной картины мира – медиакартины [3].

Субъективная модальность имеет средства выражения на всех уровнях организации текста, причем в современной лингвистике субъективно-модальные значения принято рассматривать с позиции функционально-семантического поля (ФСП), имеющего ядерно-периферийную структуру. На морфологическом и лексическом уровнях основными средствами выражения субъективной модальности являются:

1. Вводные слова и словосочетания – одно из основных средств выражения субъективной модальности. Они выполняют различные функции: выражают желание привлечь внимание (заметим, надо полагать, надо сказать); выражают сожаление (к сожалению); дают оценку с точки зрения достоверности (возможно, по-видимому, видимо, вероятно, пожалуй, конечно, правда, скорее, скорее всего); отражают колебание в суждении (впрочем); выражают отношение к способу изложения (мягко говоря, строго говоря); отсылают к источнику сообщения (как водится, как сейчас выражаются, как подчеркивает).
2. Модальные частицы: якобы, вроде, вряд ли и др. Частицы придают различные смысловые оттенки: усиительные (категорически, даже); вносящие сомнение (едва ли); вопросительные (разве, ли); ограничительные (лишь, только); ограничительно-усиительные (почти); уточняющие (именно); усиливающие отрицание (отнюдь, далеко не).
3. Оценочная лексика: классно, бессмысленность, наконец-то, ненавидеть и др. Словосочетания, в которых грамматические компоненты имеют определительные отношения, часто содержат оценку и выражают как положительную модальность (великолепный музыкант, неистовый восторг, замечательные артисты, удачный спектакль), так и

отрицательную (чудовищная спешка, скучноватая сценография, трагическая история, неприкрытая ненависть).

4. Междометия: увы, ведь, господи, ага и др.
5. Фразеологические единицы: «китайская грамота», «с ума сойти», «спустя рукав» и др.
6. Слова, выражающие желание, возможность, необходимость или долженствование: следует, хочется, нужно, должен, вынужден, могу, можно и др.
7. Лексический повтор как средство выражения оценочно-характеризующего значения: какая-никакая механизация, хочешь не хочешь.

Согласно эмпирическому исследованию А. Ю. Пономаревой, проведенному на базе 50 статей газеты «Культура», было выявлено 127 случаев выражения субъективной модальности. Анализ показал, что наиболее активно средства выражения субъективной модальности употреблены на лексическом уровне – именно они преобладают в материалах издания. Так, чаще всего встречаются оценочные словосочетания: на их долю приходится 40,2 % случаев. Они могут нести как положительную оценку («изумительные статуэтки»), так и отрицательную («чудовищная спешка») по отношению к субъекту или предикату высказывания. Далее по частоте идут вводные слова – 15,7 %. Через них автор показывает степень уверенности («конечно»), вероятность («вероятно», «возможно»), сожаление («к сожалению») или просто ссылается на источник информации. Довольно заметным пластом являются модальные частицы, 13,4 %. Тут и усиление («категорически»), и вопрос («разве?»), и сомнение («едва ли»). Иногда даже частица «не» работает не как отрицание, а наоборот, усиливает утверждение за счет двойного отрицания. Сюда же относится лексика долженствования и желания – 11,0 %. «Хочется», «следует», «надо», «могу» – такие слова передают необходимость, намерение, внутренний импульс. Реже встречаются

лексический повтор – всего 1,6 %. Он нужен для акцента, для эмоционального нажима: могут повторяться местоимения, глаголы. Междометий еще меньше, 0,8 %: «увы», «ага» и подобные вещи. В публикациях газеты «Культура» это вообще самая редкая группа. На синтаксическом уровне доля средств субъективной модальности заметно ниже, но они тоже играют важную роль в формировании авторской позиции и тональности текста. Например, союзы и союзные слова задействованы в 6,3 % случаев: они участвуют в построении риторических вопросов («Что получилось в итоге?») или работают в составе двойных союзов для сопоставления и противопоставления. Бессоюзные сложные предложения составляют 5,5 %, пропуск союза здесь компенсируется интонационно либо пунктуационно (например, двоеточие может указывать на причину), что создает эффект непосредственности сообщения. Двойные союзы («не только... но и», «чем... тем», «если... то») встречаются в 3,1 % случаев и служат для выражения градации или противопоставления. Наконец, уступительные придаточные конструкции (2,4 %), включающие обороты с «несмотря на то что» или «пусть и», позволяют автору подчеркнуть действие вопреки каким-либо условиям, добавляя высказыванию дополнительные смысловые оттенки [44].

Особый интерес представляет выявленная в современных исследованиях группа индивидуально-авторских средств выражения субъективной модальности, в структуру которых вложены имплицитные авторские коннотации, раскрывающиеся при помощи контекста. Под «авторской коннотацией» понимается авторский смысл, который не является исконным коннотативным значением употребляемого слова, а проявляется только в определенном контексте.

Лю Хаотун на материале статей газеты «Коммерсантъ», подкаста «Розенталь и Гильденстерн» и видеоблога «А поговорить?» (проанализировано 169 текстов) выделяет три подгруппы авторских средств:

1. Оценочные лексические единицы, проявляющие индивидуальные коннотации в контексте. Например, в выражении «главная моя боль» из подкаста лексическая единица «боль» передает негативную оценку состояния человека, вынужденного писать с соблюдением норм. Варваризм «хайп» отражает отрицательное отношение говорящего к излишнему шуму в СМИ, созданию искусственного ажиотажа.

2. Нейтральные лексические единицы в функции оценочных. Глагол «растворяться», нейтральный в других контекстах, приобретает негативную коннотацию при обсуждении булочки из сети быстрого питания, которая, по мнению говорящего, не содержит важного для здоровья компонента. Философский термин «волютаризм» получает негативную окраску в контексте обсуждения необоснованных утверждений.

3. Индивидуально-авторские выражения: «был второй шок узнать» – синтаксическое стяжение, характерное для устной неподготовленной речи, используемое для выражения сильного удивления и разочарования. «У слова „путь“ особый путь» – языковая игра, основанная на соположении лексической единицы «путь» с устойчивым выражением «особый путь», с помощью которой эмоционально выражается авторская позиция [35].

Интонация играет ключевую роль в выражении субъективной модальности в медиадискурсе. В бессоюзных сложных предложениях роль интонации сводится к обращению особого внимания на содержание высказывания. Кроме того, в устных формах медиадискурса (подкасты, видеоблоги) интонационные средства приобретают особое значение, поскольку позволяют передать оттенки уверенности/неуверенности, одобрения/неодобрения, иронии и других модальных значений, которые в письменном тексте компенсируются лексическими и синтаксическими средствами.

Специфика субъективной модальности в языке СМИ заключается в том, что она выступает важнейшим компонентом медиадискурса (где модусные компоненты высказывания – его обязательный элемент) и используется в информационно-аналитическом медиадискурсе для достижения различных коммуникативных целей: ее способы выражения функционируют как дискурсивные маркеры, структурирующие дискурс и передающие объективно- и субъективно-модальные значения; при этом средства выражения образуют функционально-семантическое поле с ядерно-периферийной структурой (ядро – лексические средства: вводные единицы, модальные частицы, оценочные слова, междометия; периферия – синтаксические средства: вопросительные конструкции, сложные предложения, фразеологические единицы), а в современном медиадискурсе активно задействуются индивидуально-авторские средства (прежде всего, оценочные и нейтральные лексические единицы в функции оценочных, привносящие коннотацию, характеризующую адресанта), причем доминирующую роль в выражении субъективной модальности играют оценочные словосочетания (40,2 % всех выявленных случаев) [35].

Выводы по 1 главе:

Проведенный в первой главе теоретический анализ позволяет утверждать, что субъективная модальность является одной из центральных антропоцентрических категорий языка, выступая в роли важнейшего инструмента выражения индивидуально-авторского начала в речи. Синтез положений, рассмотренных в четырех подглавах, выявляет целостную и взаимосвязанную картину изучения данного феномена.

В основе исследования лежит понимание субъективной модальности как факультативного семантико-прагматического компонента высказывания.

Проще говоря, это отношение говорящего к тому, о чем он сообщает. Причем диапазон тут широкий: от интеллектуальной оценки достоверности до вполне явной эмоции. Именно это базовое определение, разобранный в разделе 1.1, задает онтологический статус категории и отделяет ее от объективной модальности, обязательной, той, что соотносит сообщение с действительностью. Но в медиадискурсе все становится чуть жестче: такое отношение уже работает не само по себе, а как направленная стратегия воздействия на массового адресата.

Обзор ключевых подходов к модальности в разделе 1.2 это хорошо показывает. Для этой работы особенно продуктивна традиционная пара «объективная – субъективная модальность», если дополнить ее представлением о модальности как о функционально-семантическом поле с ядерно-периферийной структурой. В таком виде средства выражения выглядят не набором отдельных приемов, а иерархически выстроенной системой. На этом, по сути, и держится методологическая база дальнейшего анализа.

Исследование специфики субъективной модальности в языке СМИ (1.3) подтверждает ее особую значимость в медиакommunikации. Здесь она выходит за рамки простого выражения личного отношения, становясь мощным инструментом формирования определенного мировидения, воздействия на аудиторию и структурирования самого дискурса. В медиатексте средства субъективной модальности часто выполняют роль дискурсивных маркеров, которые не только передают оценку, но и организуют повествование, выстраивают имплицитные смыслы и управляют восприятием информации реципиентом.

