

Л. В. Лаенко (Воронеж)

**ИМЕНА ЦВЕТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СФЕРАХ
НОСИТЕЛЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ**

В статье рассматриваются основания избирательности использования типов номинаций цвета и их дискурсивные функции в профессиональных сферах английской лингвокультуры.

The article analyses the fundamentals of colour nominations choice and their discursive functions in professional spheres of English linguistic culture.

Вступительные замечания. Одним из важнейших элементов человеческого знания о мире является знание о цветовой окрашенности предметов, окружающих человека, и формирующих его психику, его внутренний мир. В системе языка цветковые прилагательные представляют наиболее структурированный фрагмент лексического строя, в течение многих десятилетий привлекающий внимание исследователей различных направлений гуманитарных наук. В собственно лингвистических исследованиях цветолексики основное внимание уделяется значительности роли номинаций цвета в формировании языковой картины мира, его концептуализации и месту цветовой лексики в процессах познания. Несмотря на значительное число работ, посвященных изучению цветowych прилагательных в различных ракурсах, их изучение не потеряло своей актуальности. В настоящей работе предпринята попытка обнаружения связи семантики английских цветообозначений со сферой употребления последних в различных типах дискурса, определения профессионально-ориентированного статуса и функционально-дискурсивных характеристик лексико-семантических конститuentов выделенной группы.

Выбор ЛСГ «ИМЕНА ЦВЕТА» в качестве объекта исследования определяется их принадлежностью к лексике, выражающей истинно важные понятия для носителей языка. Тесно связанная с жизнью человека, его эстетическими идеалами и прагматическими намерениями, область лексики имен цвета является потенциально динамичной и с полным правом может расцениваться не только как памятник культуры народа и зеркало его души, но и как средство воздействия и манипули-

рования восприятием и сознанием человека в определенных сферах жизни.

Материалом исследования послужили данные толковых, этимологических, двуязычных, синонимических словарей; примеры из каталогов, журналов, архитектурных, художественных и других специализированных изданий.

Корпус выборки составил 336 лексических единиц (35 единиц в ЛСГ «*white*», 18 в ЛСГ «*black*», 22 в ЛСГ «*grey*», 30 в ЛСГ «*blue*», 38 в ЛСГ «*yellow*», 21 в ЛСГ «*orange*», 30 в ЛСГ «*brown*», 55 в ЛСГ «*green*», 18 в ЛСГ «*pink*», 55 в ЛСГ «*red*», 18 в ЛСГ «*violet*»).

1. Имена цвета как открытая система. В последние годы увеличилось в первую очередь число научно-технических отраслей, в которых использование слов-цветообозначений носит узкоспециальный, терминологический характер. К традиционным в этом смысле областям – биологии, минералогии, текстильному, лакокрасочному производству и т. п. – стали прибавляться новые: кристаллография, инженерная психология, изучение космоса, реклама, светотерапия и др. Известно, что применение жидких кристаллов основано на их свойстве принимать разную окраску в зависимости от характеристик внешней среды. Точность в описании этой окраски играет решающую роль для эффективного использования жидких кристаллов в медицине, приборостроении и т. п. Изучение космоса часто связано с разведкой земных ресурсов. Один из методов упомянутой разведки состоит в сопоставлении зрительной информации, воспринимаемой космонавтом, с так называемым атласом цветности земной поверхности. Результаты этого сопоставления в идеале должны передаваться на землю в словесной форме. Исследования воздействия цвета на различные психотропные реакции человека позволили сделать ряд практических рекомендаций, например для цветового оформления интерьеров. В области рекламы все большее распространение получает торговля товарами по почте. При этом не последнюю роль в рекламе товара играет цветное оформление изделия, даваемое часто в словесной форме.

Это одна сторона цветономинативной «медали». Другая же представляет собою такое положение дел, при котором наряду с естественным для языка синонимическим богатством наблю-

дается определенная тенденция к «синонимической избыточности» – появлению цветоименований, о смысловой близости которых большинство людей даже не подозревает, за исключением самих создателей таких номинаций и программируемых ими же потенциальных пользователей. Имеется в виду то номинативное «разноцветие», с которым мы сталкиваемся, попадая в определенные узкопрофессиональные сферы. Так, один и тот же цветовой оттенок в английском языке называется *light green* в общепотребительном английском языке; *mint green* – в языке рекламы; *serpentine* – в обиходе у портных, модельеров и, наконец, *griseo vividis* – в специальной биологической литературе.

Очевидно то, что цвет – это не только свет, которого должно быть достаточно, это еще и мнение, а значит функция многих переменных, а не одной лишь длины волны. Цветообозначение, возможно, в большей мере, чем какая-либо сфера языка, антропоцентрично и этноцентрично. Цветообозначение имеет некое специфическое измерение в языке, релевантное в аспекте коммуникативной значимости.

