

Бабина Людмила Владимировна

О НЕКОТОРЫХ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЯХ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СОЗДАНИЕ НАИМЕНОВАНИЙ ОТТЕНКОВ ЦВЕТА (НА МАТЕРИАЛЕ НАИМЕНОВАНИЙ МОДНЫХ ЦВЕТОВ ОСЕНЬ-ЗИМА 2013-2014 ГОДА)

В статье рассматриваются способы создания наименований оттенков цвета на материале наименований модных цветов осень-зима 2013-2014 года. Выявляются типы когнитивных моделей, по которым образуются цветообозначения, - метонимические, пропозициональные, метафтонимические когнитивные модели.

Определяются цветообозначения, создание которых осуществляется при помощи одной когнитивной модели, и цветообозначения, при конструировании которых задействуются несколько моделей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/5-1/6.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (35): в 2-х ч. Ч. I. С. 27-30. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 81'373

Филологические науки

В статье рассматриваются способы создания наименований оттенков цвета на материале наименований модных цветов осень-зима 2013-2014 года. Выявляются типы когнитивных моделей, по которым образуются цветообозначения, – метонимические, пропозициональные, метафтонимические когнитивные модели. Определяются цветообозначения, создание которых осуществляется при помощи одной когнитивной модели, и цветообозначения, при конструировании которых задействуются несколько моделей.

Ключевые слова и фразы: наименование оттенка цвета; метонимическая когнитивная модель; пропозициональная когнитивная модель; метафтонимическая когнитивная модель; структурные особенности наименований

Бабина Людмила Владимировна, д. филол. н., профессор
Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина
ludmila-babina@yandex.ru

**О НЕКОТОРЫХ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЯХ,
ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СОЗДАНИЕ НАИМЕНОВАНИЙ ОТТЕНКОВ ЦВЕТА
(НА МАТЕРИАЛЕ НАИМЕНОВАНИЙ МОДНЫХ ЦВЕТОВ ОСЕНЬ-ЗИМА 2013-2014 ГОДА)®**

*Исследование проведено в рамках выполнения госзадания
Министерства образования и науки РФ № 2014/285 (проект № 2013).*

Цвет играет важную роль в жизни человека, являясь одним из важнейших компонентов окружающего его мира, оказывая воздействие на его общее состояние, работоспособность, здоровье и настроение. Не удивительно, что любой язык обладает богатой цветовой номенклатурой, которая постоянно пополняется. По мнению исследователей, лексико-семантическое поле цвета представляет собой систему, состоящую из «ядра» – основных цветообозначений и «периферии» – оттеночных цветообозначений. Однозначного мнения относительно количества основных цветообозначений не существует. Так, по мнению Л. В. Печенниковой, в английском языке данная система включает восемь прилагательных, обозначающих цвета (*red* (красный), *green* (зеленый), *yellow* (желтый), *black* (черный), *blue* (голубой, синий), *grey* (серый), *white* (белый), *brown* (коричневый)). К числу основных цветообозначений, в отличие от Б. Берлина и П. Кея, исследовательница не относит прилагательные *pink* (розовый), *orange* (оранжевый), *purple* (фиолетовый) [2]. Число оттеночных цветообозначений не ограничено. Учитывая структурные особенности оттеночных цветообозначений, их можно условно разделить на две группы: цельноформленные /простые, однословные/ (*cherry* (вишневый), *camel* (желтовато-коричневый), *olive* (оливковый), *apricot* (абрикосовый)) и раздельноформленные /составные, неоднословные/ (*cherry red* (вишнево-красный), *pale green* (бледно-зеленый), *dark red* (темно-красный)). Именно за счет них номенклатура цвета постоянно пополняется, о чем, в частности, свидетельствуют появляющиеся в каждом новом сезоне названия модных оттенков цвета.