Таким образом, теоретическая глава в совокупности обосновывает положение о том, что субъективная модальность является ключевым компонентом медиавысказывания. Она представляет собой функционально-семантическую категорию, которая, с одной стороны, имплицитно или эксплицитно пронизывает медиатекст, а с другой материализуется через

разветвленную и иерархизированную систему разноуровневых языковых средств. Их изучение в конкретном медийном материале составляет следующую ступень исследования, позволяя перейти от теоретического осмысления к практическому анализу механизмов конструирования авторской позиции и воздействия на аудиторию в современном медиапространстве.

ГЛАВА 2. ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ СМИ

2.1. Лексические средства выражения авторской позиции

Лексический уровень языка предоставляет наиболее богатый и многообразный арсенал для вербализации субъективной модальности, выступая прямым и мощным каналом передачи индивидуальной авторской позиции в текстах средств массовой информации. В отличие от грамматических средств (модальных глаголов, форм наклонений), которые часто функционируют имплицитно, в подтексте, лексика позволяет журналисту или медийному автору открыто, эксплицитно вплетать в ткань сообщения свои оценки, эмоции, интеллектуальные квалификации и отношение к фактам. Эти средства образуют ядро функционально-семантического поля (ФСП) субъективной модальности в медиадискурсе, маркируя авторский «голос».

Центральное место среди лексических средств занимают вводные слова и конструкции. Грамматически и интонационно обособленные от основного высказывания, они выполняют метатекстовую функцию – комментируют все сообщение или его часть. В информационно-аналитических жанрах медиадискурса они становятся ключевым инструментом передачи эпистемической модальности (оценки достоверности информации). Их основные функции – актуализация субъективного отношения автора к описываемой реальности, создание стилистических эффектов, облегчающих восприятие информации, и усиление воздействующего потенциала текста.

Наиболее значимы для медиадискурса группы вводных слов, выражающие степень уверенности автора. Слова уверенности и достоверности («несомненно», «очевидно», «разумеется», «безусловно», «конечно») усиливают аргументацию, представляя точку зрения как неоспоримую и формируя у аудитории ощущение непреложности факта. Цитаты из СМИ:

«Росту деловых и гуманитарных контактов, **несомненно**, способствует введение безвизового режима.» («РИА Новости» 04.02.2026))

«Сейчас уже **очевидно**, что такая цель достигнута не будет.» (о цели ЦБ по инфляции в 4–4,5% на 2024 год, блог «Юридическая консультация» на платформе «Дзен» 03.07.2024).

«В первую категорию россиянин пока, увы, не входит. Не по своей вине, **разумеется**, но его путь в большом международном спорте по взрослым еще только начинается.» («РИА Новости СПОРТ» 18.02.2026)

«Поэтому взгляд в будущее, который предприняли юные участники форсайт-сессии Союзного государства на ВФМ 2024, **безусловно**, отражает единое видение задач, стоящих перед нашими народами...» (Официальный Telegram-канал заместителя Министра науки и высшего образования РФ Ольги Петровой 05.03.2024).

«Со временем, **конечно**, вернутся [иностранные бренды]. И вот это политизированное давление на бизнес, в ущерб интересам этого бизнеса, **конечно же**, отойдет в сторону. И компании поспешат сюда возвращаться», – отметил Песков.» («Лента.Ру» 13.02.2026)

Напротив, слова предположения, неуверенности, допущения («вероятно», «возможно», «по-видимому», «пожалуй», «кажется», «может быть») смягчают категоричность, указывая на гипотетичность суждения

Цитаты из СМИ:

«**Вероятно**, 2024 год станет периодом поиска компромисса между рисками для инфляции и экономической активности в российской экономике.» (Аналитический обзор экономистов «Ренессанс капитала», приведенный в статье Интерфакса 13 декабря 2023).

«Тон пресс-релиза и пресс-конференции, **возможно**, будет смягчен, указывая на вероятное завершение цикла ужесточения денежно-кредитной политики.»

(Аналитический обзор экономистов «Ренессанс капитала», приведенный в статье Интерфакса 13 декабря 2023).

«Врачи назвали позу во сне, которая **может быть** признаком скрытых проблем со здоровьем» (БРИФ24, 28 февраля 2026)

«Сегодня – День книгодарения. Этот праздник сравнительно молодой, но, **пожалуй**, один из самых позитивных. Он напоминает нам, как важно печатное слово.» («Вести-Орел», 14.02.2026)

«И мне **кажется**, что сейчас такой массовки в Москве уже не соберешь. Мне **кажется**, свойство Петербурга, это связано с самой историей, что блокада – тема святая для Петербурга-Ленинграда. Поэтому люди откликаются», – рассказал генеральный продюсер фильма «На краю детства» Иван Болотников.» («Санкт-Петербург» 31.01.2026)

Также важны вводные слова с эмоциональной оценкой («к счастью», «к сожалению», «к удивлению»), формирующие эмоциональный фон сообщения

Цитаты из СМИ:

«...сейчас наблюдается, **к сожалению**, тенденция к уменьшению выбора школьниками-выпускниками естественно-математического и физического образования, инженерного образования.» (Стенограмма заседания Совета по науке и образованию, официальный сайт Президента России 8 февраля 2024).

«Малыш, который выжил в страшном ДТП на Космонавтов, не приходил в сознание. Но, **к счастью**, его самочувствие не стало хуже.» (Uralweb, 21.04.2026)

«**К удивлению**, смертельная болезнь отступила, и мужчина прожил еще 40 лет после постановки диагноза. «Вечерняя Москва» обратилась к онкологу Евгению Черемушкину, чтобы понять, когда, несмотря на пессимистичные прогнозы врачей, у человека может наступить ремиссия.» («РИАМО». 29.01.2026)

Вводные единицы, указывающие на источник информации («по мнению экспертов», «как известно», «по слухам»), легитимируют высказывание через апелляцию к авторитету или массовому знанию

Цитаты из СМИ:

«По мнению экспертов, на региональных выборах-2023 неприятных сюрпризов от избирателей властям ждать не стоит» («Коммерсантъ», 09.01.2023 г.)

«По слухам, первая маршевая версия «Катюши» появилась именно здесь. В России тоже без «Катюши» давно не обходится ни один крупный парад.» («Коммерсантъ», 06.05.2026)

«Как известно, в нынешнем эпидемиологическом сезоне «орудует» грипп А/Н3N2, известный еще как гонконгский грипп.» («Высота 102», 28.12.2025)

Логические маркеры («следовательно», «таким образом», «во-первых») структурируют мысль, выстраивая причинно-следственные связи.

Цитаты из СМИ:

«Таким образом, предстоящие новогодние каникулы продлятся 10 дней – с 30 декабря 2023 года по 8 января 2024 года» (Источник: официальный сайт Правительства России, новость от 18 августа 2023 г).

«Ведь животные, как правило, стараются держаться подальше от огня и, **следовательно**, избегают ожогов.» (Naked Science, 06.02.2026)

«Во-первых, создание трансгенных растений, в которые вводятся некоторые участники клеточной сигнализации.» (Деловая электронная газета «Бизнес Online», 24.01.2026)

Наконец, вводно-модальные конструкции с деепричастиями («судя по всему», «выражаясь мягко», «грубо говоря») характеризуют точность высказывания и ссылаются на источник суждения.

Цитаты из СМИ:

«Таким образом на российском финансовом рынке сейчас статус-кво, рубль отыграл все потери. **Судя по всему**, ЦБ в первом квартале до выяснения обстановки станет наблюдать со стороны за тем, что происходит и на валютном рынке, и в экономике, прежде чем примет решение по ключевой ставке и по операциям с ликвидностью.» («Коммерсантъ FM», 19.01.2026)

«Но если попытаться подойти к вопросу под логическим углом зрения, то нужно учитывать, что отношение Трампа к ДСНВ всегда было, **мягко выражаясь**, неоднозначным.» («Коммерсантъ», 07.10.2025)

Использование этих средств не нейтрально: оно формирует перцептивный ракурс – способ восприятия действительности аудиторией. Лексика усиливает эмоциональную окраску сообщения, направляет интерпретацию фактов, способствует запоминанию информации и создает эффект диалога с читателем (особенно в цифровых медиа). Например, в Telegram-канале можно встретить фразу: «По слухам, правительство готовится к радикальным мерам. К счастью, эксперты считают, что кризис скоро завершится». Здесь «По слухам» указывает на недостоверность информации, снижая ответственность автора, а, «К счастью», добавляет эмоциональную оценку, влияя на тональность.

Исследования языка современных медиа (включая цифровые платформы) подтверждают актуальность лексических маркеров субъективной модальности. Наблюдаются следующие тренды: демократизация языка (проникновение разговорных конструкций в письменную речь, особенно в жанре «личное мнение»), частое использование вводных конструкций для создания эффекта непринужденного диалога, а также политическая дифференциация: проправительственные СМИ чаще применяют маркеры уверенности («несомненно», «безусловно»), (цитаты из СМИ: **«Безусловно**, это имитация какого-то правового поведения...» – Мария Захарова о

заявлениях США по поставкам F-16, Рамблер/ТАСС (цитата из эфира «Звезда» 20.05.2023)), тогда как оппозиционные медиа избегают явных маркеров уверенности, предпочитая косвенные способы воздействия (риторические вопросы, намеки) (цитата: «Зачем России «Яблоко»?... Голосовал ли в 2021-м году хотя бы один из погибших за свою смерть? Нет, конечно. А родные погибших голосовали за их гибель? Больно даже спросить... Для чего России «Яблоко»?» – Лев Шлосберг» «Яблоко», 11.05.2026).

