

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводо-
ведение

УТВЕРЖДАЮ

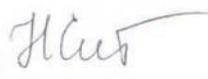
Зав. кафедрой

 Т.Ю. Ма
« 14 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: Лингвоцветовая картина мира индустрии моды (на материале публика-
ций сайта Института цвета PANTONE)

Исполнитель

студент группы 435 об  08.06.2018 Н.В. Ситун

Руководитель

проф., д-р филол. наук  08.06.18 Т.Ю. Ма

Нормоконтроль

д-р филол. наук  08.06.18 Т.Ю. Ма

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУВО «АмГУ»)

Факультет Международных отношений
Кафедра Перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводоведение

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

_____ Т.Ю. Ма
« ____ » _____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента _____

1. Тема выпускной квалификационной работы: _____

(утверждена приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) _____

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): _____

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6. Дата выдачи задания _____

Руководитель выпускной квалификационной работы: _____
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое)

Задание принял к исполнению (дата): _____

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 68 страниц, 45 использованных источников.

КАРТИНА МИРА, ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА, ЦВЕТОВАЯ КАРТИНА МИРА, ЛИНГВОЦВЕТОВАЯ КАРТИНА МИРА, КОНЦЕПТ.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

Существует несколько видов картины мира, одними из которых являются языковая, цветовая, лингвоцветовая картины мира.

В данной работе была рассмотрена лингвоцветовая картина мира на материале публикаций сайта Института цвета Pantone.

Основной целью данного исследования стал анализ лексических единиц, обозначающих цвета, проведенный на материале публикаций сайта института цвета Pantone. В ходе работы были рассмотрены и проанализированы цвето-наименования с учетом связанных с ними ассоциаций, отраженных в виде концептов. Исследование позволило подчеркнуть высокую значимость лингвоцветовой картины мира в сознании людей и ее влияние на межкультурную коммуникацию.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Понятие «картина мира» в гуманитарной науке	8
1.1 Картина мира. Виды картин мира	8
1.2 Языковая картина мира	11
1.3 Цветовая и лингвоцветовая картины мира	14
1.4 Концепт как единица картины мира	21
2 Лингвоцветовая картина мира и ее отражение в материалах сайта Института цвета <i>PANTONE</i>	26
2.1 Цветонаименования в сезонных коллекциях Института цвета Pantone	26
2.2 Цветонаименования «color of the year» в публикациях Института цвета Pantone	34
2.3 Цветонаименования и цветовые ассоциации в публикациях Института цвета Pantone	41
Заключение	60
Библиографический список	63

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена анализу лингвоцветовой картины мира индустрии моды, которая формируется в сознании ее представителей в разных странах как результат научных разработок «законодателя цвета» *Pantone Color Institute*.

Цвет испокон веков играет важную роль в жизни человека, а символический смысл, заложенный в семантике колоративных единиц, оказывает непосредственное влияние на процесс межличностной и межкультурной коммуникации. Расхождения в цветовых картинах мира, которые неоднократно становились объектом исследования в гуманитарной науке, нередко приводят к когнитивному диссонансу в процессе общения представителей разных этнических групп. Чтобы избежать подобных ситуаций, важно изучать и учитывать в процессе межкультурной коммуникации специфику цветовой и лингвоцветовой картин мира.

Целью данной работы стал анализ лингвоцветовой картины мира индустрии моды, объективированной в языковой форме в материалах сайта Института цвета Pantone.

Задачи исследования:

- 1) провести обзор теоретических работ по теме исследования, рассмотрение понятий «языковая картина мира», «цветовая картина мира», «лингвоцветовая картина мира», «концепт»;
- 2) выявить цветоименования в публикациях Института цвета Pantone;
- 3) классифицировать и систематизировать материал с учетом поставленной цели;
- 4) построить модели 2 концептов цвета, иллюстрирующие полученные в ходе исследования данные;
- 5) обобщить результаты исследования.

Актуальность данной работы определяется постоянно возрастающим количеством межкультурных связей и, как следствие, необходимостью повы-

шения коммуникативной компетенции специалистов в области межкультурной коммуникации. Влияние цвета на человека является доказанным в науке. Отражением цветовосприятия в языке является лингвоцветовая картина мира. Изучение концептов, ассоциативно связанных с теми или иными цветами, повышает уровень компетенции специалиста в области межкультурной коммуникации.

Объект исследования – лингвоцветовая картина мира.

Предмет исследования – отражение лингвоцветовой картины мира в материалах сайта Института цвета Pantone.

Новизна работы определяется лингвистическим анализом ранее неизученного языкового материала, представленного на сайте Института цвета Pantone (Pantone Color Institute) – исследовательского центра одноименной компании, который является самым авторитетным источником информации о цветовых решениях в индустрии моды.

Продукцию Pantone называют «языком цвета», который обеспечивает коммуникацию между дизайнерами, производителями, продавцами и покупателями.

Ежегодно сотрудники Института Pantone представляют палитру самых актуальных оттенков предстоящего года, а также главный цвет года. Выбор и компоновка цветовой палитры – это результат исследований социальных и культурных изменений в обществе, а также тенденций использования определенного цвета или оттенка в различных видах искусства, а также в *fashion*-индустрии.

Цвет года определяется в ходе тайных встреч представителей различных национальных групп, занимающихся колористикой, в одной из Европейских столиц. Поэтому для специалиста в области лингвистики и межкультурной коммуникации важным представляется умение видеть связь между продуктом работы исследовательского института, его языковой объективацией и теми представлениями о цвете, которые транслируются через средства массовой информации, формируя глобальную цветовую и лингвоцветовую картины ми-

ра модной индустрии как одной из самых влиятельных сфер современной жизни.

Материалом работы послужили публикации, представленные на сайте Института цвета Pantone. Общий объем материала исследования составил 29 статей, представленных в электронном формате, которые посвящены описанию цветов; личный блог директора Института цвета; 20 статей, представленных в электронном формате, которые посвящены описанию Института цвета, а также словари Oxford Dictionary, Longman Dictionary of English Language and Culture.

Методы исследования: анализ научной литературы, обобщения и систематизации, описательный, сравнительный, метод сплошной выборки, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, интерпретационный метод, концептуальный анализ.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов в практике преподавания иностранного языка, курсов «Теория и практика межкультурной коммуникации», «Этикет дипломатического и делового общения», «Практикум по культуре речевого общения».

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

1 ПОНЯТИЕ «КАРТИНА МИРА» В ГУМАНИТАРНОЙ НАУКЕ

1.1 Картина мира. Виды картин мира

Результатом взаимодействия человека с окружающим миром являются представления человека о мире, определённая модель мира, которая в философско-лингвистическом мире именуется картиной мира. Понятие «картина мира» является фундаментальным в научном описании человеческого бытия.

Термин «картина мира» возник в рамках физики на рубеже XIX-XX веков.¹ Термин был введен знаменитым немецким физиком Генрихом Герцем, понимающим физическую картину мира как совокупность представлений исследователей об объектах внешнего мира, из которой, в свою очередь, можно было получить представление о поведении этих объектов.

Следом за Герцем о физической картине мира говорил другой немецкий физик-теоретик Макс Планк. Планк, говоря о физической картине мира, имел в виду образ мира, формирующийся в физике и отражающий реальные закономерности в природе. Ученый считал, что картина мира расширяется по мере того, как углубляются знания человечества в физической науке. Однако он полагал, что создание окончательного универсального и идеального варианта картины мира невозможно. В дальнейшем, в связи с повышенным интересом к понятию «картина мира» в других науках, оно претерпело изменения как в плане подходов к его определению, так и в плане описания и систематизации представлений о ней.