Приведем наименования модных цветов осень-зима 2013-2014 гг., предлагаемых корпорацией *Pantone* (см. рис. 1) [9]. Очевидно, что наряду с уже хорошо известными обозначениями, например, *emerald* (изумрудный, изумрудно-зеленый), используется целый ряд мало известных наименований, созданных относительно недавно, например, *koi* (оранжевый *koi*, оранжевый оттенок), о чем свидетельствует тот факт, при описании этих цветов дается разъяснение того, что определило использование тех или иных языковых средств для обозначения данных цветов.



Рис. 1. Наименования модных цветов осень-зима 2013-2014 гг., предлагаемых корпорацией *Pantone*

Со структурной точки зрения, среди рассматриваемых цветообозначений можно выявить однословные наименования (*emerald, acai, samba, koi, vivacious, turbulence, carafe*) и составные наименования (*Mykonos blue, linden green, deep lichen green*). Однако нас приведенные наименования оттенков цвета интересуют с точки зрения когнитивного подхода, согласно которому язык обеспечивает наиболее очевидный и естественный доступ к когнитивным процессам, поскольку знания о структурах сознания получены именно благодаря языку, который позволяет сообщить об этих структурах и описать их на любом естественном языке [1].

Цель данной статьи – рассмотреть структуры знания – когнитивные модели, которые могут быть использованы при создании наименований оттенков цвета. В когнитивной лингвистике необходимость выявления таких моделей связана с тем, что все наши знания организуются с помощью определенных структур.

Одной из моделей, определяющих формирование семантики рассматриваемых обозначений оттенков цвета, является метонимическая когнитивная модель. Метонимия по-разному определяется в лингвистике: как перенос названия по смежности понятий; как замена одного названия предмета другим названием по отношениям, которые существуют между этими двумя понятиями. Второе определение настолько широко, что позволяет под метонимию подвести самые разнообразные случаи замены одного понятия другим. Так, например, метонимией является замена причины следствием, целого частью или конкретного абстрактным. Метонимия как концептуальное явление впервые привлекла внимание когнитивных лингвистов в 1980 г., о чем свидетельствует книга Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» [10]. В ней, в первую очередь, обращается внимание на то, что метонимия выходит за рамки языкового явления и функционирует в нашей концептуальной системе в виде устойчивых, регулярных метонимических концептов, систематизированных в нашем сознании и отраженных в культуре посредством языка. Суть когнитивной метонимии заключается в том, что какая-либо область концептуального содержания может служить средством репрезентации всего концепта. В рамках концептуальной структуры один из входящих в нее концептов может репрезентировать другой связанный с ним концепт или всю структуру в целом.

Для обозначения цвета метонимически могут использоваться названия окружающих нас предметов, растений, явлений живой и неживой природы, которые обладают определенным цветом и воспринимаются как ЦЕЛОЕ (WHOLE), как носители определенного цвета, а цвет воспринимается как ЧАСТЬ (PART). Данная модель активно используется при создании наименований оттенков цвета, о чем свидетельствуют рассматриваемые наименования.

Исследование показало, что их семантику определяет метонимическая когнитивная модель WHOLE-PART, которая может иметь следующие разновидности:

1) WHOLE (объект флоры)-PART (цвет): *acai, linden green, deep lichen green*:

acai (фиолетовый Асаи, темно-фиолетовый). Наименование данный цвет получил по названию плода пальмы Асаизейро, темно-пурпурной, круглой, маленькой ягоды, которая является отличным природным антиоксидантом;

linden green (липовый зеленый, желто-зеленый). Как известно, листья липы «весной нежно-зеленые с ярко-красными, парными прилистниками, летом – темно-зеленые, снизу сизоватые, осенью – бледно-желтые, желтые, желто-охрянные и переходных тонов. Бледно-кремовые или желтоватые цветки с сильным ароматом...» [5]. Именно данную информацию учитывали создатели наименования, по мнению которых, это самый легкий тон оттенков зеленого;

deep lichen green (зеленый мох, болотный цвет). Наименование оттенка цвета представляет собой сочетание, в состав которого входит название растения мох, позволяющее уточнить оттенок зеленого цвета. При описании цвета приводится следующая его характеристика: «очень близкий к темно-оливковому и светлому камуфляжу, глубокий цвет зеленого мха имеет отношение к хаки...» [9];

