

RU

## Колоративные тропы в современном англоязычном массмедийном тексте

Покровская Н. В.

**Аннотация.** Цель исследования заключается в выявлении особенностей использования колоративных тропов в современном массмедийном тексте на английском языке. Научная новизна исследования определяется тем, что впервые рассмотрена специфика функционирования тропов с цветовым компонентом в массмедийном тексте различных видов (историко-культурном, экономическом, научном, политическом и т.п.), выявлена многофункциональность колоративного тропа в нехудожественном тексте, а также выполнен анализ семантики колоратива как компонента тропеического средства, используемого в массмедийном тексте на английском языке. В результате исследования были выделены политические и экономические тексты как приоритетные в плане применения журналистами колоративных тропов; рассмотрены основные функции колоративных тропов, реализованные в массмедийном тексте разной направленности; проанализированы особенности семантической трансформации колоратива в составе тропа и сделан вывод об усилении цветовым компонентом выразительности и воздейственности тропа.

EN

## Colour Tropes in Modern English Mass Media Text

Pokrovskaia N. V.

**Abstract.** The paper aims to identify the peculiarities of using colour tropes in the modern mass media text in the English language. The scientific originality of the research lies in the fact that it considers the specificity of colour tropes functioning in the mass media text of different types (historical-cultural, economic, scientific, political, etc.), identifies the multifunctionality of colour tropes in the non-fiction text for the first time, as well as carries out an analysis of colour semantics as a component of a trope means used in the English mass media text. As a result, political and economic texts have been considered priorities in terms of colour tropes usage by journalists; the main functions of colour tropes realized in mass media texts of different focus have been viewed; the peculiarities of semantic transformation of colouratives within a trope have been analyzed and the conclusion that the colour component enhances the expressiveness and effectiveness of the trope has been made.

### Введение

К проблеме выделения и описания выразительных средств речи – тропов и фигур – ученые обращались еще в античные времена. Так, Квинтилиан в известном труде «Двенадцать книг риторических наставлений» рассматривал «фигуры мысли» и «фигуры слова» как любые языковые средства, придающие речи образность и выразительность, также они понимались как экспрессивные средства, образуемые синтагматическим путем. В античное время были сделаны и первые попытки классификации выразительных средств и разработки учения о «поэтических эффектах» (Античные теории языка и стиля, 1936).

Наибольшее развитие учение об этих средствах получает в эпоху барокко, романтизма, символизма, авангарда, которые во многом основаны на символичности и образности. Например, В. В. Бычков (2012) отмечает, что в Средние века символизация выражала себя как художественная канонизация; в эпоху Возрождения строилась на «принципе цветоформной идеализации», тяготеющей к аллегории; романтизм внес в символизацию иронию, которую далее развили русские символисты; в художественном авангарде для символизации характерно высокое напряжение цветовых и конструктивных отношений (с. 83-85).

Качественно новый этап в изучении средств выразительности наступает во второй половине XX в., и основной причиной этого стало введение прежней проблематики выразительности в контекст новых лингвистических направлений – семиотического, структурного, текстологического, дискурсивного, когнитивного и т.д.

Лингвисты выражают различные мнения касательно природы выразительных средств. Среди ученых до сих пор отсутствует единая точка зрения на природу выразительных средств. Они могут различаться по функциональному признаку усиления образительности и выразительности, по количественному составу, способам достижения риторического эффекта и т.д. Так, Н. А. Сырма (2007) под образительно-выразительными средствами понимает тропы, фигуры и схемы. *Тропами* ученый называет средства формирования ткани текста, реализуемые на уровне слова или словосочетания, *фигурами речи* – средства формирования ткани текста, реализуемые на уровне предложения или большем, чем предложение, а *схемами* – переходные приемы, которые могут относиться к обеим вышеуказанным группам.

