

элементом является употребление одинаковых значений для выражения чувств, сопутствующих любви. Несмотря на наличие похожих значений в рассматриваемых языках отмечаются дополнительные значения, обусловленные спецификой понимания любви носителями английского и французского языков. Несмотря на то, что основное значение выражает то общее понимание любви, которое присуще носителям и английского и французского языков, семантика концепта «любовь» в английском и французском языках имеет определенные отличия. Англоговорящая нация воспринимает любовь как чувство сильной привязанности и сексуального влечения, в то время как французы под любовью понимают интерес к кому- или чему-либо для удовлетворения собственных желаний или получения удовольствия. Примечательно, что в сознании английского народа любовь также может быть выражена в форме интереса к чему- или кому-либо. Кроме этого, любовь рассматривается англичанами как желание заботиться либо ощущение наслаждения от чего-либо. Французы, в свою очередь, рассматривают любовь как легкую интригу, привязанность к членам своей семьи, заинтересованность в другом человеке.

В целом можно утверждать, что концепт «любовь» представляет собой сложное ментальное образование, в котором могут быть выделены определенные признаки, частично совпадающие в английском и французском языках, прослеживающееся на разных уровнях объективации в языке, обладающее рациональной, эмоциональной и оценочной характеристикой. Данный концепт является культурнозначимым как для английского, так и для французского языка.

Д. Никитина

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МЕТАФОР ВО ФРАНЦУЗСКОМ ГАЗЕТНОМ ЗАГОЛОВКЕ

Метафора обычно рассматривается как собственно языковая характеристика. Однако когнитивная наука показала, что метафора напрямую связана с мышлением. Наиболее точно это открытие было сформулировано Дж. Лакоффом и М. Джонсоном (G. Lakoff, M. Johnson, 1980). В основу настоящего исследования основных типов метафор во французском газетном заголовке положена предложенная ими классификация. В качестве примеров используются заголовки статей авторитетных французских изданий *Le Figaro*, *Le Monde*, *Libération* за период с ноября 2019 г. по апрель 2020 г.

Так, Дж. Лакофф и М. Джонсон выделяют три типа метафор: *структурные*, *ориентационные* и *онтологические*. Структурные метафоры метафорически структурируют один концепт в терминах другого. В качестве примера используется концепт «время – деньги». Мы не только говорим, но и рассматриваем время в качестве денег. Этот метафорический концепт культурно обусловлен: он появился с развитием индустриального общества,

в котором время – прежде всего ресурс. Ср.: *I don't have the time to give you* ‘У меня **нет времени** для тебя’¹ и *Chloroquine: «Nous n'avons pas le temps d'attendre!»* ‘У нас **нет времени** ждать’ (Le Figaro, 23.03.2020). Очевидно, что время – это абстрактное понятие, и человек не может им обладать. Однако восприятие времени как сущности, имеющей материальное воплощение, делает данную метафору возможной.

Ориентационные метафоры придают концепту пространственную ориентацию и связаны с физическим опытом человека. Ср.: *His draft number is high* ‘Его доля **высока**’ и *Confinement: les violences conjugales en hausse* ‘Заключение: насилие в семье **растет**’ (Le Monde, 27.03.2020). Понятие «домашнее насилие» оказывается пространственно ориентированным.

Онтологические метафоры позволяют говорить об абстрактных понятиях в терминах материальных объектов. Ср.: *We need to combat inflation* ‘Нам нужно **бороться** с инфляцией’ и *«Guerre» au coronavirus: les annonces de Macron et Castaner à la loupe* ‘«**Война**» с коронавирусом: обещания Макрона и Кастанера под микроскопом’ (Libération, 16.03.2020). Коронавирусная инфекция воспринимается как сущность, на которую мы можем воздействовать. Данный тип метафор обусловлен тем, что человеку проще оперировать дискретными понятиями.

В результате исследования установлено, что наиболее частотными являются онтологические метафоры (45 примеров из 75, что составляет 60 %). Это подтверждает тот факт, что человеческое мышление лучше справляется с анализом дискретных и материальных объектов, нежели чем с анализом абстрактных понятий. 26,7 % (20 примеров) составили ориентационные метафоры. Наименее употребительными являются структурные метафоры – 10 примеров (13,3 %).

С. Папкович

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ ИТ В ТЕКСТАХ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ

(на материале современного французского языка)

Термин – слово или словосочетание специального (например, научного) языка, призванное точно и однозначно выразить некоторое специальное понятие. В свою очередь, *англицизм* – это заимствование слова из английского языка, его «перемещение» в другой язык. Наконец, *эквивалент* – это некоторая единица речи, способная выполнять ту же функцию, что и другая речевая единица. Эти три понятия являются центральными для изучения терминологии ИТ-сферы, в которой большинство терминов составляют

¹ Примеры на английском языке заимствованы из: *Лакофф, Дж.* Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М., 2004. – 256 с.