Какова же природа и дискурсивные функции новообразованных цветоименований, помимо онтологически языковых – семиотической, когнитивной и коммуникативной? И варьируют ли эти дискурсивные функции в зависимости от типа дискурса?

2. Методологические основы исследования. Наша первая задача состоит в том, чтобы сгруппировать анализируемые имена цвета вокруг некоторого числа «смыслов». Под «смыслами» понимаются объединения самых частотных для носителей данного языка прилагательных, обозначающих основной цвет. При первом рассмотрении стало очевидным, что необходимые нам категории соответствуют традиционно выделяемым основным цветоименованиям; здесь четко выделяется группа из 11 слов: *white, black, red, yellow, blue, green, brown, orange, pink, violet, grey*. Данные слова соответствуют общим для всех носителей английского языка представлениям о том, что такое «основные» цветоименования и что собой представляют цветочные категории как части спектра. Круг этих имен цвета очерчен весьма определенно, их можно с легкостью выделить. Даже рядовые носители английского языка имеют весьма четкое

представление о том, какие 11 слов составляют ядро множества английских цветоименований. Выделенные слова будут рассматриваться нами как центры категорий, вокруг которых объединяются другие цветоименования, которые создаются носителями языка по разным принципам, главным из которых является наличие семы цвета в качестве задающей интенционал этой единицы, и образуют компактную и легко выделимую лексическую группу. В результате объединения всех слов «по смыслу» в английском языке было получено столько категорий, сколько в нем имеется основных цветоименований.

Следующий шаг состоит в рассмотрении каждой из выделенных категорий в отдельности. Процедура рассмотрения лексико-семантических объединений включает следующие этапы.

□ *На первом этапе* строится ЛСГ прилагательных, обозначающих тот или иной цвет, включающая все цветоименования, существующие в языковой системе современного английского языка с общей идеей этого цвета. Каждая ЛСГ традиционно строится по принципу выявления ядра и периферийных зон – ближней и дальней. Ядро поля составляет наиболее частотная цветовая лексическая единица с наиболее широкой сферой семантического действия. Ближняя периферия заполняется составными цветоименованиями первого типа $A^1 + A$ (*deep white, bright pink*, и др.), которые обладают конкретизирующей цветовой семантикой благодаря первому компоненту номинации (A^1), выступающему в данном случае в качестве модификатора значения основного имени цвета (A). Данную модель следует отнести к параметрическим моделям, то есть к таким, которые способны образовывать целый ряд параметрических значений – а именно тех, которые мы можем оценить с точки зрения некоей нормы – достаточности/недостаточности цвета, высокой/низкой степени насыщенности и интенсивности цвета, градации признаков. Дальнюю периферию, наиболее многочисленную по составу заполняющих ее зону номинаций второго типа, заполняют составные прилагательные типа $A^2 + A$ (*canary yellow*), где A^2 – нецветовое прилагательное, развившее в силу определенных причин качественное (цветовое) значение, а A – цветовое прилагательное, а также номинации посредством отдельного A^2 (*Burgundy*).

□ *Второй этап исследования* – проведение этимологического анализа с целью определения ономаσιологического базиса нецветовых прилагательных (вторичных номинаций) как признаков единиц, относительных по природе, но развивших качественное (цветовое) значение в условиях позиционирования прототипического объекта-носителя цветового качества по тому или иному цветовому признаку. В результате составляется список номинаций источников снятия цветовой характеристики (реалий-прототипов) и производится стратификация всех типов цветоименований сообразно каждому из отмеченных профессиональных дискурсов. Особым компонентом в таких номинациях является их информационная сила, которая «руководит» процессами восприятия.

3. Классификация реалий-прототипов цветовой характеристики. В результате анализа лексико-семантических цветономинативных процессов в английском языке выявлены типы деривационных моделей. По стратегии данных моделей первостепенной является смыслоцветообразующая функция мотивирующей основы и дальнейший процесс абстрагирования признака от его первоначального носителя с результирующим эффектом – образованием цветоименования. На синхронном уровне именно эти цветоновообразования являются наиболее мотивированными, как обладающие способностью вызывать прямые ассоциации с определенными объектами окружающей действительности. Данные деривационные модели (цепочки) свойственны в большей или меньшей степени всем группам цветоименований, заполняющим периферийные зоны рассматриваемых полей в рамках анализируемых дискурсов. Представим их, иллюстрируя каждый тип деривационной модели теми номинациями цвета, которые прошли этот путь.

ДЕРИВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ

1) цветок → цвет	<i>Lavender blue, Cornflower blue, Calypso red, peony red, fuchsia pink, tea rose, rosy, orchid, lily white, lilac, fuchsia purple, Dandelion yellow, daffodil, primrose, heliotrope, jonquil</i>
------------------	---

	<i>yellow</i>
2) растение → цвет	<i>Arum, wheat yellow, marigold, saffron, straw yellow, Reseda green, moss green, seaweed green, Ivy green, mint green, spinach green, sage green, grass green, mallow pink, amaranth, moss gray</i>
3) дерево, кустарник → цвет	<i>Magnolia white, Mahogany, acajou, maple red, ebony black, juniper green, willow green, Cypress green, Spruce green, Jasmine yellow, mimosa yellow</i>
4) плоды → цвет	<i>Lemon yellow, maize yellow, citron, plum, black currant, lime green, olive, pastiche green, almond green, apple green, pea green, citron green, peach, mandarin, apricot, pumpkin, caroty, beetroot, tomato red, cherry red, cerise, raspberry red, pimento red, damson red, mulberry red, moron, walnut, acorn</i>
5) живые существа → цвет	<i>Dove, swan white, ermine, sable white, camel, otter brown, dolphin grey, mouse grey, flamingo, salmon, viper black, raven black, beluga black, panther black, parrot green, molly green, mallard green, manta green, canary yellow, buff, sepia</i>
6) части тела живого организма → цвет	<i>Blood red, bone white, ivory</i>
7) неживая природа (объекты / вещества) → цвет	<i>Snow white, cloud white, glacier white, sandy, sky blue, sea blue, aqua blue, smoke blue, smoky, dust grey, mist grey, magma red, sunrise orange, surf green, forest green, meadow green, traffic</i>

	<i>yellow</i>
8) камни (горные породы) → цвет	<i>Amber, amethyst, emerald, jade green, malachite, jet black, coal black, granite rose, stone grey, sapphire, turquoise, azure, aquamarine, cairngorm, chalky, pearl white, opal</i>
9) продукт питания → цвет	<i>Chocolate, caramel, cinnamon, ginger, paprika, honey, yolk yellow, mustard, sugar white, milky</i>
10) напиток → цвет	<i>Wine, coffee, cocoa brown, marschino black, tea brown</i>
11) вещество → цвет	<i>Rusty, soot black, pitch black, patina, alabaster, ceramic white, porcelain white, terra-cotta, bottle green, briar brown</i>
12) строительный материал → цвет	<i>Tile red, brick red</i>
13) химический элемент → цвет	<i>Cadmium orange, sulfur yellow, chrome</i>
14) металл → цвет	<i>Golden, brass orange, copper, steel grey, iron grey, silvery</i>
15) краситель → цвет	<i>Umber, sienna, crimson, carmine, ochre, henna</i>
16) время года → цвет	<i>Spring green, autumn orange, autumn brown</i>
17) материал (ткань) → цвет	<i>Linen white, taffeta white, beige, leather</i>
18) игра → цвет	<i>Polo green, golf green</i>
19) планета → цвет	<i>Saturn red</i>
20) звезда → цвет	<i>Sirius white</i>
21) статус / сословие / профессия → цвет одежды/ обмундирования → цвет	<i>Samurai white, royal blue, Navy blue, Airforce blue, gendarme, hunter green, khaki, Bishop's violet, Doge purple, Royal purple</i>
22) танец → цвет	<i>Flamenco black</i>
23) церемонии → цвет	<i>Funeral black</i>
24) осязательное ощущение	<i>Soft pink, hot pink</i>

ние → цвет	
25) имя исторического деятеля/известной личности → цвет	<i>Cleopatra, Windsor blue, Alice blue, Ramses blue, Victoria blue, Veronese green, Rejane green, Tudor green, Alberto green, Windsor green, Victoria violet, Erica violet, Goya red, Vandyke red</i>
26) географическая реалья → цвет красителя → цвет	<i>Congo red, Tuscan red, English vermilion, Jangon red, French red, French white, English white, Bristol grey, Dover grey, French grey, Tangier orange, berlina black, Solferino, Lincoln green, New Guinea yellow, Allmerica beige, African brown</i>
27) географическая реалья → цвет тканей /ковров → цвет	<i>Manchester red, Persian red, Turkey red, Persian pink, Baccarat red</i>
28) географическая реалья → цвет фарфора → цвет	<i>Dutch pink, Wedgwood green, Saxon blue, Chinese white</i>
29) географическая реалья → цвет вина → цвет	<i>Burgundy, Bordeaux, Madeira, chateau, champagne, Capri blue</i>
30) географическая реалья → цвет артефакта → цвет	<i>Aztec gold, Valencia gold, Castilian gold, Pompeian yellow, Granada black, Etruscan red, Adrinople red, Acropolis red</i>
31) географическая реалья → цвет выделяемой кожи → цвет	<i>Morocco red, Cordovan red, Cordova beige</i>
32) природная реалья → цвет → водная реалья → цвет	<i>Sherwood green, Pendelikon white, Sahara Amour green, Geneva green</i>
33) мифологический персонаж → цвет	<i>Poseidon green</i>
34) географическая реалья → университет → цвет одежды → цвет	<i>Cambridge blue, Oxford blue</i>
35) географическая реалья	<i>Russian green, Nevada beige</i>

→ цвет природного объекта → цвет	
36) географическая реалья → цвет предмета → цвет	<i>Havana</i>
37) географическая реалья → цвет	<i>Hampshire green, Basel green, Serbia black</i>