Демонстрируя иной подход к проблеме определения стилистических средств выразительности речи, Т. Б. Маклакова (2010) под *тропом* понимает логическое образование, созданное путем осмысления и сопоставления элементов реальности, а под *фигурой* – синтагматические, формально созданные словесные организации, цель которых – достижение коммуникативного успеха. Сходная позиция наблюдается у С. В. Лопаткиной (2004), согласно которой троп предполагает преобразование значения, а фигура – преобразование структуры; при этом важно учитывать, что в обоих выразительных средствах существует ряд языковых аспектов – фонетический, морфологический, лексикологический, синтаксический, которые необходимо принимать во внимание при характеристике данных средств.

В зарубежной лингвистике также наблюдаются различные подходы к пониманию сущности тропов и фигур речи. Например, в своей классификации Д. Кастаньеды (Castaneda, 1994) называет *тропы* «корневыми метафорами», способствующими формированию и выражению мысли и присутствующими в любом тексте, а *фигуры речи* – «метафорами в широком смысле этого понятия», относящиеся главным образом к поэтической речи. Л. Турко (Turco, 1973), в отличие от Д. Кастаньеды, не различает понятия «троп» и «фигура речи» в художественном тексте, а сосредотачивается на смысловой нагрузке выразительных средств и выполняемых ими функциями в тексте. В свою классификацию он включает описательные, метафорические и риторические тропы.

Выделяя ключевые моменты в отношении тропов, отметим, что *тропы* (греч. tropos – ‘поворот, оборот’) объединяют все виды переносных наименований в речи, способствуя созданию образности и экспрессивности в языке, выражая авторскую индивидуальность. Опираясь на положения, выдвинутые Т. Б. Маклаковой и С. В. Лопаткиной, мы трактуем *троп* как разновидность логического представления, основанного на осмыслении и сопоставлении семантически связанных между собой элементов действительности. Механизм образования и воздействия тропов основан на его двуплановости или совмещении двух значений – буквального и иносказательного, ситуативного. Возникающий в результате совмещения в семантике языковой единицы эффект и позволяет создавать особый образ, повышая тем самым функциональную значимость тропа.

В данном исследовании ставится акцент на функциональном аспекте изучения тропов с учетом значительной коммуникативной направленности массмедийного текста, реализующего воздействующую функцию как одну из ведущих. К основным функциям тропических средств в дискурсе, вслед за М. П. Ковалевой (2012), мы относим:

- создание двуплановости в семантической структуре дискурса;
- выделение приоритетного денотата в семантике дискурса;
- формирование особого способа предъявления реципиенту ведущего образа в системе образов дискурса;
- выделение части денотативной основы текста с целью создания в нем фрагмента системы «возможного мира»;
- синтез денотативных и коннотативных компонентов во фрагменте системы «возможного мира» текста;
- формирование плана модальности дискурса.

В качестве предмета исследования выступают тропические средства с колоративным компонентом, используемые в современном англоязычном массмедийном тексте. В данной работе мы обозначаем такие средства, как *колоративные тропы*, под которыми понимаем образные обороты речи, содержащие в своем составе цветоименование(-я) и состоящие из слов или выражений, используемых в переносном значении на основе сопоставления двух предметов или явлений, связанных смысловыми отношениями. По нашему мнению, этот вид выразительных языковых средств может представлять несомненный научный интерес и притом не только применительно к художественным текстам. Изучение отечественной и зарубежной лингвистической литературы свидетельствует о том, что указанная проблематика еще не стала объектом всестороннего научного интереса.

В научных трудах, посвященных изучению колоративов, приоритетное внимание уделяется лексемам с семантикой цветообозначения, используемым различными авторами поэтических и прозаических произведений (Ольхова, 2019; Кузьмина, 2011; Спивакова, 2010 и др.). Что касается функционирования колоративов в нехудожественном тексте, то здесь объем исследований ощутимо меньше. Так, И. А. Жилина и М. Е. Панкратова (2020) обращаются к проблеме цветовой образности правовых терминов на материале английского языка и приходят к заключению о том, что метафоризация способствует развитию терминосистем и образованию новых терминов. Тема колоративной выразительности экономической англоязычной терминологии поднимается в работе Т. С. Росяновой (2016), которая отмечает особую трудность восприятия, понимания и перевода такой лексики в связи с ее разнообразными коннотациями.

