

**КАТЕГОРИЯ АВТОРА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИЙНЫХ ЭССЕ  
И ЕЕ ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ**

Материалом данного исследования послужили 15 статей из американского еженедельного новостного журнала «Newsweek», опубликованных в период с января по март 2018 г. включительно, объемом 36 страниц. Размер выборки составил 277 языковых единиц, которые образовали 8 групп языковых средств:

1) личные местоимения 1-го лица и притяжательные местоимения (*I, we, my, mine, our*);

2) вводные конструкции со значением мнения, полагания, уверенности или неуверенности (*I agree that; I guess; I (don't) believe; I realize; we expect; I wonder*);

3) лексические усилители, которые включают в себя наречия меры и степени (*merely, almost, practically, enough, very, so, too*);

4) эмотивная и экспрессивно-оценочная лексика, включающая наречия, обозначающие качество действия или признака, наречия образа и способа совершения действия (*casually, clearly, considerably, deeply, purely*), наречия вероятности (*probably, (almost) certainly, perhaps, undeniably*) и качественные прилагательные (*magnificent, malignant, incredible, amazing, absurd*);

5) конструкции, указывающие на степень интенсивности проявления признака, куда относятся прилагательные в сравнительной и превосходной форме, а также конструкции с *less*;

6) конструкции с *like, as, as...as* и *as if*, выражающие образное сравнение, а также некоторые устойчивые выражения (*stand a good chance, like it or loathe it*);

7) вводные слова и словосочетания (*excitingly, fortunately, by way of contrast, generally speaking, needless to say*);

8) модальные глаголы (*can, could, may, might, will, would, should, must*), а также некоторые идиоматические выражения с модальными функциями (*be able to, have to, be going to*).

Результаты количественного анализа показывают, что среди отобранных языковых единиц наибольшее число составляют единицы эмотивной и оценочно-экспрессивной лексики – 30,50 %, второе место по частотности занимают личные и притяжательные местоимения – 23,89 %, третье место – модальные глаголы – 21,99 %. Наименьшее количество составили вводные конструкции со значением мнения, полагания, уверенности и неуверенности – 1,88 %. Таким образом, можно сделать вывод, что категория автора в англоязычном медийном эссе наиболее часто выражается с помощью эмотивной и оценочно-экспрессивной лексики, которая включает в себя наречия, обозначающие качество действия или признака, наречия образа и способа действия, наречия вероятности, а также качественные прилагательные.