

Э. В. Мельник

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ: ИХ СТРУКТУРА И ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ СОСТАВ

Фильмонимы представляют собой разряд имен собственных, обозначающих названия кинолент.

В материал для исследования вошло 160 названий французских фильмов, что позволило дать наиболее полную и точную картину современных тенденций при выборе цепляющих названий для французских фильмов.

Сначала анализу подверглись семантические типы фильмонимов. Итак, по результатам проведенного анализа 31 % составляют персональные названия, 13 % составляют фильмонимы, обозначающие тему или проблему, 11 % – фильмонимы, обозначающие состояние, 9 % – место, 9 % – перспективу сюжета, 8 % – названия, включающие в себя несколько семантических признаков, 7 % – обозначающие время, 6 % – обозначающие события, оставшиеся 6 % – предмет.

Далее была выявлена самая популярная структура фильмонимов. Названия-словоформы составляют 32 % от общего числа примеров, названия-словосочетания – 40 %, а названия-предложения – оставшиеся 28 %.

Наконец, в данной работе также были проанализированы лексико-стилистические средства, формирующие фильмонимы. Названия, в которых используются различные средства языковой выразительности составили 72 %, названия без каких-либо образных средств – 28 %. Среди названий, в которых используются средства языковой выразительности, наиболее распространенными являются названия с эпитетами (14 %), аллитерацией (13 %) и ассонансом (11 %). Наименьшую категорию составляют фильмонимы с эллипсисами, аллюзией, риторическими вопросами и т.д. (менее 1 %).

Подводя итог, можно сделать следующие выводы:

– анализ семантических типов франкоязычных фильмонимов показал, что наиболее распространенными являются персональные заглавия, что связано с их запоминаемостью и самодостаточностью. Наименьшую популярность имеют названия, обозначающие события и предметы, что объясняется их зависимостью от контекста и недостаточной смысловой нагрузкой;

– анализ фильмонимов с точки зрения их структуры показал, что названия-словосочетания являются наиболее распространенной формой, так как они более информативны и выразительны, по сравнению с названиями-словосочетаниями и названиями-предложениями.

– что касается лексико-стилистических средств, используемых в названиях, то в основном создатели кинофильмов сосредоточены на простоте и ясности, что указывает на коммерческую направленность фильмов и стремление к доступности для широкой аудитории, и при этом так же на желание создателей фильмов быть креативными.