

## КОЛОРАТИВНЫЕ КОЛЛОКАЦИИ И ИХ ФУНКЦИИ В ГАЗЕТНОМ ЗАГОЛОВКЕ

Л. В. Цвенгер

Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

Статья посвящена проблеме использования колоративных коллокаций в газетном заголовке, которая изучается в рамках комбинаторной лингвистики, исследующей синтагматические связи лексических единиц и их комбинаторный потенциал. Особое внимание уделяется специфике колоративной коллокации как комбинаторно обусловленной лексической единице. Полученные посредством функционально-семантического анализа результаты доказывают способность колоративной коллокации реализовывать, в соответствии с интенцией автора, определенные функции заголовка статьи.

**Ключевые слова:** комбинаторная лингвистика, колоративная коллокация, функционально-семантический анализ, функции заголовка газетного текста.

### Введение

Одной из актуальных проблем изучения в рамках комбинаторной лингвистики, занимающейся исследованием синтагматических отношений единиц языка и их комбинаторным потенциалом [1. С. 8], является исследование *коллокаций* как универсальных языковых единиц, характерных для любого языка и являющихся важным структурно-семантическим элементом любого высказывания. В широком смысле коллокация понимается как *совместная встречаемость двух или более лексических единиц*, или *co-occurrence of two or more lexical items* [2. Р. 6]. Некоторые исследователи акцентируют внимание на том, что даже одно появление определенного сочетания слов в исходном корпусе текстов правомерно рассматривать как коллокацию [3. Р. 26]. Анализ таких языковых единиц посвящены работы многих отечественных и зарубежных лингвистов (Kjellmer, 1987; Sinclair, 1991; Halliday, 1993; Е. Г. Борисова, 1995; М. В. Влавацкая, 2011; Е. И. Архипова, 2016; М. А. Морозов, 2017; А. В. Коршунова, 2018 и др.). В настоящее время в рамках комбинаторной лексикологии, изучающей синтагматические связи слов и их комбинаторный потенциал [4], коллокации исследуются как тип комбинаторно-обусловленных (семантически, функционально, этнокультурно и т. д.) лексических единиц [5—7]. Для нашего исследования особую значимость имеют *колоративные коллокации*, представленные в заголовках газетных текстов.

Итак, *цель данной статьи* — выявить специфику функционирования колоративных коллокаций как средства формирования заголовка газетного текста.

*Методами исследования* являются: дефиниционный, контекстуальный и функционально-семантический анализ.

### 1. Колоративные коллокации как тип комбинаторно обусловленных лексических единиц

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью описания функционирования языковых единиц в сфере массовой коммуникации, что связано прежде всего с проблемами выявления лингвистических механизмов воздействия газетного текста на адресата. Так, например, по мнению исследователей, функции, которые выполняют газетные заголовки, находятся в прямой зависимости от выбора структурирующих их языковых средств. На наш взгляд, этот процесс связан с комбинаторикой языковых единиц из потенциально возможных и обусловлен интенциями автора текста, типом социальной ситуации и особенностями адресата. В связи с этим изучение специфики колоративных коллокаций, функционирующих в заголовках СМИ, представляет несомненный интерес.

Поясним, что сочетания слов «*прилагательное “цвет” + существительное*», или *колоративные коллокации*, с позиций комбинаторной лексикологии — это тип комбинаторно обусловленных сочетаний слов, образованных в основном по адъективному типу и ограниченных семантикой цвета.

Отметим, что особое внимание исследователей к единицам с компонентом «цвет» обусловлено тем, что они являются важной составляющей

картины мира. В то время как в окружающей нас действительности цвет не является самостоятельным денотатом, а всегда привязан к какому-либо типу объектов [8]. По мнению некоторых исследователей, единицы с компонентом цвета обладают устойчивым денотативным значением; иными словами, денотат таких единиц в различных контекстах понимается одинаково [9. Р. 12—25]. Таким образом, значимость цвета определяется ассоциациями, которые он вызывает в результате накопленного носителями того или иного языкового опыта, отражающего жизнедеятельность социума и воплощенного в номинации значимых событий и явлений. Так, ценность единиц с компонентом «цвет» состоит в том, что они представляют собой экономные, емкие, удобно устроенные способы хранения и передачи информации [10. С. 7—8].