Наиболее близки нам положения, представленные в исследовании В. А. Захаровой (2020) и посвященные выразительным средствам с колоративным компонентом в публицистическом англоязычном тексте. Автор приходит к заключению о динамичном развитии системы колоративов в современном английском языке; востребованности такого способа выразительного наименования; их важной роли в раскрытии замысла журналиста и формировании эмоционального отклика у читательской аудитории (с. 136).

Актуальность темы обусловлена вниманием в современной лингвистике к тропеической организации не только художественного, но и нехудожественного текста, рассматриваемого в данной работе, что во многом вызвано приоритетным антропоцентрическим подходом к изучению языка.

По словам И. М. Лисенковой (2017), троп представляет собой одно из средств манифестации антропоцентрической концепции его создателя, и постижение авторского мировидения через рассмотрение тропов является одной из основных задач анализа современного текста. Цветовая картина мира, выраженная в современном массмедийном тексте посредством тропов, еще более, по нашему мнению, усиливает воздействующую составляющую такого текста за счет красочной образности и передачи особого авторского восприятия окружающего мира и происходящих в нем событий.

Для выявления особенностей использования колоративных тропов в современном массмедийном тексте на английском языке в работе решаются следующие задачи: дать характеристику тропа как выразительного средства и описать основные научные подходы к его исследованию; сформулировать определение колоративного тропа и проанализировать его основные функции и области применения в массмедийном тексте; описать структурные особенности колоративного тропа.

В ходе анализа особенностей функционирования колоративных тропов в современном массмедийном тексте на английском языке использовались такие методы исследования, как теоретический метод, метод лингвистического наблюдения, описательно-сопоставительный метод, метод дефиниционного анализа.

Для анализа тропеических средств с колоративным компонентом на материале английского языка использовались публикации престижного британского периодического интернет-издания "The Guardian" (<https://www.theguardian.com/>), вышедшие с 2017 по 2021 гг. и послужившие основным материалом исследования в данной работе.

Теоретической базой исследования послужили научные труды ряда отечественных и зарубежных авторов, исследующих проблематику выразительности в языке, тропы и фигуры речи, тропы с цветовым компонентом (Т. Б. Маклаковой (2010), Н. А. Сырмы (2007), Г. Г. Хазагерова, С. В. Лопаткиной (2004), М. П. Ковалевой (2012), В. А. Захаровой (2020), И. М. Лисенковой (2017), И. А. Жилиной и М. Е. Панкратовой (2020), Т. С. Росяновой (2016), Д. Кастанеды (Castaneda, 1994), Л. Турко (Turco, 1973) и др.).

Теоретическая значимость работы заключается в дальнейшем развитии учения о выразительных языковых средствах, расширении научного представления об участии лингвоколористики в передаче автором публицистического текста собственного миропонимания; особенностях выразительных средств языка с колоративными компонентами в создании образности и, как итог, воздейственности массмедийного текста; востребованности колоративных троп в современном нехудожественном англоязычном тексте.

Практическая значимость работы состоит в возможном использовании ее материалов, результатов и выводов в процессе преподавания лингвистам, филологам, журналистам курсов современного английского языка, теории языка, лингвистики текста, стилистики, лингвистического анализа нехудожественного текста.

