

Е.Ю. Воробьева

РОЛЬ КОГНИТИВНОЙ МЕТАФОРЫ В ПРОЦЕССЕ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА)

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Москва, Россия; velena2007@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются когнитивные метафоры как один из способов вербализации эмоций человека. Актуальность исследования эмотивной составляющей обусловлена ее многоаспектностью и имманентным присутствием эмоций в структуре языка, сознания и мышления. Эмоции лежат в основе деятельности человека и тесно связаны с познавательными процессами. Лексика эмоций является отражением и способом выражения различных эмоциональных состояний, формируя индивидуальный лексикон человека. Поскольку эмотивная лексика не имеет четких смысловых границ, практически все лексемы при определенной коммуникативной ситуации могут стать эмотивами. Результатом размытости границ поля эмотивности становится появление множества вторичных номинаций эмоций, образованных с помощью метафорических переносов. Когнитивная метафора, транслируя человеческие эмоции и совмещая чувственные и рациональные компоненты, создает особый пласт средств выражения эмоциональных состояний в языке. В процессе метафоризации традиционное наименование перемещается в иную предметную плоскость, в результате подобного категориального сдвига создаются новые образы и смыслы с эффектом эмоциональной напряженности. В статье с целью изучения когнитивной метафоры в контексте эмотивности рассматривается взаимодействие различных понятийных сфер французского языка с привлечением материала из политических статей, интервью, рекламных каталогов, художественной литературы, а также Корпуса французского языка CorpusEue. Устанавливается, что в результате интеграции разных концептов не только формируется эмоциональная оценка фактов действительности, но и оказывается воздействие на общественное сознание посредством стилистики языка и эмотивной лексики, характеризующейся широкой вербальной представленностью и семантическим разнообразием.

Воробьева Елена Юрьевна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры французского языка и культуры факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова; velena2007@mail.ru

© Воробьева Е.Ю., 2025



Ключевые слова: эмоции, эмотивность, когнитивная метафора, коннотативный образ, категориальный сдвиг, семантическая аномалия, специфическое ментальное пространство, эмоциональное напряжение

doi: 10.55959/MSU-2074-1588-19-28-1-4

Для цитирования: Воробьева Е.Ю. Роль когнитивной метафоры в процессе вербализации эмоций (на материале французского языка) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 28. № 1. С. 52–65. DOI: 10.55959/MSU-2074-1588-19-28-1-4

Интерес к лингвистической репрезентации человеческих эмоций объясняется их многоаспектной природой и ролью в отражении мира в языке. В настоящее время эмотивная функция языка рассматривается как самостоятельная составляющая, играющая важную роль в жизнедеятельности человека. В современной лингвистике сформировалось новое научное направление — эмотиология (термин В.И. Шаховского), в рамках которого эмоции изучаются как результат сложных когнитивных процессов, которые отражают объекты действительности, имеющие непосредственную значимость для субъекта [Арутюнова, 1990; Болдырев, 2019; Стернин, 1985; Шаховский, 2008]. Тот факт, что когнитивные процессы подвергаются влиянию эмоциональных факторов, а эмоциональность имеет различные варианты вербализации, позволяет говорить о взаимосвязи когниции и эмоций. Эмоциональная информация может инициировать процессы мышления, регулировать или быть следствием когнитивных процессов, сопровождающихся эмоциональными оценками.

В современной лингвистике изучение эмоциональных состояний как сложных концептуальных структур предполагает их рассмотрение с позиции психологии, физиологии и когнитивистики. По мнению В.И. Шаховского, «эмоции всегда ситуативны и когнитивны» [Шаховский, 1987: 85], так как вербальная информация, передающая эмоции, всегда связана с конкретной ситуацией и человеком. Согласно психологическому словарю, «эмоции (от латинского *emoveo* — волную, потрясаю) — это особый класс психических процессов и состояний, связанных с инстинктами, потребностями, мотивами и отражающих в форме непосредственного переживания (удовлетворения, радости, страха и т.д.) значимость действующих на индивида явлений и ситуаций для осуществления его жизнедеятельности»¹.

