

В области фонетики преобладают следующие характеристики:

- вместо британского гласного [a:] в словах *class*, *dance* и *bath* звучит американский [æ];
- американское ударное [ei] звучит чаще в сравнении с британским [a:] в слове *tomato*;
- британское произношение гласной [i] в префиксах *anti-*, *semi-* и *multi-* в Канаде используется вместо американского [ai];
- вместо американского [veiz] слово *vase* произносится как в Британии – [va:z];
- произношение буквосочетаний *ou* и *ow* как [ou], в то время как американцы и британцы в большинстве слов произносят их как [au].

В лексике канадского английского языка наблюдается употребление особых междометий, например *eh* и *hm*, которые, в зависимости от контекста, могут передавать самые разнообразные эмоции.

Например: *eh?* ‘а, что?’ (непонимание) – “*Eh? I didn't hear what you said.*” (‘А? Я не слышал, что ты сказал’); *eh?* ‘да?’ (уточнение) – “*So she dumped you, eh?*” (‘Так она тебя бросила, да?’); *hm* ‘хмм’ (размышление, нерешительность) – “*Hm, I'm not sure about that*” (‘Хм, я в этом неуверен’).

В области грамматики канадского английского наблюдается меньшая диверсификация, по сравнению с американским вариантом, однако время Past Perfect Continuous не употребляется вообще.

Главное отличие канадского варианта от американского наблюдается в орфографии, где британский вариант превалирует: например, слова *favourite* и *colour* будут выглядеть именно так, по сравнению с американским написанием *favorite* и *color*.

Приведенные примеры отражают серьезные различия, которые позволяют считать канадский вариант особым самостоятельным вариантом английского языка в современном мире.

А. Варсоцкая

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТАКТИКИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Политический дискурс СМИ – это сложное коммуникативное явление, главной особенностью которого является его манипулятивный потенциал, реализуемый с помощью манипулятивных тактик различных языковых уровней.

С целью определения наиболее частотных манипулятивных тактик лексико-семантического уровня и особенностей их употребления в американском политическом медиадискурсе, нами было проанализировано 40 статей, опубликованных на официальном сайте издания «The Washington Post» в период с 4 мая по 5 ноября 2016 года, т.е. в течение предвыборной кампании Дональда Трампа.

Наиболее частотной манипулятивной тактикой в проанализированном нами материале являются аффективы, т.е. слова с определенной эмоциональной окраской. Они составили 20 % от остальных обнаруженных нами тактик. Используя такие лексические группы, как *sexual predator* или устаревшее *boor* с ярко выраженными негативными коннотациями, автор воздействует на мнение читателя и формирует в сознании читателей необходимый ему образ.

В 16 % случаев по отношению к остальным обнаруженным тактикам были использованы приемы номинализации, т.е. абстрактные существительные вместо глаголов. Номинализация позволяет сконцентрировать внимание читателя не на действии, а на его результате.

В 14 % случаев журналисты прибегали к дисфемизмам. Например, несколько раз встречалось словосочетание *sexual assault* относительно действий Дональда Трампа. Тем не менее в тех же материалах действия бывшего президента США Билла Клинтона описываются эвфемизмами *wrongdoing* и *improprieties*.

В 12 % случаев были использованы дейктики, т.е. местоимения первого и второго лиц, которые представляют субъективное мнение автора как объективное мнение большинства. Например: *Let's not pretend anymore that we have an actual choice.*

В 10 % случаев использовались перифразы и уточнения, которые акцентируют внимание на определенной характеристике объекта, важной для формирования впечатления о нем у читателя. Например: *A candidate charged with lacking discipline just spent the week providing evidence for the prosecution.*

Таким образом, наиболее частотными манипулятивными тактиками оказались тактики, позволяющие представить объект в негативном свете, в то время как тактики, представляющую информацию в более выгодном свете, были выявлены в меньшем количестве. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в американском политическом медиадискурсе в период предвыборной кампании реализовывались манипулятивные стратегии, направленные на создание у американского общества негативного образа Дональда Трампа.

А. Годухин

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТНЫХ РЕПОРТАЖАХ

Одной из отличительных особенностей англоязычного телерепортажа, по сравнению с другими жанрами новостного теледискурса, является ярко выраженная образность, важнейшую роль в создании которой играют лексические средства языка, также известные как тропы.

В рамках новостного телерепортажа наиболее характерными лексическими средствами создания образности являются такие тропы, как метафора,