## Основная часть

Проведенное исследование показывает, что выделенные колоративные тропы обнаруживают свою неразделимую связь с историей и культурой своего народа. Глубина их образности познается за счет привлечения широких фоновых этнокультурных знаний. Например, в предложении:

*During the American Civil War, Union soldiers were given the nickname "yellow legs" by their confederate counterparts / Во время Гражданской войны в Америке солдаты Армии Союза получили от своих коллег-конфедератов прозвище «желтоногие»* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Н. П.) выразительность тропа *yellow legs*, образованного с помощью синекдохи, тем выше, чем глубже знания об исторических событиях в США времен Гражданской войны в 1861-1865 годах. Солдаты Союза тогда получили прозвище «желтоногие» от своих противников-конфедератов, которые так иронично называли их из-за желтого цвета брюк униформы. В знак солидарности с солдатами союзнической армии их жены, матери, сестры и т.п. стали носить на своей одежде желтые розы.

Колоративы нередко входят в состав различных имен собственных, например, в названия изданий, организаций, музыкальных групп, спектаклей, мобильных телефонов, автомобилей, документов, фильмов и т.д., упоминаемых в текстах англоязычных газет и журналов. Так, хорошо известный телефонный справочник *Yellow Pages*, выпускаемый в США, название которого основано на метонимии из-за желтого цвета бумаги издания, упоминается в следующем примере:

*Yellow Pages to stop printing from January 2019. Print publication, once vital household telephone directory, ends after 51 years as owner Yell fully digitises its business. / «Желтые страницы» прекратят печатать с января 2019 года. Печатное издание, некогда важнейший домашний телефонный справочник, выходило в течение 51 года до того момента, когда владелец Yell решил целиком оцифровать свой бизнес.*

Градуальность экспрессии широко употребительного тропа *yellow pages* явно снижена при его восприятии читателем, однако сокращенный вариант колоратива в заголовке *yell*, образованный по аналогии с сокращенными именами, принятыми в разговорном стиле, эмоционально заряжен для создания близкого и знакомого читателю образа.

Словотворчество в области цветоименований, представленное в англоязычном массмедийном тексте, поистине безгранично. Создание неожиданных, уникальных и сложных названий цветов, например:

- *millennial pink* – розовый нового тысячелетия;
- *tumblr pink* – «тамблеровый» розовый;

- *grapefruit shade of apricot salmon* – грейпфрутовый оттенок абрикосового лосося;
- *pale dogwood* – цвет бледного кизила

превращает цветоименования в подлинные тропические средства – эпитеты, метафоры и др., которые нередко используются журналистами для передачи иронического отношения к языковой колоративной изобретательности маркетологов и рекламодателей. Подтверждением иронии является и попытка объяснения в статье этих странных «цветовых новоделов», например:

*Millennial pink, or Tumblr pink as it is also known, represents a kind of ironic prettiness, or post-pretty. It's a way to be pretty while retaining your intellectual detachment. / Розовый нового тысячелетия, или «тамблеровый» розовый, как его еще называют, представляет собой своего рода ироничную красоту, или пост-красоту. Это способ быть красивой, сохраняя при этом свою интеллектуальную отстраненность.*

Синтез образности и символичности, встречающийся в колоративных тропах, еще более усиливает воздействующую функцию массмедийного текста на английском языке. В примере:

*Why blue is the costliest colour? The colour blue has long been associated with the rich and divine, from the ancient Egyptians who discovered it to the Virgin Mary / Почему синий цвет – самый дорогой? Синий цвет издавна ассоциировался с богатством и божественностью, начиная с древних египтян, которые открыли его, и заканчивая Девой Марией троп costly blue комбинируется с символикой голубого/синего цвета, означающей «богатство» и «божественность» и характерной для англоязычной культуры.*

В следующем примере из того же текста в выразительном цветоименовании участвует метонимия *blue period* по аналогии с соответствующими цветами (*shades of blue and blue-green*), доминирующими в творчестве художника Пикассо того периода, осложненная символизмом этих цветов и связанных с понятиями «нищеты», «нестабильности», «депрессии»:

