

УДК 81'37:811. 111

ІЛЬЄНКО О. Л.*(Харківська національна академія міського господарства)***ПЕРВАШОВА О. В.***(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)*

ЛЕКСИЧНІ НОВОУТВОРЕННЯ ІЗ КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВИХ І ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

У статті розглядаються структурно-семантичні особливості лексичних новоутворень із колоративним компонентом, які зустрічаються у сучасних англомовних наукових і публіцистичних текстах. Обговорюються фактори, які обумовлюють їх появу та функціонування.

Ключові слова: колоратив, словосполучення, семантична структура, семантична деривація, науковий текст, публіцистичний текст.

Ильенко Е. Л., Пervashova О. В. Лексические новообразования с колоративным компонентом в современных англоязычных научных и публицистических текстах. В статье рассматриваются структурно-семантические особенности лексических новообразований с колоративным компонентом, встречающиеся в современных научных и публицистических текстах. Обсуждаются факторы, обуславливающие их появление и функционирование.

Ключевые слова: колоратив, словосочетание, семантическая структура, семантическая деривация, научный текст, публицистический текст.

Ilienکو O. L., Pervashova O. V. Neologisms with color terms in present-day English scientific and journalistic texts. The paper analyses structural and semantic features of neologisms with color terms that are used in present-day English scientific and journalistic texts. Factors conditioning their formation and functioning have been discussed.

Key words: color term, word-combination, semantic structure, semantic derivation, scientific text, journalistic text.

Английские словосочетания с прилагательными цвета до сих пор являются одним из приоритетных объектов лингвистических исследований [Гуменюк 2010; Деменчук 2003; Пастушенко 1998]. Однако большая часть современных работ в этой области проводится на материалах художественных произведений. Меньше внимания уделяется изучению имен прилагательных такого типа в научной и публицистической литературе. Между тем, именно здесь наблюдаются языковые явления, которые позволяют увидеть разнообразные изменения, происходящие в семантической структуре данного подкласса лексических единиц. Одним из примеров может служить прилагательное *green*, которое сравнительно недавно стало использоваться в новом лингвистическом окружении. Словосочетания типа *green acceptance*, *green driving*, *green job*, *green design*, которыми сегодня пестрят англоязычные публикации, посвященные новым технологиям в области транспорта и энергетики, а также проблемам защиты окружающей среды, могли бы показаться непонятными и семантически несовместимыми в недавнем прошлом. Так что изучение функционирования лексических образований с прилагательными цвета в современной научной и публицистической литературе является на сегодняшний день актуальным.

Цель данного исследования заключалась в изучении динамики семантического развития лексических комплексов с колоративным компонентом на материалах современных научных и публицистических текстов, а также в определении факторов, которые обуславливают их функционирование в текстах данных типов.

Объектом исследования послужили словосочетания с прилагательными цвета, которые употребляются в современных англоязычных научных и публицистических текстах.

Предметом исследования являлись семантические, структурные и функциональные характеристики лексических новообразований с колоративным компонентом.

Материалом для исследования послужили словарные статьи из лексикографических источников (словари: Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 7th edition, Oxford Univ. Press, 2011; ABBYY Lingvo 12 dictionary, ABBYY Software, Canada, 2010) и научно-технические и публицистические тексты из популярных и признанных периодических изданий, таких, как "American Scientist", "Scientific American", "Environment", "Newsweek".

Основными методами исследования являлись описательный и лексикографический методы, а также методы структурно-семантического и контекстуального анализа.

Теоретическое значение данного исследования заключается в том, что оно вносит определенный вклад в понимание законов и способов развития лексико-семантической системы английского языка.

Практическое значение исследования обусловлено возможностью использования его материалов в учебных пособиях по английскому языку и в научно-исследовательской работе студентов и аспирантов технических специальностей.