¹ Психологический словарь. URL: <https://www.b17.ru/dic/?ysclid=m06k0nuhnn326425532> (дата обращения: 22.08.2024).

Эмоции как психологическая категория на языковом уровне трансформируются в эмотивность, которая в коммуникации выражается посредством специальных единиц-эмотивов. В.И. Шаховский определяет эмотивность как «имманентное свойство языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека» [Шаховский, 2008: 5]. Эмоции проникают в язык через эмоциональную оценку фактов действительности, которая транслируется с помощью номинативной лексики, характеризующейся широкой вербальной представленностью и семантическим разнообразием, что позволяет говорить о принадлежности единиц-эмотивов к ядру лексической системы языка и об актуальности эмоциональных процессов в жизнедеятельности человека.

Имманентное присутствие эмоций в структуре языка позволяет познать внутренний мир языковой личности, так как эмоции лежат в основе психического отражения действительности и мотиваций человека. Одна и та же лексическая единица может передавать различные эмоциональные состояния. В рамках психолингвистики эмотивность рассматривается как формирование индивидуального лексикона человека, зависящего от личностных характеристик, социальных и культурных условий. Эмоции испытывает каждый человек, однако в разных лингвокультурных группах функционируют различные нормы проявления эмоций, что находит свое отражение в языке.

По мнению И.А. Стернина, практически все лексемы при определенной коммуникативной ситуации могут стать эмотивами, но с разной интенсивностью, которая зависит от контекста [Стернин, 1985]. Поскольку эмотивы не имеют четких смысловых границ, за ними сложно закрепить конкретное эмотивное значение. Результатом размытости границ поля эмотивности становится появление множества вторичных номинаций эмоций, образованных с помощью метафоры, которая, согласно Н.Д. Арутюновой, всегда подразумевает эмоциональное воздействие [Арутюнова, 1990: 8].

Неослабевающий интерес к метафоре объясняется ее присутствием в различных видах дискурса: в поэтической речи, публицистике, политике, науке, повседневной жизни. Человек мыслит метафорически, метафора «присуща человеческому мышлению и языку как таковая» [Гак, 1988: 12]. Люди нуждаются в метафорах, чтобы, с одной стороны, заполнить лакуны в языке, а с другой — сделать язык более образным и эмоционально наполненным. Метафора «удлиняет “руку” интеллекта» [Хосе Ортега-и-Гассет, 1990: 72], помогая «достигнуть самых отдаленных участков нашего концептуального

поля, ... объекты, к нам близкие, легко постигаемые, открывают мысли доступ к далеким и ускользающим от нас понятиям» [Хосе Ортега-и-Гассет, там же]. В свою очередь Ю.С. Степанов полагает, что «посредством метафоры говорящий ... вычленяет ... из тесного круга, прилегающего к его телу и совпадающего с моментом его речи, другие миры» [Степанов, 1985: 229].

В рамках современного когнитивного подхода метафора рассматривается как ментальная операция, позволяющая познавать и структурировать действительность [Болдырев, 2019; Демьянков, 1994; Кубрякова, 2012; Блэк, 1990; Джонсон, Лакофф, 2008]. Когнитивная метафора не обладает линейной структурой, и ее семантическое значение определяется не суммой значений ее компонентов, а единым коннотативным образом, представляющим «единицу знания, которая совмещает в себе чувственные и рациональные компоненты в их единстве и целостности, как результат целостного, нерасчлененного восприятия объекта или ситуации» [Болдырев, 2019: 57].

В процессе сопоставления фактов действительности, в значительной степени несопоставимых, создается «новая реальность» (термин Лакоффа и Джонсона), позволяющая получать дополнительные знания о мире. При объединении двух предметов, относящихся к разным сферам опыта, «помимо общего смятения и напряжения чувств, мы достигаем самого важного — усилия сознания, чтобы соотнести эти предметы друг с другом» [Ричардс, 1990: 63–64]. Чем больше различий между сопоставляемыми предметами, тем сильнее эффект напряженности и эмоционального воздействия, которое, в свою очередь, формирует оценочность метафорических переносов.