□ *Третий этап.* Путем наблюдения над использованием анализируемых единиц в таких профессиональных сферах представителей английской лингвокультуры, как *живопись, автомобильная промышленность, кулинария, декоративная косметика и дизайн интерьера* – как сферах наибольшей востребованности цветовых номинаций – установлены следующие особенности функционирования и степень востребованности тех или иных типов цветовых номинаций (имеются в виду именные атрибутивные фразеосочетания типа ЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ (*a yellow wall*), ЦВЕТОВОЙ МОДИФИКАТОР + ЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ (*a bright blue dress*), НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + ЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ (*a Royal red car*), НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ (*a Burgundy Ferrari*).

4. Избирательность использования типов номинаций цвета в профессиональных сферах английской лингвокультуры и их дискурсивные функции.

4.1. Автомобильная промышленность. В автомобильной промышленности большой акцент делается на производство красок для автомобилей. Интересно, что каждая фирма-производитель использует собственные названия цветообразцов. Нами был проведен анализ цветовых наименований каталогов автомобилей следующих марок: AMERICAN MOTOR CORPORATION, ACURA, ALFA ROMEO, AWD, ASTON MARTIN, FORD EUROPE, FORD AMERICA, GENERAL MOTORS, INFINITI, RENAULT, SATURN CORPORATION, TRIUMPH, SCANDIA и AUDI.

Наиболее частотными являются номинации цвета следующих типов:

1) НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (A² + A) – 56.1%.

В результате лексико-семантического деривационного процесса номинации данного типа образованы по следующим моделям:

- | | |
|--|---|
| a) растение → цвет: <i>moss grey, sage green</i> | m) игра → цвет: <i>polo green, golf green, surf green</i> |
| b) цветок → цвет: <i>peony red, mallow pink</i> | n) планета/звезда → цвет: <i>Saturn red, Sirius white</i> |
| c) дерево → цвет: <i>maple red, forest green, spruce green</i> | o) статус лица → цвет: <i>samurai white, Royal blue, Royal purple</i> |
| d) плод → цвет: <i>almond green, citron green, pimento red, cherry red</i> | p) танец → цвет: <i>flamenco black</i> |
| e) живое существо → цвет: <i>swan white, Dolphin grey, mouse grey, viper black, raven black, beluga black, panther black, mallard green, manta green, canary yellow, sable white</i> | q) географическая реалья → цвет: <i>Cypress green, Geneva green, Pendelikon white, Cordovan red, Granada Black, Acropolis red, Capri blue, Oxford blue, Cambridge blue, Congo red, Tuscan red, Jargon red, French red, French white, English white, Bristol grey, Dover grey, French grey, Tangier orange, New Guinean yellow, Sudan yellow, African brown, Hampshire green, Basel green, Serbia black, Russian green, Windsor blue. Damson red</i> |
| f) часть тела живого организма → цвет: <i>bone white</i> | у) мифологический персонаж → цвет: <i>Poseidon green, Amour green</i> |
| g) камень/горная порода → цвет <i>magma red, jet black</i> | s) цивилизационная реалья: <i>traffic yellow</i> |
| h) артефакт → цвет: <i>briar brown, bottle green</i> | |
| i) металл → цвет: <i>brass orange, steel grey, iron grey</i> | |
| j) материал → цвет: <i>taffeta white, Linen white, porcelain white</i> | |
| k) ландшафт → цвет <i>meadow green</i> | |
| l) время года → цвет: <i>spring green, autumn orange, autumn brown</i> | |
-

2) А² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ – 31.8%.

Номинации типа 2 образованы по следующим моделям:

материал → цвет: *leather, beige*
 краситель → цвет: *crimson*
 металл → цвет: *silvery, golden, copper*
 напиток → цвет: *wine, coffee, ginger*
 камень/горная порода/вещество → цвет: *opal, cairngorm, aquamarine, turquoise, azure, sapphire, emerald, amethyst, ivory, sand*
 часть тела живого организма → цвет: *buff*

живой организм → цвет: *salmon, otter, flamingo, ermine*
 плод → цвет: *mandarine, apricot, plum, walnut, paprika, cinnamon, acorn*
 дерево → цвет: *mahogany*
 продукт → цвет: *honey, mustard, caramel*
 строение → цвет: *chateau*
 цветок → цвет: *arum, saffron, rosy, daffodil, amaranth*
 географическая реалья → цвет: *Madeira, champagne, Burgundi, Bordeaux*

3) А²⁺ А² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ + НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ – 4,7%.

Номинации типа 3 прошли следующие стадии деривационного процесса:

географическая реалья → цвет артефакта → цвет: <i>Nevada beige, Cordovan beige Castilian gold, Valencia gold, Aztec gold</i>
географическая реалья → цвет красителя → цвет: <i>Almery Beige</i>
географическая реалья → цвет природного объекта → цвет
горная порода → цвет: <i>granite rose</i>

А – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА – 7,4%: *white, black, brown, grey, blue, yellow, orange, pink, red, purple, green.*

Дискурсивные функции: 1) рекламная, 2) эстетическая, 3) информационно-идентифицирующая.