*Pablo Picasso had his Blue Period after moving from Paris to Barcelona in 1901. During the next four years, the paintings he produced in shades of blue and blue-green seemed to reflect his experience of relative poverty and instability, with gloomy subjects. / У Пабло Пикассо был свой Голубой период после переезда из Парижа в Барселону в 1901 году. В течение следующих четырех лет картины, которые он создавал в синих и сине-зеленых тонах, казалось, отражали его бедную и нестабильную жизнь, наполненную мрачными сюжетами.*

Анализ массмедийных текстов на английском языке показывает, что цветной компонент в составе тропического словосочетания может усиливать значение всего тропа. Например, голубой/синий цвет в авторской метафоре *blue Monday*, используемой в заголовочном комплексе, выполняет роль средства, усиливающего и так депрессивное восприятие понедельника многими людьми как самого тяжелого дня недели:

*Blue Monday: a depressing day of pseudoscience and humiliation. A psychologist explains why the third Monday of January has for him become the most depressing day of the year. / Синий понедельник: унылый день лженауки и унижения. Психолог объясняет, почему третий понедельник января стал для него самым депрессивным днем в году.*

Отметим, что в англоязычных электронных массмедийных изданиях заголовочные комплексы получили широкое распространение. Они включают собственно заголовок, надзаголовок и подзаголовок, то есть элементы, максимально «выдвинутые» по отношению к основному массиву текста статьи и занимающие в связи с этим сильную позицию, наиболее заметную для читателя. Поскольку выразительные средства языка предназначены, среди прочих функций, для привлечения внимания читателя или слушателя, то их использование в заголовочном комплексе вполне объяснимо. Цветовой компонент, как уже отмечалось, позволяет усилить воздействие тропа, наполнив дополнительной эмоциональностью, новизной, оценочным отношением, символизмом и т.д.

Безусловно, наиболее частотны колоративные тропы в публикациях, посвященных вопросам моды и светским мероприятиям. Широко известно в английском языке выражение *red carpet* («красная дорожка», «красный ковер», «торжественная встреча»), в основе образования которого лежит метонимия, имеет длительную историю существования, начиная со времен Древней Греции. Согласно древнегреческой мифологии, по красному ковру могли шествовать только боги; позже красный ковер украшал путь к трону коронованных особ, вдохновленных античными традициями; в наши дни без красной дорожки невозможно представить себе светские рауты с богатыми и известными гостями, а также мировые кинофестивали. Таким образом, используемое в качестве тропа, а не в прямом значении, выражение *red carpet* обогатилось новыми коннотациями – божественная сила, власть, богатство, известность, киноискусство, торжественное мероприятие.

В контексте публицистического текста под пером креативного журналиста этот продуктивный троп продолжает приобретать новые смысловые нюансы. Например, через прием олицетворения (*craziest red carpet, red-carpet striptease of fuschia and black taffeta, "winning" red carpets* – самый сумасшедший красный ковер, красно-ковровый стриптиз из фуксии и черной тафты, «выигрывающие» красные дорожки), как в следующем отрывке из текста под заголовком *Beyond fabulous: how the Met Gala's craziest red carpet ever created / За гранью невероятного: как создавалась самая безумная красная дорожка в истории проведения Met Gala:*

*Lady Gaga made not one entrance, but four, dressed like a Russian doll in three ballgowns on top of each other for a red-carpet appearance of fuschia and black taffeta. What was refreshing about this Met Gala was that in contrast to the tropes of Victoria's Secret models "winning" red carpets, this was a celebration of everything fashion. / Леди Гага сделала не один выход, а целых четыре на красной ковровой дорожке из фуксии и черной тафты, одетая, как русская кукла, в три бальных платья, натянутых друг на друге. Что было новым в этом раз, так это то, что, в отличие от выходов моделей Victoria's Secret, обычно «выигрывающих» красные ковровые дорожки, это было празднование всего, что может быть модным.*

Свойственная журналистам ирония легко выявляется в устойчивых словосочетаниях с вышеуказанным тропом. Обсуждая значимые и актуальные события, журналист не только излагает суть вопроса, но и выражает

свое отношение к нему, и выразительные ресурсы языка, включая колоративные, помогают ему успешно реализовать функцию убеждения в тексте. В следующем примере:

*Passport to Paris? City rolls out red carpets to arrivals from Brexit London / Паспорт в Париж? Город расстилает красные ковровые дорожки для прибывающих из Лондона после Брексита* фразеологизм *to roll out the red carpet*, усиленный колоративной метонимией («приветствовать с большим уважением», «оказать теплый прием»), позволил автору статьи образно и иронично передать ожидаемые последствия от выхода Великобритании из ЕС.