В рамках изучения когнитивной метафоры как одного из способов создания эмотивности в статье рассматривается взаимодействие различных понятийных сфер французского языка с привлечением материала из политических источников, рекламных каталогов, художественных произведений, а также Корпуса французского языка CorpusEye². Объем проанализированного материала составил 7 политических интервью, 2 политические статьи, 20 каталогов товаров потребительского спроса (парфюмерия и косметические средства, ткани, краски для интерьера, автомобили), 9 художественных текстов. Обращение к разнообразным сферам использования метафоры (политической, художественной, рекламной) объясняется целью данной работы — показать функционирование когнитивной метафоры и ее эмоциональное воздействие в разного рода дискурсах.

² Корпус французского языка CorpusEye. URL: <http://corp.hum.sdu.dk/cqp.fr.html> (дата обращения: 02.02.2021).

При изучении политического дискурса в структуре когнитивной метафоры зафиксировано взаимодействие разных понятийных систем, в результате которого осуществляется перенос признака предмета или объекта на ситуацию, событие, идею, воспоминание из другой сферы деятельности. Например, использование понятий из спортивного дискурса в политическом контексте позволяет представить политическую деятельность как спортивное соревнование, в результате которого политик представляется как соревнование, где победу одерживает сильнейший: *un marathon politique* / политический марафон; *jouer le match* / провести политический диспут; *jouer franc jeu* / вести честную игру; *chacun a ses pions* / каждый имеет свои пешки. Употребление понятий из кулинарной сферы демонстрирует политический процесс как искусство или творчество, которые предполагают знание определенных секретов: *les ingrédients de la politique* / ингредиенты политики, *la cuisine politique* / политическая кухня; *une grosse part du gâteau* / жирная часть пирога; *je rends mon tablier* / я умываю руки (дословно «я возвращаю свой фартук»); интеграция концептов из политической и бытовой жизни представляет политические события как повседневную деятельность, направленную на решение насущных проблем: *ouvrir la table, ouvrir la porte* / *открыть стол, открыть дверь* в политическом контексте означает «начать диалог»; *l'accord a volé en éclats* / договор сведен на нет (дословно «разлетелся вдребезги»). Использование понятий из технической сферы формирует дополнительный смысл «устойчивость», «надежность»: *être à contrecourant* / быть в оппозиции (дословно «быть в противоположном течении»), *faire barrage à l'accord* / заблокировать договор (дословно «преградить путь»)³.

В политическом дискурсе зафиксировано употребление сенсорной лексики для отражения процессов понимания и познания. В результате синтеза эмпирического и интеллектуального познания происходит концептуализация нового знания об абстрактном феномене по аналогии с визуально воспринимаемым. По мнению Н.Д. Арутюновой, особенности сенсорных механизмов человека при взаимодействии с психикой позволяют «сопоставлять несопоставимое и соизмерять несоизмеримое, ... порождая метафору в любых видах дискурса» [Арутюнова, 1990: 9]. В рамках метафорического переноса сенсорная лексика приобретает дополнительные смыслы, передавая не только форму, цвет, звуки и различительные осязательные свойства, но и мыслительную деятельность человека:

³ Interview du Premier ministre Michel Barnier à TF1. URL: <https://youtu.be/1mCZg5aQ0zk?si=0NAj5GFOVft6jsoM> (дата обращения: 06.09.2024).

зрительное восприятие = понимание — *je vois ce que vous dites* / я вижу = понимаю, что вы говорите; слуховое восприятие = понимание — *j'entends vos paroles* / я слышу = понимаю ваши слова; *je sens ce que vous voulez dire* / я чувствую = понимаю, что вы хотите сказать. Таким образом, процесс понимания в сознании человека интерпретируется с помощью сенсорного восприятия предметов, которое, хотя и не сопровождается эмоциональной напряженностью, открывает возможность познания собственных возможностей и осознания способов решения проблем коммуникации по аналогии с эмпирическим опытом.