Наряду с тем, что компонент цвета является специфической характеристикой колоративных коллокаций, этим единицам свойственны также такие характерные их особенности, как комбинаторность и комплексность [11]. Однако в плане устойчивости, регулярности, повторяемости, воспроизводимости и узуальности они далеко не всегда однозначны, потому что к ним могут присоединяться и единицы, ограниченные рамками контекста.

К категории колоративных коллокаций относятся, например, такие единицы: рус. *белая ворона*, *белое пятно*, *белый билет*; *белая тайна* — исследованная ранее заснеженная территория; англ.: *white spot*, *white noise*, *white elephant* — ненужная вещь, подарок, от которого трудно избавиться, *white supremacy* — превосходство белой расы и т. д. [12]. По нашему мнению, значимую роль в определении семантики колоративных коллокаций играет определенный контекст, позволяющий актуализировать смысл анализируемых единиц.

## 2. Специфика заголовка газетного текста

Динамично развивающиеся изменения в социуме требуют от СМИ большей информативности, наглядности, оперативности, поэтому заголовок становится одним из основных компонентов, отражающих актуальное состояние языка. В потоке сообщений различного рода заголовки призваны привлечь внимание, сориентировать в тематической направленности текста и вызвать желание продолжить чтение. И. А. Сыров определяет заголовок как коммуникативную единицу в позиции перед текстом, являющуюся его названием, имеющую синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающее на содержание текста и ограничива-

ющее одно речевое высказывание от другого [13].

Выявляя роль заголовка в газетном тексте, многие исследователи указывают на номинативную, информативную, прагматическую, рекламную функции как основные (например, А. С. Попов, В. Г. Костомаров, Э. А. Лазарева, В. С. Мужев). Кроме того, исследователи называют некоторые другие функции, среди которых аппелятивная, аттрактивная, ассоциативная и др. Вместе с тем подчеркивается *полифункциональность* как важная характеристика заголовков газетных текстов, в связи с чем целесообразно говорить о доминирующей роли той или иной функции в зависимости от интенции журналиста.

По мнению Ю. В. Верещинской, в заголовке заключена дополнительная смысловая нагрузка газетного текста, направленная прежде всего на реализацию *воздействующей функции* и определяемая отбором информационного материала, выносимого в заголовок [14. С. 6].

Как показывает наше исследование, *колоративные коллокации*, широко представленные в заголовке, являются важным элементом его структуры, а именно в презентации главной идеи текста, и способствуют реализации различных функций.

## 3. Анализ функционально-семантических особенностей колоративных коллокаций в заголовках газетных текстов

Материалом исследования послужили колоративные коллокации, отобранные сплошной выборкой из заголовков газетных текстов англоязычных и русскоязычных СМИ, опубликованных в 2018 и 2019 гг.

Прежде всего обратим внимание на то, что для определения функции употребления колоративной коллокации важно установить ее семантику, чему способствует проведение семного анализа компонентов данной единицы. Такой анализ представляет собой выделение сем, на основе которых была создана колоративная коллокация, и описание значений как упорядоченной совокупности сем. При этом извлечение семы возможно посредством логического анализа и наличия собственного опыта исследователя. Семный анализ проводится также на основе выделения сем из употреблений слова в текстах [15. С. 5—6]. В нашем исследовании обращение к семному анализу способствует успешной интерпретации колоративной коллокации в заголовке газетной статьи.

В ходе исследования мы опирались на функции заголовка, выделенные разными исследователя-

ми. Кроме того, за основу последовательности иллюстрируемых ниже примеров была взята идея Э. А. Лазаревой, заключающаяся в том, что функции заголовка реализуются поэтапно [16]. Так, наше исследование призвано установить, как выбор конкретной колоративной коллокации способствует реализации определенных функций газетных заголовков.

Выступая в качестве первого элемента смысловой структуры текста, заголовок называет статью (реализуется его *номинативная функция*), и передает определенные сведения о ней (реализуется *информативная функция*), что способствует принятию решения о дальнейшем знакомстве или отказе от чтения статьи.