4.2. Искусство (живопись). По результатам анализа текстов по искусству, налицо предпочтительность использования в данном типе дискурса номинаций цвета следующих разновидностей:

A² + A, где A² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ, а A – ИМЯ ОСНОВНОГО ЦВЕТА (28,6%): *Cadmium yellow, sulfur yellow, Cambridge blue, Oxford blue, Dandelion yellow, Jade green, swan white, Veronese green, Windsor green, emerald green, Goya red, Indian red, Vandyke red, Persian pink, pearl white, flint grey.*

A² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ (32,1%): *cerulean, sienna, ochre, umber, peach, crimson, olive, ultramarine, terracotta, indigo, amber, aquamarine, sapphire, azure, carmine, ginger, amethyst, turquoise.*

A – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (19,6 %): *violet, red, yellow, blue, black, brown, grey, orange, pink, green, white.*

A' + A, где A' – МОДИФИКАТОР, а A – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (19,6%): *pale green, bright red, dark yellow, light brown, mat white, pale blue, deep violet, bright orange, dark grey, deep pink, deep black.*

Из номинаций типа 1 наибольшей популярностью пользуются те, которые образованы по следующим моделям:

а) камень → цвет

*Blamey worked in oils, and proffered to use **emerald green** for summer landscapes [Sara Search: CN4127]. I use ultramarine, yellow ochre and **jade green** [Sara Search: CC0833]. **Pearl white** mixed with cadmium orange allows Martin to overlap and cross-hatch [Sara Search: CI0332].*

б) химический элемент → цвет

*The colours used for fresco painting were for the most part easily obtained: **sulfur yellow, cadmium orange** and red ochre [Sara Search: CM9123].*

с) имя художника → цвет на полотнах → цвет

Instead, he put a rich range of clear rain bow colours on his palette, replacing the dirty ochre colours, with the addition of Veronese green, ultramarine and lacquer colours, and following the Impressionist recipe in not mixing these colours with anything except white or closely allied colours [Sara Search: AO4818]. I now use washes of neutral tint, indigo, Vandyke brown and flint grey for the darkest colours, and when bone dry will overlay each grass in turn with a fine brush [Sara Search: CL0310].

д) географическая реалья → цвет красителя → цвет

*Supplies of bright red paint ran out in 1943 and many artists had to use an **Indian red**, this was a red oxide, that rather re-*

sembled the oxid used for trucks by many other undertakings [Sara Search: CBK1075]. **Persian pink** is a colour I often use to reach a good semi-transparent quality [Sara Search: CFL755].

е) город → университет → цвет спортивной одежды → цвет

The sea is a Cambridge blue [Sara Search: HNK1834]. *I then apply a very watery Oxford blue* [Sara Search: C89825].

В группе имен цвета типа 2 наиболее продуктивными являются следующие деривационные модели:

а) краситель → цвет

This is a mixture of yellow ochre and umber applied to previously dampened paper [Sara Search: CFL773]. *The straps had been painted in Renaissance fold mixed with crimson light to give it a warmer, redder appearance* [Sara Search: CN4473]. *Pearl white mixed with cadmium orange, ochre or sienna allows Martin to overlap and cross-hatch* [Sara Search: CLO332]. *Cobalt blue is a pure Blue, lacking the greenish undertone of previous artist's blue like azure and indigo* [Sara Search: ALV177].

б) камень → цвет

The range of the artist's palette widened to include cobalt blue, azure, amethyst, turquoise and sapphire [Sara Search: ALV177]. *I used Windsor and Newton's cadmium orange, cadmium yellow, permanent rose and umber.*

с) плод → цвет

This was enhanced by their use of brighter colours, particularly warm shades of orange, peach, olive and umber [Sara Search: EXO1369].

Дискурсивные функции: 1) информационно-идентифицирующая, 2) эстетическая.

4.3. Косметика. В пространстве дискурса декоративной косметики (материалом для исследования послужили тексты из (GLAMOUR, September 2003 – May 2004; COSMOPOLITAN, September 2003 – February 2004; AVON, May 2001, March 2002; ORIFLAME, January – December 2003)налицо предпочтительность использования номинаций цвета следующих типов:

1) А – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (13,3%): white, black, grey, blue, yellow, orange, brown, green, red, pink, violet.

2) А' + А, где А' – МОДИФИКАТОР, а А – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (6%): light blue, pale yellow, dark brown, deep red, bright green.

A² + А, где А² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ, а А – ИМЯ ОСНОВНОГО ЦВЕТА (33,7%).