Эмоциональное воздействие политической метафоры достигается также через оживление внутренней формы, в результате которого происходит создание дополнительной эмоциональной нагрузки. Так, в выражениях *cette affirmation s'inscrit* / это утверждение вписывается, *la situation se traduit* / ситуация интерпретируется (дословно «переводится»), *la question se pose* / вопрос ставится, *bâtir une majorité solide* / выстроить крепкое большинство, *faire barrage aux négociations* / создать препятствие переговорам (дословно «заграждение»), *le virus circule* / вирус распространяется, *les contaminations reculent*⁴ (заражение отступает) предметам приписываются характеристики и состояния живых существ, тем самым передается дополнительная энергия или напряженность ситуации, побуждающая к активным действиям и принятию решений.

В политическом дискурсе наибольший эмоциональный эффект реализуется с помощью зооморфной метафоры, которая обладает сильным оценочным и когнитивным потенциалом, являющимся не только способом познания окружающего мира, но и средством, помогающим «оценить человеческие поступки и качества сквозь призму образов животных, птиц, рыб» [Богданова, 2023: 25]. В процессе концептуализации действительности на основе образной аналогии с животным миром формируются этнокультурные образы с сильным эмоциональным градусом, которые часто используются во французском политическом контексте для создания контекста с отрицательным эмоциональным зарядом: *l'animal politique* (политическое животное) [Fottorino, 2018: 13] — сравнение политического деятеля с животным образует ассоциацию *политика* = *борьба за власть* по аналогии с животным, который борется за лидерство как за способ выживания.

⁴ Actualités 06/09/2021 13:52. Macron prêt à «lever le pass» dans les territoires «où le virus ne circule quasiment plus». URL: https://www.huffingtonpost.fr/actualites/article/macron-pret-a-lever-le-pass-dans-les-territoires-ou-le-virus-ne-circule-quasiment-plus_186163.html (дата обращения 02.09.2024).

В рекламном дискурсе метафора представляет собой лингвистические когнитивные структуры, преобразуемые человеком в контексте культуры повседневности. Например, маркетологи и дизайнеры используют цветовые метафорические образы в качестве эмотивного элемента, близкого к художественному творчеству, который во многом определяется культурно-социальной средой. Макс Блэк, называя метафору «творческим актом» [Блэк, 1990: 154], полагает, что семантическая аномалия или сопоставление разных понятийных систем, присущее когнитивной метафоре, создает эффект эмоционального напряжения, благодаря которому языковая коммуникация становится более креативной. Метафорические структуры способны реализовывать эмоционально-экспрессивное отражение окружающего мира, наглядно иллюстрируя экстремальную ситуацию или реакцию человеческого сознания на процессы взаимодействия с действительностью. Так, в цветообозначениях косметических товаров *rouge flamboyant* (красный готический пламенеющий) и *rouge provocation* (красный провокационный) красный сравнивается с огнем пламени и с провокацией, транслируя коннотации возбуждения и риска; цветообозначения *rose barbare* (розовый вызывающий) и *rose criard* (розовый кричащий) создают эмоциональные ощущения грубости и безвкусыя, а цветонаименование *rose désirable* (розовый желанный), напротив, формирует коннотации «мечта» и «влечение»⁵.

Опираясь на визуальные внутренние образы (представление, воображение), представленные когнитивной метафорой, запускается процесс визуального мышления, который формирует новую смысловую нагрузку. Например, во французском языке оригинальная номинация цветового оттенка косметической продукции содержит не только новую информацию о предмете, но и активизирует приятные воспоминания и переживания, отражающие ценностные предпочтения и эмоциональные запросы современной языковой личности в обыденной жизни: *zéphir d'ivoire* (зефир слоновой кости), *caravane des sables* (караван пустынь), *soupçon de rose* (розовое сомнение), *j'adore* (я обожаю), *grace sauvage* (дикая грация), *champagne fumée* (винные пары от шампанского), *ciel de Parme* (небо Пармы), *bleu éclipse* (темный синий — сравнение с затмением), *gris sage* (серый мудрый), *gris d'orage* (серый грозовой) [Воробьева, 2024:

⁵ Guerlain. Catalogue produits cosmétiques. URL: <http://www.guerlain.com/fr/> (дата обращения 19.05.2022); Chanel. Catalogue produits cosmétiques. URL: http://www.chanel.com/fr_FR/parfums-beaute/maquillage/collection-refletsdetedechanel.html#page-4 (дата обращения 29.06.2022).