В начале XX века немецкий философ Мартин Хайдеггер, размышляя о картине мира писал: «Что это такое – картина мира? По-видимому, изображение мира. <...> Картина мира, сущностно понятая, означает таким образом, не картину, изображающую мир, а мир, понятый в смысле такой картины»².

Другой немецкий философ Освальд Шпенглер утверждал, что результатом духовной жизни человека в определенный исторический момент и в кон-

¹ Некрасов С.И., Некрасова Н.А. Философия науки и техники: тематический словарь-справочник. Учебное пособие. Орел: ОГУ. 2010. С. 191.

² Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. М: «Республика». 1993. С. 49.

кретном направлении является картина мира, которая присуща только данному индивиду.³

В 60-х гг. XX века феномен картины мира стал предметом интереса многих ученых лингвистов, среди которых были Г.В. Колшанский, Ю.Д. Апресян, Р.М. Фрумкина, О.А. Корнилов, А. Вежбицка, Е.С. Кубрякова, В.А. Маслова и др.

Г.В. Колшанский под картиной мира понимал «вторичное существование объективного мира, закрепленное и реализованное в своеобразной материальной форме».⁴

Подобная трактовка картины мира характерна и для определения понятия концептуальной картины мира, данного Р.Й. Павиленисом: это «непрерывно конструируемая система информации (мнений и знаний), которой располагает индивид о действительном или возможном мире»⁵.

Согласно определению В.А. Масловой, картина мира – базисная часть мировидения человека. Картина мира включает в себя не только набор изображений предметов, явлений, свойств, но и позицию субъекта, которому она принадлежит. Также стоит отметить, что отношение субъекта к предметам является деятельностным, а не пассивным, а, следовательно, может влиять на них. Поэтому, по мнению В.А. Масловой, картина мира – это целостный глобальный образ мира, являющийся результатом всей духовной активности человека и возникающий в ходе всех его контактов с миром.⁶

Отечественные философы и лингвисты разделяют концептуальную и языковую картины мира. Многие ученые полагают, что по причине того, что картина мира тесно связана с языком и создается под влиянием языка, ее также можно назвать языковой картиной мира. Однако, если проанализировать высказывание Е.С. Кубряковой о том, что картина мира – это «то, каким себе рисует мир человек в своем воображении, – феномен более сложный, чем языко-

³ История философии: Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2002. С. 1214.

⁴ Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука. 1990. С. 15.

⁵ Павиленис Р.И. Понимание речи и философия языка. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. ХУІІ. М.: Прогресс. 1986. С. 380.

⁶ Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие. Минск: ТетраСистемс. 2008. С. 71.

вая картина мира, т.е. та часть концептуального мира человека, которая имеет «привязку» к языку и преломлена через языковые формы», можно сделать вывод, что Е.С. Кубрякова, как и многие другие отечественные лингвисты, выделяет языковую картину мира как часть концептуальной картины мира.

Исходя из вышеприведенных определений, можно сделать вывод, что концептуальная картина рассматривается учеными как общее, а языковая картина мира – как особенное. Также, из определения Р.Й. Павилениса следует то, что концептуальная картина мира возникает не только в результате взаимодействия человека с окружающей его действительностью, но и в результате рефлексии над структурированием содержания имеющихся представлений. Что, в свою очередь, позволяет сделать вывод о том, что концептуальная картина мира едина для всего человечества, т.к. человеческое мышление одинаково для всех его представителей. Языковая картина мира – национально-специфична.

В результате анализа источников был также сделан вывод о том, что концептуальная картина мира и научная картина мира практически накладываются друг на друга. Обе эти картины мира универсальны, их цель – составление научно обоснованной системы мировидения. Однако языковая картина мира в большей степени является частью концептуальной картины мира, нежели научной. Неслучайно ее еще называют «наивной». А научная картина мира, в отличие от концептуальной, может разделяться на отдельные картины мира в соответствии с той областью знаний, которая в ней описана, например: «химическая картина мира», «физическая картина мира» и др.

Принято выделять две основные функции картины мира: ориентировочную и адаптивную.

Ориентировочная функция предполагает установление системных связей индивида с окружающим его миром. Благодаря этой функции индивид знакомится с окружающей действительностью, строит свое видение мира. Адаптивная функция картины мира позволяет сохранить в ней лишь такие изменения,

которые носят продуктивный характер. В конечном остатке индивид имеет лишь то, что действительно важно для мировидения.

Таким образом, картина мира определяет все духовные и ценностные установки индивида, его знания о мире и мировоззрение, которые, в свою очередь, меняются вслед за изменением картины мира.

В зависимости от принадлежности человека к той или иной национальности, профессии, типу и способу организации информации, выделяют и такие картины мира как научная, языковая (наивная), национальная, профессиональная, религиозная, цветовая, лингвоцветовая, художественная, авторская и др.

Такое разнообразие видов картин мира не случайно: любое воздействие на человека извне отражается на его мышлении, построении образа мира. Точно так же, как и в случае с концептуальной картиной мира, индивидуальные характеристики человека играют немаловажную роль, влияя на его мировоззрение.

Таким образом, вся совокупность признаков является определяющей в построении и изменениях картины мира каждого индивидуума. Если же речь идет о большом сообществе (профессиональном, национальном и т.п.), следует говорить о коллективной картине мира, вариантами которой являются национальная, этническая, профессиональная, языковая, религиозная и др. Не стоит забывать о том, что любой человек – часть социума, и невозможно существование индивидуальной картины мира без влияния социума на индивида.

В данной работе, с учетом поставленной цели, будут подробнее рассмотрены далее языковая, цветовая и лингвоцветовая картины мира как производные концептуальной картины мира, как результат осмысления человеком поступающей по разным каналам органов чувств информации, в первую очередь, зрительному каналу. То есть той информации, которая может получать языковую объективацию и транслироваться далее в вербальной форме.

1.2 Языковая картина мира

Возвращаясь к теме языковой картины мира (далее – ЯКМ), стоит отметить, что ее также называют наивной или обыденной картиной мира. Это свя-

зано с тем, что любой человек, говорящий на каком-либо языке, ведет быт. Это неотъемлемая часть человеческого существования. Таким образом, любому человеку приходится ежедневно сталкиваться с окружающей его объективной действительностью, что, в свою очередь, является стимулом для построения обыденной картины мира. Языковой же картина мира названа потому, что языковые сообщества склонны именовать предметы, трактовать явления, символы, знаки в соответствии со своими убеждениями и взглядами, сложившимися веками, и одинаково присущими всем членам языкового сообщества.

Понятие ЯКМ восходит к идеям В. фон Гумбольдта, немецкого философа, филолога и государственного деятеля. Рассматривая соотношение языка и мышления, В. фон Гумбольдт пришел к выводу, что мышление испытывает влияние не от языка вообще, а от каждого конкретного языка. Он считал, что язык не является системой неподвижной, язык в понимании Гумбольдта – это деятельность. Язык порождается и изменяется в процессе его использования. Непроста в каждом языке есть свой алфавит, своя грамматическая и лексическая системы, которые могут совершенно отличаться от систем других языков. Именно В. фон Гумбольдту принадлежит хорошо известная сегодня идея о том, что именно язык формирует мысль. Язык человека представляет собой особый мир, который существует между тем миром, который нас окружает, и миром, существующим внутри нас.⁷

Эта мысль стала серьезным толчком к исследованию картины мира последователями В. фон Гумбольдта, американскими основателями этнолингвистики – Э. Сепиром и Б. Уорфом.

Э. Сепир понимал язык как четко организованную систему, все компоненты которой связаны между собой иерархическими связями. Все связи строятся по четким правилам и нормам языка. Поэтому невозможно перенести

⁷ Гумбольдт В. Язык и философия культуры. М., 1985. С. 267.

