

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

фильма, относясь к особому разряду имен собственных, или онимов, обозначается специальным термином – *фильмоним*. Данный класс онимов характеризуется как структурными, так и стилистическими особенностями.

В современной лингвистике до сих пор не существует жесткой классификации типов названий кинофильмов. Согласно классификации, в основе которой лежит когнитивно-тематический принцип, используемый при составлении словарей-тезаурусов, предлагаем разграничение фильмонимов по следующим категориям: 1) человек (*Gandhi*), 2) время (*The day after Tomorrow*), 3) пространство (*An American Haunting*), 4) событие (*The War of the Worlds*), 5) предметы (*Chocolate*). Структурирование, основанное на принадлежности фильмонима к определенной части речи и/или на синтаксическом критерии, позволяет выделить названия, соответствующие слову, словосочетанию или предложению. Названия фильмов можно разделить на следующие группы.

1. *Названия-словоформы* – конкретное слово в конкретной грамматической форме. В данную группу включаются подгруппы:

- знаменательное слово без служебных – *Joy* ‘Джой’, *Deadpool* ‘Дэдпул’;
- знаменательное слово с одним или несколькими служебными – *At Middleton* ‘Мидлтон’, *The wrestler* ‘Рестлер’;
- имена собственные, состоящие из нескольких элементов, но не являющиеся словосочетаниями, – *Larry Crowne* ‘Ларри Краун’, *Donnie Darko* ‘Донни Дарко’.

2. *Названия-словосочетания*. В данной группе можно выделить несколько подгрупп в зависимости от особенностей связи между членами словосочетания:

- с сочинительным типом связи – *Starsky and Hutch* ‘Старски и Хатч’, *Coffee and Cigarettes* ‘Кофе и сигареты’;
- с подчинительным типом связи, которые в свою очередь подразделяются на а) простые словосочетания типа *Little Nicky* ‘Никки, дьявол – младший’, *American Dreams* ‘Американская мечта’ и б) сложные словосочетания типа *National Lampoon's Van Wilder* ‘Король вечеринок’.

3. *Названия-предложения*. В данной группе выделяем несколько подгрупп согласно цели высказывания: повествовательные (*The boy in the striped pyjamas* ‘Мальчик в полосатой пижаме’), побудительные (*Analyze That* ‘Анализируй это’), вопросительные (*Why Did I Get Married?* ‘Зачем мы женимся?’).

Самой распространенной является группа названий-словосочетаний с подчинительной связью.