В обучении медиаграмотности анализ лексических маркеров развивает навык критического восприятия информации. Для тренировки критического мышления полезно обращать внимание на слова-маркеры кликбейта («Шокирующее открытие!», «Вы не поверите, что произошло!», «Это скрывают от вас!», «Сенсация: ученые выяснили...»), гиперболы и преувеличения («худшее за всю историю», «лучший в мире», «никогда раньше такого не было», «абсолютная гарантия»), апелляцию к эмоциям вместо фактов («сердце кровью обливается», «это разрывает душу», «вы будете в ярости, когда узнаете...»). Еще полезно отметить, как в тексте собирают схему «мы против них»: «простые люди», «народ» – против «чиновников», «элит», вот этих абстрактных «они»; «наши ценности» – против «чуждых идей». Рядом обычно идет и ложная дихотомия, когда выбор специально сужают до двух крайностей: «Либо вы это поддерживаете, либо вы против прогресса», «Есть только два варианта: полное подчинение или хаос». Типичный пример: «Шокирующая правда о вакцинах: врачи в ярости! Они скрывают от нас данные о массовых осложнениях. Либо вы отказываетесь от прививок, либо рискуете здоровьем своих детей!» Тут все сразу: и кликбейт, и игра на страхе, и та самая ложная развилка.

Получается, что лексические средства, в первую очередь вводные конструкции, и составляют подвижное ядро ФСП субъективной модальности в медиадискурсе. Через них автор прямо показывает свою позицию,

подталкивает аудиторию к определенному восприятию информации и одновременно решает две задачи: сообщает и убеждает. Если разбирать такие маркеры внимательно, медиатекст начинает раскрываться по-другому: видны не только факты, но и то, какое отношение к ним читателю аккуратно навязывают. В этом и ценность изучения лексической субъективной модальности и для лингвистики, и для медиаисследований, и для вполне прикладных задач. Отдельно хочется отметить конструкции с деепричастием «выражаясь, так как у них довольно широкий функционал.

Во-первых, через них часто создают эффект эрудированности и опоры на культурный или профессиональный авторитет. Когда автор пишет «выражаясь словами...», он не просто украшает фразу, а добавляет ей веса, вписывает свою мысль в более широкий контекст. Например: «Но потом, **выражаясь словами** Жванецкого, уже надо исправлять что-то в консерватории» (Советский спорт, 26.05.2010). Срабатывает знакомый культурный код, и мысль становится резче, заметнее. Примерно так же работает и ссылка на профессиональный язык: «Остаемся в положительном разрыве выпуска, **выражаясь языком экономистов**. Разрыв этот продолжает сокращаться» (Интерфакс, статья «В ЦБ заявили о продолжающемся сокращении разрыва выпуска в экономике», 28.10.2025). Такой ход помогает подать специальную информацию понятнее для широкой аудитории – и заодно показать, что автор в теме.

Во-вторых, эти конструкции являются мощным инструментом иронии и дистанцирования. Использование оборотов «мягко выражаясь», «грубо говоря», «выражаясь дипломатично» позволяет автору оценочно характеризовать собственную речь, смягчая категоричность высказывания или, наоборот, намеренно его огрубляя для экспрессивного эффекта. Это создает сложную прагматическую игру. («Реальное влияние Госсовета Татарстана на ситуацию в стране или в республике, **выражаясь дипломатично**, не стоит преувеличивать. Какое-то влияние, наверно,

оказывает, но очень небольшое, если уж откровенно говорить, – считает Алаев.» (17.03.2026, «Вечерняя Казань»); «Однако такую невероятную в сравнении сегодняшним, **мягко выражаясь**, скромным размером оплаты труда наши земляки смогут получать, если Владимирская область хотя бы сумеет сохранить нынешние темпы роста зарплат (04.05.2026, «Томикс»)). С одной стороны, такая конструкция может выполнять функцию самокритики или сомнения в точности собственных слов («собственно говоря», «строго говоря»), что, по наблюдениям В. В. Виноградова, свидетельствует о том, что «говорящий как бы не решается признать свои слова адекватным отражением действительности»[10, с. 604]. С другой она может служить для дистанцирования от прямолинейной оценки, внося оттенок иронии или даже сарказма. Ирония в современном медиадискурсе, являясь семантическим переключением между отрицательной и утвердительной модальностями, часто служит именно для такого отстранения, позволяя представить суждение в форме доброжелательной насмешки или завуалированного скепсиса. («**Грубо говоря**, Восточная Европа представляет собой проходной двор.» (25.10.2025, «РИА Новости»), («Но после этого Трамп объявил о введении против этих стран с 1 февраля новых таможенных пошлин, и это, **собственно говоря**, отрезвило многих.» (15.11.2025, «РИА Новости»))

В-третьих, конструкции с деепричастиями незаменимы для логической организации текста и подготовки читателя к выводу. Наиболее показателен здесь оборот «судя по...». Он выполняет как минимум две важные функции: указание на источник информации, что придает сообщению достоверность и авторитетность (например, «**Судя по** официальным данным, авария затронула именно магистральный участок сети, через который проходит международный трафик.») 07.06.2026, «Polites News»), и обобщение информации, служащее логическим мостиком к умозаключению. Такие конструкции метатекстово организуют процесс восприятия, направляя внимание читателя и объясняя ход авторской мысли. Они превращают читателя из пассивного получателя

информации в участника аналитического процесса, заставляя его «уяснять этапы и причины формирования этой мысли» [51, с. 163].

Помимо этого, в медиадискурсе активно используются и другие типы вводных слов, которые в связке с деепричастными конструкциями формируют целостную картину субъективной модальности. Эмоциональную окраску мгновенно придают нейтральному сообщению слова типа «к счастью», «к сожалению», «к удивлению». Указание на источник сообщения («по мнению экспертов», «как сообщается») является классическим приемом для разделения ответственности за информацию и одновременного усиления ее убедительности за счет апелляции к внешнему авторитету. («**Как сообщается** в пояснительной записке к проекту закона, в настоящее время право на 50% компенсацию имеют неработающие собственники жилья с 70 лет, на 100% - с 80 лет.» (26.05.2026, «Интерфакс»)).

Воздействие этих лексических маркеров на аудиторию глубоко и многогранно. Они напрямую формируют перцептивный ракурс восприятия действительности. Выбирая определенные вводные конструкции, автор не только сообщает факты, но и задает модель отношения к ним – предлагает считать информацию безусловно достоверной («очевидно») или гипотетической («вероятно»), эмоционально значимой или сухо констатирующей. Из-за этого лексические средства субъективной модальности становятся одним из главных инструментов убеждающего воздействия на массовую аудиторию. Через них медиа не просто сообщают, а подталкивают к нужному мнению и оценке. Достаточно вспомнить: «**Очевидно**, внутренний туризм стал уже неотъемлемой частью российской экономики» (ТАСС, рубрика «Мнения», 14.02.2025). Интерес к таким средствам сегодня вполне понятен. Медиадискурс меняется, и язык вместе с ним тоже. Особенно это заметно в цифровых СМИ: письменная речь все чаще впускает в себя разговорный синтаксис, интонации живого общения, неидеально выстроенные фразы. Отсюда – более активное и более

разнообразное использование вводных конструкций, в том числе развернутых. Особенно в жанрах, которые мимикрируют под личный разговор с читателем: авторская колонка, «личное мнение», пост в соцсетях. Там ведь мало просто сообщить, нужно еще создать ощущение, что с тобой говорят напрямую.

Развернутые вводно-модальные конструкции с деепричастиями, не просто грамматическая деталь. Это рабочий инструмент современного журналиста и вообще любого медийного автора, причем инструмент тонкий. С его помощью можно одновременно задавать тон высказывания, сослаться на авторитет, выстраивать ход мысли, добавлять иронию, держать дистанцию, подкрашивать эмоциональный фон. Через такие конструкции хорошо видно, как именно в тексте собирается авторская позиция. И как вместе с картиной мира читателю подсовывают еще и отношение к ней. Оценочная и экспрессивная лексика в медиа тоже работает не как украшение. Она производит смысл и давит на восприятие. Сила здесь в том, что оценка, встроенная в слово, часто считывается почти автоматически – еще до того, как читатель успеет что-то критически взвесить. Если журналист называет явление «гнуснейшим» или пишет, что политики «лают с трибуны», он не столько доказывает, сколько сразу выставляет рамку. Читатель уже не разбирает факты в чистом виде, он входит в заранее заданное эмоциональное поле. В условиях информационного шума это особенно эффективно: готовые эмоциональные ярлыки легко принимаются за описание самой реальности.

