

оценки к объекту с точки зрения наличия или отсутствия частей тела у последнего. Все эти слова обозначают отклонение внешних данных человека от нормы;

2) прилагательные, выражающие оценку физических особенностей человека, таких как рост, полнота / худоба, физическая сформированность / несформированность и т. п., например: *tall, fat, obese, mature, muscular* и т. д.;

3) оценочные прилагательные, указывающие на наличие / отсутствие волос, их цвет и состояние, например: *hairy, hairless, blonde, curly-headed, long-haired* и т. д.;

4) прилагательные, используемые для оценки цвета кожного покрова человека, куда включены слова *black, white* и *yellow*, используемые в качестве идентификаторов происхождения человека, а также такие прилагательные, как *bronze, dusky, fair, swarthy, tanned* и т. д.

Как мы видим, в английском языке прилагательные для выражения оценки первичного восприятия внешности человека достаточно разнообразны, поскольку первое впечатление является важным при дальнейшем детальном оценивании индивида.

Д. Ю. Матиевская (МГУ им. А. А. Кулешова)

Науч. рук. Е. В. Рубанова,

канд. филол. наук, доцент

СУБСФЕРА «ЧЕЛОВЕК» КАК ИСТОЧНИК МЕТАФОРЫ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ

Метафорическая картина мира, создаваемая человеком, антропоцентрична. Человек концептуализирует окружающую действительность в виде подобия своего тела и органов, своих физиологических действий и потребностей.

Целью исследования является выявление типов физиологической и морбиальной метафор в заголовках британской прессы. В ходе анализа языкового материала использовался алгоритм анализа политической метафоры, предложенный А.П. Чудиновым [1].

Физиологическая метафора является одной из наиболее традиционных метафор в языке СМИ. Здесь раскрываются представления человека о теле, его частях, их функциях и физиологических действиях. Наиболее характерными фреймами для физиологической метафоры являются следующие: «Тело человека» («*New York Body Gives Amber-Light to Fracking*»), «Физиологические органы, части тела» («*Fresh Blood*»), «Физиологические действия» («*'Radical' EU Carbon Tax is Really Taking Baby-Steps*»).

В рамках морбиальной метафоры все рассматриваемые примеры объединяются общим признаком: слова, которые в первичном значении используются в понятийном поле «Болезнь» (симптомы болезни, лекарства, выздоровление), в языке СМИ метафорически обозначают современную социальную действительность. Морбиальная метафора представлена такими фреймами, как «Пациенты» («*Millions of People Cash Locked Away in Zombie Pension Funds*»), «Диагноз» («*Blind Justice*»), «Способы лечения» («*Easter is a Cracking Time to Give Your Home a Facelift*»), «Состояние пациента» («*Foreign Home Buyers 'Easing Housing Crisis'*»), «*Put Life Back into Your Zombie Funds and Make More Money*»).

Анализируя антропоморфную метафору, следует отметить эмотивный характер большинства рассматриваемых метафорических выражений. Детальность ментальной сферы-источника, ее "понятность" человеку объясняют высокую продуктивность данной модели и ее значительный прагматический потенциал.

Литература

1 Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: УрГПУ, 2001. – 238 с.