систему одного языка на систему другого языка, не исказив при этом внутреннего устройства связей между компонентами.⁸

Э. Сепир называл языки «несоизмеримыми», он утверждал, что каждый язык по-своему фиксирует исторический опыт, а также предоставляет носителю свои варианты осмысления действительности и способы ее восприятия. По мнению Э. Сепира, носители разных языков живут в разных мирах, видят, слышат и воспринимают информацию тем или иным способом главным образом потому, что это предопределено языками различных сообществ.⁹

Б. Уорф, ученик Э. Сепира, впервые ввел термин «принцип лингвистической относительности» по аналогии с термином «принцип относительности» Эйнштейна. Б. Уорф утверждал, что люди видят мир так, а не иначе потому, что они являются участниками соглашения, свойственного тому или иному языковому сообществу. Данное соглашение, по мнению Уорфа, было закреплено в системе языка. Откуда ученый вывел принцип лингвистической относительности, утверждая, что можно создать схожие картины вселенной, только при сходстве, или, по меньшей мере, соотносительности двух языковых систем.¹⁰

Термин «языковая картина мира» в научную терминологическую систему ввел Й.Л. Вайсгербер, немецкий лингвист. Он наделял ЯКМ следующими основными характеристиками:

1) языковая картина мира – это система всех возможных содержаний: духовных, определяющих своеобразие культуры и менталитета данной языковой общности, и языковых, обуславливающих существование и функционирование самого языка;

2) языковая картина мира, с одной стороны, является следствием исторического развития этноса и языка, а с другой – причиной своеобразного пути их дальнейшего развития;

⁸ Универсальная научно-популярная энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/enc/lingvistika/lingvisticheskoy-otnositelnosti-gipoteza>. (дата обращения: 05.05.2018).

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

3) языковая картина мира как единый «живой организм» четко структурирована и в языковом отражении является многоуровневой. Она определяет фонетику, просодические характеристики речи, словарный состав, словообразовательные возможности языка, синтаксис, а также свой паремиологический багаж;

4) языковая картина мира изменчива во времени и может развиваться;

5) языковая картина мира создает однородность языковой сущности, что способствует закреплению языкового, а следовательно, и культурного своеобразия в видении мира и его обозначения средствами языка;

6) языковая картина мира существует в однородном своеобразном самосознании языковой общности и передается последующим поколениям через особое мировоззрение, правила поведения, образ жизни, запечатленные языковыми средствами;

7) языковая картина мира и есть та преобразующая сила языка, формирующая представление об окружающем мире через язык как «промежуточный» мир у носителей языка;

8) языковая картина мира конкретной языковой общности и есть ее общекультурное достояние.¹¹

Данные положения теории языковой картины мира будут учитываться в работе в процессе анализа эмпирического материала, поскольку именно лингвистический подход к анализу цвета, цветовой картины мира является основополагающим для данного исследования. Именно лингвистика как наука позволяет объединять с целью получения объективных результатов такие понятия как «слово», «текст», «знак», «символ», «смысл» и «цвет». Лингвистике принадлежит главенствующая роль в опосредованной передаче невербальной информации от человека к человеку, в том числе, о цветовой картине мира.

1.3 Цветовая и лингвоцветовая картины мира

Существует несколько теорий деления цветового спектра. Начиная с И. Ньютона, спектр традиционно делили на семь цветов. В 1676 г. Исаак Нью-

¹¹ Вайсгербер Й.Л. Язык и философия // Вопросы языкознания. 1993. №2. С. 121.

тон провел эксперимент, разложив белый свет на цветовой спектр с помощью трехгранной призмы. Цветовой спектр содержал следующие цвета: красный, оранжевый, желтый, зеленый, синий, темно-синий, фиолетовый. Строго говоря, самого по себе цвета, с точки зрения физиков, не существует. Речь идет о качественной субъективной характеристике электромагнитного излучения оптического диапазона, определяемой на основе физиологических ощущений индивида и зависящей от ряда физических, физиологических и психологических факторов. Говоря простым языком, цвет – это ощущение, возникающее у человека при попадании в его глаз световой волны.

В науке впоследствии возникали другие подходы. Так, Т. Янг разделил цветовой спектр на три основных цвета: красный, жёлтый и синий. Гельмгольц включил спектр четыре цвета: красный, зелёный, синий, фиолетовый. Однако он отметил тот факт, что четких границ вообще не существует.

Исследование особенностей лексики, именующей цвета, невозможно без обращения к теориям, являющихся наиболее известными и авторитетными в научном мире на сегодняшний день. Речь идёт о теории лингвистической относительности Сепира-Уорфа, упомянутой ранее, и теории Б. Берлина и П. Кея, которые описали механизмы возникновения цветообозначений и сформулировали критерии их анализа в различных языках.

В ставшей уже классической работе Б. Берлина и П. Кея «Базовые цветообозначения» виден жесткий универалистский подход к этой проблеме. Авторы выделяют 11 базовых цветов и говорят о том, что системы цветообозначения в языках мира подчиняются строгой иерархии: если в языке есть всего два базовых названия цвета, то это черный и белый, если три – к вышеупомянутой паре цветов добавляется красный. Далее, по мере усложнения системы цветообозначения в языке, к списку добавляются последовательно зеленый, желтый, синий, коричневый и, затем, группа из четырех цветов – фиолетовый, розовый, оранжевый и серый.¹²

¹² Лингвистической относительности гипотеза. Энциклопедия Кругосвет. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/node/36147>. (дата обращения: 06.04.2018).

Основные положения данной работы могут быть кратко представлены следующим образом:

- 1) цвет представляет собой семантическую универсалию;
- 2) цвет характеризуется независимыми друг от друга признаками: оттенком, яркостью и насыщенностью;
- 3) основной единицей цветообозначений признается базисный цветовой термин (БЦТ);
- 4) количество универсальных БЦТ ограничено;
- 5) БЦТ должен быть монолексемой (однокорневым);
- 6) его значение не должно включаться ни в какой другой цветовой термин;
- 7) его использование не должно ограничиваться узким классом объектов;
- 8) он должен быть опознаваемым носителями языка;
- 9) недавние заимствования не должны включаться.

В настоящий момент эмпирическая база изученных языков довольно богата, и становится понятно, что предложенная Берлином и Кеем универсальная схема не объясняет всего разнообразия фактов. В последующих своих работах ученые уступают свои позиции в пользу лингвистического релятивизма.

С конца 1980-х годов американский исследователь Р. Маклори внес большой вклад в изучение языковой концептуализации цвета. Согласно его теории «позиционирования», категоризация цвета определяется тем, что носители языка считают наиболее существенным: сходство данного оттенка с ему подобными или противопоставление этого оттенка контрастному.¹³

Р. Маклори проводил психолингвистический эксперимент с носителями более 100 языков Центральной Америки, а позднее Южной Африки. Эксперимент проводился с использованием выкрасок Манселла – известного в психологии стандартного набора из 330 цветных фишек, за каждой из которых закреплена клетка того же цвета в классификационной сетке. Носителям языка

¹³ Лингвистической относительности гипотеза. Энциклопедия Кругосвет. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/node/36147>. (дата обращения: 06.04.2018).