По нашему наблюдению, для заголовков информационного текста (это *информативные* и *описательные заголовки*) характерно употребление преимущественно нейтральной лексики. Рассмотрим примеры информативных заголовков:

1) 'The Yellow House' Is a Major Memoir About a Large Family and Its Beloved Home. — The Times, 2019.

Коллокация *yellow house*, являясь названием книги и обозначая место, где происходят важные для семьи события, способствует реализации *информационно-номинативной функции* заголовка. Коллокация *yellow house* характеризуется относительной свободой связанности значений образующих ее компонентов; иными словами, между этими элементами нет специфичной связанности, поэтому они свободно сочетаются с другими лексическими единицами. Такие сочетания слов обусловлены нормами языка, а также интенцией говорящего.

2) Собянин сообщил об открытии девяти станций *красной ветки* раньше срока. — РБК Дейли, 2019.

Данный заголовок информирует читателя о сути произошедшего события, чему способствует коллокация *красная ветка*, позволяющая установить, о каком именно направлении Московского метрополитена будет идти речь в статье. Коллокация «*красная ветка*» представляет собой устойчивое сочетание, в котором компонент «*красная*» является относительно свободным и заменимым (в случае, когда речь идет о другой линии метро), и обозначает цвет, которым выделен определенный маршрут в схеме Московского метрополитена. Компонент «*ветка*» является связанным и незаменимым в обозначении совокупности станций данного маршрута и представляет собой метафорический перенос по сходству значения.

Как показывает исследование А. В. Сурта-

евой, важную роль в восприятии текста играет *ассоциативная функция* заголовка, которая заключается в создании у читателя определенного ряда ассоциаций, вызванных заглавием [17]. Использование колоративных коллокаций в заголовке не только вызывает яркий эмоциональный образ, но и позволяет читателю установить тематику газетного текста. Обратимся к примерам:

3) What is the *Green New Deal* and how would it benefit society? — The Guardian 2019.

Данный заголовок сформулирован в виде вопроса, что свидетельствует о побуждении автора читателя самому прийти к ответу на вопрос. По мнению исследователей, именно заголовки такого типа выполняют функцию воздействия на читателя и способствуют оптимизации чтения всего текста в целом. Коллокация *Green New Deal* выполняет *номинирующую функцию*, обозначая название программы, направленной на решение таких актуальных проблем общества, как неравенство и изменением климата. Общеизвестно, что в современных газетных текстах компонент *green*, как правило, указывает на связь с проблемами окружающей среды. Таким образом, коллокация *Green New Deal* выполняет также *ассоциативную функцию*, позволяя читателю определить тематику данной статьи.

В русскоязычных газетных текстах компонент *зеленый* выполняет подобную роль. Как показывает анализ заголовков, стремление к акцентированию внимания на событиях, связанных с экологией, обуславливает создание новых колоративных коллокаций. Обратимся к следующим примерам:

4) Что происходит в РФ в области *зеленого финансирования*. — РИА Новости, 2019.

Зелеными считаются долговые бумаги, средства от размещения которых направляются на финансирование проектов с экологическим эффектом. Подобные процессы освещаются в прессе при помощи таких коллокаций, как *зеленая экономика*, *зеленые облигации*, *зеленая генерация*, *зеленое финансирование* и др. Таким образом, доминирующей функцией данных коллокаций является *ассоциативная функция*, позволяющая установить тематику предлагаемого к прочтению материала.

Безусловно, основной задачей газетного заголовка является привлечение внимания читателя, что связано с *аттрактивной функцией*, рассматриваемой некоторыми исследователями в качестве основной [18]. Эта функция актуализируется при использовании языковых средств, способствующих созданию необычного, иногда интригующе-

го образа, что побуждает читателя ознакомиться с текстом статьи для получения более детальной информации. *Аттрактивная функция* заголовка реализуется, например, при использовании колоративных коллокаций, созданных на основе нарушения лексико-семантической сочетаемости ее компонентов, например:

5) Оранжевые сугробы стали поводом для проверки завода в Петербурге. — РБК, 2019.

6) Ручей в районе Санкт-Петербурга окрасился в фиолетовый цвет. — РБК, 2019.

7) Красные, как крокодил. — Коммерсант, 2019.

