

Роль фразеологических единиц с цветовым компонентом в англоязычных СМИ

Научный руководитель – Ермолаева Елена Николаевна

Бондаренко Наталья Васильевна

Студент (бакалавр)

Кемеровский государственный университет, Факультет романо-германской филологии,
Кемерово, Россия

E-mail: bn17.bond@yandex.ru

Речь - это способ общения между людьми. Чтобы достичь полного взаимопонимания, яснее и образнее выражать свою мысль, используются многие лексические и языковые приемы, в частности, фразеологизмы, словосочетания, которые имеющие самостоятельное значение и свойственные тому или иному языку. Под фразеологизмами (ФЕ) понимают устойчивые обороты, которые воспроизводятся в речи подобно слову, а не создаются в процессе общения или написания текста [1].

ФЕ являются одной из наиболее яркоокрашенных речевых единиц, поскольку обладают метафоричностью, образностью, оценочностью и экспрессивностью [5]. Приблизить к пониманию и облегчить процесс исследования ФЕ помогает их разграничение по различным признакам. Так, в нашей работе свое отражение нашла классификация по типам значения, по степени семантического опрощения, а также структурная и стилистическая классификации.

В английском языке наиболее распространенной является тематическая классификация фразеологических единиц, т.е. группировка по определенной тематике. Вследствие этого, среди всего многообразия классификаторов в области фразеологии нами был выбран цвет, как свойство любых материальных объектов излучать и отражать световые волны определенной части спектра [4]. Цвет - одна из самых важных черт, описывающих окружающий мир. Этим качеством обладают почти все предметы и явления, окружающие человека. В связи с неугасающим интересом к цветоименованию растет количество таких исследований в разных областях науки.

История цветоименования утверждает, что на самых ранних ступенях развития все языки мира различали только два цвета: белый и черный. Один использовался для обозначения всех светлых цветов, а другой - для темных. Позднее появилось понятие красного цвета и его оттенков. В дальнейшем были сформированы термины для различения более тонких оттенков. В словарный состав английского языка в древности входило 11 наименований цветов. В современной фразеологии наиболее употребительными наименованиями цвета являются черный, красный, белый, голубой и зеленый.

Исследование истории возникновения фразеологических единиц с цветовым компонентом показало, что такие ФЕ в английском языке могут относиться к исконно английским, межъязыковым заимствованиям и внутриязыковым заимствованиям (ФЕ, пришедшие из американского и других вариантов английского языка) [2; 3].

Основной темой нашей работы является изучение роли фразеологических единиц с цветовым компонентом в конкретном контексте. Контекстом послужили англоязычные средства массовой информации, а также статьи на политическую тематику в американских газетах.

Современные СМИ представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи информации с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам [3].

Анализ политических статей из ряда американских газет (The Wall Street Journal, USA Today, The New York Times) показал, что практически во всех статьях фигурируют цветочные компоненты (the White House), однако, случаи, когда компонент «цвет» входит в состав фразеологической единицы, встречаются гораздо реже - в среднем одна подобная ФЕ на 7 статей.

Разбор, классификация и детальное рассмотрение фразеологических единиц с цветочным компонентом в текстах американских СМИ дали следующие результаты:

[U+F0B7] Несмотря на то, что элементы цветообозначения встречаются в текстах англоязычных СМИ, фразеологизмы с такими компонентами редко входят в состав употребительной лексики политических статей в американской прессе.

[U+F0B7] Если же ФЕ с компонентом «цвет» используется в статье, то это преимущественно простые фразеологизмы, понятные всем носителям языка.

[U+F0B7] Встречающиеся фразеологические единицы в основном являются готовыми элементами, без авторских изменений. Этот факт обусловлен стремлением современных СМИ к стандартизации, и кроме того, позволяет читателям быстро ориентироваться в информационном тексте.

[U+F0B7] Помимо стандартизации СМИ в наше время тяготеют к экспрессии, которая помогает обнаружить авторскую позицию. Связь между признаками фразеологизма и тенденциями языка СМИ показывают, что фразеологическая единица универсальна для функционирования в прессе [2].

[U+F0B7] Использование фразеологизмов с цветочным компонентом является эффективным средством для привлечения внимания читателей к информационному материалу, публикуемому в СМИ, что очень важно в политической сфере.

[U+F0B7] Помимо всего прочего, ввиду своей воспроизводимости в речи и устойчивости фразеологизмы с компонентом «цвет» несут в себе культурную, этническую и эстетическую нагрузку.

В заключении хотелось бы отметить, что выбранный нами лексический пласт велик, и его изучение требует тщательного дальнейшего изучения.

Источники и литература

- 1) Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Флинта, 2009. – 344 с.
- 2) Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 164 с.
- 3) Пугачев, В. П. Политология. Справочник студента / В. П. Пугачев. – М.: АСТ, Слово, 1999. – 576 с.
- 4) Телицын, В. Л. Символы, знаки, эмблемы: Энциклопедия; 2-е изд. / В. Л. Телицын. – М.: Локид-Пресс, Рипол Классик, 2005. – 490с.
- 5) Телия, В. Н. Что такое фразеология / В. Н. Телия. – М.: Наука, 1996. – 87с.