предлагалось сначала дать цвету каждой фишки наименование, затем для каждого наименования отметить фишки, наиболее соответствующие каждому цвету, так называемые «образцовые» фишки. На третьем этапе участникам эксперимента предлагалось положить по рисовому зерну на те клетки таблицы, цвет которых можно обозначить данным словом. Например, на все клетки, цвет которых участник эксперимента считал красным. Опыты повторялись как с одним и тем же представителем в разные промежутки времени, так и с разными носителями. Выводы делались на основе количественного измерения ряда параметров.¹⁴

Взаимоотношения цветовой картины мира и лингвоцветовой картины мира определяются проблемы универсального восприятия цвета в цветовой картине мира и дальнейшего его обозначения в лингвоцветовой картине мира. Поэтому далее рассмотрим работы, выполненные в рамках исследования лингвоцветовой картины мира на материале русского и английского языков.

В конце XX века в лингвистике появляется ряд исследований, посвященных анализу цветообозначений. Это работы А.А. Залевской, А.П. Василевича, Л.Г. Бедоидзе, А. Вежбицкой, Н.В. Серова, Р.М. Фрумкиной, В.В. Морковкина и др.

Лингвоцветовая картина мира исследовалась российскими лингвистами в различных аспектах:

- 1) лексикологическом – состав цветообозначений и их семантическая структура в русском языке (Брагина А.А., Василевич А.П., Туревич Н.Г.);
- 2) психолингвистическом – психолингвистические эксперименты (Василевич А.П., Фрумкина Р.М.);
- 3) сопоставительном – сопоставительный анализ цветообозначений в разных языках (Гак В.Г., Москович В.А., Юрик В.А., Норманская Ю.В.);

¹⁴ Лингвистической относительности гипотеза. Энциклопедия Кругосвет. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/node/36147>. (дата обращения: 06.04.2018).

4) стилистическом – исследовались стилистические функции цветообозначений в разных типах текстов (Качаева Л.А., Панкратова А.С., Соловьев С.М.).

Возвращаясь к теории относительности, стоит отметить, что структурно-семантические различия в области наименований цвета связаны с различиями в картинах мира представителей разных культур, в связи с историко-культурными, религиозными, климатическими и другими особенностями. Символика цвета в разных культурах имеет как универсальные черты, так и национально-специфические. Лингвоцветовая картина мира каждого конкретного языка является живой системой, подвергающейся непрерывным изменениям, которые находят своё воплощение в языке.

Анализ русских цветообозначений позволил отечественным лингвистам выдвинуть предположение о существовании лингвоцветовой картины мира. Так, например, в работе К.А. Андреевой и А. Тимофеевой¹⁵ под лингвоцветовой картиной мира понимается вербальная реализация цветовой картины мира, входящая в состав концептуальной и культурной картин мира. Лингвоцветовая и цветовая картины мира соотносятся так же, как концептуальная и языковая.

Е.Н. Алымова в своем исследовании «Цвет как лингвокогнитивная категория в русской языковой картине мира» отмечает: «Система цветовых концептов представляет собой цветовую картину мира, эксплицируемую всеми лексическими средствами, имеющими значение цвета (лексемы, словосочетания, идиомы), что образует лингвоцветовую картину мира того или иного народа».¹⁶ Если следовать этой логике, лингвоцветовая картина мира является структурированным фрагментом лексического состава языка.

Лингвоцветовая картина мира реализуется в форме цветообозначений, которые составляют некоторые группы лексических единиц, словосочетаний фразеологических единиц, других вербальных средств. Она органично входит

¹⁵ Андреева К.А., Тимофеева А.М. Лингвоцветовая картина мира и диалог культур. Режим доступа: <http://frgf.utmn.ru/last/No11/text07.html> (дата обращения: 07.03.2016). С. 107

¹⁶ Цит. по: Алымова Е.Н. Цвет как лингвокогнитивная категория в русской языковой картине мира: диссертация на соискание ученой степени кандидата наук. СПбГУ. 2007.

в лексическую систему языковой картины мира. С одной стороны, набор цветообозначений в языках мира не одинаков, т.е. каждый отдельный язык разбивает весь цветовой спектр своим способом, с другой стороны, нейрофизиологическая основа цветовосприятия универсальна и достаточно хорошо изучена учеными.

Нельзя отрицать тот факт, что далеко не все элементы языковой картины мира имеют этническую специфику. Что касается цветовой лексики, следует отметить, что названия семи основных цветов существует практически во всех языках. В близкородственных языках номинации способны обнаруживать общие черты, однако концепт того или иного цвета может быть представлен разным количеством единиц, а также неодинаково соотноситься с внеязыковой действительностью.

Сравнительный анализ выявляет несоответствия в области членения семантических сфер. Цветовая и лингвоцветовая картины мира, на наш взгляд, являются ценным материалом для исследования, поскольку цветное поле не имеет границ, обусловленных природными факторами. И хотя в некоторых языках отсутствует лексическая единица, соответствующая понятию «цвет», во всех языках присутствуют слова, называющие конкретные цвета и оттенки цвета.

Неиссякаемый интерес ученых к цвету, процессу называния цвета, его восприятию человеком и влиянию на человеческое мышление подтверждают научные труды отечественных и зарубежных ученых, изучающих проблему цвета в разных областях знания.

Так, например, в диссертации Я.А. Астаховой «Цветобозначения в русской языковой картине мира» подробно рассматриваются языковая и лингвоцветовая картины мира, описывается структура лингвоцветовой картины мира, а также цветообозначения в русской языковой, художественной, рекламной картинах мира.¹⁷ Анализ цветообозначений в картинах мира позволяет просле-

¹⁷ Астахова Я.А. Цветобозначения в русской языковой картине мира: автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.02.01. М.: МПГУ. 2014. 234 с.

дить особенности коннотаций различных цветоименований, выявить особенности значений и функционирования цветообозначений в картинах мира.

В 2014 г. в журнале «International Journal of Psychology and Behavioral Science» была опубликована научная статья «People's Psycho-physiological Responses to Plantscape Colors Stimuli: A Pilot Study», автором которой является Elsadek M. Данное исследование было разработано для определения субъективного предпочтения трех цветовых вариаций растений среди мужчин и женщин. В результате исследования были получены данные, свидетельствующие о том, что схемы активации человеческого мозга, связанные с предпочтением цвета, отражают эмоциональный статус человека.¹⁸

В статье Л.П. Кравцовой «Нейминг цвета в языке моды»¹⁹ приводятся способы именования лексики, описывающей цвета, выделяются тематические группы, внутри которых цветоименования объединяются согласно мотивирующему их классу реалий действительности. Автор статьи анализирует цветоименования, используемые в современной модной индустрии в сравнении с цветоименованиями XVIII-XIX веков. Данный анализ позволяет сделать выводы об ориентации современного нейминга цвета на явления природы (зачастую экзотической), в то время как цветоименования прошлых веков были мотивированы культурными событиями и географическими открытиями.

В 2016 г. в журнале «COLOR research and application» была опубликована статья «User Evaluation of a Virtual Colour Laboratory as a Tool for Demonstrating Colour Appearance» B.S. Wästberg.²⁰ В статье описано исследование, посвященное проекту *Virtual Color Laboratory* – интерактивной веб-странице, созданной для представления и демонстрации существующих результатов исследований по феноменам цвета. В ходе исследования было проведено анкетирование среди специалистов в области архитектуры, искусства и дизайна. Результаты анкетирования показали, что пользователи высоко оценили удоб-

¹⁸ Elsadek M. People's Psycho-physiological Responses to Plantscape Colors Stimuli: A Pilot Study // International Journal of Psychology and Behavioral Sciences. – 2014. – Vol. 4. – P. 70-78.

¹⁹ Кравцова Л.П. Нейминг цвета в языке моды // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 69-86.

²⁰ Wästberg, B.S. User Evaluation of a Virtual Colour Laboratory as a Tool for Demonstrating Colour Appearance // COLOR research and application. – 2016. – Vol. 41. – P. 611-625.