2) WHOLE (объект фауны)-PART (цвет): *koi*:

koi (оранжевый Кои, оранжевый оттенок). Свое название цвет получил благодаря одной из самых красивых разновидностей декоративных рыб – японских карпов под названием Кои, обладающих очень ярким и привлекательным окрасом (золотые, оранжевые, белые). Название рыбок переводится с японского языка как «парчовый карп», что характеризует модный оранжевый оттенок, который словно покрыт сверху легким сверкающим налетом [7];

3) WHOLE (артефакт)-PART (цвет): *carafe*:

carafe (кофейный коричневый, янтарно-кофейный оттенок). При трактовке данного цвета отмечается, что толковать название подобного оттенка можно двояко. Если брать за основу английский вариант, то, вероятнее всего, имеется в виду глиняная или керамическая емкость, предназначенная для приготовления кофе, поскольку дословно *carafe* переводится как графин. Если принимать во внимание французскую направленность прошлогоднего популярного оттенка *french roast* (французский кофейный, глубокий коричневый оттенок), то цвет *carafe* означает либо выдержанное вино, налитое в красивый графин, либо же изысканный драгоценный камень [Там же];

4) WHOLE (драгоценный камень, минерал, металл)-PART (цвет): *emerald*.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что среди анализируемых наименований метонимически для обозначения цвета активно используются наименования растений. Значения многих простых семантически производных слов, как правило, зафиксированы в словарях, что позволяет говорить о том, что при интерпретации данных слов используется репродуктивная стратегия, то есть актуализируется стоящее за ними концептуальное содержание. Как, например, может происходить при интерпретации

цветообозначения *emerald*. Если цветообозначение недостаточно хорошо известно, возможно обращение к метонимической когнитивной модели.

При создании цветообозначений, представляющих собой сочетание существительного и прилагательного (N A), типа *linden green*, следует учитывать как метонимическую когнитивную модель *WHOLE-PART* (цвет), так и пропозициональную модель *QUALITY (COLOUR) LIKE / AS OBJECT* (КАЧЕСТВО (ЦВЕТ), ПОДОБНОЕ ОБЪЕКТУ). Пропозициональная модель выводится с учетом того, что исходное сочетание может быть подвергнуто прямому преобразованию в словосочетание иного типа: *linden green – green as a linden* (зеленый как липа). Такого рода преобразование позволяет восстановить связь между двумя компонентами словосочетания. Кроме того, при восстановлении пропозициональной модели учитывается семантика сложных слов, образованных по модели *N + A*. Словообразовательное значение данных слов, с которым соотносится вышеупомянутая пропозициональная когнитивная модель, выявляется на основе дефиниций сложных слов. Например: *ruby-red* (рубиново-красный) – *of a colour at the end of the colour spectrum (next to orange)*; *resembling the colour of blood or cherries or tomatoes or rubies* (цвет, подобный цвету крови, вишни, помидоров, рубинов); *lime-green* (яркий светло-зеленый) – *having a bright, light-green colour, like that of a lime* (цвет, подобный цвету лайма); *sulphur-yellow* (зеленовато-желтый) – *of something having the yellow colour of sulfur* (цвет, подобный цвету серы) [8]. С учетом дефиниций сложных прилагательных словообразовательное значение можно определить следующим образом: *have colour (red, green, yellow) like / as colour of something (ruby, sulphur, lime)* (иметь цвет (красный, зеленый, желтый), подобный цвету чего-либо (рубина, серы, лайма)).