При этом оценка в СМИ устроена не так уж просто. Она бывает рациональной, когда автор опирается на факты, аргументы, логику и старается выглядеть сдержанно. Например: «экономическая политика последних лет демонстрирует устойчивую тенденцию к протекционизму, что в среднесрочной перспективе чревато снижением конкурентоспособности ключевых отраслей» (11.01.2024, «Коммерсант»). Формулировка вроде бы спокойная, но оценка в ней есть: ее несут слова «чревато», «снижение конкурентоспособности». Просто подано это как вывод, а не как вспышка

эмоции. Эмоциональная оценка работает иначе. Она бьет сразу – через образ, интонацию, преувеличение. Ее задача не столько убедить, сколько заразить состоянием. Отсюда типичные для таблоидов конструкции вроде «кошмарный провал» или «триумфальный успех». Все предельно прямолинейно. И рассчитано на мгновенную реакцию.

И рациональная, и эмоциональная оценка могут быть как открытыми, так и скрытыми. Иногда автор прямо называет явление плохим или хорошим. Иногда оценка уходит в подтекст и проступает косвенно, через кавычки, подбор слов, интонационный рисунок. Эксплицитная негативная оценка, например в случае с лексемой «гнуснейшая» или с ироническими кавычками у слова «популяризация», почти не оставляет читателю пространства для собственной трактовки. Здесь автор жестко задает нужный угол зрения и, по сути, разоблачает мнимую позитивность объекта. Такой прием в публицистике вообще очень ходовой: он создает интонацию разоблачения и хорошо мобилизует аудиторию. Контрастные эпитеты в рецензиях работают похожим образом, но тоньше. Когда рядом оказываются «лицедейство высшего пилотажа» и «скучноватая сценография», возникает не просто набор впечатлений. Возникает напряжение, и именно оно удерживает читателя внутри авторской оценки.

В пространстве медиатекста едва уловимые, на первый взгляд, языковые единицы, модальные частицы и междометия, нередко оказываются едва ли не главными дирижерами смысла и тональности. Они располагаются на тонкой грани между лексикой и грамматикой, не меняя вещественного значения слов, но радикально трансформируя отношение говорящего к сказанному и, как следствие, восприятие этого высказывания читателем. Их сила в нюансе: одно маленькое «якобы» способно обесценить целое утверждение, а скромное «ведь» превратить нейтральный факт в неопровержимый аргумент.

Возьмем, к примеру, частицы сомнения. В материалах, посвященных разоблачению фейков или сомнительных заявлений, слово «якобы» становится

универсальным инструментом дистанцирования. Фраза «Он заявил о **якобы** имеющихся у него доказательствах» (28.04.2026, «РИА Новости») не просто информирует, она заранее маркирует информацию как непроверенную, снимая с автора ответственность за ее достоверность. Читатель подсознательно считывает этот сигнал и уже не воспринимает последующее изложение как факт, а лишь как чью-то версию. Аналогичную работу проделывают «вроде», «будто бы» и «вряд ли»: они создают эффект неуверенности, размывают четкие контуры реальности, что бывает необходимо в условиях, когда однозначных доказательств нет, но тему поднимать нужно.

Совсем другую партию ведут усилительные частицы. «Ведь», «уж», «даже» и особенно многозначительное «же» работают как указательные жесты внутри текста. Они буквально направляют взгляд читателя туда, где автор видит главное. В политическом комментарии фраза «**Ведь** именно это решение привело к кризису» (14.04.2026, «Аргументы и факты») звучит заметно тяжелее, чем сухое сообщение о факте. Частица «ведь» как будто давит на здравый смысл: мол, вывод и так очевиден любому, кто вообще способен связать одно с другим. А «даже» резко раздвигает границы ситуации и показывает масштаб проблемы: «**Даже** в самых благополучных районах начались перебои» (10.04.2026, «РИА МО»). С этим маленьким словом тревоги почему-то сразу больше. Особую интонацию в медиатекст привносят вопросительные и риторические частицы. «Разве», «неужели», «ли» делают из журналистского монолога что-то вроде разговора с читателем. Вопрос «Неужели мы снова наступаем на те же грабли?» ответа, конечно, не ждет. Он нужен для другого: чтобы человек внутри отозвался, узнал ситуацию, почувствовал себя вовлеченным. И часто за таким вопросом прячется вовсе не удивление, а упрек. Или горькое «ну вот, опять», просто сказанное мягче. Это прием, который позволяет автору не выглядеть навязчивым обвинителем, но при этом донести свою оценку до аудитории.

Если частицы работают на уровне логики и аргументации, то междометия отвечают за чистую эмоцию. В сухих новостных сводках они встречаются редко, зато в авторских колонках, эссе и репортажах с места событий «увы», «ах», «господи» или «браво» становятся голосом живого человека за текстом. Фраза «Увы, наши надежды не оправдались» звучит несравнимо теплее и человечнее, чем сухое «Ожидания не оправдались». Междометие «увы» мгновенно сообщает читателю о разочаровании автора, сокращая дистанцию между ним и аудиторией. А восторженное «Браво, маэстро!» в рецензии на спектакль не просто хвалит артиста – оно создает атмосферу непосредственного переживания, словно читатель сам сидит в зале и аплодирует.

Важно отметить и связанные с этим риски, так как, злоупотребление оценочной лексикой, особенно без должной фактологической аргументации, может приводить к эффекту речевой агрессии, когда текст воспринимается как предвзятый, излишне категоричный или тенденциозный, что в конечном итоге подрывает доверие аудитории к источнику. Манипулятивное использование субъективно-модальных маркеров для создания упрощенных, черно-белых картин реальности («герои» / «негодяи») также является распространенным явлением в ангажированных или «желтых» медиа.

2.2. Грамматические и структурные средства

Грамматические и структурные приемы в медиатексте, наряду с лексикой, служат важным инструментом формирования авторской позиции и передачи отношения к действительности. В отличие от явных лексических маркеров, эти средства чаще действуют косвенно, определяя общий тон высказывания, его ритм, акценты и перспективу восприятия. Их анализ позволяет выявить глубинные механизмы убеждения и управления вниманием, заложенные в синтаксическую структуру текста.

Особую роль в выражении модальности играет категория наклонения глагола. Через него автор не только фиксирует факт, но и показывает отношение: возможность, необходимость, желание, сомнение, иногда скрытую критику. В индоевропейских языках изъявительное наклонение, связанное с реальными действиями, противопоставлено ирреальным формам сослагательному, условному, повелительному. И вот именно эти формы особенно удобны, когда нужно передать субъективную оценку.

Сослагательное наклонение здесь вообще показательно. С его помощью выстраиваются гипотезы, альтернативные сценарии, неслучившиеся развилки. Автор как будто предлагает читателю зайти в воображаемую ситуацию и посмотреть: а что было бы тогда? В политическом анализе это встречается постоянно: «Если бы Варшавский договор сохранился, его значение было бы очевиднее» или «Напряженность на Северном Кавказе могла бы быть меньше при более эффективной социально-экономической политике». Такие конструкции нужны не для красоты, они позволяют примерить последствия, взвесить их и, пусть осторожно, оценить.

Такие высказывания не просто описывают альтернативу, но и несут в себе скрытую или явную оценку текущих решений, выражая сожаление или указывание на упущенные возможности. В аналитических экономических и политических медиатекстах сослагательное наклонение становится инструментом контрфактического мышления, позволяя автору обсуждать причины и следствия, оценивать правильность принятых мер через призму «что было бы, если бы». Примечательно, что в публичной речи, в том числе в медийных выступлениях, может наблюдаться избыточное употребление частицы «бы» (как в последнем примере), что сближает речь с разговорной нормой и работает на сокращение дистанции с аудиторией.

Важную функцию выполняют и формы сослагательного наклонения глаголов «хотеть» и «хотеться». Они часто утрачивают первичное значение желания и приобретают метатекстовую роль, служа для введения новой темы,

структурирования рассуждения или смягчения категоричности высказывания. Фразы типа «Хотел бы отметить», «Хотелось бы обратить внимание» являются распространенным приемом в медиадискурсе, особенно в жанрах комментария и аналитики. Они позволяют автору вежливо, но настойчиво акцентировать внимание аудитории на ключевых тезисах: «Хотел бы подчеркнуть, конечно, такая масштабная и системная борьба с коррупцией только началась...». Сослагательное наклонение – это не просто способ говорить о том, чего нет или чего не может быть. Оно еще и тонкий инструмент, который помогает управлять тем, как мы мыслим. Когда автор говорит: "Если бы все было иначе, то...", он не просто рисует картину невозможного. Он заставляет читателя представить, как могло бы быть по-другому, и оценить, насколько важны текущие обстоятельства.

Повелительное наклонение в медиатекстах выполняет не менее значимую и многогранную роль. В обычной жизни оно звучит как команда: "Дай!", "Сядь!". Но в медиатекстах оно работает по-другому. Здесь оно не приказывает, а приглашает, вовлекает, подталкивает к размышлению. Например, фразы типа "Давайте разберемся, почему так происходит" или "Представьте, что вы на месте этого человека" Не приказ, а жест в сторону читателя, пойдем вместе, разберемся. В колонках, публицистике, иногда даже в аналитике это работает хорошо: текст перестает звучать сверху вниз. Появляется ощущение разговора. Как будто вы не просто читаете, а сидите с автором за одним столом. Особенно ярко это видно в рекламе или в социальных сетях. Там повелительное наклонение работает как кнопка "купи сейчас" или "подпишись". "Закажи прямо сейчас!", "Раскрой свой талант!" – здесь оно прямо толкает на действие. Но в серьезных материалах, например, в новостях или аналитике, оно чаще используется не для прямого побуждения, а для того, чтобы направить мысль читателя. "Обратите внимание на этот факт" или "Замечали ли вы, что...", звучит мягче, но тоже подталкивает к определенному выводу.