Термин «колоративы» (также «колоронимы», англ. «colour terms») подразумевает группу лексем, обозначающих цвета и их оттенки во всем комплексе их значений [Kay, Maffi 1999, p. 743].

Современная теория цветowych лексем определяет три типа универсальных категорий, куда входят первичные, композитные и производные цветowe лексемы [Фрумкина 1984, с.3].

В лингвистике существует шесть основных подходов к изучению цветообозначений: исторический, лексико-семантический, грамматический, когнитивный, функциональный и сопоставительный [Зализняк 2001, с. 13].

Аналізу английських цветowych лексем посвящено значительное количество исследований. В частности, проблемами категоризации имен прилагательных, обозначающих спектральные цвета в аспектах лингвистики цвета и лингвоцветовой картины мира, занимались В. Berlin, P. Kay, K. McDaniel, R.E. MacLaury, E.H. Rosch, B. Saunders, A. Wierzbicka, Т.А. Комова, P. M. Фрумкина, Г. М. Яворская.

Были разработаны разнообразные классификации цветоименований, проанализированы структурно-семантические и прагматические особенности колоративов в разных языках (О. П. Василевич, Т. В. Венкель, И. И. Гуменюк, Т.А. Комова, В. И. Кушнерик, Т. В. Пастушенко, R.E. MacLaury).

Изучались особенности колоративных композитов (О. П. Василевич, И. Г. Гороя, О. В. Деменчук, P. M. Фрумкина, Г. М. Яворська).

В данной работе анализируется функционирование пяти цветowych лексем *black*, *white*, *red*, *green*, и *blue* в словосочетаниях, отобранных на основе анализа, полученного путем сплошной выборки из научно-технических и публицистических периодических изданий за 2006-2012 годы, а также из современных лексикографических изданий.

Исследование показало, что в современных англоязычных научно-технических и публицистических текстах появились новые словосочетания с колоративным компонентом. Наиболее частотные из них представляют собой сочетания прилагательного цвета с именем существительным.

Например:

1) *red routes* (главные дороги в черте городов Великобритании, на которых запрещена остановка транспортных средств):

London's red routes form a network of major roads that make up 5 per cent of the roads, but carry up to 30 per cent of the city's traffic. (*Transport for London. www.tfl.gov.uk/redroutes/10185.aspx*)

2) *bluetooth* (технология беспроводной ближней коротковолновой радиосвязи, позволяющая объединять устройства разных типов для передачи речи и данных. Свое название технология получила в честь датского короля Гаральда Синий Зуб, правившего Данией и Норвегией в X веке);

3) *Blue book* (перечень технических условий, журнал спецификаций);

4) *Blue Drive* (производственная философия автомобильной компании Хендай, целью которой является стремление к производству более топливосберегающих моделей с низким количеством отработанных газов и автомобилей, работающих на возобновляемой энергии):

In the future, Blue Drive will expand to include plug-in hybrid vehicles, zero-emission electric vehicles and fuel-cell vehicles that run entirely on hydrogen. Their only emission is water.

Our Blue Drive technology gives you lower pollution and higher performance.

5) *Blue Efficiency* (технология компании Mercedes Бенц, которая позволяет максимально оптимизировать расход топлива и уровень вредных выбросов в атмосферу);

6) *Blue Motion* (технология концерна Фольксваген, которая позволяет максимально оптимизировать расход топлива и уровень вредных выбросов в атмосферу);

7) *blu-ray* (высокотехнологичный проигрыватель дисков. Получил название от названия технологии использования коротковолнового сине-фиолетового лазера для записи и чтения дисков. Буква 'e' была намеренно исключена из слова 'blue', чтобы получить возможность зарегистрировать торговую марку, так как выражение 'blue ray' является часто используемым и не может быть зарегистрировано как торговая марка);

8) *White route* (маршрут передачи информации от легализованного источника к легализованному приемнику);

9) *Black route* (маршрут передачи информации от не легализованного источника к не легализованному приемнику);

10) *black recording* (запись на носитель изображения, плотность которого прямо пропорциональна мощности принятого сигнала);

11) *black signal* (зашифрованный сигнал);

12) *green chemistry* (химические исследования и технологии переработки продуктов, которые минимизируют производство и применение вредных веществ).

