

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ

С самого рождения мы воспринимаем окружающий мир в цвете. Психологи давно выявили связь между цветовой гаммой и эмоциональным состоянием людей. Различные цветовые комбинации вызывают определенные ассоциации и могут использоваться в качестве средства передачи определенных мыслей и идей. Интересным является факт, что многие ассоциации сложились под влиянием географических особенностей, исторического развития и культуры различных стран. Поэтому, несмотря на ограниченное количество «основных цветов», которые люди воспринимают относительно одинаково, в культуре и языке различных народов имеются некоторые различия между цветами и образами. Это отражается в языке, особенно в устойчивых выражениях – фразеологизмах, содержащих цветовые компоненты.

Фразеология – это раздел лингвистики, предметом изучения которого являются фразеологические единицы, их семантика и структура в их историческом развитии. Так как границы данной дисциплины плохо определены, ее часто связывают с лексикологией или включают в нее [2, с. 5].

Фразеологические единицы имеют крайне важную роль, так как они заполняют пробелы в лексике языка, состав которой ограничен и не может охватить все аспекты жизни. Часто случается, что лишь ФЕ может охарактеризовать предмет, его свойство, качество в определенном контексте. Если же существует лексический синоним, то он стилистически отличается от аналогичной ФЕ [1, с. 4].

Следует отметить, что в качестве рабочего определения фразеологической единицы в настоящем исследовании будет рассматриваться определение Н. М. Шанского, который понимал ФЕ как воспроизводимую готовую языковую единицу, состоящую из нескольких компонентов и характеризующуюся постоянством своего значения, структуры и состава [2, с. 23]. В качестве отличительных признаков понимаются следующие черты:

1. ФЕ обладают воспроизводимостью, т. е. всегда произносятся в устоявшейся форме и не могут быть созданы в момент речи.

2. Каждая ФЕ характеризуется устойчивостью своего состава и употребления, но их степень может значительно различаться. ФЕ состоят из определенных компонентов, которые располагаются в строгом порядке, следовательно, изменения осознаются говорящими как новообразования.

3. ФЕ отличаются раздельнооформленностью, то есть они обязательно должны включать в себя более одного слова.

4. ФЕ определяются семантической осложненностью (идиоматичностью). Данный признак выражает переосмысленность значения и непрозрачность семантики.

В ходе практической части работы все фразеологические единицы, с компонентом цветообозначения, найденные во французских газетных статьях, были разделены на следующие семантические группы: природа и экология (19 %), эмоция (16 %), человек (14 %), финансы и экономическое состояние (12 %), договоренность и соглашение (12 %), манера поведения (9 %), конфиденциальность и контроль (7 %), общественное мнение и восприятие (7 %), неудача и потеря (4 %).

В семантической группе «природа и экология» наиболее используемым компонентом цветообозначения является зеленый (57 %). Частое использование зеленого цвета связано с тем, что данный цвет ассоциируется с самой природой, так как именно он представлен в разнообразных пейзажах, окружающих человека. Также этот цвет олицетворяет жизнь, рост, гармонию. Доминирующей структурной моделью в данной семантической группе является субстантивно-адъективная модель, составляющая 63 % (*“un roumon vert”, “l’or noir”*).

В следующей семантической группе, обозначающей различные эмоции, наиболее частотным цветом является черный, который составляет 43 %. Черный цвет часто связывают с болью, утратой, скорбью, печалью. Вследствие этого во французском языке существует большое количество фразеологических единиц, выражающих подавленное психологическое состояние человека, которые включают себя именно этот цвет. Например, такие выражения как *“être d’une humeur noire”, “avoir des idées noires”*. Доминирующей структурной моделью в данной семантической группе является глагольно-субстантивная модель (71 %). Например, *“avoir une peur bleue”, “broyer du noir”*.

Семантическая группа «люди» представлена фразеологическими единицами, связанными с описанием внешности, телосложения, внутреннего строения человека, а также с характеристикой его индивидуальных черт характера, навыков, состояний. Из-за широты включенных фразеологических единиц выделить доминирующий цвет в данной группе невозможно, так как они равномерно распределены, и ни один из них не доминирует. Наиболее частотной моделью в данной семантической группе является субстантивно-адъективная модель (75 %). Например, *“un cordon bleu”, “une lanterne rouge”*.

Наиболее частотным цветом в группе финансы и экономическое состояние оказался золотой (40 %). Это легко объясняется ценностью и труднодоступностью металла. Таким образом монеты, украшения, предметы роскоши, созданные из этого материала, символизировали роскошь и высокий статус в обществе. Например, такое выражение, как *“à prix d’or”* означает ‘очень дорого’. А фразеологическая единица *“une*

mine d'or" подразумевает под собой золотую жилу, т. е. источник богатства. Доминирующей структурной моделью является субстантивно-адъективная модель, составляющая 60 % ("un billet vert").

Самым распространенным цветом в данной группе является белый (75 %). Часто белый цвет ассоциируется со свободой и независимостью. Вследствие этого существуют такие выражения, как "donner carte blanche" – 'предоставить полную свободу действий', "un mariage blanc" – 'фиктивный брак'. Также данный цвет противопоставляется тьме, символизируя добро, спокойствие, миролюбие. Например, фразеологическая единица "montrer une patte blanche" значит 'показать свою благонадежность, чистоту намерений'. Доминирующей структурной моделью является глагольно-субстантивная модель, составляющая 75 % ("donner le feu vert").

Фразеологические единицы, выражающие привычки, стиль общения, характерные черты поведения человека были включены в семантическую группу «манера поведения». Важно отметить, что преобладающего цвета в данной группе не было выделено из-за равной распространенности компонентов цветообозначения (25 %). Доминирующей структурной моделью в данной семантической группе является глагольно-субстантивная (75 %). Например, "franchir la ligne jaune", "faire grise mine".

Семантическая группа «конфиденциальность и контроль» включает в себя фразеологические единицы с разнообразными компонентами цветообозначения, каждый из них составляет 33 % (зеленый, красный, черный). Преобладающей структурной моделью является субстантивно-адъективная модель (66 %). Например, "un numéro vert", "une liste noire".

В семантической группе «общественное мнение и восприятие» наиболее частотным цветом оказался белый (75 %). В большинстве фразеологических единиц он указывает на исключительность, уникальность того или иного предмета ("être connu comme le loup blanc", "être cousu de fil blanc"). Все фразеологические единицы были представлены адъективной моделью с предложно-именным компонентом, которая подходит для описания или сравнения предметов.

В заключительной группе «неудача и потеря» черный и белый цвет одинаково распространены и составляют 50 %. Черный цвет ассоциируется с потерей, утратой, в то время как использование белого объясняется исторически. Субстантивно-адъективная и глагольно-субстантивная модель одинаково представлены в группе «неудача и потеря» ("une série noire", "faire chou blanc").

Проанализировав все вышеуказанные фразеологические единицы, можно сделать вывод, что выбор компонента цветообозначения часто связан с физической характеристикой объекта или сложившимися в обществе ассоциациями с тем или иным цветом. Структурная же модель зависит от функции и назначения фразеологической единицы.

Список цитированных источников

1. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб.– М. : Высш. шк. ; Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996. – 212 с.
2. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка : учеб. пособие для вузов по спец. «Русский язык и литература». – 4-е., изд., испр. и доп. – СПб. : Специальная Литература, 1996. – 192 с.