

## ОККАЗИОНАЛЬНЫЕ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

*Молибога Галина Леонидовна (Тамбов, Россия)*

Статья посвящена рассмотрению окказиональных цветообозначений, встречающихся в рекламных текстах. Как полагает автор, данные цветообозначения, будучи не зафиксированными в словаре, приобретают свое значение благодаря определенным когнитивным механизмам. А главная цель подобного рода цветообозначений — привлечь внимание покупателей и создать у них стимул к приобретению различных товаров.

The article is devoted to the consideration of the occasional colour names, which can be found in different advertising materials. The author supposes that these colour names, as they cannot be found in the dictionaries, form their own meaning with the help of certain cognitive mechanisms. And the main aim of these colour names is to attract customers and make them buy different articles of trade.

Ключевые слова: окказиональное значение; цветообозначение; когнитивные механизмы, реклама, лексические единицы; семантика.

Key words: occasional meaning; colour name; cognitive mechanisms; advertising materials; lexical units; lexical unit; semantics.

В настоящее время реклама играет огромную роль в нашей жизни, оказывая непосредственное влияние на ее экономическую и культурную составляющие. Являясь одним из способов продвижения товара на рынке, реклама в первую очередь нацелена на то, чтобы побудить покупателя приобрести какой-либо товар. Для этого создатели рекламы обращаются к особому рода лексическим единицам, используя окказиональные цветообозначения [Печенникова 2006].

Впервые термин «окказиональное значение» был употреблен в работе Г. Пауля «Принципы истории языка», в ней автор называет так «те представления, которые говорящий связывает с этим словом в момент его произнесения» [Пауль 1960, 94]. Словарная статья предлагает следующее определение окказионального значения: (от лат. *occasionalis* — случайный) - значение, не соответствующее общепринятому (нормативному) употреблению, носящее индивидуальный характер, обусловленное специфическим контекстом и индивидуальным опытом [<http://psychology.academic.ru>].

Окказиональными являются цветообозначения не зафиксированные в словарях в качестве наименований цвета. К ним можно отнести следующие лексические единицы: *mink, volcano, classic stone, tropical punch, dark drama, sun lake, sea breeze, whiskey, old castle, baby aqua, jasmine jazz, garden leaf, snow kissed coral, twig, chic, crush, etc.* Чаще всего они встречаются в рекламных текстах и используются для создания привлекательного продаваемого образа изделия и формирования психологического стимула к его покупке. Как полагает Яновая О.А., основная функция подобного рода цветообозначений состоит лишь в привлечении внимания к данному оттенку цвета [Яновая 2013]. Они являются своеобразным стимулом, возбуждающим в сознании носителя языка целый ряд ассоциаций, положительных, нейтральных или, иногда даже, отрицательных.

Обычно, как правило, производители стараются использовать «броские, эмоционально насыщенные номинации». Так, например, производители декоративной косметики, помады, давно избегают давать цвету «непрестижные» названия типа «red», «pink», «orange». В каталогах с их продукцией можно встретить такие цветообозначения, как *dementia, wild berry, lady danger, angel, apricot sun, baked brick*, которые, несомненно, привлекают внимание покупателей [Яновая 2013].

В целом, окказиональные цветообозначения могут быть подразделены на простые, состоящие из одного слова (*sterling, eclipse, icicle, innuendo, mystery, etc*) и составные, состоящие из двух или нескольких слов (*tropical punch, classic stone; island spirit, welcome spring, night sky, sea breeze, cloud dancer, angel wing, red hearts, coral charm, etc*). Формирование значений данных цветообозначений осуществляется при помощи таких когнитивных механизмов, как «соединение», «достраивание», «развитие», «перспективизация», «дефокусирование». Когнитивный механизм «перспективизация» позволяет выдвинуть на передний план характеристики, которые отражают информацию, необходимую для формирования значения цветообозначения [Филлмор 1988]. Механизм «дефокусирования» приводит к тому, что несущественные характеристики концепта теряют свою выделенность [Ирисханова 2010: 78-93]. Действие когнитивного механизма «достраивание» позволяет восстановить недостающие характеристики за счет обращения к когнитивным областям, к которым отсылают определенные характеристики концептов, репрезентируемых производящими или производными обозначениями цвета. Действие когнитивного механизма «развитие» обеспечивает появление новых характеристик за счет использования инферентных и энциклопедических знаний. Когнитивный механизм «соединение» обеспечивает согласование всех характеристик [Кубрякова 1996: 33].

Вначале обратимся к примерам простых окказиональных цветообозначений.

**Mystery:** в первую очередь для определения семантики данного цветообозначения обратимся к словарной дефиниции:

*Mystery* - 1) an unexplained or inexplicable event, phenomenon, etc; 2) a person or thing that arouses curiosity or suspense because of an unknown, *obscure*, or enigmatic quality; 3) the state or quality of being *obscure*, inexplicable, or *enigmatic* [<http://lingvopro.abbyyonline.com>].