Как показало исследование, наибольшее количество словоупотреблений наблюдается у прилагательного *green*. Были зафиксированы следующие сочетания с данным прилагательным: *green car, green vehicle, green policy, green business, green credentials, green crowd, green standard, green carmaker, green sensitivity, green driving, green job, green transport, green road, green power, green leader, green laggard, green consultant, green PC*.

Семантическая деривация новых значений прилагательного *green* характеризуется следующими переходами:

1. *green* ⇒ meeting environmental requirements
2. *green* ⇒ using environmentally friendly technologies
3. *green* ⇒ pollution-free
4. *green* ⇒ ecologically clean

Например:

1) *Green business means good business.* (Scientific American, Dec. – 2006. – p. 19)

2) *Panasonic, for example, has formed the Panasonic Home and Environment Co., a new US group that focuses on green technology to improve energy efficiency in homes and the health of the home dwellers, that latter concern being a fairly new wrinkle in corporate energy-saving, carbon-cutting approaches.* (Scientific American, December. – 2006. – p. 19)

3) *These cars are where muscle cars meet green cars.* (Newsweek, Dec. 25, 2006. / January 1, 2007. – p. 73)

4) *To the green crowd Toyota is a turncoat...The 48 mpg Prius remains the green standard.* (Newsweek, November 26. – 2007. – p. 56)

5) *Several major firms have formal green policies.* (Newsweek, March 12. – 2007. – p. 73)

6) *Of course, almost all companies will be more careful to comply with the law, and the smart ones will design sophisticated public-relations strategies to showcase their green creds.* (Newsweek, March 5. – 2007. – p. 38)

7) *Vastly more important, it's the hottest hybrid on the market and provides a halo for Toyota, making it appear to be the world's greenest carmaker even as it places new emphasis on huge gas-guzzling trucks.* (Newsweek, March 12. – 2007. – p. 31)

8) *Meanwhile, industry insiders say that green consultants are begging up to \$ 1,000 an hour at large firms.* (Newsweek, April 16/ 23. – 2007. – p. 56)

9) *Schwarzenegger traces his green sensitivities to his childhood in postwar Austria, where he grew up with rationed food and electricity – and had to haul bath water from a well.* (Newsweek, April 16/ 23. – 2007. – p. 83).

10) *Among its (General Electric's) targets: to expand research on green technology from \$700 million in 2005 to \$1.5 billion by 2010.* (Newsweek, March 5. – 2007. – p. 38)

11) *Toyota: The Lean, Green, Profit Machine.* (Newsweek, March 12. – 2007. – p. 66)

12) *Green driving. A quarter of the world's energy – including two thirds of the annual production of oil – is used for transportation.* (Newsweek, January 29. – 2007. – p. 43)

13) *This time Honda won't make the mistake of wrapping its hybrid in the sheet metal of its everyday cars: instead, analysts expect the new Honda will have the larva styling the Prius pioneered – which now embodies the green-car look.* (Newsweek, September 3. – 2007. – p. 46)

14) *Will tire kickers ever swoon over Honda's hybrid? Only if it sends a clear message that it's the greenest car on the planet.* (Newsweek, September 3. – 2007. – p. 47)

15) *Green leaders and green laggards* (Environment, November 29. – 2008. – p. 34)

16) *This good ranking may owe more to its habit of providing misleading environmental data than to any green policies.* (Environment, December 26. – 2008. – p. 16)

17) *This manufacturing plant is more than just green jobs.* (Environment, September 27. – 2010. – p. 47).

