

(источники: BBC, «The Guardian», «Telegraph») и 10 статей из американского медиадискурса (источники: «USA Today», «Los Angeles Times», «Washington times»).

В качестве примера можно рассмотреть предложение из американского издания «USA Today»: *Avdiivka is like other settlements in the war-torn Donbass region, a vast rust belt of crumbling factories and poverty* ‘Авдиевка похожа на другие поселения в раздираемом войной регионе Донбасса, обширный ржавый пояс рушившихся фабрик и нищета’. В данном примере *war-torn* является эпитетом, а *vast rust belt of crumbling factories* – метафорой. Наиболее часто в британском медиадискурсе употребляются эпитеты. Эпитеты занимают целых 49,3 % от общего количества экспрессий. Вслед за эпитетом идет метафора – имея 28,7 %. Наиболее часто в медиадискурсе США так же употребляются эпитеты. Эпитеты занимают 56,8 % от доли экспрессий. Вслед за эпитетом идет метафора – имея 21,6 %.

По итогам сравнения медиадискурсов США и Британии, в медиадискурсе США эпитеты употребляются в 56,8 % случаях экспрессии, в Британии в 49,3 %. Соответственно, в США на 7,5 % чаще используют эпитеты, как способы экспрессии. В соответствии с данными работы можно сделать вывод, что СМИ Великобритании и США используют преимущественно эпитеты, также можно встретить метафоры. Подводя итоги, можно сделать заключение о том, что СМИ предпочитают прибегать к функции воздействия и используют преимущественно эпитеты для усиления своего влияния на население.

D. Makarevich

POSTWAR IMMIGRATION TO THE UNITED KINGDOM AND ITS INFLUENCE ON BRITISH ENGLISH

The history of immigration to the United Kingdom especially in the 1950s and after had an impressive impact on the development of British English. The largest group of post-war immigrants of the given period included representatives of Caribbean and South Asian ancestry who settled mostly in big industrial or port cities. These groups of non-whites arrived in the UK and kept together according to their nationality and ethnicity in cities and towns that were led to creation of special districts there (Indian, Paki, Bangladesh) for immigrants.

The newcomers to post-war Britain promoted their own culture, combining elements from both their motherland and their new surroundings. In all kinds of activities, they retained their cultural customs. That's so how new features related to the cultural aspects of immigrants appeared in the English language. Keeping together they promoted emerging of new dialects (British Creole, Pidgin English), as well as many borrowings were made from other languages (ex. famous British author of Japan origin Kazuo Ishiguro described Japanese culture with all its features in his books in English).

British English – *The dog of the man who lives in that house is named King*;
Caribbean English – *Di maan wa lib iina da hous daag nyem king. Or, di dog da' bilong tu di man da' liv in da' hous, i neem king.*

М. Морозова

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА
АНГЛОЯЗЫЧНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА
(на материале телесообщений жанра репортажа)

В результате анализа 80 англоязычных новостных репортажей было установлено, что наиболее распространенным способом выражения лексической экспрессии в них являются метафоры. Их количество составляет 35 % всех случаев употребления лексической экспрессии, например, *Farmers are suffering from the **fallout of the financial explosion** in London* (Sky News, 08.03.2013).

Эпитеты являются второй по распространенности группой лексических экспрессивных средств в новостных телерепортажах (18 % от общего числа случаев употребления экспрессивных ЛЕ), например, *The **swashbuckling** Iron Lady of legend might only seem a distant memory for some* (Sky News, 11.04.2014).

Достаточно широко в новостных репортажах используются идиомы (17% от всех случаев употребления экспрессивных ЛЕ). В телевизионных новостных текстах представлены как литературные, так и разговорные идиомы, например, *Not everyone **sees eye to eye** about the future* (Sky News, 02.03.2017); *It **blew up in his face** when a corporate tenant did an overnight flit* (Sky News, 08.03.2013).

Сравнения и аллюзии используются в новостных репортажах реже (1–2 % случаев), например, *The traders at the town's market **aren't that different to the politicians**: there're lots of undecided people to be won over here* (Sky News, 22.05.2014); *So it's the old **Micawber principle**, you can only lend out effectively what you've taken in* (Sky News, 08.03.2013).

В новостных телевизионных репортажах широко употребляются разговорные ЛЕ (*They'll be **grilled** about their policies.* – Sky News, 29.04.2008), а также фразовые глаголы (*That's because the EU has **cottoned off** a protection zone.* – Sky News, 01.06.2009) – 15 % и 12 % случаев употребления лексической экспрессии соответственно.

Таким образом, исходя из проведенного нами анализа экспрессивных ЛЕ, функционирующих в англоязычных новостных телерепортажах, можно сделать следующие выводы.

1. Основными лексическими средствами создания экспрессии в текстах данной категории являются метафоры, эпитеты и идиомы (35 %, 18 % и 17 % от всех случаев употребления соответственно);