Публикации, посвященные научным вопросам и научным открытиям, также заполняются цветовыми лексемами с эмоционально-экспрессивной функцией. Известный троп *black hole*, образованный на основе метафорического переноса, несмотря на стертую образность, вызывает у читателя сильные чувства в связи с необъятностью Вселенной, ее космическими тайнами и т.д. Черный цвет в тропе, означающий неспособность света, излучаемого звездой, вырваться за ее пределы, усиливает воздействие тропа в целом:

*Black hole picture captured for first time in space breakthrough. / Первый снимок черной дыры, ознаменовавший очередной прорыв в исследовании космоса.*

Проведенное исследование показывает, что колоративные тропеические средства в рассматриваемых газетных публикациях связаны прежде всего с политической и экономической сферами. При этом цветовой компонент выразительных средств языка позволяет дать их авторам более точную и образную характеристику.

В американском партийно-политическом пространстве синий цвет традиционно закреплен за Демократической партией, а красный – за Республиканской. Это стандартное обозначение впервые возникло во время президентских выборов в США в 1976 году и было введено Национальной телевизионной компанией США NBC. Соответствующие колоративы вошли в состав многочисленных англоязычных тропеических средств, наполнив их новым содержанием. Например, в следующем примере метафорический троп «голубая волна», подразумевающий демократов, «смывает» республиканское большинство в Конгрессе США по результатам выборов:

*The "blue wave" led to a surge in Democratic vote share across much of the country. Much was made of the blue wave entering the election, and the Democrats will have reason to be optimistic. / «Голубая волна» привела к резкому увеличению доли голосов демократов на большей части территории страны. Многие были достигнуты благодаря тому, что «голубая волна» хлынула на выборы, и у демократов теперь будут основания для оптимизма.*

В начале нового тысячелетия в мире существенно обострились проблемы окружающей среды, что повлекло за собой развитие движения зеленых, зеленой экономики, зеленых технологий и т.п. Это, в свою очередь, способствовало проникновению в английский язык, прежде всего в язык публицистики, большого количества новых выражений с лексемой *green*. Цветоминиация *green* в приведенных ниже примерах не только отражает связь с усилиями общества, направленными на защиту природы, но, входя в троп, приобретает дополнительные коннотации за счет метафорического переноса:

– *The Green New Deal recognizes that transition would require massive change. It endorses ways of ensuring that vulnerable populations... also take part in the planning process and benefit from the green economy. / Согласно «Новому зеленому курсу» переходный период потребует масштабных изменений. В соответствии с ним уязвимые группы населения... также принимают участие в процессе планирования и извлечении выгоды из зеленой экономики.*

– *From the "red-tape" slashing desires of the Brexiters to the judgment of "green professionals" – all indications are for weaker environmental protections. / От «бюрократической волокиты», сдерживающей стремления сторонников Брексита, до суждений «зеленых профессионалов» – все это указывает на слабость защиты окружающей среды.*

– *A greenbond is a tax-exempt bond issued by federally qualified organizations or by municipalities for the development of brownfield sites. / Гринбонды – это облигации, освобожденные от налогов, выпущенные федеральными организациями или муниципалитетами для освоения заброшенных участков земли.*

Новое содержание в западной культуре в последние десятилетия приобрели цвета, традиционно составляющие радугу, – шесть радужных цветов образовали флаг движения ЛГБТ, движения в поддержку прав человека, выразительно обозначенный как *Rainbow Flag*, например:

