

Е. Кравцова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ НА ТЕРРИТОРИИ КАНАДЫ

Языковая ситуация современной Канады объясняется сосуществованием двух мировых языков: французского и английского, на территории одной страны. Население Канады делится на три лингвистические группы: англофоны (родной язык – английский), франкофоны (родной язык – французский) и аллофоны (родной язык – другой).

Проведенное нами исследование показало, что характерные особенности канадского варианта французского языка, появившиеся в результате взаимодействия и взаимовлияния английского и французского языков, проявляются, прежде всего, на лексико-семантическом уровне, который является наиболее динамичным и восприимчивым к различным изменениям в жизни общества.

В лексике канадского варианта французского языка наблюдается большое количество прямых заимствований из английского языка. Например, к константным англицизмам можно отнести существующие в канадском варианте французского языка слова *appointment* (от англ. *appointment*) ‘встреча’ – общефр. *rendez-vous*; *millage* (от англ. *mileage*) ‘пробег’ – общефр. *kilométrage*. Распространенным видом заимствований являются совмещенные англицизмы. Например, *set de chambre* (от англ. *set* + фр. *chambre*) ‘спальный гарнитур’, *c'est cute* (от фр. *c'est gentil* + англ. *it is cute*) ‘это мило’. Константные и совмещенные англицизмы чаще всего встречаются в бытовой лексике (по причине их частотного употребления) и в молодежном сленге (в силу языковой моды, в погоне за престижными формами речи).

Специфика канадского варианта французского языка часто проявляется в смещении значений английских заимствований. Например, во французском языке слово *éduqué* используется по отношению к людям, получившим хорошее *воспитание*, в то время как во французском языке Канады оно употребляется по отношению к людям, получившим хорошее *образование*. Данное смещение семантики слова произошло под влиянием английского слова *educated* ‘образованный’.

Несмотря на то, что на территории Канады проживает значительное число франкофонов, большую часть ее населения составляют англофоны. Английский язык более распространен в средствах массовой информации, сфере образования, в политической сфере, в сфере туризма и спорта. Французское население Канады вынуждено вступать в контакт с английским языком, что приводит к неизбежному появлению лексико-семантических заимствований во французском языке из английского языка.

Н. Курамбаева

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ ФРАНКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Эффективное восприятие газетной статьи зависит от ее заголовка, который называет текст и включает в себя определенную информацию о содержании

статьи. Для привлечения внимания читателя авторы статей прибегают к разным приемам. Наряду с лингвистическими средствами воздействия на читателя существуют и невербальные, такие как шрифтовые выделения, использование разных цветов, способ размещения заголовка по отношению к тексту.

В зависимости от того, сколько элементов смысловой схемы текста выражает заголовок, выделяют два типа: 1) заглавия, которые соотносятся с одним элементом и 2) заголовки, которые соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста. Рассматривая газетный заголовок как самостоятельный элемент текста статьи, выделяем значимость его структурной организации. В этом аспекте можно отметить наличие двух взаимоисключающих тенденций: первой – состоящей в том, что авторы стараются формулировать заголовок лаконично, и второй – заключающейся в увеличении объема газетного заголовка. Первая тенденция проявляется в упрощении синтаксических конструкций и использовании простых предложений (*La peine de mort recule dans le monde selon Amnesty International* ‘Уменьшается количество смертной казни согласно Международной Амнистии’). Анализ показал, что часто используются именные словосочетания разного типа (*Camille Cottin, la nouvelle star* ‘Камилла Котэн, новая звезда’). Вторая раскрывается в комплексном заглавии, состоящем из заголовка, подзаголовка, что приводит к увеличению информирующей части и усилению воздействия на читателя (*Le plan de Macron pour réduire les pouvoirs du Parlement. « Le Monde » s’est procuré l’avant-projet de loi constitutionnelle* ‘План Макрона по сокращению полномочий Парламента. «Лемонд» получил предварительный проект конституционного закона’).

В газетных заголовках употребляется большинство знаков препинания, которые раскрывают свое значение в рамках заглавия. Так, использование двоеточия в заголовке обуславливается стремлением автора уточнить его первую часть (*Syrie: les rebelles remettent leurs armes* ‘Сирия: мятежники сдают свое оружие’). Диалогичность заголовку придает использование знака вопроса: будь то риторический вопрос или вопрос, требующий ответа, он побуждает читателя задуматься и дать свое мнение по поводу события, обсуждаемого в статье (*qui est Gabriel Tallent, la nouvelle coqueluche des critiques littéraires américains ?* ‘Кто это Габриэль Таллен, новый любимец американских литературоведов?’). Достаточно редко в заголовках встречаются кавычки, в которые обычно заключается слово с переносным значением: *Tom Steyer, le milliardaire « vert » qui veut faire destituer Donald Trump* ‘Том Стэйер, «зеленый» миллиардер, который хочет свергнуть Дональда Трампа’.

Таким образом, для привлечения внимания читателя в статьях используются разные синтаксические средства и особенности структурного построения газетного заголовка.

А. Лихачева

СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ *FLEUR* ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Одной из самых увлекательных и занимательных сторон фразеологии как лингвистической дисциплины являются фразеологические единицы (ФЕ) со стержневым флористическим компонентом, отображающим мир цветов.