*Аттрактивная функция* коллокаций *оранжевые сугробы, фиолетовый ручей, красный крокодил* проявляется в том, что в составе компонентов данных коллокаций отсутствуют общие семы, тем самым подчеркивается аномальность существования подобных денотатов, что мотивирует читателя ознакомиться с содержанием статей.

Достижению *аттрактивной функции*, на наш взгляд, способствуют также лаконичные заголовки (как особый стилистический прием), позволяющие создать эффект обманутого и усиленного ожидания [16]. В основе данного явления лежит знание читателя о сочетаемостных свойствах языковых единиц. В представленных ниже заголовках используется прием антитезы, который нарушает предсказуемость содержания текста и обманывает связанные с ним ожидания, сформированные при восприятии заголовка. В результате возникает контраст между заголовком и текстом статьи. Рассмотрим, например, заголовки, представляющие собой трансформацию названия популярной книги Э. Джеймса «50 оттенков серого»:

8) *Все оттенки белого*. — Коммерсант, 2018.

Как показывает анализ, лексема *белый* не связана со своим прямым значением «цвет», а актуализирует значение «разрешенный законом», поскольку материал статьи посвящен теме легального бизнеса в Российской Федерации.

Эффект обманутого ожидания в данном случае происходит за счет того, что название заголовка вызывает определенные ассоциации, влияющие на формирование мнения и ожидания от статьи, которое опровергается ее содержанием.

Многие исследователи указывают на большое значение *рекламной функции* заголовка, что также связано с необходимостью привлечь внимание читателя к статье и произвести на него нужный эффект. Такая функция проявляется в субъективной оценке автора, оригинальной структуре заголовка, неоднозначности содержания, что по-

зволяет преподносить информацию так, чтобы она вызывала определенные эмоциональные состояния. Рассмотрим, например, заголовок:

9) *Жить в зеленых наслаждениях*. — Коммерсант, 2019.

Данный заголовок, на наш взгляд, выполняет *аттрактивную, экспрессивную и рекламную функции*. Языковая единица *зеленые наслаждения* является окказиональной коллокацией [19], созданная автором при помощи игры слов с применением паронимов для достижения специфического эффекта, а именно для передачи эмоций человека, проживающего в описываемом в статье жилом комплексе с парком. Определению семантики данной коллокации способствует контекст заголовка. Можно констатировать, что данная коллокация создана на основе ассоциации по сходству, или метафорическом переносе значения: *жить в зеленых наслаждениях* = *жить в зеленых насаждениях*, то есть испытывать ощущение высшей степени удовольствия от проживания в месте с обилием зелени. Формирование положительного образа описываемого комплекса с помощью коллокации *зеленые наслаждения* способно оказать воздействие на сознание читателя, а возможно, и на его выбор.

Усилению выразительности всей статьи способствуют заголовки-цитаты, например:

10) «В нашей стране черный — цвет красoty». — Коммерсант, 2018.

Цитата катарского дизайнера Вадха Аль Хайри, выбранная в качестве заголовка статьи, призвана, на наш взгляд, отразить основную идею минималистичного бренда, что отражено в семантике коллокации *черный цвет*. С другой стороны, автор статьи стремится разрушить некие негативные стереотипы, связанные с восприятием одежды *черного цвета*, акцентируя внимание на том, что такой цвет в первую очередь подчеркивает красоту женщины. Таким образом, коллокация *черный цвет* призвана в данном заголовке выполнять *аттрактивную и оценочную функции*.

Особая значимость заголовка газетного текста, по нашему мнению, также заключается в формировании отношения читателя к тексту, чему способствует *экспрессивно-оценочная функция* заголовка. Как правило, наибольшее *воздействие* оказывают те газетные заголовки, которые отличаются яркостью и необычностью, что, как считают исследователи, основано на *сочетании экспрессии и стандарта* [20. С. 153] как стилистического принципа организации и заголовка,

и самой статьи. Обратимся к примерам:

11) *The Red Summer: Chicago's race riots remembered 100 years on — in pictures.* — The Guardian, 2019.

