

В статье автор пишет о том, что планируются съемки очередной части в серии фильмов про Джейсона Борна. Название также содержит в себе каламбур, основанный на омофонах *Bourne*, т.е. фамилия главного героя и *born* 'родиться'.

Еще одним средством, которым пользуются авторы очерков для создания юмористического эффекта, является перифраз: *Big Pat, Big Man Upstairs, and Big debts* (The Guardian, 12.09.2002).

Перифразом в данной статье является выражение *Big Man Upstairs*, которое дословно означает 'большой человек сверху', т.е. Бог.

В заключение необходимо отметить, что средства создания комического эффекта обладают высокой степенью воздействия на аудиторию и с каждым годом их актуальность лишь возрастает.

Я. Дербина

СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ

Образность – это свойство языковых единиц создавать чувственные представления о предметах и явлениях и обозначать определенные внеязыковые явления, ассоциативно связанные или имеющие сходства с «оригиналом». Телевизионный новостной дискурс – это совокупность новостных текстов, обусловленных лингвистическими и экстралингвистическими факторами, которые воплощаются в форме телевизионной речи в ситуации взаимодействия телекоммуникатора и телеаудитории.

С целью изучения средств создания образности были проанализированы 40 телевизионных/новостных репортажей канала «Sky News», вышедших в эфир с 2008 г. по 2017 год. В ходе анализа было установлено, что процентная доля эпитетов от общего числа проанализированных образных средств составляет 52,8 %, метафор – 22,8 %, метонимий – 8,5 %, аллегорий – 4,5 %, сравнений – 3,2 %, антономазий – 1,4 %, гипербол – 2,8 %, иронии – 1,4 %, аллюзии – 1,4 % и перифразы – 1,2 %.

Приведем примеры, иллюстрирующие употребление некоторых образных средств.

Эпитет. *He'd become a marvelous rounded figure who had a huge depth of knowledge about the world.* В данном предложении эпитет выражает субъективное отношение автора к характеризуемому лицу, подчеркивает качества, которыми обладает данное лицо.

Метафора. *The UK has been under pressure to address the ban on prisoners' votes after a European ruling that it is **bridge** of human rights.*

Аллегория. *It, perhaps, wasn't fashionable, and all of a sudden it has become a new **rock-n-roll**.*

На основе результатов проведенного исследования можно сделать вывод, что наиболее используемыми в англоязычном новостном телевизионном дискурсе образными средствами являются эпитеты, поскольку они эмоционально характеризуют предмет или явление, придавая им вырази-

тельность, и позволяют автору выразить свое субъективное отношение. В то же время эпитет является более простым для понимания тропом, в отличие от аллегии или антономазии, которые могут быть не понятны зрителям, обладающим разноуровневыми фоновыми знаниями. Также широко применяются метафоры и метонимии. Остальные средства создания образности употребляются довольно редко, поскольку чаще всего в новостном дискурсе используются слова в прямом значении во избежание неверной интерпретации представленной информации.

А. Живушко

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА В АМЕРИКАНСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Важную роль при создании образа политического деятеля в СМИ играет умение журналиста правильно подобрать и использовать лексические экспрессивные средства.

В ходе исследования нами были проанализированы 42 статьи, выбранные из наиболее известных интернет-ресурсов США и Великобритании: «The New Yorker», «The Washington Post», «The Telegraph», «The Morning Star» и др. Всего было отобрано 70 выразительных средств, дающих характеристику Д. Трампу с положительной или отрицательной стороны. Эти единиц включают: метафоры – 21 %, эпитеты – 37 %, сравнения – 26 %, идиомы – 4 %.

В статье «What if, against all reason, a Donald Trump presidency works?», опубликованной в газете «The Big Issue», Д. Трамп характеризуется при помощи составных эпитетов: *Trump's a self-aggrandising, deplorable, thin-skinned boor. He looks totally incapable and also trigger-happy.*

Для анализа лексических средств в создании политического портрета в белорусском медиадискурсе использовался образ Александра Лукашенко. В ходе исследования было проанализировано 38 статей белорусских новостных интернет-ресурсов: Беларусь сегодня, Комсомольская Правда, Аргументы и Факты, интернет-ресурсы Navina.by, Sputnik.by, БелТА. Было отобрано более 50 выразительных средств, дающих характеристику А. Лукашенко с положительной или отрицательной стороны. Среди этих экспрессивных единиц: эпитеты – 41 %, сравнения – 32 %, метафоры – 19 %, прочие лексические средства – 8 %.

В заголовке статьи газета «СБ. Беларусь сегодня»: «Политический портрет **Дориана Грея**» содержится контекстуальное сравнение. Автор сравнивает Лукашенко с героем известного произведения, далее в статье описывает феномен его длительного нахождения у власти.

При проведении сравнительного анализа выяснилось, что, как в американском, так и в белорусском печатном медиадискурсе отдается предпочтение использованию эпитетов и сравнений. Для американского медиадискурса характерно использование сложных и составных эпитетов, для белорусского – простых. В обоих медиадискурсах преобладают сравнения, в которых семан-