Из номинаций типа А² + А наиболее востребованы те, в которых нецветовое прилагательное образовано по следующим деривационным моделям:

- | | |
|--|--|
| а) растение → цвет: <i>moss grey</i> | ф) строительный материал → цвет: <i>tile red, brick red</i> |
| б) совокупность растений → цвет: <i>forest green</i> | г) драгоценный камень → цвет: <i>jade green, emerald green, pearl white</i> |
| в) цветок → цвет: <i>Lavender blue, peony red, fuchsia pink, fuchsia purple, reseda green</i> | д) напиток → цвет: <i>tea brown, cocoa brown</i> |
| д) дерево → цвет: <i>ivy green</i> | и) реалия природы → цвет: <i>smoke blue, sunrise orange, autumn orange, sea blue</i> |
| е) плод → цвет: <i>mallow pink, lime green, apple green, tomato red, cherry red, raspberry red, mulberry red</i> | ж) птица → цвет: <i>canary yellow</i> |
| | к) части тела живого организма → цвет: <i>bone white</i> |

А² – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ (47%).

Номинации типа А² образованы по следующим моделям:

- | | |
|--|---|
| а) цветок → цвет: <i>rosy, lilac, orchid, saffron</i> | ф) камень → цвет: <i>aquamarine, amethyst, sapphire, turquoise, opal, ivory</i> |
| б) растение → цвет: <i>moron</i> | г) драгоценный металл → цвет: <i>golden, silver, bronze</i> |
| в) плод → цвет: <i>citron, caroty, peach, apricot, pumpkin, olive, walnut, acorn</i> | д) краситель → цвет: <i>terracotta, crimson, henna, ochre</i> |
| г) объект неживой природы → цвет: <i>sandy, smoky</i> | ж) географическая реалия → цвет: <i>champagne, Burgundy, Bordeaux</i> |
| д) продукт питания → цвет: <i>chocolate, caramel, honey</i> | з) ткань → цвет: <i>khaki, beige</i> |
| е) напиток → цвет: <i>milky, wine, coffee</i> | |

Дискурсивные функции представленных номинаций: 1) информационно-идентифицирующая, 2) рекламная (привлечение внимания покупателей).

4.4. Интерьер и дизайн. В текстах, обслуживающих сферу дизайна интерьера наиболее частотными являются имена цвета следующих типов:

$A^2 + A$, где A^2 – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ, а A – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (49,1%): *Lime green, ash grey, Bochara red, Cypress green, Lavender blue, China blue, Airforce blue, French nude, almond green, cherry red, brass orange, tea brown, autumn brown, dust grey, sugar white, maiz yellow, magnolia white, charcoal black, Calypso red, canary yellow, pistachios green, mouse grey, fuchsia purple, sea blue, Indian orange, Persian pink.*

A^2 – НЕЦВЕТОВОЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ (32,1%): *terracotta, milky, silver, golden, chocolate, sapphire, turquoise, aquamarine, ivory, azure, cream, orchid, caramel, bronze, wine, beige, ruby.*

A – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (11,3%): *black, green, white, blue, red, pink: Ideally 100 per cent linen, preferably in **white** with plenty of pillows (Trends 2004 – Homes and Garden: 24); I like my garden sofa painted in **pink** Helen's bedroom is a calm retreat in soft colours. Including **blue** (Там же: 23); This 'bamboo Tripool' floor lamp has a hand-painted **green** finish, measures 135 cm high, and costs \$100 (Там же: 28); Day bed with **red** frame costs \$200 (Там же: 2); Focus on modern textiles and elegant lamp of **black** (Там же: 26).*

$A' + A$, где A' – МОДИФИКАТОР, а A – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА – (7,5%): *pale blue, deep red, deep blue, dark brown: **The deep-blue walls** of the study made by Tim Old ham (Там же: 13); Can you suggest luxurious fabrics in **dark brown**. (Там же: 10); To create a calm backdrop, the walls have been painted in **pale-blue** from Paint Paper Library (Там же: 21); The floor is painted in **deep red** from Craig Rose (Там же: 27).*

Образованные в результате лексико-семантического дери-вационного процесса из номинаций типа $A^2 + A$, наибольшей популярностью пользуются те, в которых нецветовое прилагательное образовано по следующим моделям:

1) плод → цвет

*Curtains and pallet in **almond green**, 140 cm wide (Там же: 35)*

*Cushions on bed in **cherry red**, cotton, 137 cm wide (Там же: 35)*

*The bathroom is painted in **pistachios green** with lime green blind fabric by Rapt Interiors (Там же: 29)*

2) цветок → цвет

*The bedroom is decorated in **a vest lavender blue paint** by Farrow and Ball (Там же: 30)*

*Focus on modern textiles: cushions of **fuchsia purple and calypso red** (Там же: 34)*

3) географическая реалия → цвет

*Designer Richard Hewson has developed a range of paint colours for his own interiors. The range extends to 5 colours, and is available in a number of finishes. Seen here, clock wise from right are **vinyl matt emulsion paints: Persian pink, Indian orange, French nude, china blue, Bochara red** (Там же: 31)*