Заголовок относится к иллюстрациям, отражающим расовые беспорядки в Чикаго, которые произошли 100 лет назад, но памятны до сих пор масштабами произошедшего насилия. Подчеркнуть трагичность события, которое стало причиной гибели большого количества людей, призвана коллокация *red summer* (*кровавое лето*), которая образована на основе метафорического переноса и выполняет *экспрессивно-оценочную функцию*.

Как показало исследование, экспрессивно-оценочная функция актуализируется также за счет использования в заголовках фразеологических единиц как языковых средств, обладающих дополнительными значениями, или коннотацией. Такие языковые единицы могут использоваться в стандартных и новых актуальных значениях. Обратимся к следующим примерам:

12) *Trump says he is concerned by 'white supremacy'.* — The Guardian, 2019.

Используя коллокацию *white supremacy* (*превосходство белой расы*), компоненты которой фразеологически связаны, автор заголовка стремится акцентировать внимание читателя на отношении политического лидера страны к актуальной проблеме расового неравенства, тем самым формируя положительный имидж представителя власти. Данная коллокация способствует формированию *воздействующей и оценочной функций* заголовка.

13) *HK property prices: red hot property.* — The Guardian, 2019.

Как показывает анализ контекста, используемая в заголовке коллокация *red hot property*, представляющая собой фразеологически связанное сочетание, позволяет охарактеризовать уровень цен на недвижимость, как буквально «раскаленный до предела». Так, данная коллокация выполняет *экспрессивно-оценочную и аттрактивную функции*.

14) *Death of the blue bloods 'red book' as Debrett's moves online only.* — Daily Telegraph, 2019.

В статье идет речь о том, что ежегодный справочник дворянства Debrett's, издаваемый с 1802 г., доступен теперь только в цифровом виде, поскольку прекращается публикация печатной версии. Коллокация *blue bloods* (*голубая кровь*) призвана акцентировать внимание на том, что данный справочник содержит сведения о людях аристократического происхождения, способствуя формирова-

нию *экспрессивно-оценочной функции* заголовка. Коллокация *'red book'* в данном контексте, с одной стороны, номинирует официальный справочник или родословную книгу. С другой стороны, данная коллокация подчеркивает, что эта книга имеет переплет красного цвета, тем самым выполняет *информационно-номинативную и аттрактивную функции*.

Необходимо отметить, что коллокации, подобные *white supremacy, red hot property, blue blood*, не конструируются в процессе речи из отдельных элементов, а используются автором как целостные словесные блоки, соответствующие единому смыслу. Определению семантики таких единиц способствует постоянный контекст, а перестановки компонентов коллокации могут препятствовать правильному восприятию ее смысла.

Важно подчеркнуть, что выражению оценки описываемого в статье события способствует использование терминологической колоративной коллокации. Рассмотрим следующие примеры:

15) В блоке Порошенко назвали итоги выборов «красной карточкой» для оппозиции. — РБК Дейли, 2019.

Терминологическая коллокация *красная карточка*, как правило, имеет отношение к спортивным мероприятиям и означает «удаление игрока с поля игры». Использование данной коллокации в анализируемом заголовке подчеркивает восприятие выборов как соревнования, где есть победители и проигравшие, а также позволяет установить оценку итогов выборов одной из сторон. Можно утверждать, что коллокация *красная карточка* в данном заголовке выполняет *оценочную функцию*.

16) *Yellow alert as hot-air balloon lands in suburbia.* — Daily Telegraph, 2019.

Коллокация *yellow alert* является терминологической и означает потенциальную опасность стихии, что демонстрирует, например, следующий заголовок:

17) В Москве объявили *желтый уровень* опасности из-за тумана. — РБК Дейли, 2019.

В рассматриваемом выше заголовке коллокация *yellow alert* выполняет *эмоционально-экспрессивную функцию*, отражая степень эмоционального потрясения жителей прибытием воздушного шара.

