

в котором время – прежде всего ресурс. Ср.: *I don't have the time to give you* ‘У меня **нет времени** для тебя’<sup>1</sup> 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

---

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

английские слова. Вместе с тем с целью «защиты» французского языка от иноязычной лексики Комиссия по обогащению французского языка создает, публикует и рекомендует к использованию французские эквиваленты.

Цель нашего исследования – установить соотношение англицизмов и их французских эквивалентов в текстах различных типов и определить, в каких жанрах чаще используются английские термины, а в каких – французские. Объект нашего исследования – единицы словаря IT-терминов, который составляют, с одной стороны, англицизмы, с другой, – их французские эквиваленты. Материалом для исследования послужили отобранные методом репрезентативной выборки тексты различных типов (статьи, блоги, форумы), в которых используются IT-термины.

Результаты анализа текстов неоднозначны: французские эквиваленты «приживаются» по-разному. Так, мы установили следующие закономерности.

1. Французский эквивалент может полностью вытеснять англицизм. Например, эквивалент *coeur de processeur* ‘ядро процессора’ был обнаружен в 11 статьях, 9 блогах и на 9 форумах. В свою очередь, англицизм *processor core* не встретился во французских текстах.

2. На форумах англицизмы используются намного чаще. Так, эквивалент *bogue* ‘баг’ встретился в 9 статьях, 7 блогах и на 5 форумах, а английское слово *bug* – в 10 французских статьях, 6 блогах и на 19 форумах.

3. Выбор термина обусловлен географией и традицией. Так, эквивалент *blogue* ‘блог’ используется канадскими авторами статей, в то время как французские авторы используют англицизм *blog*.

4. Наконец, значимым параметром оказывается тип текста. В статьях соотношение эквивалентов к англицизмам приблизительно одинаково. В блогах же используются преимущественно англицизмы.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод: сценарии использования терминов разнообразны и зависят от конкретных терминов. Кроме того, в Канаде и других франкоговорящих странах французская лексика может развиваться иначе, следовательно, иметь другое соотношение эквивалентов к англицизмам, что влияет на общую тенденцию использования термина.

## **А. Суворова**

### **ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ**

Названия фильмов являются своего рода ключом к их интерпретации: кинозритель активно участвует в декодировании содержания фильма еще на первоначальном этапе восприятия его названия. Заголовок фильма как самая сильная позиция в тексте должен производить яркое впечатление и хорошо запоминаться. Кроме этого, представляя собой особый вид заголовка, он формулирует тему всего повествования. Терминологически заголовок