Так же есть разные синтаксические приемы, которые помогают автору не просто рассказать, а показать. Например, повторы или сравнения: "Дом – это не просто стены, это уют", "Работа – это не только зарплата, это смысл". Такие конструкции не просто описывают, а оценивают, подчеркивают что-то важное. Следующий прием, инверсия, заключается в изменении нейтрального порядка слов для придания слову или группе слов дополнительного значения. В нейтральном предложении подлежащее обычно стоит перед сказуемым, а определения перед определяемыми словами. При инверсии слово перемещается в «позицию инверсии», становясь выделенным. Например: «Стали известны причины обвала рынка нефти – об этом заявил Минэнерго» (25.03.2022, «Лента.ру») подлежащее («причины») стоит после сказуемого («стали известны»), что создает эффект неожиданности; «В Кремле назвали невозможным отказ от дипломатов в соседних странах» (10.05.2023, «РБК») инверсия подлежащего («В Кремле») перед сказуемым («назвали») для подчеркивания источника информации.

Еще один прием автора – парцелляция, содержание, которое могло быть выражено одним предложением, реализуется в нескольких частях, разделенных паузами (графически – точкой или тире). Этот прием имитирует ритм живой разговорной речи с ее замирами и акцентами, создавая эффект эмоциональной напряженности. Вынесенные в отдельные абзацы или сильные позиции текста (заголовки, лид, концовку) парцелляты формируют запоминающийся ритм и направляют восприятие читателя. Важно, что парцеллированные части должны сохранять грамматическую и смысловую связь с основной частью, иначе текст теряет логичность. Примеры: «Запад хочет видеть Украину слабой. Иначе – не так выгодно. Ведь тогда бы пришлось делиться ресурсами. А это невозможно.» (20.06.2023, Колонка «Независимая газета»); «Президент заявил о стабильности экономики. Да, но какие цифры? Инфляция растет, а зарплаты остаются на уровне 2020 года.» (03.09.2025, «Forbes»).

Переходим к следующему элементу воздействия, к риторическому вопросу. Формально это вопрос, функционально же это утверждение или отрицание в наиболее категоричной форме. Риторический вопрос применяется для усиления выразительности, выделения идеи или привлечения внимания к теме. Механизм воздействия риторического вопроса заключается в вовлечении аудитории: читатель вынужден мысленно дать ответ, с которым автор уже согласен, что создает иллюзию разделяемой позиции и согласия. Примеры из СМИ: «Кто выиграет от затягивания конфликта? И можно ли вообще назвать это «выигрышем», если погибают люди?» (22.08.2023, «Известия»); «Как можно называть «независимым» СМИ, которое пестрит пропагандой? И почему аудитория это терпит?» (18.05.2025, «Дождь»).

Получается, что грамматические и структурные элементы образуют «скелет» медиатекста, на который накладывается лексическое содержание. Именно они задают ритм, интонацию, эмоциональную и логическую перспективу изложения. Через порядок слов, синтаксические модели, пунктуацию автор не просто информирует, но и выстраивает систему отношений к фактам предлагая читателю готовую «оптику» для интерпретации действительности.

2.3. Комплексный анализ и прагматический эффект

В центре внимания современного медиалингвистического анализа оказывается не изолированное функционирование языковых средств, а их системное взаимодействие – именно оно создает многослойный прагматический эффект, определяющий восприятие текста аудиторией. Медиатекст – это не просто набор слов, а целая система коммуникативных приемов, где каждое слово, интонация, пунктуация и структура предложения работают на формирование определенного восприятия. Автор не просто передает информацию, а конструирует реальность, направляя внимание

читателя и подсказывая, как ему думать. Давай разберемся, как это происходит на разных уровнях языка и как эти механизмы влияют на наше восприятие.

Слова в медиатексте редко бывают нейтральными. Они несут в себе оценочную нагрузку, даже если автор этого не заявляет открыто. Например, кавычки не просто выделяют цитату, но и сигнализируют о недоверии или иронии. Когда пишут «так называемый прогресс», это не просто описание, а оценка: подразумевается, что на самом деле ничего не изменилось. Исследователи отмечают, что на материале сетевых заголовков хорошо видно, как кавычки используются для иронического переосмысления: заголовок «Достойный» подарок (газета «Правда», 20.05.2024) рассказывал о том, что школу лишили имени Пушкина, и кавычки вокруг слова «достойный» выражают скепсис автора. Такой же прием работает и в заголовке «Зенит» для чужих «элит» (там же), где кавычки сигнализируют о шутливом, но язвительном отношении к определенной части общества. То есть пунктуация здесь выступает не как формальное правило, а как полноценный инструмент модальной оценки.

Однако самый интересный эффект возникает, когда разные приемы накладываются друг на друга. Возьмем, к примеру, типичную ситуацию в политической журналистике, где фрейминг – то есть выбор автором ракурса подачи факта – усиливается синтаксическим членением предложения. Исследование экспрессивного синтаксиса в публицистике показывает, что авторы активно используют инверсию, парцелляцию и эллипсис не просто как украшение, а как способ создания нужного ритма и акцентов. Если мы разберем короткий отрывок, который мог бы встретиться в аналитической статье: «Инфляция бьет рекорды. Рубль падает. Что дальше?» – то увидим, как работают три приема сразу. Во-первых, это короткие, рубленые предложения (парцелляция) – они создают ощущение тревоги и безвыходности. Во-вторых, риторический вопрос «Что дальше?» не ждет ответа, он провоцирует читателя на самостоятельное формирование пессимистичного прогноза. В-третьих,

само слово «бьет рекорды» – это экспрессивная лексика, которая драматизирует ситуацию, превращая обычную статистику в угрозу. Вместе эти приемы работают на создание прагматического эффекта: читатель не просто получает информацию, а испытывает эмоциональное давление и склонен согласиться с автором, что «дела плохи» [48].

Другой распространенный комплексный сценарий – сочетание риторических вопросов с модальной пунктуацией, особенно в новостных заголовках. Исследование пунктуационных приемов на материале российских сетевых СМИ (2021–2026 годы) показывает, что заголовки вроде «Учитель всегда неправ?» (20.02.2023, «Московский комсомолец») или «Эпидемия или революция?» (03.02.2020, «Московский комсомолец») используют вопросительную форму, хотя на самом деле они содержат утверждение или скрытую оценку. В первом случае предполагается, что учитель действительно часто оказывается неправ – вопрос лишь подчеркивает несправедливость ситуации. Во втором случае альтернатива «эпидемия или революция» сама по себе драматизирует событие, навязывая читателю мысль о масштабности происходящего. А если добавить сюда кавычки или тире, эффект усиливается: заголовок «Желающие работать – к ... психологу» (13.06.2024, «Правда»,) использует тире для логического удара, а многоточие – для эмоционального напряжения и намека на абсурдность ситуации. Читатель сам додумывает, что именно скрывается за многоточием, и эта недосказанность делает заголовок более убедительным.

Важно понимать, что каждый жанр медиатекста использует эти приемы по-своему. В новостях, как отмечают исследователи, выразительные средства нередко служат для манипуляции восприятием: события, описанные словами «скандал», «кризис», «катастрофа», привлекают больше внимания, а инверсия порядка слов создает драматический эффект. Но если в новостной заметке избыток таких приемов, она теряет доверие читателя – аудитория начинает чувствовать манипуляцию. А вот в колонке обозревателя или аналитической

статье те же приемы работают иначе: там они воспринимаются как проявление авторской позиции, как стиль. Например, риторический вопрос «Как долго мы будем терпеть коррупцию?» в колонке – это не просто фигура речи, а способ вовлечь читателя в диалог и подтолкнуть его к определенному выводу.

Комплексный анализ медиатекста – это как разбор часового механизма, где каждая деталь важна, но главное – их взаимодействие. Эмоциональная лексика создает фон, синтаксические фигуры задают ритм и акценты, пунктуация добавляет оттенки смысла, а фрейминг определяет ракурс, с которого читатель смотрит на событие. Вместе эти элементы конструируют не просто текст, а определенную версию реальности. Для тех, кто пишет, понимание этого механизма – способ сделать текст убедительным и живым. А для тех, кто читает – ключ к критическому мышлению: заметив, что заголовок использует сразу и экспрессивную лексику («катастрофа»), и инверсию, и риторический вопрос, уже не получится проглотить информацию не задумываясь. Осознанное чтение начинается с вопроса: а что именно хочет от меня автор – чтобы я понял факты или чтобы я почувствовал нужную эмоцию?

Выводы по 2 главе.

В этой главе мы разбирались, как медиатексты умудряются не просто передавать факты, а формировать у читателя нужное отношение к ним. Всё дело в языке: авторы специально подбирают слова, строят фразы и выстраивают текст так, чтобы он работал как единая система внушения. Даже если новость выглядит нейтральной, в ней всё равно есть скрытые сигналы – одни выражения вызывают симпатию, другие – отторжение, пассивные конструкции смазывают ответственность, а расположение информации диктует, что запомнится, а что пролетит мимо. Человек считывает это интуитивно, даже не замечая, как его уже ведут по нужной дорожке.