18) *In addition to this, the concept of green roads for better living should be encouraged by governmental policies to ensure high quality of life for all while protecting our natural system.* (Environment, September 5. – 2010. – p.27)

19) *But that's not the only thing green about the Leaf: the car is made from recycled materials, such as home appliances, old car parts and plastic bottles* (The top ten green cars coming in 2012. www.google.com.ua)

Изменения в семантической структуре прилагательного *green* привели к появлению нового значения в таких глагольных сочетаниях, как *be green, become green, go green, look green.*

Например:

1) *As public interest in the threat of climate change grows in the U. S., a large number of companies are announcing that they are going green.* (Newsweek, March 5. – 2007. – p. 38)

2) *You don't have to swear off meats totally, but consider going green more than once in a while.* (Gerald-Goa, January 31. – 2013. – p. 13)

3) *But now, many of the same banks that grew rich financing companies' strip mines, oil rigs and SUV plants are advising clients that the way to get the green is to go green.* (Newsweek, March 12. – 2007. – p. 73)

4) *Several environmental groups have launched a "How green is Toyota?" ... Is Toyota really committed to being green, or are they just green scamming?"* (Newsweek, November 26. – 2007. – p. 56)

5) *But as friends turn into foes, Toyota is discovering it isn't easy being green while going for green.* (Newsweek, November 26. – 2007. – p. 56)

Приведенные выше примеры показывают, что в семантической структуре цветowych лексем *black, white, red, green, blue* наблюдается расширение коннотативного значения в результате вторичной семантической деривации. Механизмами деривации новых значений послужили метонимический и метафорический переносы.

Факторы, обуславливающие появление данных словосочетаний в англоязычных научно-технических и публицистических текстах, носят как лингвистический, так и экстралингвистический характер.

К экстралингвистическим факторам следует, прежде всего, отнести появление новых информационных и компьютерных технологий, масштабные изменения в сфере транспорта, обострение проблем окружающей среды.

С точки зрения лингвистики, появление данных новообразований можно объяснить необходимостью номинации новых объектов, понятий и явлений. Кроме того, современные информационные технологии изменили статус средств массовой информации, что во многом обусловило их стремление к обновлению языкового инструментария.

Особое внимание СМИ обращено к языковому материалу, который характеризуется широким коннотативным спектром. В этом смысле, употребление сочетаний с цветообозначающими элементами усиливает выразительность высказывания, что позволяет активнее воздействовать на уровень сознания человека и более эффективно реализовывать поставленные прагматические цели.

Большинство приведенных выше новообразований с колоративным компонентом следует отнести к классу неологизмов, однако некоторые из них, такие как, например, *green technology, red routes, black signal, white route*, активно употребляются в научных статьях, что

свидетельствует о приобретении ими статуса терминов.

Необходимо также отметить факты семантического калькирования некоторых словосочетаний с прилагательным *green* как в российских, так и в украинских публицистических текстах.

Например:

1. *зеленые технологии* (*зелені технології*);
2. *зеленый транспорт* (*зелений транспорт*).

Выводы

Как показало исследование, цветовые лексемы *black, white, red, green* и *blue* с той или иной частотностью употребляются для характеристики объектов, понятий и явлений, которые появились в жизни общества сравнительно недавно. Большая часть таких понятий и явлений относится к сферам информационных и транспортных технологий, а также защиты окружающей среды.

В семантической структуре цветовых лексем *black, white, red, green* и *blue*, входящих в лексические комплексы, употребляемые в современных англоязычных научно-технических и публицистических текстах, наблюдается расширение коннотативного значения в результате вторичной семантической деривации путем метафорического либо метонимического переноса.

В структурном отношении, наиболее распространенные комплексы представляют собой сочетания прилагательного цвета с именем существительным.

Большинство проанализированных словосочетаний следует отнести к классу неологизмов, однако, некоторые из них стали часто употребляться в англоязычных научных текстах, что свидетельствует о приобретении ими статуса терминов.

