

Способы выражения категории субъективности в новостном тексте (на материале предвыборной кампании США 2020 года)

Научный руководитель – Сабурова Наталья Владимировна

Шапошникова Евгения Александровна

Студент (магистр)

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Институт зарубежной филологии и регионоведения, Якутск, Россия

E-mail: wrmwind@icloud.com

Новостной текст - это особый вид текста, имеющий свои особенности и закономерности. Его специфика определяется единством двух противоположных тенденций - стандартности и экспрессивности.

Новостной текст является самым важным типом статьи в журналистике. Его цель - передать информацию, отвечая на вопросы о том, что, где, когда, как, почему и кто, как можно более нейтрально и объективно. Цель новостей - рассказать людям о том, что произошло.

В то же время новостной текст не следует рассматривать только в качестве набора фактов (новостей). Это «продукт, системно разработанный организационными структурами в результате применения профессиональных, компетентных умений и навыков» [Измайлян, 164].

Под субъективностью нами понимается все то, что транслирует авторскую позицию, его восприятие и содержит оценку.

Рассмотрим, какие средства выражения субъективности используются в текстах новостей. Ярче всего категория субъективности выражается на уровне лексики. «Оценочные, стилистически и экспрессивно-окрашенные единицы - служат выражениями субъективности. Примером базовых средств модальности, непосредственно выражающих семантику эмоциональности, волеизъявления, усиления являются эмоциональные междометия (oh wow), эмоционально-оценочная лексика (furious, concern, desperate, fear), фразеологизмы и идиомы (to be on the edge of famine, to bring under control)» [Кореба, 39].

Необходимо отметить, что количественные местоимения и числительные могут передавать как объективную, так и субъективную информацию.

Е.Н. Никонова в своей работе разделяет средства реализации субъективной модальности на две группы: «1) транслируют авторскую оценку / мнение и выводы [метафора, эмоционально-оценочная лексика, эпитет, модальные глаголы, модальные слова, личные местоимения, аллюзия, сравнение, противопоставление, синтаксические средства (парцелляция, параллельные конструкции, инверсия, вопросно-ответный комплекс, парентетические внесения, вопрос в повествовании, риторический вопрос), разговорная речь]; 2) реализуют / усиливают аргументацию [цитаты и синтаксические средства (эллипсис, параллельные конструкции, бессоюзие)]» [Никонова, 86].

Для анализа нами было выбрано англоязычное издание- «The New York Times». Газета «The New York Times» подробно освещала предвыборную кампанию, материалов на данную тему было много, на сайте издания этой теме был посвящен отдельный блок.

1) «Mr. Trump's remarks added another **bizarre twist** to one of the most **extraordinary** election cycles in the nation's history». В данном отрывке мы видим выражение «bizarre twist» которое можно отнести скорее к художественному стилю повествования, а не к публицистическому, а процесс выборов авторы наделяют эпитетом - «extraordinary», что так же относится к реализации субъективной модальности.

2) «millions of voters **exhausted** with his **divisive** conduct and **chaotic** administration». В этом случае мы видим использование эмоционально-оценочной лексики, а именно глагол «exhausted», прилагательное «divisive» и «chaotic».

3) В следующем отрывке: «with the fate of Mr. Trump's tumultuous White House reign **hanging in the balance**» мы видим идиому «hanging in the balance». Использование идиом добавляет тексту экспрессивности и образности, что является маркером субъективности.

В результате проведённого нами исследования удалось установить некоторые закономерности и тенденции в способах выражения явления субъективности, выделить средства ее реализации и проанализировать ее функции на примере статей англоязычного СМИ. С помощью классификации языковых средств Е.Н Никоновой реализующих объективную модальность нам удалось выявить характер анализируемых текстов. По результатам анализа, опираясь на теоретическую базу нашей работы можно сделать вывод, что в современных англоязычных текстах превалирует такое явление как субъективность.

Источники и литература

- 1) 1. Измаилян Д. Б. Особенности производства новостных текстов массовой информации //Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2011. – №. 2.
- 2) 2. Кореба Е. А. Средства выражения субъективности в письменном тексте //Современные вопросы филологии и переводоведения. – 2018.
- 3) 3. Никонова Е. А. Объективная и субъективная модальность в англоязычном политическом дискурсе (на примере аналитических статей и политических эссе) : дис. – Московский государственный институт международных отношений (университет), 2020.