*Fans at Russia 2018 will be allowed to fly rainbow flags to highlight the rights of LGBT supporters but must not promote same-sex relationships to minors, according to the former Chelsea player Alexei Smertin. / По словам бывшего игрока «Челси» Алексея Смертина, болельщикам на ЧМ-2018 в России будет разрешено вывешивать радужные флаги, чтобы подчеркнуть права сторонников ЛГБТ, но они не должны пропагандировать однополые отношения среди несовершеннолетних.*

Эти же цвета наполнились новым символизмом: цветовая лексема *pink* в этом неологизме обозначает сексуальность, *red* – жизнь, *orange* – здоровье, *yellow* – солнечный свет, *green* – природу, *turquoise* – магию, искусство, *blue* – покой и гармонию, *purple/violet* – духовное начало. В колоративах, употребляемых в образных выражениях применительно к «радужному флагу», происходит наложение переносного значения на прямое, что приводит к новому языковому эффекту.

Обсуждение политических тем в англоязычных газетных и журнальных изданиях нередко затрагивает вопросы борьбы с расизмом, в основе которого лежит положение о неравноценности человеческих рас. На первый взгляд стертые метафоры *black people*, *white people*, *the blacks*, *the whites*, попадая в новое контекстуальное окружение, привлекают внимание за счет приобретения дополнительной выразительности и оценочности, как в следующих примерах:

*Some booksellers continued to shelve black romances separately from white romances. Accepted industry wisdom told black authors that putting black couples on their covers could hurt sales... Other authors of colour had struggled to get representation within the genre at all. / Некоторые книжоторговцы продолжали размещать романы чернокожих*

авторов отдельно от «белых романов». Опыт подсказывал чернокожим авторам, что помещение изображений с чернокожими людьми на обложках их книг может снизить продажи... Другие «цветные авторы» старались изо всех сил получить свое представительство в этом жанре.

Анализ примеров колоративных тропов из публикаций современного массмедийного текста на английском языке приводит к выводу о том, что это языковое средство может быть однокомпонентным или многокомпонентным (*scarlet-collar worker, greenbacks*), входить в состав фразеологизмов (*be in the black, be whiter than white*), состоять из прилагательного и существительного (*a red cent, a golden handshake*) или являться сложным словом, выраженным различными частями речи (*greenroom gossip, to whitewash*). В большинстве случаев цветовой компонент в составе тропа выступает в функции имени прилагательного (*pink collar, red list, green growth*), субстантивированного существительного (*to get out of the red, a bolt from the blue*), части сложного глагола (*blackball smb*), наречия (*in black and white*).

## Заключение

Выполненное исследование позволило сделать следующие выводы.

Действие тропа как выразительного языкового средства основано на совмещении прямого значения и переносного, рождающего новый денотативно-коннотативный образ, передающего особое авторское мировосприятие, воздействующего за счет своей новизны и яркости, формирующего модальность текста. Если изучение тропических средств нашло всестороннее отражение в научной отечественной и зарубежной литературе, особенно применительно к художественной литературе, то изучение колоративных выразительных средств языка на материале нехудожественного текста нуждается в дальнейшей разработке. Массмедийный текст, рассматриваемый в данной работе, выдвинулся «в центр стилистической системы литературного языка» (по определению Г. Я. Солганика), будучи пронизываемым и открытым для различных влияний, поэтому представляет собой важный исследовательский объект.