ство использования данной веб-страницы в сочетании с другими методами. Данные, полученные в результате исследования, продемонстрировали необходимость и важность дальнейшего изучения передачи цвета с использованием цифровой визуализации в качестве способа презентации.

Таким образом, мы находим подтверждение важности и актуальности проблематики лингвоцветовой картины мира в современной науке, что обуславливает значимость данной работы.

1.4 Концепт как единица картины мира

В связи со сказанным, необходимо уточнить следующее. Единицей концептуальной картины мира считают концепт. Это образ, представление, в определенном смысле – схема, единица памяти, ментального лексикона, «языка мозга». Единицей языковой картины мира – слово или словосочетание, именуемое концепт. Единицей цветовой картины мира можно считать цвет или оттенок цвета, а единицей лингвоцветовой картины мира – слово или словосочетание, обозначающее цвет или его оттенок.

Таким образом, связующим звеном между картинами мира будет являться концепт как оперативная содержательная единица памяти, а его именем – название цвета или оттенка, присутствующего в когнитивной памяти носителя языка. Как сказано выше, картины мира различаются в определенных фрагментах у разных народов. Особенно это касается цветowych картин мира, поскольку символические значения цветов и их ассоциативные значения варьируют в разных культурах.

Перейдем к рассмотрению понятия «концепт» как объекта исследования в науке о языке.

В современной когнитивной лингвистике одним из ключевых понятий является понятие «концепт». Ю.С. Степанов описывал концепт как «сгусток культуры в сознании человека: то, в виде чего культура входит в ментальный

мир человека, и, с другой стороны, концепт - это то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее».²¹

С.А. Аскольдов под определением концепта понимает мысленное образование, замещающее нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода. По мнению ученого, концепт может быть заместителем реальных действий либо некоторых сторон предмета.²²

И.А. Стернин определяет концепт как «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету».²³

А.П. Бабушкин рассматривает концепты как структуры представления знаний. Под концептом ученый понимает «любую дискретную содержательную единицу коллективного сознания, отражающую предмет реального или идеального мира, хранимого в национальной памяти носителей языка в виде познанного субстрата. Концепт вербализуется, обозначается словом, иначе его существование невозможно».²⁴

Ю.С. Степанов предлагает три компонента, или три «слоя» концепта:

- 1) основной актуальный признак;
- 2) дополнительный, или несколько дополнительных признаков, которые он называет пассивными, неактуальными, историческими;
- 3) внутреннюю форму, обычно не осознаваемую, но обличенную во внешнюю словесную форму.

²¹ Цит. по: Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. - М.: Академический проект. 2004. С. 42-67.

²² Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология. - М.: Academia, 1997. - С. 267-279.

²³ Цит. по: Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. — Воронеж, 2006. — С. 24.

²⁴ Цит. по: Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. — Воронеж, 1996. — С. 15.

Изучение концептов позволяет выявить особенности ментального мира того или иного народа, отчасти понять специфику работы человеческой мысли, следовательно, изучать культуру народа на разных этапах ее становления.

Концепт – это мыслительный образ, стоящий за языковыми знаками. Концепт является одним из наиболее изучаемых феноменов в лингвистике последних десятилетий и крайне важным для изучения языка, в первую очередь, как объекта когнитивной лингвистики.

Существует мнение ученых, согласно которому в качестве простейших концептов рекомендуется рассматривать концепты, представленные одним словом, а в качестве более сложных – те, которые представлены в словосочетаниях и предложениях. Ученые, придерживающиеся другого мнения, утверждают, что простейший концепт можно выделить в семантических признаках, выделенных в результате компонентного анализа лексики. Существует также компромиссная точка зрения, согласно которой часть концепта имеет языковую привязку, т.е. выражена в языковой форме, а часть представлена в виде ментальных репрезентаций – картинок, образов.

Однако неоспорим тот факт, что все самые важные концепты кодируются в языке.

Так, например, А.П. Бабушкин выделяет мыслительные картинки, схемы, гиперонимы, фреймы, инсайты, сценарии, калейдоскопические концепты. С.Г. Воркачев выделяет концепты высшего уровня и обычные концепты. Г.К. Слышкин называет первичные и вторичные концепты, метаконцепты, а так же пропорциональные, сформировавшиеся, формирующиеся, предельные и рудиментарные лингвокультурные концепты. М.В. Пименова выделяет образы, идеи, символы, а так же концепты культуры, которые делятся на несколько групп: универсальные категории культуры, социально-культурные категории культуры, категории национальной культуры, этические категории, мифологи-

ческие категории. И.А. Стернин по структуре выделяет одноуровневые концепты, многоуровневые концепты и сегментные концепты.²⁵

Таким образом, можно сформулировать следующие признаки концепта как понятия, термина, объекта научного исследования:

- 1) концепт – идеальный объект;
- 2) концепт локализуется в сознании человека;
- 3) концепт является единицей концептуальной системы;
- 4) концепт не может существовать изолированно, он всегда находится в тесной взаимосвязи с другими концептами;
- 5) концепту присуща национально-культурная специфика;
- 6) концепт объективируется языковыми средствами;
- 7) концепт имеет сложную многоуровневую структуру;
- 8) тип концепта и способы его описания зависят во многом от того явления, которое он описывает.

Выводы. Картина мира – это целостный глобальный образ мира, являющийся результатом всей духовной активности человека и возникающий в ходе всех его контактов с миром. Картина мира определяет все духовные и ценностные установки индивида, его знания о мире и мировоззрение, которые, в свою очередь, меняются вслед за изменением картины мира.

В зависимости от принадлежности человека к той или иной национальности, профессии, типу и способу организации информации, выделяют разные виды картины мира: научную, языковую (наивную), национальную, профессиональную, религиозную, цветовую, лингвоцветовую, художественную, авторскую и др.

Под лингвоцветовой картиной мира понимается вербальная реализация цветовой картины мира, входящая в состав концептуальной и культурной картин мира.

ЛКМ каждого конкретного языка является живой системой, подвергающейся непрерывным изменениям, которые находят своё воплощение в языке.

²⁵ Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. — Воронеж, 2006. — С. 24.

ЛКМ реализуется в форме цветообозначений, которые составляют некоторые группы лексических единиц, словосочетаний фразеологических единиц, других вербальных средств.

Единицей языковой картины мира является слово или словосочетание, именуемое концепт. Единицей цветовой картины мира – цвет или оттенок цвета, а единицей лингвоцветовой картины мира – слово или словосочетание, обозначающее цвет или его оттенок.

Таким образом, связующим звеном между картинами мира будет являться концепт как оперативная содержательная единица памяти, а его именем – название цвета или оттенка, присутствующего в когнитивной памяти носителя языка.

2 ЛИНГВОЦВЕТОВАЯ КАРТИНА МИРА ИНДУСТРИИ МОДЫ И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В МАТЕРИАЛАХ САЙТА ИНСТИТУТА ЦВЕТА *PANTONE*

2.1 Цветонаименования в сезонных коллекциях Института цвета Pantone

Говоря о картине мира в *fashion*-индустрии, стоит отметить, что в ней существует четкая систематизация цветов на два класса: базовые и сложные.

Базовые цвета – это нейтральные оттенки, используемые в качестве основы для создания образа. Они универсальны и сочетаются со всеми сложными цветами. База включает в себя следующие тона: темные (черный, серый, коричневый, синий), светлые (белый, кремовый, песочный, бежевый, серый) и акцентирующие (консервативные оттенки яркой палитры).

Сложные цвета – цвета, которые можно получить при смешивании базовых.