## Результаты и выводы

Результаты проведенного анализа позволяют констатировать, что колоративные коллокации как особый тип комбинаторно обусловленных семантических единиц широко используются в заголовках газетных текстов в русскоязычных и англо-

язычных СМИ в качестве средства репрезентации разнообразных понятий и явлений значимых сфер жизнедеятельности социума. Использование данных единиц, как правило, обусловлено интенцией автора и тематикой публикации. Являясь важным компонентом заголовка, по сути, представляющего собой сжатое содержание текста, колоративная коллокация позволяет читателю сориентироваться в потоке информации, ассоциируясь с тематикой проблем, оказывает на читателя определенное воздействие, а также расширяет эмоционально-оценочные и экспрессивно-образные средства языка. Функционально-семантический анализ показал, что использование колоративных коллокаций способствует реализации следующих

функций заголовка газетного текста: *номинативно-информационная* (называние текста и передача содержания публикации), *экспрессивно-оценочная* (выражение авторской позиции), *аттрактивная и рекламная* (привлечение читательского внимания и создание нужного эффекта), *ассоциативная* (создание у читателя определенного ряда ассоциаций, вызванных заглавием).

Таким образом, колоративные коллокации являются важным функционально-семантическим и стилистическим средством, непосредственно участвующим в образовании заголовка газетного текста и способствующим успешной коммуникации адресата и адресанта.

### Список литературы

1. Архипова, Е. И. Этнокультурные коллокации в лексикографическом аспекте (на русском и англо-американском языковом материале) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е. И. Архипова. — Кемерово, 2016. — 250 с.
2. Богданова, О. Ю. Сопоставление функциональных особенностей заглавий художественных произведений и современной публицистики (на англоязычном материале) / О. Ю. Богданова // Ярославский педагогический вестник. — 2012. — № 3, т. I (Гуманитарные науки). — С. 140—143.
3. Верещинская, Ю. В. Испанский газетный заголовок: лингвопрагматический и национально-культурный аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / Ю. В. Верещинская. — М., 2013.
4. Влавацкая, М. В. Комбинаторная лингвистика: теоретико-методологические основы зарождения и развития / М. В. Влавацкая // Научный диалог. — 2012. — № 3. — С. 8—23.
5. Влавацкая, М. В. Теоретические проблемы комбинаторной лингвистики. Лексикология. Лексикография / М. В. Влавацкая. — Новосибирск : НГТУ. — 2011. — 508 с.
6. Коршунова, А. В. Окказиональные коллокации в творчестве П. Б. Шелли и их типология / А. В. Коршунова // Научный диалог. — 2017. — № 5. — С. 44—56.
7. Коршунова, А. В. Окказиональные коллокации в типологическом и функционально-семантическом аспектах: на материале произведений русских, английских и французских поэтов эпохи романтизма : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. В. Коршунова. — Кемерово, 2018. — 318 с.
8. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. — М. : Изд-во Московского университета, 1971.
9. Кульпина, В. Г. Лингвистика цвета: Термины цвета в польском и русском языках / В. Г. Кульпина. — М. : Московский Лицей, 2001. — С. 7—9.
10. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете : учеб. пособие для студентов-журналистов / Э. А. Лазарева. — Свердловск : Изд-во Уральского университета, 1989.
11. Новиков, Ф. П. Динамика культурных кодов и ее отражение в семантическом поле цветообозначения: в русском, английском и французском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ф. П. Новиков. — М., 2012.
12. Онал, И. О. Терминологические коллокации как объект изучения / И. О. Онал // Научный диалог. — 2019. — № 1. — С. 73—87.
13. Стернин, И. А. Семантический анализ слова в контексте / И. А. Стернин, М. С. Саломатина. — Воронеж : Истоки, 2011. — 150 с.
14. Суртаева, А. В. Заглавие художественного текста как элемент его информационной структуры: на материале заглавий англоязычных художественных произведений XX—XXI вв. : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / А. В. Суртаева. — СПб., 2012. — 202 с.
15. Сыров, И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации

текста / И. А. Сыров // Филол. науки. — 2002. — № 3. — С. 59—68.

16. Цвенгер, Л. В. Колоративные коллокации с компонентами «белый» и «white» в сопоставительно-типологическом рассмотрении / Л. В. Цвенгер // Сопоставительные исследования. — 2019. — Вып. 16. — С. 36—41.

17. Berlin, B. Color term evolution: recent evidence from the World Color Survey / B. Berlin, P. Kay, W. R. Merrifield // Congress 84th Annual Meeting of American Anthropological Association. — Washington, 1985. — P. 29—43.