Рассматриваемый в данной работе колоративный троп включает цветовой компонент и представляет собой отдельный вид логико-чувственно-символического представления, основанного на сопоставлении двух элементов действительности, связанных между собой смысловыми отношениями. Проведенное исследование доказывает широкую востребованность колоративных тропов в современном англоязычном массмедийном тексте. Благодаря цветовому компоненту действие тропического средства еще более усиливается, а цветовая лексема обогащается новыми семантическими оттенками. В итоге возрастает функциональность и воздействие тропа, что особенно важно для массмедийного текста. Многофункциональность колоративного тропа раскрывается в его действии как эмоционально-экспрессивного, иронического, символического, образного средства. В ходе исследования была выявлена тесная связь колоративных тропов с историей и культурой народа-носителя английского языка, активная включенность цветового компонента во фразеологические обороты, особое участие тропов в заголовках и подзаголовках публикаций, именах собственных, в статьях, посвященных экономической и политической тематике. Отметим также ярко выраженный актуальный характер колоративных тропов, появление которых обусловлено постоянно возникающими новыми явлениями и процессами в жизни современного социума.

Анализ структурных особенностей колоративного тропа показывает функционирование в нем цветового компонента в качестве прилагательного, субстантивированного существительного, части сложного глагола и наречия, а сам троп состоит из одного или нескольких элементов, чаще всего включая прилагательное и существительное или выступая в виде сложного глагола, существительного, прилагательного или причастия.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в изучении роли колоративных тропов и других образительно-выразительных средств с колоративным компонентом в текстах разной стилистической направленности, в исследовании лингвокреативного потенциала текста, созданного с использованием колоративных выразительных средств.

## Источники | References

1. Античные теории языка и стиля / под ред. О. М. Фрейденберга. М. - Л.: Гос. соц.-эконом. изд-во, 1936.
2. Бычков В. В. Символизация в искусстве как эстетический принцип // *Философия и культура*. 2012. № 3.
3. Жилина И. А., Панкратова М. Е. Процесс метафоризации в англоязычной юридической терминологии // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 3.
4. Захарова В. А. Выразительное цветообозначение в англоязычных массмедийных текстах // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2020. Т. 13. Вып. 3.
5. Ковалева М. П. Интерактивная природа языкового тропа // *Армия и общество*. 2012. № 2.
6. Кузьмина А. В. Частотные колоративы в поэзии П. И. Карпова // *Вестник Волгоградского государственного университета*. Серия 2: Языкознание. 2011. № 1 (13).
7. Лисенкова И. М. Особенности тропической организации романа Э. Сафарли «Сладкая соль Босфора» // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2017. № 4.

8. Лопаткина С. В. Контекстуальное взаимодействие тропов в современном русском литературном языке: дисс. ... к. филол. н. Абакан, 2004.
9. Маклакова Т. Б. Роль тропов и фигур в целом тексте: симметро-позиционный аспект: дисс. ... к. филол. н. Иркутск, 2010.
10. Ольхова О. Н. Особенности колоративной лексики в художественных произведениях Ирины Муравьевой // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 7.
11. Росянова Т. С. Колоративная экономическая терминология в современном английском языке // Управленческое консультирование. 2016. № 3.
12. Спивакова Е. М. Особенности употребления лексемы «красный» в лирике А. Блока // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2010. № 1/1 (4).
13. Сырма Н. А. Тропы и фигуры речи и их текстообразующая функция: на материале русского и английского языков: дисс. ... к. филол. н. Ростов-на-Дону, 2007.
14. Castaneda D. A. Symbols, Signs, Metaphors, Tropes, Representation, Speech Acts, and Other Speculative Ideas. N. Y, 1994.
15. Turco L. Poetry: An Introduction Through Writing Text. Reston: Reston Publishing Company, 1973.

### Информация об авторах | Author information



**Покровская Наталья Владимировна<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Московский государственный лингвистический университет



**Pokrovskaia Natalia Vladimirovna<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Moscow State Linguistic University

<sup>1</sup> [natalka.pokrov@gmail.com](mailto:natalka.pokrov@gmail.com)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 11.10.2021; опубликовано (published): 30.11.2021.

**Ключевые слова (keywords):** тропы; колоративные тропы; массмедийный англоязычный текст; выразительность; авторское миропонимание; tropes; colour tropes; English mass media text; expressiveness; author's world comprehension.