4) дерево → цвет

*Lighter colours like magnolia white for low traffic areas. **Cypress green** glass 'lotus' vase, by Galley (Там же: 14)*

5) вещество → цвет

*Create a sense of drama with creative paint effects in moody colours: **ash grey, dust grey cloud white and smoky** (Там же: 108)*

6) живое существо → цвет

***Canary – yellow walls** are covered with enlarged stencils from the Indian and Chinese range (Там же: 75)*

7) напиток → цвет

*Hall is a high traffic area. Go for the most hard wearing option (wool, nylon) and as dark as possible (**tea brown, coffee brown**) (Там же: 65)*

Номинации типа А² в основном образованы по следующим дериационным моделям:

1) продукт питания → цвет

*Art Deco netted ball fringe – shown here in **chocolate/cream** [ВГ23]. **Marble Callacatta** (glamorous black with **soft grey and milky** veining for a friendly look. **Wine and beige** would make a stylish combination (Там же: 41)*

2) камень → цвет

*Choose blue cushion in **azure**. Background lace throughout, chantilly, cotton, 140 cm wide, \$68. Available in **aquamarine**,*

ivory and orchid. A mix of neutral tones, with one wall in a bolder colour such as ruby (Там же: 72)

3) металл → цвет

These elegant glass door knobs from Haute Deco, come in three finishes: silver, golden, bronze. In the main bedroom the original Anaglyptic wallpaper how has a rich purple and bronze finish (Там же: 5)

4) вещество → цвет

Organic shapes and materials are key. Keel-shaped frost resistant terracotta pot (12 x 35 x 13 in) (Там же: 60)

Terracotta colour has a soothing effect on the senses (Там же: 69)

Дискурсивные функции представленных номинаций: 1) психотропная, 2) эстетическая, 3) рекламная (функция воздействия на потребителя).

4.5. Кулинария. В текстах, которые представляют дискурс кулинарии, налицо предпочтение следующим типам номинаций:

ОСНОВНЫЕ ИМЕНА ЦВЕТА (55%) – *white, black, grey, blue, purple, yellow, orange, brown, pink, red, green: Haddock: part of cod family. Buy it whole, or in cuts of fillets. It has firm fine – textured white flesh* (Home Management: 24); *Blackcurrants: These fairly Large black berries have a slightly sour flavour* (Там же: 25); *Coley: A fish which is always sold filleted, when raw, the flesh is grey, but becomes white after cooking* (Там же: 12); *Roquefort: A crumbly, salty blue cheese, made from ewe’s milk* (Там же: 40); *Figs: These are green or purple with a large number of small seeds embedded in red flesh* (Там же: 26); *Damsons are small purple plums with a good, sharp flavor* (Там же: 15); *Mangoes vary in size and color (green, yellow, or red)* (Там же: 27); *Ortanique: This orange thin – skinned fruit is a cross between a tangerine and an orange* (Там же: 25); *Kiwi fruit: (also known as Chinese goose berries) rare, egg-shaped fruit with furry brown skin and green seeded flesh* (Там же: 25); *Trout (sea or salmon): A pink – fleshed fish, salmon – like in flavour* (Там же: 14).

Имена цвета, построенные по модели А' + А, где А' – МОДИФИКАТОР, а А – ОСНОВНОЕ ИМЯ ЦВЕТА (25%) – *pale yellow, bright orange, deep green, light brown, dark red: Gruyere: A hard, pale yellow cheese with small holes and a brown rind* (Там же: 40);

*Leicester: A buttery soft cheese with a **bright orange** appearance, and fairly mild taste (Там же: 41); Loganberries are **dark red** in color and similar in shape to raspberries (Там же: 28); Water melons are largest of all, with deep green to purple skin and **bright red**, watery flesh (Там же: 29); Prawns and shrimps usually sold cooked, they are available all the year round fresh in their shells, shelled or canned. Live, they are **light-brown** in color (Там же: 14).*

НЕЦВЕТОВЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ (20%) – *silver, golden, mint, milky: Anchovy is a small, **silver** fish, often used in savouries, pizzas and salads (Там же: 17); Saffron is the most expensive spice used in cookery, saffron comes from the stigma of a crocus. It has a **golden** colour (Там же: 82); You can keep the **mint** colour of parsley if you first blanch it for a few seconds in boiling water (Там же: 76); Scallops, most often bought, opened, on the half-shell, fresh or frozen. Look for a bright orange roe surrounded by plump, **milky** flesh (Там же: 16).*

Номинации образованы по следующим деривационным моделям:

- a) название металла → цвет (*golden, silver*);
- b) название продукта питания → цвет (*milky*);
- c) название растения → цвет (*mint*).

Дискурсивные функции представленных номинаций: 1) различения продуктов и их сортов; терминологическая; номенклатурная; указания на степень готовности продукта; дифференциации продукта по признаку свежести/испорченности; указания на спелость потребляемого в пищу плода; эстетическая; рекламная (функция воздействия на потребителя).