195–198]. Подобная поэтическая номинация цвета используется маркетологами для «соблазнения» потребителей и продвижения товаров.

В художественных текстах метафорический перенос, создавая эмоционально-коннотативные смыслы, гиперболизирует и актуализирует признаки объекта. Интенсификация признака посредством когнитивной метафоры является доказательством субъективной природы в отражении действительности и воздействия на чувства и волю адресата: *vert en mai devant l'arbre* — зеленый цвет майской листвы; *blanc de décembre sous la neige* — белый цвет декабрьского снега [Maulpoix, 1992: 75]; *blanc d'écume* — белый цвет пены волны [Briatte, 2022]; *le bleu métallique du ciel* — синий металлический цвет неба [Musso, 2017: 353]. В данных литературных примерах авторская когнитивная метафора указывает на чувственно воспринимаемый абстрактный признак, формируя вторичные характеристики объекта, свойства которого определяются по аналогии с признаками наблюдаемых явлений (зеленый-май-весна-свежесть; белый-декабрь-снег-чистота; синий-небо-металл-пасмурный-мрачный-напряженный).

Бинарная оппозиция белого и черного часто используется авторами с целью описания противостояния добра и зла. Так, Ф. Бриат (F. Briatte) сравнивает рождение человека с маленьким белым семечком (*une petite graine blanche*). Белый цвет, символизирующий зарождение новой жизни, с течением времени становится серым (*tout fini en gris* / все заканчивается серым), смешиваясь с черным, с которым ассоциируются тревоги и неудачи (*le noir de son sommeil* / черный, как сон; *les rochers ébènes* / скалы цвета черного дерева; *la larme chargée de rimmel* / черная от туши слеза) [Briatte, там же]. Метафорическая вербализация цвета является единственно возможным способом описания физического явления, не имеющего четкой физической формы и существующего только в субъективном представлении автора, который передает свои ощущения с помощью уникальной по своей семантической структуре метафоры. По мнению Г.Г. Молчановой, «цветометафора влияет на концептуализацию проблемы и ее решение. Она регулярно используется автором для актуализации нужных эмотивных ассоциаций и создания достоверного художественного образа» [Молчанова, 2018: 9].

В метафоре язык и культура представляются в неразрывной связи, значение коннотативного образа определяется и эксплицируется языковой ситуацией или культурной традицией. Л.И. Богданова полагает, что национально-культурная специфика метафоры,

культурное кодирование действительности способствуют более глубокому осмыслению соотношения «язык и культура» [Богданова, там же]. Так, французское *tourner au vinaigre* / дословно «превратиться в уксус», отражая французскую традицию виноделия, обозначает вино (фр. *vin*), ставшее кислым или испорченным (фр. *aigre*), т.е. превратившееся в уксус. В переносном значении это выражение приобретает новый смысл и обозначает ситуацию, которая плохо складывается. Метафора *mettre de l'eau dans son vin* / дословно «разбавить вино водой», в бытовом дискурсе обозначающая «умерить свои претензии», также демонстрирует особенности реалий французской культуры, согласно которым не принято разбавлять водой крепкое дорогое вино.

В процессе семантического развития эмотивной лексики и формирования вторичных эмоций, связанных с культурной и социальной коммуникацией, содержание метафорических конструкций осложняется комплексными коннотативными значениями, в которых коннотативный образ не соотносится напрямую ни с одной из предикативных характеристик, а создает дополнительные значения: *tenir les deux bouts de l'omelette* / в политическом дискурсе *gouverner ensemble* — руководить вместе с различными политическими блоками (дословно «держат омлет за оба конца»)⁶; *Et si les Français rêvaient d'un autre menu? Et d'œufs plus frais?* / А если французы мечтали о другом составе в Конституционный совет (дословно «о другом меню»)? И о новых политических взглядах (дословно «о более свежих яйцах»)?⁷; *sauver les meubles* / выйти из сложной ситуации без потерь (дословно «спасти мебель»)⁸; *jouer la montre* / тянуть время, умышленно затягивать дело (фр. *jouer* — «играть», *la montre* — «часы»); *plafond vert* / не превышающий пороговое значение (дословно «зеленый потолок»); *jeter l'éponge* / выйти из игры по аналогии с *passer l'éponge* / стереть, вытереть губкой (фр. *l'éponge* — «губка»)⁹.