Интерес представляет наименование оттенка цвета *Mykonos blue* – сочетание *NA*, составной частью которого является топоним. Пропозициональная модель, определяющая семантику цветообозначений, подобных рассматриваемому, выявляется на основе их дефиниций и словообразовательного значения. Рассмотрим дефиниции цветообозначений, составной частью которых являются топонимы:

lincoln green (желтовато-зеленый или коричневатозеленый) – *a yellowish-green or brownish-green colour; so named after a green fabric formerly made at Lincoln, England* / называется по цвету ткани, произведенной в Линкольне [6];

persian pink (персидский розовый, светло-розовый) – *since the color rose is so well loved in Persia (Iran), some shades of rose are named after Persia, such as the light tone of rose at right that is called Persian pink. This colour is very popular in women's fashion. The first recorded use of Persian pink as a color name in English was in 1923* / название дается по названию страны – Персии (Иран), в которой этот цвет пользуется популярностью [4].

С учетом приведенных дефиниций словообразовательное значение наименований оттенков цвета можно определить как: *colour associated with place* (цвет, ассоциируемый с местом). Пропозициональная модель, соотносимая с данным словообразовательным значением, будет иметь следующий вид: *QUALITY (COLOUR) ASSOCIATED WITH PLACE* (КАЧЕСТВО (ЦВЕТ), АССОЦИИРУЕМОЕ С МЕСТОМ). Очевидно, что, как и в предыдущих случаях, активизируются наши фоновые знания, а именно знания об этом месте. Первый компонент словосочетания *Mykonos blue* (Миконос синий, темно-синий) является названием одного из самых красивых греческих островов в Средиземном море.

Что касается наименований оттенков *samba* (красная Самба, вишнево-красный оттенок), *turbulence* (турбулентный серый, темно-серый графитный оттенок), то при создании данных наименований цвета, скорее всего, действовала метафтонимическая модель (сочетание метафорической и метонимической моделей) [11]. В основу названия цвета *samba* положено название одного из самых зажигательных латиноамериканских танцев, как следствие этого, ассоциации, связанные с этим танцем, переносятся на цвет – драматический, смелый, экстравагантный. Одним из популярных цветов в одежде танцоров, исполняющих этот танец, является красный цвет, поэтому, возможно, при создании наименования использовался и метонимический перенос.

Цветообозначение *turbulence* прямо не называет цвет, но имплицитно указывает на характеристику цвета – интенсивность. Как известно, турбулентность – это явление, наблюдаемое во многих течениях жидкостей и газов и заключающееся в том, что в этих течениях образуются многочисленные вихри различных размеров, которые характеризуются большой интенсивностью [3]. По мнению создателей цветообозначения, *turbulence* – интенсивно серый – символизирует природу: мокрый асфальт, промозглое осеннее графитное небо, первые заморозки. Метонимический перенос заключается в том, что свойство определенного явления указывает не на сам цвет, а на отдельную характеристику серого цвета.

Особняком стоит цветообозначение *vivacious* (живительная фуксия, живительный розовый, карминово-розовый оттенок с легким дымчатым подтоном), образованное от английского прилагательного *vivacious*, которое переводится как живой, оживленный. По субъективной характеристике, приписываемой цвету создателями наименования и обозначаемой прилагательным, называется цвет – глубокий цвет живительной фуксии, ассоциирующийся с неустойчивостью, дикостью и чувственностью [9].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при формировании семантики цветообозначений задействуются разные когнитивные модели: метонимическая когнитивная модель *WHOLE-PART*, пропозициональные когнитивные модели *QUALITY (COLOUR) LIKE / AS OBJECT* и *QUALITY (COLOUR) ASSOCIATED WITH PLACE*. При этом может использоваться как одна модель (однословные цветообозначения), так и несколько (составные цветообозначения). Вместе с тем встречаются цветообозначения, которые предполагают неоднозначное толкование процессов их создания.

