

В данной работе исследуются особенности словообразования колоративов с символическим значением 3 цветов русского языка: *синий, зеленый, серый* и их немецких эквивалентах: *blau, grün, grau*.

Из разговорных и жаргонных словарей немецкого языка были отобраны 158 лексических единиц, 100 из которых являются корневыми, 42 производными и 16 колоративов образованы способом сложения основ. Русский язык насчитывает 77 слов с символическим значением данных цветов: 13 корневых, 40 производных и 3 образованных способом сложения основ. Большинство слов немецкого языка являются корневыми (63 %) или образованы суффиксальным способом (20 %). Затем следует способ сложения основ (10 %), и лишь незначительное количество немецких слов образовано при помощи сложения основ и суффиксации (7 %).

Большинство колоративов русского языка являются корневыми (43 %). Также, нам встретился новый тип словообразования – безсуффиксальный, который участвует в образовании 34 % от всех единиц русского языка. Данный способ словообразования лишен словообразовательных элементов и применяется только при образовании имен существительных от некоторых глаголов и имен прилагательных: *синий – синь, зеленый – зелень*. Суффиксальный способ встречается достаточно часто, но не является одним из ведущих (17 %) – *синька, синяк*. Приставочный способ и способ сложения основ встречаются крайне редко (2 и 4 %) и используются для образования единичных слов.

Несмотря на общее происхождение от индоевропейского языка, помимо общих тенденций словообразования, русский и немецкий языки имеют свои индивидуальные особенности. В обоих языках преобладают корневые слова, а способ сложения основ не пользуется особой популярностью. Суффиксальный способ в немецком языке можно встретить очень часто при образовании производных слов. В русском же языке он гораздо менее популярен и не является центральным. Также, в нем наличествуют способы образования слов, которые не характерны для немецкого языка: приставочный и безсуффиксальный.

## **А. Карпович**

### **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ВОЙНА» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Концепт – это единица коллективного сознания (отправляющая к высшим духовным ценностям), имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой. Вербализованные концепты, как и другие единицы языковой системы, можно систематизировать. Единицы, обладающие общими семами в своем значении, посредством лексико-семантического подхода объединяют в поля. Под лексико-семантическим полем (ЛСП) понимается семантическое объединение, организованное по принципу «центр–периферия», члены которого связаны интегральным признаком, выраженным обычно доминантой микрополя (ядерной лексемой).

Интегральной семей концепта «война» является ‘борьба, конфликт, напряженные отношения’. Проведенный нами анализ 50 статей англоязычных газет позволил идентифицировать 297 лексических единиц, составляющих ЛСП концепта «война». В ЛСП данного концепта можно выделить следующие микрополя:

- микрополе «Война – вооруженный конфликт», представленное самым большим количеством лексических единиц (ЛЕ) – 141 (*conflict, battle, hostilities, combat; be at war, take up arms; break out, flare, escalate* и т.д.);

- микрополе «Война – соперничество, борьба за преимущество» (92 ЛЕ): в экономике – 21 ЛЕ (*oil price war, capture market share*), в политике – 37 ЛЕ (*hostile factions; political fight*), в юриспруденции – 3 ЛЕ (*legal battle, win a court battle*), в спорте – 31 ЛЕ (*Champions League clash, face off, suffer defeat*);

- микрополе «Война – борьба с чем-то вредным, плохим» (41 ЛЕ): *cope with / prevent / stop / tackle / fight / combat [the pandemic], worldwide response to [the virus], war against drugs / corruption / poverty / obesity*;

- микрополе «Война – напряженные отношения, ссора» (23 ЛЕ): *argue; clash; have a combative relationship; Twitter war, online row, social media battle*.

Таким образом, такие слова, как *war, conflict, battle, fight, combat*, можно отнести к центру ЛСП, поскольку они отличаются высокой частотностью и обобщенностью по своей семантике. Важно отметить, что в контексте английского медиадискурса вышеуказанные нейтральные лексемы часто приобретают стилистическую окраску в целях донести до читателя ту или иную позицию по определенному вопросу и вызвать у него необходимую реакцию.

В целом, ЛСП концепта «война» имеет сложную структуру, что говорит о его важной позиции в языковой картине мира носителей английского языка.

**Е. Карпович**

## ИДИОМАТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Заголовки англоязычных газет могут содержать идиоматические выражения, привлекающие внимание читателей и делающие текст более колоритным. Именно за счет идиоматических выражений информационный газетный текст приобретает экспрессивный характер. Идиомы являются разновидностью фразеологизмов, значение которых редко выводится из значения компонентов. Идиомы несут в себе национальный колорит, который во многих случаях понятен только носителям языка, поэтому появление идиом в газетных заголовках всегда привлекает внимание читателя.

Как правило заголовки представляют собой максимально сжатые, лаконичные фразы, содержат общеупотребительную лексику и характеризуются наличием простых грамматических форм. В стилистических целях авторы газетных статей могут употреблять идиомы как без изменений, так и в транс-