

и в более широком, метафорическом значении. Понятие семьи также находит отражение в речи монарха. Во всех речах она упоминает свою собственную семью, благодарность за 70 лет брака и ожидание новых членов семьи в наступающем году. Кроме того, в представленных поздравительных выступлениях Елизавета II обращается к религиозной тематике и затрагивает христианские ценности.

Темы, затронутые президентом США и лидером Соединенного королевства, во многом совпадают. В своем выступлении Дональд Трамп так же, как и королева, затрагивает тему семьи. Значимость семьи в жизни самого президента подчеркивается поименным перечислением ее членов. Кроме того, важную роль в его речи играют благодарности волонтерам, военным, полицейским, учителям и религиозным лидерам. Большую часть выступления занимает обращение к христианским ценностям, их влиянию на повседневную жизнь американцев, а также к истории праздника.

Отметим, что тематика поздравления австралийского премьер-министра отличается от рассмотренных выше выступлений королевы и американского президента. В своей речи Малкольм Тернбулл не обращается к религиозной тематике и темам семьи и дома. Бывший премьер-министр отмечает работу служб безопасности Австралии. В выступлении премьер-министра ярко проявляется базовая семиотическая оппозиция «свои – чужие», выраженная указательным местоимением *those*, а также негативно окрашенными словами *Islamist terrorists* и *violent extremists*. Вместе с тем делается акцент на могуществе австралийской нации.

Отметим, что, несмотря на одинаковый повод для произнесения поздравительных речей, их тематика может отличаться. Так, британский и американский политики уделяют большее внимание выражению благодарности своей аудитории, а также таким ценностям, как семья и дом, чем их австралийский коллега. Вместо этого в его речи сделан большой акцент на объединении населения для борьбы с внешними обстоятельствами.

А. Храмцевич

ОРИЕНТАЦИОННЫЕ МЕТАФОРЫ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ КОММУНИКАЦИИ

Метафоры могут являться не только средствами художественной выразительности, которые широко используются в литературном языке. С их помощью мы воспринимаем, структурируем и описываем окружающий нас мир. Многие метафоры в нашей жизни связаны с ориентацией в пространстве: «верх – низ», «внутри – снаружи», «глубокий – мелкий», «центральный – периферийный». Такие типы пространственных отношений возникают вследствие того, что человек взаимодействует с материальным миром.

Ориентационные метафоры придают мировосприятию человека пространственную ориентацию. Так, например, можно рассмотреть переживание эмоций как движение в пространстве по вертикали. Положительные эмоции

соответствуют движению вверх, отрицательные – вниз. Когда мы счастливы, мы говорим *Это подняло мое настроение* либо *Мой дух воспрял*, а, если в плохом – *Я упал духом*, *Я в упадочном настроении*. В то же время, правая сторона соответствует чему-то хорошему, правильному, а левая – плохому и неправильному. Это отражают такие метафоры, как *правое дело*, *правая рука*, *с левой ноги встать*, *левые заработки*. Кроме того, внешнее представляется нам видимым, поверхностным, а внутреннее – скрытым, отражающим суть явления. Например, *сохранять внешнее спокойствие*, *внешний лоск*; *внутренний смысл*, *внутренний мир человека*.

Пространственные метафоры можно встретить в различных типах коммуникации. Чрезвычайно насыщен ими язык политиков и государственных деятелей. Так, в их выступлениях при упоминании проблем используются образы, связанные с глубиной: *нация находится глубоко в долгах*, *в стране глубокий экономический кризис*.

Средства массовой коммуникации также прибегают к метафорам, чтобы повлиять на общественное мнение и изменить его в нужном направлении. К примеру, в статье, посвященной 40-летию корпорации «Apple», говорится, что *интерес инвесторов возрос*, *корпорация добьется еще больших высот*.

Ориентационные метафоры в большом количестве встречаются в письменной речи, в особенности в публицистических текстах, в качестве языковых клише. Их повсеместное использование позволяет направить суждения читателей в нужное русло, обратить внимание на актуальные проблемы общества.

Таким образом, можно сказать, что ориентационные метафоры, используемые как в разговорной речи, так и в литературном тексте, помогают говорящему добиться поставленных целей и сформировать необходимое отношение к предмету обсуждения.

Д. Чумакова

МЕТАФОРЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ИМИДЖА Т. МЭЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Имидж политика создается в средствах массовой информации в первую очередь за счет суждений и оценок журналистов, использования ими языковых средств для конструирования определенного образа. В проанализированных нами англоязычных средствах массовой информации в отношении премьер-министра Великобритании Терезы Мэй используются разные языковые средства, самым распространенным из которых является метафора.

Следует отметить, что характеризующие британского политика метафоры создают в медийных текстах на английском языке как позитивный, так и негативный образ политика. К примеру, в нашем материале встречаются такие метафоры, как *scrapes the mold off jam* ‘соскребает плесень с варенья’, *bring her own noose* ‘принести с собой удавку’: *Theresa May reportedly scrapes the mold off jam*; *The PM was also told to ‘bring her own noose’ to a meeting later*