Слова в медиа никогда не бывают просто словами – они всегда оценивают, внушают или запутывают. Эвфемизмы сглаживают острые углы, громкие термины провоцируют реакцию, а риторические вопросы втягивают в разговор, хотя ответа от нас не ждут. Грамматика тоже работает: одни конструкции отдаляют читателя от событий, другие, наоборот, затягивают внутрь истории, создавая ложное чувство близости. А то, как информация расставлена по тексту, управляет нашим вниманием – что-то оказывается в центре, а что-то уходит на второй план. Всё это включается автоматически, задолго до того, как мы успеваем подумать и включить критику.

Особенно многое решает лексика. Яркие эпитеты, двусмысленные кавычки, эвфемизмы и всякие риторические фигуры не просто называют вещи – они сразу их оценивают. Читатель подчиняется этой оценке, даже не осознавая, и переносит её на свои выводы. Кавычки, ирония или полускрытый сарказм позволяют автору как бы отстраниться от официальной версии, намекнуть на подвох без прямого обвинения. А пафосная или тревожная лексика нагнетает драму, эвфемизмы маскируют неприятные темы. Такой выбор не случаен – он целенаправленно вызывает доверие, страх, раздражение или надежду. Грамматические приёмы и структура текста включаются чуть позже, но бьют ещё сильнее. Инверсии, парцелляция, эллипсис и риторические вопросы – это не украшения, а инструменты, которые расставляют акценты и прячут неудобное. Многоточия, восклицательные знаки, паузы – вроде мелочи, но именно они заставляют читателя самому додумывать контекст. А когда человек сам формулирует мысль, она запоминается глубже и сильнее. Псевдиалоги, обращения к аудитории, риторические вопросы создают иллюзию живого общения – даже если на деле текст откровенно пропагандистский. Получается, что синтаксис работает не столько на передачу информации, сколько на формирование нужного отношения.

В итоге все эти элементы складываются в мощный механизм: лексика задаёт эмоциональный фон, грамматика направляет внимание, а композиция

решает, что мы примем за объективную правду. Когда эмоционально заряженные слова, необычный порядок слов и риторические вопросы работают вместе, рождается убедительный нарратив – настолько сильный, что на уровне языка ему трудно возразить. Разные жанры используют этот набор по-своему: новости дают срочностью и шоком, аналитика притворяется беспристрастной, а колонки бьют на личные эмоции. И всё это подгоняется под конкретную аудиторию с почти лабораторной точностью.

Практический вывод простой: если понимать эти механизмы, легче замечать скрытые манипуляции и не вестись на них автоматически. А для тех, кто сам пишет или редактирует, эти приёмы становятся рабочим инструментом – с их помощью текст не просто читают, а воспринимают так, как задумал автор. Язык ведь не просто описывает реальность – он её создаёт. И когда это понимание становится привычным, ориентироваться в информационном потоке гораздо проще.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования была раскрыта многогранная природа субъективной модальности в медиадискурсе – явления, которое пронизывает тексты СМИ, формируя не только информационную, но и оценочную картину реальности. Теоретический фундамент, заложенный в первой главе, позволил определить субъективную модальность как лингвистический механизм выражения авторского отношения, который реализуется через сложную систему языковых средств.

Анализ показал, что понятие модальности, традиционно связываемое с категорией возможности, необходимости или достоверности, в контексте субъективной модальности приобретает дополнительную функцию – конструирования отношения аудитории к описываемому. Различные научные подходы (от структурно-грамматических до прагматических) подчеркнули двойственность этого феномена: с одной стороны, он встроен в языковую систему, с другой – служит инструментом социального воздействия.

Для наглядности приведем статистику использования языковых средств выражения субъективной модальности. В рамках исследования, охватывающего 130 единиц языковых средств выражения субъективной модальности, установлено, что абсолютное большинство случаев (46 единиц, или 35,4%) приходится на вводные слова и словосочетания. В эту группу входят лексические единицы, выражающие уверенность или неуверенность в информации, такие как «очевидно», «видимо», «к сожалению», «возможно», «конечно» и «правда». На втором месте по частоте употребления находятся модальные слова (20 единиц, или 15,4%), которые передают значения долженствования, необходимости или возможности (например, «должен», «можно», «следует», «надо», «нужно»). Важную роль играют лексические единицы с модальным значением (13 единиц, или 10,0%), а также специфические синтаксические конструкции, в частности безличные и неопределенно-личные предложения (также 13 единиц, или 10,0%). Эти

группы демонстрируют, что субъективная оценка часто проецируется через действие или состояние, а не через прямое утверждение факта. Средства, создающие эмоционально-интонационную окраску, включают риторические вопросы и восклицания, на которые приходится 10 единиц (7,7%). Эти приемы служат для вовлечения читателя в диалог и акцентирования внимания на значимости высказывания. Группа частиц в совокупности занимает заметную долю в структуре текста. Усилительные частицы («же», «вот», «ведь», «даже») встречаются в 9 случаях (6,9%), подчеркивая исключительность или очевидность ситуации. Отрицательные частицы, усиливающие смысл отрицания (в сочетаниях с «ни», «не»), а также уточняющие частицы и слова («как раз», «именно», «только») встречаются реже: по 6 случаев на каждую группу (по 4,6%). Они служат для ограничения, точной настройки смысла или усиления отрицательной оценки. Наиболее сложные синтаксические и пунктуационные приемы, такие как инверсия (вынесение компонентов в начало предложения для акцента), встречаются в 4 случаях (3,1%). Парцелляция и особая пунктуация (многоточия, тире в экспрессивной функции) являются наименее частотными, но самыми сильными средствами эмоционального воздействия, составляя 3 случая (2,3%). Эти приемы заставляют читателя самостоятельно достраивать контекст, что повышает степень вовлеченности и запоминания информации

Средства массовой информации постоянно балансируют между стремлением к объективности и неизбежной авторской позицией. При этом они активно используют языковые средства, которые на первый взгляд кажутся нейтральными, но в совокупности создают целенаправленный эффект.

Лексика, грамматика и структурные приемы формируют оценочный фон текста. Экспрессивные слова, метафоры, ирония задают тон – от патетического до ироничного. Инверсии, парцелляция, модальные частицы, даже пунктуация влияют на интонацию, подсвечивают нужные места и как будто втягивают

читателя в разговор. Особенно важно их взаимодействие, которое создает многослойный эффект, направляя восприятие аудитории.

Например, в новостных заголовках экспрессивная лексика подкрепляется восклицательными знаками и кавычками, формируя эффект «информационного удара», в аналитике же все сложнее: спокойная, сдержанная речь, несколько оценочных слов, пара модальных частиц, и субъективность уже спрятана под маской беспристрастности. Даже тексты, претендующие на объективность, пронизаны скрытой субъективностью: через выбор фактов, порядок изложения, лексический фон, пунктуационные нюансы – это подчеркивает важность критического анализа, разбора медиатекстов, умения «читать между строк», распознавая, как автор создает реальность для читателя.

Напрашивается главный вывод: субъективная модальность в СМИ – не случайный набор ходов, а выстроенная система, даже когда текст изображает чистую объективность, оценка все равно проявляется: через отбор фактов, композицию, лексику, знаки препинания. Поэтому медиатексты нужно читать внимательно и смотреть не только на то, что сказано, но и на то, как именно это сделано.

Практическое значение исследования заключается в возможности применения выявленных механизмов в медиалингвистике – для изучения языковых стратегий СМИ, в журналистике – для осознанного использования языковых средств, а также в медиаобразовании – для формирования критического мышления у аудитории. Перспективы дальнейших исследований включают изучение влияния цифровых технологий на развитие субъективной модальности, сравнительный анализ ее проявлений в разных медиажанрах и культурных контекстах, а также разработку алгоритмов автоматического выявления субъективности в текстах.

Исследование подтвердило, что язык СМИ – это не просто канал передачи информации, но и мощный инструмент формирования общественного мнения, где каждый языковой выбор несет в себе скрытый или явный оценочный потенциал. Понятие этих механизмов становится шагом к осознанному взаимодействию с медиапространством в условиях информационной насыщенности. Субъективная модальность раскрывает не только лингвистические, но и социальные механизмы воздействия. Субъективная модальность – это не просто лингвистическое понятие. Она показывает, как информация может влиять на общество. В современном мире умение замечать скрытые оценки становится важным навыком. Без него человек рискует стать пассивным потребителем чужих идей и не понимать, как на самом деле формируется его «собственное» мнение. Журналисты и редакции вынуждены искать баланс между авторской позицией и профессиональной этикой. Их задача – отражать реальность и учитывать ожидания аудитории, но при этом не переходить грань между аргументированной точкой зрения и манипуляцией. Особенно остро это стоит в спорных темах, где язык из инструмента обсуждения легко превращается в средство раскола. Цифровая среда сильно меняет способы выражения субъективности. Короткие фразы, эмодзи и мемы не просто упрощают язык – они создают новую риторику, в которой эмоции выходят на первый план, а рациональная оценка отходит на второй. Критическое чтение в таких условиях требует не только знаний по лингвистике, но и понимания того, как работают алгоритмы распространения контента

Субъективная модальность тесно связана и с идеологией, так как СМИ почти никогда не бывают по-настоящему нейтральны: в языке отражаются доминирующие ценности, политические интересы, экономические расклады. Достаточно посмотреть, какой лексикой описывают социальные реформы, – и станет видно, как через акценты и формулировки собирается общественное мнение. Не менее важно учитывать один и тот же прием в разных условиях

работает по-разному: все зависит от аудитории, задачи текста, формата, канала распространения. Поэтому здесь нужен не узкий, а комплексный взгляд для разбора не только самого текста, но и контекста вокруг него. Язык современных СМИ давно не просто способ передать информацию. Это сложная система, где смешиваются коммуникация, культура, технологии, и в итоге все это влияет не только на то, как мы видим реальность, но и на сами социальные нормы.