Также, стоит отличать такие понятия как «оттенок», «тональность» и «тень». Если к чистому цвету добавить белый цвет, эта разновидность цвета называется «оттенок». В случае добавления серого цвета, появляется «тональность». И, примешивая к основному цвету черный, мы получаем «тень».

Любому профессионалу, работающему с цветом, важно знать актуальные оттенки, возможность сочетания цветов, влияние и символику цвета. Все эти знания помогают модельерам создавать коллекции модной одежды, дизайнерам – оформлять интерьеры, сайты, брендовые рекламные кампании, природные ландшафты и многое другое. При этом язык становится тем кодом, инструментом, с помощью которого транслируется – часто в метафорической форме – наиболее важная в когнитивном плане информация: название актуальных цветов, их описание, интерпретация: все то, что составляет специфику лингвоцветовой картины мира индустрии моды.

В качестве эмпирического материала была использована информация, представленная на сайте Института цвета PANTONE: www.pantone.com.

Институт цвета PANTONE (Pantone Color Institute) – американская компания, основанная в 1963 г. Лоренсом Гербертом. В 2007 г. PANTONE был приобретен компанией «X-rite», ведущим мировым лидером в области колористики.

Институт цвета PANTONE на протяжении более 50 лет вдохновляет профессионалов в области дизайна интерьеров, одежды и рекламы на создание новых продуктов.

Данная компания представляет собой творческий союз психологов, преподавателей художественных школ, экспертов в области цвета и мерчендайзеров, имеющих всемирную популярность.

Исполнительный директор компании PANTONE Литрис Эйзман – психолог, эксперт в области цвета, написавшая 9 книг о цвете и его влиянии на жизнь человека. Л. Эйзман помогла многим компаниям создать дизайн своих продуктов, бренда и магазинов, что подняло продажи и репутации компаний на новый уровень. Журнал «Wall Street Journal» признал Л. Эйзман одной из самых влиятельных людей в области цвета.

На главной странице сайта института цвета пользователь может найти следующее высказывание: «When 80% of human experience is filtered through the eyes, we understand that the choice of color is critical». Компания уверена в воздействии цвета на человека, а потому так тщательно прорабатывает каждую подборку цветов, выбирает цвет года, а также рекомендует использование тех или иных цветов в дизайне и производстве.

Цвет играет настолько важную роль в жизни человека, что институт цвета PANTONE обозначает каждый цвет не только номером, но также и названием, что, несомненно, также оказывает большое воздействие на потребителя.

Ежегодно Институт Цвета проводит ряд исследований, в результате которых представляет палитру цветов, актуальных для предстоящего года. Выбор палитры, а также главный цвет года публикуется в специальном руководстве PANTONE, которое приобретается дизайнерами, флористами и другими специалистами, работающими в сфере, связанной с колористикой. Также на

сайте Института можно ознакомиться с цветовой палитрой сезона, предлагаемой создателями в качестве основы в одежде для мужчин и женщин в данном сезоне.

Палитры 2018 года представлены в двух вариантах – в соответствии с неделями моды в Нью-Йорке и Лондоне. Данный факт свидетельствует о том, что в рамках лингвоцветовой картины мира индустрии моды ежегодно оказываются противопоставленными два важных в плане объективации национально-культурной специфики картины фрагмента: ориентированный на потребителей информации в США и Великобритании.

В палитрах представлены 12 цветов, являющихся самыми модными в сезоне, по мнению PANTONE, а также 4 базовых цвета.

Стоит отметить, что базовые цвета полностью совпадают, в то время как среди цветов, выбранных в качестве самых актуальных в сезоне, есть отличия. Из 12 цветов 7 совпадают, среди них: «Помидоры Черри» («Cherry Tomato»), «Иволга» («Meadowlark»), «Цветущий Георгин» («Blooming Dahlia»), «Ультрафиолетовый» («Ultra Violet»), «Розовая Лаванда» («Pink Lavender»), «Почти Лиловый» («Almost Mauve») и «Лаймовый Пунш» («Lime Punch»). Остальные цвета имеют сходство по тону, но являются разными по своим свето-теневым показателям.

Ниже рассмотрены описания цветов и их функции, которыми их наделили сотрудники Института цвета PANTONE.

Цветом 2018 года был объявлен «Ультрафиолет» («Ultra Violet»), который присутствует в каждой палитре и имеет следующее описание:

«Conveying originality and ingenuity, the magical Ultra Violet is a distinctive and complex purple shade that fascinates and intrigues».²⁶

Этому цвету посвящена отдельная страница на сайте, где подробно описан цвет, ассоциации, которые он вызывает, его символизм.

Стоит отметить, что в словарях нет соответствующей дефиниции, описывающей данный цвет. Следовательно, можно сделать вывод, что данное

²⁶ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2018>, 20.03.2018.

цветонаименование является новым фрагментом лингвоцветовой картины мира, что является свидетельством осуществления картиной мира ее адаптивной функции. Более того, появление нового цветонаименования расширяет наши представления о цветовой картине мира и добавляет новый фрагмент в лингвоцветовую картину мира.

Выбор данного цвета в качестве главного, по мнению Литрис Эйзман, директора Института цвета Pantone, обусловлен потребностью современного человечества в богатом воображении и изобретательности. Это, несомненно, является весомым основанием для включения данного цвета во все коллекции года, а также подбора сочетающихся с ним цветов в палитрах.

Ярко-красный цвет «Помидоры Черри» («Cherry Tomato») получил следующую характеристику:

«Impulsive Cherry Tomato is a tempestuous orangey red that exudes heat and energy. Demanding attention, this courageous, never to be ignored, shade is viscerally alive»²⁷ – яркий акцент, который невозможно не заметить, притягивает своей горячей энергией и не оставляет никого равнодушным.

Ярко-желтый оттенок «Иволга» («Meadowlark») создан, чтобы раскрасить жизнь в яркие жизнерадостные краски:

«The bold and lively Meadowlark, a confident and outgoing bright yellow shade highlights the spring 2018 season, glistening with joy and illuminating the world around us».²⁸

Само по себе название птицы «meadowlark» имеет эквивалент в русском языке: «луговой трупиял». Однако, ввиду того, что у реципиента, являющегося носителем русского языка, могут возникнуть негативные ассоциации по причине неблагозвучия, нельзя не согласиться с мнением переводчика, предложившего на русской версии сайта pantone.ru использовать название цвета «Иволга», что будет ассоциироваться с ярко-желтым оперением птицы.

²⁷ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/fashion-color-trend-report-new-york-spring-2018>. 20.03.2018.

²⁸ Там же.

Важно отметить, что эксперты Института цвета Pantone использовали нейтральное название, которое не имеет каких-либо негативных ассоциаций в английском языке. Однако проявление национально-культурной специфики лингвоцветовой картины мира, как показал пример, в переводе неизбежно. Исходя из этого, можно сделать вывод о реализации адаптивной функции картины мира, позволяющей использовать наиболее подходящее название, не вызывая при этом негативных ассоциаций у потребителя информации.

Нежно-розовый оттенок «Цветущий Георгин» («Blooming Dahlia») имеет следующее описание:

«With its seemingly suggestive scent, the subtly alluring Blooming Dahlia beckons us with its understated appeal».²⁹

Название цвета в честь цветка как будто придает ему легкий аромат, который едва можно уловить, но который невольно притягивает внимание и вызывает желание его вдохнуть.

Название оттенка «Розовая Лаванда» («Pink Lavender») говорит само за себя:

«Pink Lavender is a soft and romantic violet rose that charms with its soothing sense of quiescence».³⁰

Интересным кажется оттенок «Почти Лиловый» («Almost Mauve»), представляющий собой белый в основе цвет в сочетании со слегка уловимым розовым тоном, который называют эфемерным:

«With its gentle petal like touch, delicate and ephemeral Almost Mauve adds a sense of nostalgia to the spring 2018 palette».