Выводы. Собственно цветковые прилагательные наиболее частотны в текстах кулинарии (55%), в меньшей степени частотны цветковые номинации с модификатором (25 %) и нецветковые прилагательные (20%). В текстах об искусстве наиболее востребованы те номинации цвета, первый компонент которых образован от названий красителей, камней, плодов, географических реалий и имен художников. Частотность цветковых прилагательных – 19,6%. В текстах из области декоративной косметики налицо предпочтительность использования номинаций цвета посредством прилагательных, образованных от названий растений, цветов, деревьев, плодов, камней, красителей, ме-

таллов, объектов неживой природы, напитков (*milky, wine*). Частотность цветовых – лишь 13,3%. В текстах, репрезентирующих сферу дизайна интерьера, наиболее частотными являются составные номинации, первый компонент которых образован от названий плодов, цветов, деревьев, географических реалий, живых существ, напитков, продуктов питания, камней, металлов и веществ. Частотность собственно цветовых номинаций – 11,3%.

Самое большое количество новообразованных имен цвета представлено в текстах по автомобильной промышленности. Последние демонстрируют использование номинаций, первый компонент которых образован от названий цветов, растений, деревьев, плодов, объектов неживой природы, металлов, камней, напитков, веществ, химических элементов, металлов, строительных материалов, красителей, игр, танцев, церемоний, планет, звезд, живых существ, наименований статусов, известных людей, исторических деятелей, географических реалий, мифологических персонажей. Частотность цветовых номинаций – 7,4%.

Основным фактором частотности употребления цветовой номинации того или иного типа, на наш взгляд, является коммуникативно-дискурсивная специфика текстов определенной профессиональной сферы жизнедеятельности человека, с одной стороны, и фокус при их создании на прагматическое воздействие внутренней формы цветовых номинаций, с другой.

В заключении приведем несколько пространные, но близкие нам в ракурсе рассматриваемой проблематики размышления А. М. Лобка: «... у каждого предмета окружающей человека культурной среды есть некое смысловое измерение, не выводимое из самой материальной фактуры предмета, а связанное с системой каких-то культурных шифров, требующих знания каких-то мифологических кодов, без которых смысл принципиально не поддается расшифровке. Природа этих шифров состоит в том, что мир культуры есть мир сделанный, и каждый предмет этого мира несет в себе замысел своего создателя и представление о возможных культурных контекстах для этого предмета. Каждый предмет культуры помимо того, чем он является в своей эмпирической, доступной инструментам опыта действительности, является еще и тем, что он предполагает быть по своему замыслу. А это значит, что в предмете свернут

миф» (Лобок 1997: 89). В свете вышесказанного отметим, что деривационные и семантические инновации в сфере цветономинаций различных типов наслаиваются на колористические мифы, не отменяя их, а развивая и усложняя сам мир реалий, с одной стороны, и позволяя носителю языка гибко использовать новосозданные единицы в той или иной функции, с другой стороны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лобок А.М. Философский андеграунд Урала / А.М. Лобок / Отдел образования Администрации октябрьского р-на г. Екатеринбурга. – Екатеринбург, 1997. – 288 с.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

1. BBC English Dictionary. Harper Collins Publishers. – L., 1993.
2. Cambridge International Dictionary of English. – Cambridge University Press, 1995.
3. Longman Dictionary of English Language and Culture. – L., 1993.
4. The Merriam Webster New Book of Word Histories. – Massachusetts: W. Webster Inc., Publishers Springfield, 1991.
5. Мюллер В.Л. Англо-русский словарь / В.Л.Мюллер. – 23-е стереотип. изд. – М.: Русский язык, 1992.
6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова. – 4-е изд. – М., 1997.
7. Webster's New World College Dictionary. Fourth Edition. – Cleveland, Ohio: Willey Publishing, Inc., 2002.

ИСТОЧНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Glamour (September 2003 – May 2004).
2. Cosmopolitan. – Hearst Magazines. – September 2003 – February 2004.
3. Trends 2004 (Homes and Garden). – London: South Bank Publishing Co. Ltd., part of the IPS Media group of companies, King's Reach Tower, 2004.
4. Avon. – Avon Beauty Products Company, 3/2002.
5. Avon. – Avon Beauty Products Company, 5/2001.
6. Oriflame. – Oriflame Beauty Products Company, 2003.
7. Sadolin (авторемонтные эмали). – АККС, 2003.
8. Color Kompact (авторемонтные эмали). – The Nether Lands: MoTip B.V.Wolvega, 2001.
9. The Dairy Book of Home Management. – Macdonald Educational Ltd, 1980.
10. <http://thesis.bl.uk>

Получено 11.03.2006 Воронежский государственный университет

Лаенко, Людмила Владимировна – доктор филологических наук,
доцент кафедры английской филологии Воронежского государственного
университета; ludmila@rgph.vsu.ru.