Исследование субъективной модальности хорошо показывает, как работают, казалось бы, нейтральные языковые ходы. Выбор слов, структура фразы, все становится в медиатекстах не просто сопровождением события, а заранее старается настроить аудиторию на нужную реакцию. Скажем, слова вроде «шок», «удар», «коллапс» в заголовке не описывают ситуацию как есть. Они сразу задают эмоциональный тон. И читатель, еще не добравшись до сути, уже слегка подтолкнут к определенному выводу. В цифровой среде это видно особенно ясно. Короткие сообщения, обрубленные фразы создают ощущение спонтанности, будто все возникло само собой, но нет, очень часто это вполне рассчитанные языковые приемы на быстрый отклик, на вовлечение, на эмоцию.

Если понимать, как это устроено, медиаконтент воспринимается уже иначе. Его можно оценивать критически, без наивности, но и без вечного подозрения ко всему подряд. В этом, по сути, и есть медиаграмотность в эпоху информационного шума: не просто отличать факт от мнения, а замечать, как именно язык собирает для нас картину реальности. И как ее можно пересобрать. Важность этой темы за пределами научных кругов связана с тем, что она затрагивает фундаментальные вопросы гражданского общества. В условиях, когда информация становится основным ресурсом власти и влияния, способность распознавать субъективные механизмы в медиатекстах превращается в инструмент защиты демократии. Не зря многие конфликты внутри стран, и между ними начинаются с информационной войны,

целенаправленного формирования, определенного повестки через отбор фактов и манипуляцию вниманием. Исследования субъективной модальности имеют практическую ценность. Они помогают строить медиаобразование так, чтобы люди умели не только анализировать чужие тексты, но и создавать собственные нарративы. Критическое мышление в этом смысле — не абстрактная формула, а необходимость. Без него сложно сопротивляться дезинформации и участвовать в публичном разговоре на равных с теми, кто контролирует информационные потоки.

Изучение субъективной модальности выходит за рамки чисто академического интереса и напрямую связано с вопросами социальной ответственности, демократии и защиты прав граждан в информационном обществе. Дальнейшие исследования в этой области будут способствовать не только развитию лингвистических теорий, но и укреплению критического мышления как ключевой компетенции современного человека

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алсынбаева, Р. Г. Логическая и лингвистическая сущность категории модальности / Р. Г. Алсынбаева // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logicheskaya-i-lingvisticheskaya-suschnost-kategorii-modalnosti> (дата обращения: 04.03.2026). – Текст: электронный.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – Москва: Языки русской культуры, 1999. – С. 234–256. – I–XV, 896 с. – ISBN 5-7859-0027-0. – URL: <https://djvu.online/file/4ZnU64O0TVpu9> (дата обращения: 25.03.2026). – Текст: электронный.
3. Анненкова И. В. Об одной константе текстов СМИ: к постановке вопроса о риторической модальности // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2009. № 5. С. 39–42. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-odnoy-konstante-tekstov-smi-k-postanovke-voprosa-o-ritoricheskoy-modalnosti> (дата обращения: 23.04.2026). – Текст: электронный.
4. Артемьева О. В. Средства выражения отрицательного оценочного отношения в текстах региональных СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 10 (301). Филологические науки. Вып. 82. С. 12–17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-otritsatelnogo-otsenochного-otnosheniya-v-tekstah-regionalnyh-smi> (дата обращения: 16.04.2026). – Текст: электронный.
5. Ахметзадина, З. Р. Модальные глаголы как средство выражения категории модальности в английском языке (на материале художественных текстов) / З. Р. Ахметзадина, Г. С. Исхакова // Вестник Башкирского университета. – 2017. – Т. 22, № 3. – С. 789–794. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modalnye-glagoly-kak-sredstvo-vyrazheniya>

(дата обращения: 05.03.2026). – Текст: электронный.

6. Бондарко А. В. Теория значения в системе функциональной грамматики: на материале русского языка / А. В. Бондарко; Рос. академия наук, ин-т лингвистических исследований. – Москва: Языки славянской культуры, 2002. – 736 с. – (Studia philologica). – ISBN 5-94457-021-0. – URL: <https://djvu.online/file/0yOVfBqfFWQG2> (дата обращения: 27.03.2026). Текст: электронный.

7. Бочкова, О. С. Модальность как фактор формирования текста / О. С. Бочкова // Теория и практика общественного развития. – 2007. – № 1. – С. 165–167. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modalnost-kak-faktor-formirovaniya-teksta> (дата обращения: 05.03.2026).

8. Васильева, Л. В. Теоретические подходы в изучении модальности / Л. В. Васильева // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – № 44. – С. 113–116. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-v-izuchenii-modalnosti> (дата обращения: 05.03.2026). Текст: электронный.

9. Вежбицкая А. Семантические универсалии и базисные концепты / А. Вежбицкая. – Москва: Языки славянских культур, 2011. – С. 34–56. – 568 с. – (Язык. Семиотика. Культура). – ISBN 978-5-9551-0485-0. – URL: <https://djvu.online/file/pov9N0JXILcT5> (дата обращения: 12.03.2026). – Текст: электронный.

10. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове): учеб. пособие для вузов / В. В. Виноградов; отв. ред. Г. А. Золотова. – 3-е изд., испр. – Москва: Высш. шк., 1986. – 640 с. – URL: <https://djvu.online/file/6icQyDYdBkA50?ysclid=mpzq3robi68954951> (дата обращения: 24.02.2026). – Текст: электронный.

11. Волошинов В. Н. Конструкция высказывания // Литературная учеба. – 1930. – № 3. – С. 65–87. – URL: http://poetica.syllabica.com/bakh_cu.html (дата обращения: 09.05.2026). – Текст: электронный.

12. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф; вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, И. И. Челышевой. – М.: КомКнига, 2006. – 259, [2] с. – (Лингвистическое наследие XX века). – ISBN 5-484-00400-4. – URL: <https://djvu.online/file/S5nYau5pdzf5u> (дата обращения: 13.03.2026). – Текст: электронный.

13. Грамматика русского языка : в 2 т. / Академия наук СССР, Институт русского языка ; под ред. В. В. Виноградова. – Т. 2 : Синтаксис. Ч. 1. – Москва: Издательство Академии наук СССР, 1960. – URL: <https://djvu.online/file/t8Saw1hzGoRXe?ysclid=mqqtn4omn2766046765> (дата обращения: 10.03.2026).

14. Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипуляция личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М.: Изд-во Института философии РАН, 2007. – 236 с. – URL: <https://studfile.net/preview/7058846/> (дата обращения: 27.03.2026). Текст: электронный.

15. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М.: Добросвет; Издательство КДУ, 2011. – 232 с. – URL: <https://djvu.online/file/9dLBlec8gwVMY> (дата обращения: 25.03.2026). Текст: электронный.

16. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа (окончание) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 35–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-mass-media> (дата обращения: 25.03.2026). Текст: электронный.

17. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе; отв. ред. И. Т. Левыкин. – М.: Наука, 1984. – 268 с.: граф. – URL: <https://evartist.narod.ru/text14/95.htm> (дата обращения: 06.05.2026). – Текст: электронный.

18. Жолос Л. М., Посиделова В. В., Шалков Д. Ю. Медиатекст как пространство функционирования оценочной лексики // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание. 2021. Т. 23, № 3. С. 115–124. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-prostranstvo-funktsionirovaniya-otsenochnoy-leksiki> (дата обращения: 12.03.2026). – Текст: электронный.

19. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения / Е. А. Земская. – Москва: Русский язык, 1979. – 240 с. – С. 112–134. – URL: <https://studfile.net/preview/9132046/> (дата обращения: 06.05.2026). – Текст: электронный.

20. Золотова, Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка / Г. А. Золотова; АН СССР, Институт русского языка. – Москва: Наука, 1973. – 351, [1] с. – С. 142–157. – URL: <https://lektsii.org/8-15865.html> (дата обращения: 03.03.2026). – Текст: электронный.

21. Иванова С. В., Чанышева З. З. Технологии дискурсивного оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 1–11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-diskursivnogo-oformleniya-sluhov-v-politicheskom-diskurse-massmedia> (дата обращения: 12.03.2026). – Текст: электронный.

22. Иссерс О. С. Речевое воздействие: социолингвистический аспект / О. С. Иссерс // Омский научный вестник. – 1999. – № 1. – С. 56–78. – URL:

<https://omsu.ru/vestnik/articles/y1999-i1/a074/article.html> (дата обращения: 07.04.2026). – Текст: электронный.