Среди исследованных лексем наиболее высокая валентность и частотность функционирования наблюдается у прилагательного *green*.

Возможно, многие из данных словосочетаний сначала появились как жаргонизмы, употребляемые в речи профессионалов, а затем были использованы прессой. Не исключено также, что некоторые из них явились результатом творчества журналистов и копирайтеров. Во всяком случае, такие словосочетания часто употребляются в рекламных заголовках и текстах, поскольку обладают более сильным воздействием на адресата, чем обычные термины, благодаря наличию в них образности и эмоциональности.

Литература

- Василевич А.П. Оранжевый цвет. К истории цветообозначений / А.П. Василевич, С.С. Мищенко // Вопросы филологии. – 2003. – №3. – С. 34-40. Венкель Т.В. Дослідження дериваційних процесів у терміносистемі кольорів у німецькій та англійській мовах / Т.В. Венкель, В.І. Кушнерик // Наук. вісник ЧДУ. – 1998. – Вип. 41, Германська філологія. – С. 74-77. Горовая И.Г. Своеобразие семантики окказиональных сложных прилагательных со значением цвета / И.Г. Горовая // Вестник ОГУ. – 2002. – №6. – С. 86-90. Гуменюк І.І. Структурні та лексико-семантичні особливості фразеологічних одиниць із колоративами в англійській мові / І.І. Гуменюк // Автореф... дис. канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови – Чернівецький нац. у-нт ім. Ю. Федьковича. – 2010. – 17с. Деменчук О.В. Колоративна композиція в англійській мові: когнітивно-ономасіологічний аспект / О.В. Деменчук // Автореф... дис. канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови – Київський нац. лінгвістичний у-нт. – 2003. – 17 с. Зализняк А.А. Семантическая деривация в синхронии и диахронии: проект "каталога семантических переходов" / А.А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2001. – № 2. – С.13-25. Комова Т.А. Цветообозначения как объект категоризации (на материале русского и английского языков) / Т.А. Комова // Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Рязань. – 2000. – С. 76-82. Кубрякова Е.С. К проблеме ментальных репрезентаций / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.: Институт языкознания. – 2007. – № 4. – С.8-16. Пастушенко Т.В. Колірна номінація як елемент вторинної мовної картини світу (на мат. суч. англ. мови) / Т.В. Пастушенко // Автореф... дис. канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови – Київський держ. лінгвістичний у-нт. – 1998. – 17с. Фрумкина Р.М. Цвет, смысл, сходство (аспекты психолінгвістического анализа) / Р.М. Фрумкина. – М.: Наука, 1984. – 176 с. Яворська Г.М. Мовні концепти кольору (до проблеми категоризації) / Г.М. Яворська // Мовознавство. – 1998. – №2-3. – С. 42-50. Berlin B. Basic Colour Terms: their Universality and Evolution / B. Berlin, P. Kay. – Univ. of California Press, 1969. – 204 p. Kay P. The Linguistic Significance of the Meanings of Basic Color Terms / P. Kay, K. McDaniel // Language. – 1978. – № 54. – P. 610-646. Kay P. Color Appearance and the Emergence and Evolution of Basic Color Lexicons / P. Kay, K. McDaniel // American Anthropologist. – 1999. – Vol. 101. – P. 743-760. Saunders B. Revisiting basic color terms / B. Saunders // Journal of the Royal Anthropological Institute. – 2000. – № 6. – P. 81-99. MacLaury R.E. Color and cognition in Mesoamerica: Constructing categories as vantages / R.E. MacLaury. – University of Texas Press, 1996. – 644 p. Rosch E.H. Natural categories / E.H. Rosch // Cognitive Psychology. – 1973. – Vol. 4. – № 3. – P. 326-350. Wierzbicka A. The meaning of color terms: semantics, culture and cognition / A. Wierzbicka // Cognitive Linguistics. – 1999. – № 1. – P. 99-150.