Когнитивная метафора как демонстрация национально-специфического видения мира является эффективным подтверждением

⁶ Boulevard Voltaire. Alain Juppé: les deux bouts de l'omelette entrent au Conseil constitutionnel. URL: <https://www.bvoltaire.fr/alain-juppe-les-deux-bouts-de-lomelette-entrent-au-conseil-constitutionnel> (дата обращения: 26.07.2024).

⁷ Там же.

⁸ C dans l'air. Isabelle de Gaulmyn-Abbé Pierre: la chute d'une icône. URL: <https://youtu.be/d8K2OX40acA?si=18Y6QkOz-maGXaUT> (дата обращения: 26.07.2024).

⁹ France 24. Législatives en France: et maintenant? Parlons-en avec Najat Vallaud-Belkacem et Nora Hamadi. URL: <https://youtu.be/1mCZg5aQ0zk?si=0NAj5GFOVft6jsom> (дата обращения: 24.07.2024).

тезиса, сформулированного Е.В. Рахилиной, согласно которому разные языки имеют свои границы сочетаемости, зависящие от особенностей когнитивного механизма и культурно-специфического выбора [Рахилина, 2000]. Так, в русском языке метафора *переходный возраст* указывает на семантическую связь с новым периодом или жизненным этапом, а во французском выражении *âge ingrat* (неблагодарный возраст) семантическая связь иная, обозначающая качественные изменения характера или поведения. В русском выражении *ускоренный шаг* делается акцент на дополнительную скорость, а во французском *pas de charge* (*charge* — нагрузка, давление, напор) — на дополнительную силу.

В современную эпоху глобализации процесс семантической сочетаемости смещается в сторону интеграции когнитивных систем разных культур, в результате создается специфическое ментальное пространство, в котором действуют механизмы координации и интерференции разных концептов [Болдырев, 2019; Демьянков, 1994; Молчанова, 2018]. В процессе межкультурного взаимодействия возникают когнитивные метафоры, объединяющие предикативные значения из разных языков, создаются новые периферийные семы, фиксирующие представления носителей языка о современной реальности и отражающие чувственно-ценностные предпочтения в условиях коммуникации с представителями разных культур. Например, в метафоре *parler cash* («говорить открыто», «напрямик») происходит интеграция разных понятийных систем из двух языков: устной коммуникации (*parler* фр. — «говорить») и финансовой сферы (*cash* англ. — «наличные»). По аналогии с французским *payer cash* («платить наличными») появляется метафора, в которой *cash* в условиях «чужого» культурного контекста приобретает новые смыслы: «откровенно», «открыто». Так, по мнению Г.Г. Молчановой, происходит смена фрейма, т.е. «помещение какого-либо образа в новый фрейм, в новый национально-культурный контекст, позволяющий адресату находить новые решения, влияющие на переживание и интерпретацию ситуации» [Молчанова, 2018: 14].

Таким образом, будучи неотъемлемой частью повседневной коммуникации, метафорические структуры являются не только средством выражения и поэтизации речи, но и фактом познания и категоризации в языке, которые создают новое интегрированное ментальное пространство, позволяющее осмысливать действительность в ее многообразии и воздействовать на общественное сознание посредством стилистики языка. Источник и объект метафоры всегда принадлежат разным понятийным сферам, в результате по-