18. Cowie, A. P. Phraseology. Theory, Analysis, and Applications / A. P. Cowie. — Oxford : Clarendon Press, 1998.

19. Seretan, V. Syntax-Based Collocation Extraction / V. Seretan // Springer, 2011.

20. Vlavatskaya, M. V. Classifying Combinatorially Conditioned Meanings of Colorative Collocations [Электронный ресурс] / M. V. Vlavatskaya, L. V. Tsvenger // Proceedings of the International Conference on “Humanities and Social Sciences: Novations, Problems, Prospects” (HSSNPP 2019). Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 2019. — URL: <https://www.atlantis-pess.com/proceedings/hssnpp-19/125913412>.

### Сведения об авторе

**Цвенгер Лариса Владимировна** — аспирантка третьего года обучения гуманитарного факультета НГТУ (научный руководитель — Влавацкая М. В., доктор филологических наук, профессор), старший преподаватель кафедры иностранных языков гуманитарного факультета Новосибирского государственного технического университета, Новосибирск, Россия. [czvenger@corp.nstu.ru](mailto:czvenger@corp.nstu.ru)

---

*Bulletin of Chelyabinsk State University.*

2020. No. 1 (435). *Philology Sciences. Iss. 119. Pp. 173—180.*

## COLORATIVE COLLOCATIONS AND THEIR FUNCTIONS IN NEWSPAPER HEADLINE

*L.V. Tsvenger*

*Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk. Russia. [czvenger@corp.nstu.ru](mailto:czvenger@corp.nstu.ru)*

The article covers the peculiarities of functioning of colorative collocations in newspaper headlines taken from Russian and English quality press. The research is conducted in the framework of combinatorial linguistics, which studies the combinatorial and syntagmatic properties of language units. Colorative collocations are defined as combinatory type of the lexical units limited by a color component. The purpose of this article is to reveal the semantics and functions of colorative collocations by means of functional-semantic analysis. To achieve this goal, the concept of “colorative collocation” was described. The importance of colorative collocations in representing the important social events is substantiated. The informative, nominative, evaluative, attractive, associative functions that colorative collocations perform in the headline set are revealed. It is proved that the choice of colorative collocation is determined by author’s intention. It is concluded that the analysis of the colorative collocation in both Russian and English languages reveals their rich potential for inclusion in the structure of newspaper article headlines.

**Keywords:** *combinatorial linguistics; colorative collocation; functional-semantic analysis, functions of newspaper headline.*

### References

1. Arkhipova E.I. *Etnokul'turnyye kollokatsii v leksikograficheskom aspekte (na russkom i anglo-amerikanskom yazykovom materiale)* [Ethno-cultural collocation in the Lexicographical aspect (on the material of the Russian and English languages). Thesis]. Kemerovo, 2016. 250 p. (In Russ.).

2. Bogdanova O.U. *Sopostavlenie funktsional'nykh osobennostey zaglavij hudozhestvennykh proizvedenij i sovremennoj publicistiki (na angloyazychnom materiale)* [Comparison of functional features of titles of works

of art and modern journalism (on the material of English language). *Yaroslavskij pedagogicheskij vestnik. Gumanitarnye nauki* [Bulletin of the Yaroslavl Pedagogical University. Humanities], 2012, no. 3, pt. I, pp. 140-143. (In Russ.).

3. Vereshchinskaya Y.U. *Ispanskij gazetnyj zagolovok: lingvopragmaticheskij i nacional'no-kul'turnyj aspekty* [Spanish newspaper headline: linguopragmatic and national-cultural aspects. Abstract of thesis]. Moscow, 2013. 22 p. (In Russ.).

4. Vlavatskaya M.V. *Kombinatornaya lingvistika: teoretiko-metodologicheskie osnovy zarozhdeniya i razvitiya* [Combinatorial Linguistics: Theoretical and Methodological Fundamentals of the Origin and Development]. *Nauchnyj dialog* [Scientific dialogue], 2012, no. 3, pp. 8-23. (In Russ.).

