

дика, построенная на извлечении из аудиотекста лексико-грамматических единиц, требующих отдельной подготовительной обработки, их толкования на испанском языке или прямого перевода на русский язык. Только убедившись, что все лексико-грамматически единицы понятны обучаемым, можно приступать к работе над содержательным компонентом текста. Следствием такой планомерной работы с аудиотекстом является увеличение объема памяти учащихся, во-первых, и сокращение времени на предварительную обработку текста – во-вторых.

Е. М. Руда

**СЕМАНТИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ
В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ
(на материале испанской прессы)**

Цветообозначения представляют собой важный слой лексики, который широко используется во всех сферах языка и практически во всех его функциональных стилях. В настоящее время цвет приобретает все более важное значение в связи с возрастанием значимости визуального компонента в общем информационном потоке.

Цвет как семиотический знак в определенном контексте начинает восприниматься в качестве:

- иконы (из-за сходства между ним и тем, что он представляет),
- индекса (из-за реальной физической связи между ним и его объектом),
- а со временем он становится символом.

Современная система медицинской сортировки или триаж (от фр. triage, сортировка), применяемая в ситуации природных, техногенных и иных катастроф, в большинстве западных стран основывается на разделении всех пострадавших на четыре группы, каждой из которых присвоен свой цветовой код, исходя из нуждаемости в первоочередной помощи: красный (безотлагательная скорая помощь), оранжевый (скорая помощь в течение 10 минут), желтый (скорая помощь должна быть оказана в течение 60 минут), зеленый (помощь пострадавшему оказывается в течение двух часов), синий (пострадавший получает медицинскую помощь в течение 4 часов).

Цветообозначения широко используются в текстах печатной массовой информации. Основными стилеобразующими чертами газетно-публицистической речи являются яркая оценочность, умеренная стандартизованность, использование публицистических штампов, что отражается на функционировании цветочных прилагательных, наделенных большим смысловым и экспрессивным потенциалом.

Для выявления особенностей функционирования цветообозначений были избраны тематические группы публицистических текстов, в рамках которых была проанализирована цветовая лексика: тексты общественно-

политической, экономической, спортивной, а также другой тематики (культура, здоровье, общество, досуг и др.). Данный подход позволил учитывать влияние тематики и содержания текста на его функциональные и стилистические особенности. Наиболее ярко особенности употребления цветовой лексики проявляются в рубриках политика и спорт.

Стоит отметить, что в современной испанской прессе широко используется цветная политическая символика. Политические партии и общественные движения активно используют цвет для самоидентификации и в роли символа. Цветовая гамма политических цветов в испанской прессе достаточно разнообразна. Цветовые прилагательные получают в публицистике новое символично-политическое осмысление.

Цвет также маркирует принадлежность к определенной партии «Podemos», «PSOE», «PP», «Ciudadanos», «Izquierda Unió», «Unión Progreso y Democracia». Так, например, Podemos соответствует фиолетовый, а PSOE – красный. Оранжевым цветом выделяет партия центристов – «Ciudadanos».

Наиболее ярко представлена цветная символика в рубрике «Спорт», где первое место предсказуемо занимает футбол. Доминирование белого цвета объясняется крупными успехами, которых в последнее время добился мадридский клуб «Реал».

Цветовые обозначения выступают в публицистическом тексте в следующих значениях: дескриптивном, переносном, символическом. Особенность использования цветных прилагательных заключается в том, что они используются преимущественно в прямом либо в переносном метонимическом значении.

Цветовая метафора в публицистических текстах встречается реже. Чаще всего в метафорическом значении выступают названия ахроматических цветов (*negro, gris, blanco*), потенциал метафорического переосмысления наиболее высок у прилагательных *negro* и *gris*: *época gris, partido negro*.

Словосочетания с цветовым компонентом метонимического и метафорического характера образуют клишированные перифразы, которые являются примечательной особенностью публицистического стиля газеты (*cascos azules, lista negra*).

Цветовые обозначения часто используются в публицистическом тексте как стилистическое средство. Например, *rojo* и *negro*, подобно омонимам, выполняют функцию контрастного сопоставления. Языковая игра, нестандартная сочетаемость со словами разной семантики в значительной степени характеризуют функционирование прилагательных цвета в испанском публицистическом тексте.

'El Barón Rojo tenía el alma negra' – (У Красного барона была черная душа) – о главаре преступного синдиката.

'Rioja da en el blanco. El blanco está de moda. Ocho bodegas riojanas que elaboran blancos de altísima calidad'. В данном случае обыгрывается фразеологизм *'da en el blanco'* и субстантивированное прилагательное *blancos (vinos blancos)*.