добной семантической аномалии происходит категориальный сдвиг и рождается образ — ключевой когнитивный стержень метафоры. Такое смещение возможно только при участии интеллектуальной и эмоциональной деятельности человека.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: Сборник / Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М., 1990. С. 5–32.
2. Богданова Л.И. Человек в зеркале зооморфной метафоры // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 2. С. 24–40.
3. Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Сборник / Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М., 1990. С. 153–172.
4. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. 2-е изд. М., 2019.
5. Воробьева Е.Ю. Цветовая номинация как когнитивно-эмоциональная деятельность (на примере цветообозначений французского языка) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 1. С. 194–200.
6. Гак В.Г. Метафора. Универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М., 1988. С. 11–26.
7. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 17–33.
8. Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. М., 2012.
9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М., 2008.
10. Молчанова Г.Г. Когнитивная синестезийная метафора и теория напряженности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. № 4. С. 9–18.
11. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры: Сборник. Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М., 1990. С. 68–81.
12. Рахилина Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: Семантика и сочетаемость. М., 2000.
13. Ричардс А.А. Философия риторики // Теория метафоры: Сборник / Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М., 1990. С. 44–67.
14. Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка. М., 1985.
15. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1985.
16. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж, 1987.
17. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: Монография. М., 2008.
18. Fottorino E. Qu'est-ce que le macronisme? 2018.
19. Maulpoix J.-M. La couleur du poème // Une histoire de bleu. 1992.
20. Musso G. Un appartement à Paris. 2017.
21. Briatte F. URL: https://poesie.webnet.fr/vospoemes/Poemes/francis_briatte/le_blanc_et_le_noir (дата обращения: 25.09.2022).

Elena Yu. Vorobyeva

THE ROLE OF COGNITIVE METAPHOR IN THE PROCESS OF VERBALIZATION OF EMOTIONS (BASED ON THE MATERIAL OF THE FRENCH LANGUAGE)

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; velen2007@mail.ru

Abstract. The article discusses cognitive metaphors as one of the ways to verbalize human emotions. The relevance of the study of the emotive component is due to its multidimensionality and the immanent presence of emotions in the structure of language, consciousness and thinking. Emotions underlie human activity and are closely related to cognitive processes. The vocabulary of emotions is a reflection and way of expressing various emotional states, forming a person's individual lexicon. Since emotive vocabulary does not have clear semantic boundaries, almost all lexemes can become emotives in a certain communicative situation. The blurring of the boundaries of the emotive field results in the appearance of many secondary nominations of emotions formed with the help of metaphorical transfers. Cognitive metaphor, conveying human emotions and combining sensory and rational components, creates a special layer of means of expressing emotional states in a language. In the process of metaphorization, concepts from various conceptual spheres interact, because of a categorical shift, new images and meanings are created with the effect of emotional tension. In order to study cognitive metaphor in the context of emotiveness, the article examines the interaction of various conceptual spheres of the French language, drawing on the material from political articles, interviews, advertising products and fiction. It is established that because of the integration of different concepts, not only an emotional assessment of the facts of reality is formed, but also an impact on public consciousness is exerted through the stylistics of language and emotive vocabulary, characterized by a wide verbal representation and semantic diversity.

Keywords: emotions, emotivity, cognitive metaphor, connotative image, categorical shift, semantic anomaly, specific mental space emotional stress

For citation: Vorobyeva E.Yu. (2025). The role of cognitive metaphor in the process of verbalization of emotions (based on the material of the French language). *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, no. 1(28), pp. 52–65. DOI: 10.55959/MSU-2074-1588-19-28-1-4 (In Russ.)

About the author: Elena Yu. Vorobyeva — PhD in Philology, Assistant Professor, Department of French Language and Culture, Faculty of Foreign languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University; velen2007@mail.ru

REFERENCES

1. Arutyunova N.D. 1990. Metafora i diskurs [Metaphor and discourse]. *Teoriya metafory: Sbornik. Obshch. red. N.D. Arutyunovoj i M.A. Zhurinskoj*, pp. 5–32. (In Russ.)