5. Vlavatskaya M.V. *Teoreticheskie problemy kombinatornoj lingvistiki. Leksikologiya. Leksikografiya* [Theoretical problems of Combinatorial Linguistics: Lexicology. Lexicography]. Novosibirsk, Novosibirsk State Technical University, 2011. 508 p. (In Russ.).

6. Korshunova A.V. *Okkazional'nye kollokatsii v tvorchestve P. B. SHelli i ih tipologiya* [Occasional Collocations in Poetry of P.B. Shelly and their Typology]. *Nauchnyj dialog* [Scientific dialogue], 2017, no. 5, pp. 44-56. (In Russ.).

7. Korshunova A.V. *Okkazional'nye kollokatsii v tipologicheskom i funktsional'no-semanticheskom aspektakh: na materiale proizvedeniy russkikh, angliyskikh i frantsuzskikh poetov epokhi romantizma* [Occasional Collocation in Typological and Functional-Semantic Aspects (on the material of the Russian, English and French romantic poets). Thesis]. Kemerovo, 2018. 318 p. (In Russ.).

8. Kostomarov V.G. *Russkij yazyk na gazetnoj polose* [The Russian Language in a Newspaper]. Moscow, Moscow University press, 1971. (In Russ.).

9. Kul'pina V.G. *Lingvistika cveta: Terminy cveta v pol'skom i russkom yazykah* [Linguistics of Colour: colour terms in Russian and Polish languages]. Moscow, Moscow Lyceum, 2001. Pp. 7-9. (In Russ.).

10. Lazareva E.A. *Zagolovok v gazete* [Headline in newspaper: study guide]. Sverdlovsk, Ural University Press, 1989. Pp. 69-72. (In Russ.).

11. Novikov F.P. *Dinamika kul'turnyh kodov i ee otrazhenie v semanticheskom pole cvetooboznacheniya: v russkom, angliyskom i francuzskom yazykah* [Dynamics of cultural codes and its reflection in the semantic field of color: in Russian, English and French languages. Abstract of thesis]. Moscow, 2012. 22 p. (In Russ.).

12. Onal I.O. *Terminologicheskiye kollokatsii kak ob'yekt izucheniya* [Terminological Collocation as Object under Study]. *Nauchnyj dialog* [Scientific dialogue], 2019, no. 1, pp. 73-87. (In Russ.).

13. Sternin I.A. *Semanticheskij analiz slova v kontekste* [Semantic Analysis of Words in Context]. Voronezh, Istoki, 2011. 150 p. (In Russ.).

14. Surtaeva A.V. *Zaglavie hudozhestvennogo teksta kak element ego informacionnoj struktury: na materiale zaglavij angloyazychnyh hudozhestvennyh proizvedenij XX-XXI vv.* [The title of the literary text as an element of its information structure: on the material of the titles of the English-language works of art of the XX-XXI centuries. Thesis]. 2012. 202 p. (In Russ.).

15. Syrov I.A. *Funkcional'no-semanticheskaya klassifikatsiya zaglavij i ih rol' v organizatsii teksta* [Functional-semantic classification of titles and their role in the organization of the text]. *Filol. nauki* [Philology science], 2002, no. 3, pp. 59-68. (In Russ.).

16. Tsvenger L.V. *Kolorativnyye kollokatsii s komponentami "belyy" i "white" v sopostavitel'no-tipologicheskom rassmotrenii* [Colorative collocations with component "belyy" and "white" in comparative-typological aspect]. *Sopostavitel'nyye issledovaniya* [Comparative Study], 2019, no. 16, pp. 36-41. (In Russ.).

17. Berlin B., Kay P., Merrifield W.R. *Color term evolution: recent evidence from the World Color Survey. Congress 84th Annual Meeting of American Anthropological Association.* Washington, 1985. Pp. 29-43.

18. Cowie A.P. *Phraseology. Theory, Analysis, and Applications.* Oxford, Clarendon Press, 1998.

19. Seretan V. *Syntax-Based Collocation Extraction.* Springer, 2011.

20. Vlavatskaya M.V., Tsvenger L.V. *Classifying Combinatorially Conditioned Meanings of Colorative Collocations. Proceedings of the International Conference on "Humanities and Social Sciences: Novations, Problems, Prospects". Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 2019.* Available at: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/hssnpp-19/125913412>.