При помощи механизма «развитие», привлекая экстралингвистические знания (механизм «дистраивание»), предположим, что поскольку все таинственное и загадочное связано в нашем сознании с темными синими или серыми цветами, то цветообозначение *mystery* может иметь следующие значения: *grey, dark grey, blue, dark blue colour*.

**Sterling:** сперва рассмотрим словарную дефиницию:

1) British currency; 2) of or denoting the currency of Great Britain; 3) (of *silver*) having the standard fineness of 0.925; 4) made of *silver* of this fineness [<http://www.thefreedictionary.com>].

Вначале перспективизируем характеристики, связанные с цветом ‘silver’, затем привлечем экстралингвистические знания о том, что монеты, как правило, серые с металлическим блеском и сделаем вывод о том, что данное цветообозначение может иметь следующие значения: *grey, shining grey, grey colour with metallic lustre*.

Теперь обратимся к составным окказиональным цветообозначениям. В них лишь один элемент является ключевым, остальные лишь уточняют его значение. Как полагает Т.И. Шхвацабая, подобного рода цветообозначения «дают индивидуализирующую, уточняющую характеристику рекламируемому предмету» [Шхвацабая 1985]. Отметим также, что окказиональные словосочетания, обозначающие оттенки цвета, характеризуются необычностью, неожиданностью. Они могут быть отнесены к элементарным образным формам – предметным сравнениям, которые реализуются на уровне словосочетания.

Обратимся к ряду примеров:

**Coral charm:** для того чтобы определить семантику данного сочетания, называющего оттенок цвета, необходимо обратиться к дефинициям производящих слов. *Coral* – 1) a hard stony substance secreted by certain marine coelenterates as an external skeleton, typically forming large reefs in warm seas; 2) precious *red coral*, used in jewellery; 3) the *pinkish-red* colour of *red coral* [<http://www.oxforddictionaries.com>]. *Charm* - 1) the quality of pleasing, fascinating, or attracting people 2) a pleasing or attractive feature [<http://lingvopro.abbyyonline.com>]. Ключевым элементом здесь является слово *coral*, из его словарной дефиниции мы перспективизируем характеристики, связанные с цветом

коралла: 'red', 'pinkish-red'. Слово *charm* позволяет нам думать, что речь идет о нежном, удивительно красивом оттенке этого цвета и, таким образом, оно как бы призывает покупателя к приобретению помады именно этого оттенка.

**Welcome spring:** для определения семантики данного цветообозначения необходимо обратиться к дефинициям каждого слова. *Welcome* - 1) gladly and cordially received or admitted; 2) bringing pleasure or gratitude [<http://lingvopro.abbyyonline.com>]. *Spring* - the season of the year between winter and summer, astronomically from the March equinox to the June solstice in the N hemisphere and from the September equinox to the December solstice in the S hemisphere [<http://lingvopro.abbyyonline.com>]. Вначале дефокусируются все характеристики, связанные с временем года, а перспективизируются те, которые связаны с цветом. При помощи механизма «развитие», привлекая экстралингвистические знания (механизм «дистраивание»), уточним, что весна, как правило, связана с пробуждением природы, а, следовательно, с ярким насыщенным цветом молодой зелени. Таким образом, оттенок *welcome spring* имеет следующее значение ярко-зеленый, свежий цвет (*bright green, rich colour*).

Рассмотрев окказиональные цветообозначения в рекламных текстах, мы можем сделать вывод о том, что с каждым днем количество этих цветообозначений увеличивается, и многие из них отличаются необычностью своей словесной формы, поскольку главная их цель состоит в привлечении внимания потребителей и создания яркого образа в их подсознании.

#### Список литературы:

1. Ирисханова О.К. О теории концептуальной интерграции // Традиционные проблемы языкознания в свете новых парадигм знания) материалы круглого стола, апрель 2000), М. – 2000. - С. 62 – 68.
2. Кубрякова Е.С. Инференция // КСКТ. М.: МГУ, 1996. – С. 33 – 35.
3. Пауль, Г. Принципы истории языка. М.: «Издательство русской литературы», 1960. - 94 с.
4. Печеникова Л.В. Цветообозначения в рекламном дискурсе (на материале англо-американской и российской рекламы предметов быта): автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – теория языка - Саратов, 2006. – 23 с.
5. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. вып. 23. Когнитивные аспекты языка. - М.: Прогресс, 1988. - С. 52 -92.

6. Шхвацабая Т.И. Цветообозначения в языке и речи: (На материале англ. яз.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. - М., 1985. – 24 с.
7. Яновая О. А. Тенденции развития лексики цветообозначения (на материале современного английского языка с привлечением результатов исследований других языков) // [Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. : Філологія.](#) Т. 16, № 1. 2013. - С. 143-152.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:  
<http://psychology.academic.ru>
9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:  
<http://lingvopro.abbyyonline.com>
10. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:  
<http://www.oxforddictionaries.com>
11. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:  
<http://www.thefreedictionary.com>