2. Bogdanova L.I. 2023. Chelovek v zerkale zoomorfnoj metafory [Man in the mirror of zoomorphic metaphor]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and intercultural communication*, no. 2, pp. 24–40. (In Russ.)
3. Blehk M. 1990. Metafora [Metaphor]. *Teoriya metafory: Sbornik. Obshch. red. N.D. Arutyunovoj i M.A. Zhurinskoj*, pp. 153–172. (In Russ.)
4. Boldyrev N.N. 2019. Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka. [Language and knowledge system. Cognitive theory of language]. 2-e izd. Moscow, Izdatelskiy Dom YASK. (In Russ.)
5. Vorob'eva E.YU. 2024. Cvetovaya nominaciya kak kognitivno-ehmocional'naya deyatel'nost' (na primere cvetooboznachenij francuzskogo yazyka) [Color nomination as a cognitive-emotional activity (using the example of the color meanings of the French language)]. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, no. 1, pp. 194–200. (In Russ.)
6. Gak V.G. 1988. Metafora. Universal'noe i specificheskoe [A metaphor. Universal and specific]. *Metafora v yazyke i tekste*, pp. 11–26. (In Russ.)
7. Dem'yankov V.Z. 1994. Kognitivnaya lingvistika kak raznovidnost' interpretiruyushchego podkhoda [Cognitive linguistics as a kind of interpretive approach]. *Voprosy yazykoznaniya*, no. 4, pp. 17–33. (In Russ.)
8. Kubryakova E.S. 2012. *V poiskakh sushchnosti yazyka: Kognitivnye issledovaniya* [In Search of the Essence of Language: Cognitive Research]. Moscow, Znak. (In Russ.)
9. Lakoff Dzh., Dzhonson M. 2008. *Metafory, kotorymi my zhivem* [The metaphors we live by]. Moscow, LKI. (In Russ.)
10. Molchanova G.G. 2018. Kognitivnaya sinesteziynaya metafora i teoriya napryazhennosti [Cognitive synesthetic metaphor and theory of tension]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and intercultural communication*, no. 4, pp. 9–18. (In Russ.)
11. Ortega-i-Gasset J. 1990. *Dve velikie metafory* [Two great metaphors]. *Teoriya metafory: Sbornik. Obshch. red. N.D. Arutyunovoj i M.A. Zhurinskoj*, pp. 68–81. (In Russ.)
12. Rakhilina E.V. 2000. *Kognitivnyj analiz predmetnykh imen: Semantika i sochetamost'* [Cognitive analysis of subject Names: Semantics and compatibility]. Moscow, Russkie slovari. (In Russ.)
13. Richards A.A. 1990. Filosofiya ritoriki [The philosophy of rhetoric]. *Teoriya metafory: Sbornik. Obshch. red. N.D. Arutyunovoj i M.A. Zhurinskoj*, pp. 44–67. (In Russ.)
14. Stepanov YU.S. 1985. *V trekhmernom prostranstve yazyka* [In the three-dimensional space of language]. Moscow, LENAND. (In Russ.)
15. Sternin I.A. 1985. *Leksicheskoe znachenie slova v rechi* [The lexical meaning of a word in speech]. Voronezh, Izdatel'stvo voronezhskogo universiteta. (In Russ.)
16. Shakhovskoj V.I. 1987. Kategorizaciya ehmcij v leksiko-semanticheskoy sisteme yazyka [Categorization of emotions in the lexical and semantic system of the language]. Voronezh, Izdatel'stvo voronezhskogo universiteta. (In Russ.)
17. Shakhovskoj V.I. 2008. *Lingvisticheskaya teoriya ehmcij* [Linguistic theory of emotions]. Moscow, Gnozis. (In Russ.)
18. Fottorino E. 2018. *Qu'est-ce que le macronisme?* Paris, Le 1 Philippe Rey. (In French)

19. Maulpoix J.-M. 1992. *La couleur du poème*. Une histoire de bleu. Paris, Gallimard. (In French)
20. Musso G. 2017. *Un appartement à Paris*. Paris, XO Editions. (In French)
21. Briatte F. URL: https://poesie.webnet.fr/vospoemes/Poemes/francis_briatte/le_blanc_et_le_noir (accessed: 25.09.2022). (In French)

Статья поступила в редакцию 09.09.2024;
одобрена после рецензирования 01.11.2024;
принята к публикации 25.12.2024.

The article was submitted 09.09.2024;
approved after reviewing 01.11.2024;
accepted for publication 25.12.2024.