«Лаймовый Пунш» («Lime Punch») представлен в кислотном желто-зеленом оттенке, призванном понравиться любому, кто его увидит, благодаря своей яркости:

«Sharp and pungent, Lime Punch hits a chord with its strident and striking citrus like presence in the spring 2018 color palette».

²⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/fashion-color-trend-report-new-york-spring-2018>. 20.03.2018.

³⁰ Там же.

Ниже рассмотрим пары цветов, которые не совпали в коллекциях, однако имели общие основы.

Так, например, «Дворцовый Синий» («Palace Blue»), включенный в список цветов недели моды в Лондоне, представляет собой яркий насыщенный синий оттенок со следующим описанием:

«Palace Blue sparkles with energy. Stirring and impressive, a brighter blue for the days ahead».

В то же время, представители недели моды в Нью-Йорке предложили вариант с названием «Детский Голубой» («Little Boy Blue»), полученный смешением синего и белого цветов, напоминающий, скорее, васильковый, и имеющий следующее описание:

«With the expectation of the clear blue sky, Little Boy Blue is no longer for little boys only. Suggestive of expansiveness and continuity, this azure blue shade reassures us with its promise of a new day».³¹

Другим примером являются практически неотличимые цвета «Пряное Яблоко» («Spiced Apple») (L) и «Масло Чили» («Chili Oil») (NY). Оба эти цвета имеют в основе коричнево-красную базу. Даже описание у этих двух цветов очень похоже. Так, например, «Пряное Яблоко» описано как «Brown with a red undertone, the warm, wholesome and engaging Spiced Apple adds flavor to the Spring 2018 palette», а «Масло Чили» – «Seasoned yet season-less, Chili Oil is an earthy brown based red that adds flavorful definition to the spring 2018 palette». Как видим, функция цветов также совпадает, что хорошо передают их названия – добавление яркого заметного аромата.

Еще одна пара цветов – «Весенний Крокус» («Spring Crocus») (NY) и «Восхитительный Розовый» («Rapture Rose») (L) – отличаются друг от друга названиями, однако имеют в основе розовый цвет.

Цвет «Весенний Крокус» описан следующим образом:

³¹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/fashion-color-trend-report-new-york-spring-2018>. 20.03.2018.

«Witty and expressive, Spring Crocus is a flamboyant and tantalizing fuchsia shade that summons you in with its beguiling charm».

Описание делает намек на шарм, соблазнение, самовыражение, остроумие, наделяя тем самым цвет признаками, характерными для человека, оживляя его.

В описании лондонского «Восхитительного Розового» акцент сделан на шарме и романтике:

«Romantic and affectionate Rapture Rose is an artful rosey red that brings a flirtatious charm to the Spring 2018 palette».

Как можно увидеть, описание цветов вновь частично совпадает и несет схожие описания и функции цветов: привнести легкость, романтику, флирт в весеннюю коллекцию.

Следующие 2 пары цветов имеют мало общего между собой кроме основы, однако они настолько сильно отличаются друг от друга, что необходимо было выделить их не в пары, а в качестве 4 самостоятельных цветов: «Nile Green» (L), «Ash Rose» (L), «Emperador» (NY), «Arcadia» (NY). «Аркадия» и «Зеленый Нил» имеют в основе зеленый цвет, «Пепельно-розовый» и «Эмператор» – лишь общую характеристику – оттенок земли.

Цвет «Зеленый Нил» («Nile Green») – это «Calm and composed Nile Green is a breezy light green that brings a breath of fresh air to the palette, working well as a serene base for a myriad of shades in the Spring 2018 palette». Задача цвета, по мнению составителей палитры, – привнесение свежести в весеннюю коллекцию. Авторы считают цвет базовым и говорят о многочисленных возможностях сочетания его с другими цветами.

Цвет «Аркадия» («Arcadia») возвращается в сезон из забытых коллекций, имея, однако, новое звучание:

«Hinting at retro yet at the same time modern, Arcadia is a cooler, cleaner take on green that with its tinge of blue undertone takes us into a new direction for the spring 2018 season».

«Пепельно-розовый» («Ash Rose») цвет получил следующее описание:

«Sophisticated yet earthy Ash Rose introduces a new dimension; transforming this muted pink shade into a more grounded hue».

Несмотря на отсылку к цвету земли, «Пепельно-розовый» представлен сложным, дорого выглядящим.

«Эмператор» («Emperador») представляет собой насыщенный коричневый цвет с едва уловимым оттенком красного:

«The rich chocolate infused brown Emperador adds strength and substance to the spring 2018 palette».

По замыслу создателей палитры цвет добавляет силы и основательности, богатства. Полагаем, что название данного цвета ассоциативно связано с маркой бренди «Emperador». Напиток имеет приятный коричнево-красноватый оттенок, что, на наш взгляд, и послужило причиной для именованя цвета.

Описание базовых цветов в данном исследовании не представляет особого интереса, т.к. не имеет в содержании сравнительных характеристик, эпитетов, метафор и других средств образности и выразительности, использованных при описании оттенков. В названиях использованы метафоры и сравнения: «Моряцкий Синий» («Sailor Blue») – темно-синий цвет, «Туман в Гавани» («Harbor Mist») – светло-серый, сизый, «Кокосовое Молоко» («Coconut Milk») – белый, «Теплый Песок» («Warm Sand») – светло-бежевый.

В ходе анализа названий цветов был сделан вывод об использовании в процессе именованя 1) ботанических терминов – «Cherry Tomato», «Ash Rose», «Blooming Dahlia», «Spiced Apple», «Chili Oil», «Pink Lavender», «Spring Crocus», «Lime Punch», «Rapture Rose», «Coconut Milk», 2) зоологических терминов – «Meadowlark», 3) собственно цветowych – «Ultra Violet», «Almost Mauve», 4) географических – «Green Nile», «Arcadia», и др. («Emperador», «Sailor Blue», «Harbor Mist», «Warm Sand», «Little Boy Blue», «Palace Blue»). Таким образом, ботанические термины встречались 10 раз, собственно цветowych – 2 раза, географические – 2 раза, зоологические – 1 раз, прочие – 6 раз.

Таким образом, говоря о соотношении картин мира, объективированных в названиях модных цветов, можно отметить следующее. Наиболее продук-

тивным фрагментом концептуальной картины мира применительно к номинации колоративных единиц выступает фрагмент, который можно обозначить как концепт «растения». Наименее продуктивным – фрагмент, репрезентируемый концептом «животные». Авторы модных тенденций ориентируются в описании цветов на представителей мира растений, поскольку, несомненно, их разнообразие дает возможность практически безграничного использования существующих названий для номинации вновь создаваемых концептов цветовой картины мира модной индустрии – актуальных в сезоне цветов и оттенков.

2.2 Цветонаименования «color of the year» в публикациях Института цвета Pantone

Ежегодно рабочая группа, состоящая из 10 экспертов Института цвета Pantone во главе с Л. Эйзман, выбирает цвет года. Данная традиция берет начало с 1999 г., когда экспертов попросили описать одним цветом переломный момент – смену тысячелетий. Тогда рабочая группа определила цветом года «Лазурный» как символ будущего, новых технологий и волнения людей перед наступлением нового тысячелетия.

Л. Эйзман в своем блоге утверждает, что выбор цвета всегда неслучаен: он является отражением чувств и потребностей людей во всем мире. Также самым важным Л. Эйзман считает то, что данная традиция заставляет людей говорить о цветах, обсуждать их, а значит, выражать свои мысли и ассоциации, связанные с цветом.