Список литературы

1. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 34-47.
2. Печеникова Л. В. Цветобозначения в рекламном дискурсе (на материале англо-американской и российской рекламы предметов быта): автореф. дисс. ... к. филол. н. Саратов, 2006. 23 с.
3. <http://alcala.ru/bse/izbrannoe/slovar-T/T14106.shtml> (дата обращения: 27.03.2014).
4. <http://en.wikipedia.org> (дата обращения: 27.03.2014).
5. <http://flower.onego.ru/kustar/tilia.html> (дата обращения: 27.03.2014).
6. <http://lingvopro.abbyyonline.com> (дата обращения: 27.03.2014).
7. <http://signorina.ru/page,2,1807-modnye-cveta-osen-zima-2013-2014.html> (дата обращения: 27.03.2014).
8. <http://www.wordnik.com> (дата обращения: 27.03.2014).
9. http://zdorov.forblabla.com/blog/45355184066/Modnyie-tsveta-sezona-osen-zima-2013-2014?from=mail&l=bnq_bn&bp_id_click=43564986985&bpid=43564986985 (дата обращения: 27.03.2014).
10. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago – London: The University of Chicago Press, 1980. 242 p.
11. Riemer N. Remetonymizing Metaphor: Hypercategories in Semantic Extension // *Cognitive Linguistics*. 2002. Vol. 12. № 4. P. 379-401.

**ON CERTAIN COGNITIVE MODELS DETERMINING CREATION OF NOMINATIONS FOR COLOUR SHADES
(BY THE MATERIAL OF NOMINATIONS FOR FASHIONABLE COLOURS AUTUMN–WINTER 2013–2014)**

Babina Lyudmila Vladimirovna, Doctor in Philology, Professor
Tambov State University named after G. R. Derzhavin
ludmila-babina@yandex.ru

The article considers the methods for creation of nominations for colour shades by the material of nominations for fashionable colours autumn-winter 2013-2014. The paper identifies the types of cognitive models according to which the colour terms are formed – metonymical, propositional, metaphonymic cognitive models. The author distinguishes the colour terms the creation of which is realized by a certain cognitive model and colour terms under designing of which several models are implemented.

Key words and phrases: nomination of colour shade; metonymical cognitive model; propositional cognitive model; metaphonymic cognitive model; structural specifics of nominations.

УДК 82.0

Филологические науки

Статья посвящена вопросам жанровой природы исторического романа, обладающего двойственным семантическим содержанием. Показано, что восприятие исторической реальности и ее последующее художественное воплощение можно выразить как реализацию определенного коммуникативного акта, использующего различные повествовательные стратегии. Особое внимание уделяется хромотопическим моделям исторического романа, в рамках которого выделяются действительный исторический, возможный и исторически невозможный хромотопы, рассмотренные с семиотических позиций. Предлагаемая структурно-семиотическая хромотопическая модель позволяет проводить анализ внутри данной жанровой генерации.

Ключевые слова и фразы: исторический роман; жанр; хромотоп; семиотика; коммуникативный процесс; жанровая генерация.

Баишева Аграфена Михайловна

Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера СО РАН
agrafena.m@mail.ru

**ХРОМОТОПИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИСТОРИЧЕСКОГО РОМАНА
В СЕМИОТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ[©]**

Теоретические исследования в сфере жанрологии всегда остаются актуальными, что, с одной стороны, обусловлено существованием разнообразных подходов к системе литературных жанров, а, с другой стороны, опосредовано определенной пластичностью и подвижностью самой природы художественного произведения, которое постоянно находится в процессе изменения, и эти новации проявляются в проницаемости и изменчивости жанровых границ.

Существующее положение осложняется и тем, что категория жанра является центральной в теории литературы; так, по мнению М. М. Бахтина, любое эстетическое целое может существовать только в рамках определенного жанра, вне жанровых границ произведений не существует [2, с. 144]. Определенные трудности для исследователей представляет и дихотомичность самого понятия «жанр» как целого, когда в нем на равных позициях наличествует и традиция определения реально оформившихся и существующих в литературе