23. Ищенко Д. С. Специфика проявления социально обусловленной оценочности в аналитическом тексте // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2014. № 4 (149). С. 155–160. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-proyavleniya-sotsialno-obuslovennoy-otsenochnosti-v-analiticheskom-tekste> (дата обращения: 14.03.2026). – Текст: электронный.

24. Казаков А. А. Манипулятивный потенциал поляризованного политического медиатекста: вариант измерения // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 6. С. 75–93. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/manipulyativnyy-potentsial-polyarizovannogo-politicheskogo-mediateksta-variant-izmereniya/> (дата обращения: 06.05.2026) – Текст: электронный.

25. Кайда, Л. Г. Авторская позиция в публицистике (функционально-стилистическое исследование современных газетных жанров): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Кайда Людмила Григорьевна. – Москва, 1991. – URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_000295463?page=1&rotate=0&theme=black (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

26. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – Изд. 7-е. – Москва: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с. – URL: <https://djvu.online/file/fqmsAzFbP05g0> (дата обращения: 07.06.2026). – Текст: электронный.

27. Комиссарова Н. Г., Якупова Д. Р. Оценочность в дискурсе СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 23 (352). Филологические науки. Вып. 94. С. 54–59. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/otsenochnost-v-diskurse-smi> (дата обращения: 26.03.2026). – Текст: электронный.

28. Кожина М. Н. Стилистика русского языка: учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – Москва: Флинта: Наука, 2008. – 464 с. – URL: <https://djvu.online/file/9WVSbjxhNaQH0> (дата обращения: 07.06.2026). – Текст: электронный.

29. Колмогорова А. В., Калинин А. А., Талдыкина Ю. А. Языковые маркеры манипуляции в поляризованном политическом дискурсе: опыт параметризации // Политическая лингвистика. 2016. № 4. С. 194–199. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-markery-manipulyatsii-v-polyarizovannom-politicheskom-diskurse-opyt-parametrizatsii> (дата обращения: 22.03.2026). Текст: электронный.

30. 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; Рос. академия наук, ин-т языкознания. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – (Язык. Семиотика. Культура). – URL: [https://publ.lib.ru/ARCHIVES/YA/"Yazyk._Semiotika._Kul'tura"\(seriya\)/%CA%F3%E1%F0%FF%EA%EE%E2%E0%20%C5.%D1._%20%DF%E7%FB%EA%20%E8%20%E7%ED%E0%ED%E8%E5.\(2004\).pdf](https://publ.lib.ru/ARCHIVES/YA/) (дата обращения 21.03.2026). Текст: электронный.

31. Лаптева О. А. Теория современного русского литературного языка: учебник / О. А. Лаптева. – Москва: Высшая школа, 2003. – 351 с.: ил. – URL: <https://djvu.online/file/6bHSIc53tveMT> (дата обращения: 07.05.2026). – Текст: электронный.

32. Лингвистический энциклопедический словарь/ гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – 682. – ISBN 5-85270-031-2. – URL: <https://tapemark.narod.ru/les/303b.html> (дата обращения: 03.03.2026). – Текст: электронный.

33. Лопатинская, Л. В. Семантико-синтаксические аспекты обращения с модальной оценочностью: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Лопатинская Лада Виталиевна. – Краснодар: Б. и., 1997. – 22 с. – URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000200_000018_RU_NLR_bibl_983315?page=1&rotate=0&theme=black (дата обращения: 04.03.2026). Текст: электронный.

34. Лотман Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург: Искусство-СПб, 2000. – С. 180–200. – 704 с. – URL: <https://djvu.online/file/A0SHWR7kAHoSP> (дата обращения: 21.03.2026). – Текст: электронный.

35. Лю Хаотун. Авторские средства выражения субъективной модальности в современном информационно-аналитическом медиадискурсе / Хаотун Лю // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2022. – Т. 8 (74), № 4. – С. 66–72. – URL: https://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2022/12/Lyu_Haotun_-UZ-FN-2022-4-66-72.pdf (дата обращения: 10.03.2026). – Текст: электронный.

36. Ляпон, М. В. Модальность / М. В. Ляпон // Большая российская энциклопедия: электронная версия. – URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2221549> (дата обращения: 04.03.2026). – Текст: электронный.

37. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие / В. А. Маслова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 272 с. – С. 76–90. – URL: <https://djvu.online/file/3My7kDJDU3H1B> (дата обращения: 21.03.2026). – Текст: электронный.

38. Маркелова, Т. В. Словарная статья «Словаря оценочной лексики русского языка» как функционально-семантическое поле оценки в миниатюре / Т. В. Маркелова, М. А. Тихонова // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovarnaya-statya-slovary-a-otsenочноy-leksiki->

[russkogo-yazyka-kak-funktsionalno-semanticheskoe-pole-otsenki-v-miniatyure](#)

(дата обращения: 14.04.2026). – Текст: электронный.

39. Мухортов Д. С., Краснова А. В. Дискурсивные маркеры манипуляции как реализация субъективно-оценочного акта говорящего // Политическая лингвистика. 2016. № 6 (60). С. 120–125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-markery-manipulyatsii-kak-realizatsiya-subektivno-otsenochного-akta-govoryashego> (дата обращения: 21.03.2026). – Текст: электронный.

40. Нетребя М. М. Языковое оформление категории оценки в газетных текстах // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2012. № 4 (108). С. 136–140. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoe-oformlenie-kategorii-otsenki-v-gazetnyh-tekstah> (дата обращения: 14.04.2026). – Текст: электронный.

41. Новиков, Л. А. Семантика русского языка: учеб. пособие / Л. А. Новиков. – Москва: Высшая школа, 1982. – 272 с. – URL: <https://djvu.online/file/wgTYHZndEaEuS> (дата обращения: 07.05.2026). – Текст: электронный.

42. Озюменко В. И. Конструирование социальной реальности в медиадискурсе: стратегия информационной неоднозначности // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание. 2019. Т. 18, № 3. С. 64–75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-sotsialnoy-realnosti-v-mediadiskurse-strategiya-informatsionnoy-neodnoznachnosti> (дата обращения: 23.05.2026). – Текст: электронный

43. Перепелица, М. С. Язык СМИ как объект исследования медиалингвистики / М. С. Перепелица // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 13(267). – С. 78–81. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-smi-kak-obekt-issledovaniya-medialingvistiki> (дата обращения: 06.03.2026). – Текст: электронный

44. Пономарева, А. Ю. Субъективная модальность и средства ее выражения в публицистическом стиле / А. Ю. Пономарева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2015. – № 4. – С. 87–91. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/subektivnaya-modalnost-i-sredstva-ee-vyrazheniya-v-publitsisticheskom-stile> (дата обращения: 08.03.2026). – Текст: электронный.

45. Русская грамматика: в 2 томах / Академия наук СССР, Институт русского языка; редколлегия: Н. Ю. Шведова (гл. ред.) и др. – Москва: Наука, 1980. – Т. II: Синтаксис / [Е. А. Брызгунова, К. В. Габучан, В. А. Цикович и др.]. – 709 с. – URL: https://www.academia.edu/11435394/Шведова_Н_Ю_ред_Русская_грамматика_Т_II_Синтаксис_1980 (дата обращения: 03.03.2026). – Текст: электронный.

46. Салахова А. Г.-Б., Грачева К. Л. Лингвистический анализ манипулятивных средств воздействия СМИ в период информационных войн (на материале прессы Германии) // Политическая лингвистика. 2016. № 6. С. 132–138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskiy-analiz-manipulyativnyh-sredstv-vozdeystviya-smi-v-period-informatsionnyh-voyn-na-materiale-pressy-germanii> (дата обращения: 08.05.2026). – Текст: электронный.

47. Салахунов, А. А. Как выразительные средства языка влияют на восприятие новостей в СМИ / А. А. Салахунов // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kak-vyrazitelnye-sredstva-yazyka-vliyayut-na-vozpriyatie-novostey-v-smi> (дата обращения: 24.05.2026). – Текст: электронный.

48. Селезнева, Т. А. Понятие субъективной и объективной модальности в языке / Т. А. Селезнева // Вестник МГИМО-Университета. – 2013. – № 3(30). – С. 233–234. –

URL:<https://www.vestnik.mgimo.ru/jour/article/view/1390> (дата обращения: 05.03.2026). – Текст: электронный.

49. Солганик, Г. Я. Очерки модального синтаксиса: монография / Г. Я. Солганик. – Москва: ФЛИНТА, 2016. – URL: <https://mirbukv.net/kniga/ocherki-modalnogo-sintaksisa-solganik#tx> (дата обращения: 03.03.2026). – Текст: электронный.

50. Сподарец О. О. Субъективное и объективное в новостном жанре // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2010. № 4. С. 38–43. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/subektivnoe-i-obektivnoe-v-novostnom-zhanre> (дата обращения: 24.03.2026). – Текст: электронный.

51. Элатик, А. А. Элементы разговорного синтаксиса в языке современных российских электронных СМИ / А. А. Элатик // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 10-3 (64). – С. 161–168. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elementy-razgovornogo-sintaksisa-v-yazyke-sovremennyh-rossiyskih-elektronnyh-smi> (дата обращения: 26.05.2026). – Текст: электронный.