Ежегодно весной команда Института цвета Pantone начинает работу над выбором цвета для следующего года. Изучается развлекательная индустрия, кинематограф, работы художников, модные тенденции, популярные вещи, которыми пользуются люди, социальные и экономические условия, новые технологии, материалы, текстуры, СМИ, спортивные события и все аспекты общественной жизни, которые могут оказать влияние на выбор цвета. Также эксперты прислушиваются к мнению людей: потребностям, запросам, надеждам, источникам вдохновения, коллективной сознательной реакции на цвет, психологическим и эмоциональным аспектам. В результате рождается новый про-

дукт – цвет, формируется концепт, или представление о цвете, и новый фрагмент лингвоцветовой картины мира: цветоименование.

Так, в 2008 году цветом года был выбран «Синий Ирис» («Blue Iris»), который имеет следующее описание: «A Multifaceted Hue Reflecting the Complexity of the World that Surrounds Us». 2007 год был ознаменован новинками и прорывами в области техники: выход первого смартфона iPhone, запуск большого количества спутников в космос, масштабное отключение мобильной сети в Японии. Также в 2007 году произошло большое количество взрывов в жилых домах, шахтах, а также было совершено несколько терактов, что стало одной из составляющих «сложного мира», о котором говорят эксперты, выбравшие цвет года.

В 2009 году цветом года стал «Мимоза» («Mimosa») – ярко-желтый оттенок, напоминающий оттенок цветков мимозы. В описании представлено следующее: «Mimosa Embodies Hopefulness and Reassurance in a Climate of Change. <...> In a time of economic uncertainty and political change, optimism is paramount and no other color expresses hope and reassurance more than yellow. Mimosa also speaks to enlightenment, as it is a hue that sparks imagination and innovation»³². В 2008 году, когда велась работа над выбором цвета для 2009 года, произошло несколько экономических и политических кризисов, международная обстановка была достаточно напряжённой, что, как можно убедиться, отразилось на выборе цвета и аргументации.

Цветом 2010 года был выбран «Бирюзовый» («Turquoise»), призванный оградить от проблем, обеспечить защиту и комфорт. Важным представляется следующее описание цвета: «In many cultures, Turquoise is believed to be a protective talisman, a color of deep compassion and healing, and a color of faith and truth, inspired by water and sky. Through years of color word-association studies, we also find that to many people, Turquoise represents an escape, taking them to a tropical paradise that is pleasant and inviting – even if it is only a fantasy»³³. Таким

³² Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2009>. 20.03.2018.

³³ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2010>. 20.03.2018.

образом, мы видим, что в ходе изучения общественного мнения был получен результат, доказывающий, что для людей название цвета «Бирюзовый» ассоциируется с райским местом, избавлением от рутинных будней.

В качестве цвета 2011 года рабочая группа Института цвета Pantone выбрала «Цветки Жимолости» («Honeysuckle»), а именно – ярко-розовый оттенок цветков кустарника. В описании цвета приводится следующее: «Courageous. Confident. Vital. A brave new color, for a brave new world. Let the bold spirit of Honeysuckle infuse you, lift you and carry you through the year. It's a color for every day – with nothing “everyday” about it»³⁴. Данный цвет призывает не избегать проблем, а встречать их гордо и энергично. Именно такое описание дается на сайте Института цвета. Имея в основе красную базу, данный цвет символизирует жизнелюбие, уверенность, смелость. Возможно, выбор данного цвета и его описание связано с большим количеством землетрясений по всему миру, «подорвавшими» дух населения. Тем самым эксперты выражали свою поддержку и старались приободрить людей. Несмотря на большое количество терактов и катастроф природного характера, в науке и технике было совершено несколько важных открытий, что подкрепило уверенность в будущем у людей.

«Мандариновое танго» («Tangerine Tango»), ставший цветом 2012 года, представляет собой яркий насыщенный оранжевый цвет с примесью желтого. Директор Института цвета Л. Эйзман в описании цвета говорит о том, что «Reminiscent of the radiant shadings of a sunset, Tangerine Tango marries the vivaciousness and adrenaline rush of red with the friendliness and warmth of yellow, to form a high-visibility, magnetic hue that emanates heat and energy».³⁵

«Мандариновое танго» имеет задачу усилить энергию, которую дал цвет предыдущего года, «перезарядить» людей, вдохновить на новые свершения. В 2011 году произошло большое количество творческих побед: музыканты побили рекорды по продажам своих альбомов, после смерти знаменитой певицы Эми Уайнхаус ее альбом по продажам побил все рекорды. Сообщество экспер-

³⁴ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2011>. 20.03.2018.

³⁵ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2012>. 20.03.2018.

тов, желая вдохновить людей на создание новых композиций, фильмов предложило яркий цвет, пробуждающий энергию и жизненные силы.

В описании «Изумрудного» («Emerald»), цвета 2013 года, приводится следующее высказывание: «Lively. Radiant. Lush... A color of elegance and beauty that enhances our sense of well-being, balance and harmony».³⁶ Также на странице, посвященной цвету, содержится информация, согласно которой изумруд издревле считался камнем, дарующим обновление, излечение. 2012 год стал одним из самых жарких более чем за полтора века метеорологических наблюдений. Во многих странах наблюдалась засуха и аномальная жара. Холодный оттенок изумруда обеспечивал приятную прохладу и отдых после жаркого периода. Таким образом, эксперты рабочей группы, наблюдая потребность людей в пополнении запасов жизненных сил, магического воздействия и исцеления, выбирают «Изумрудный» в качестве цвета года.

Цветом 2014 года Институт цвета Pantone выбирает «Светящуюся Орхидею» («Radiant Orchid»), объясняя это способностью цвета интриговать и развивать креативность у людей. «An invitation to innovation, Radiant Orchid encourages expanded creativity and originality, which is increasingly valued in today's society».³⁷ В 2013 году в творческом мире происходил некоторый застой, результатом которого стало небольшое количество новых фильмов, музыкальных альбомов, выставок. Рабочая группа Института цвета выявила потребность людей в создании новинок, для которых необходима оригинальность и умение творчески мыслить. Поэтому как нельзя лучше для 2014 года был подобран нежно-фиолетовый цвет «Светящаяся Орхидея».

В 2015 году рабочая группа Института цвета Pantone во главе с Л. Эйзман представляет цвет «Марсала» («Marsala») в качестве цвета года. На странице, посвященной цвету 2015 года, приводится следующее описание: «Much like the fortified wine that gives Marsala its name, this tasteful hue embodies the satisfying richness of a fulfilling meal, while its grounding red-brown roots emanate a

³⁶ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2013>. 20.03.2018.

³⁷ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2014>. 20.03.2018.

sophisticated, natural earthiness»³⁸. Напрямую ассоциируясь с вином, ставшем источником для названия, данный цвет несет значение стабильности, высокого достатка и уверенности в завтрашнем дне. Ассоциации с дорогим ужином, к которому подают бокал вина, заставляют людей поверить в успех и благополучие, которые были необходимы тем, кто стал свидетелем нескольких политических кризисов, военных переворотов и нестабильной экономической ситуации в мире.

2016 год стал знаковым в истории выбора цветов года, т.к. впервые цветом года стало сочетание двух оттенков. «Розовый Кварц и Сиреневый» («Rose Quartz & Serenity») стали единым цветом, обеспечивающим умиротворенность, спокойствие. «Rose Quartz is a persuasive yet gentle tone that conveys compassion and a sense of composure. Serenity is weightless and airy, like the expanse of the blue sky above us, bringing feelings of respite and relaxation even in turbulent times»³⁹. В 2015 году в разных водоемах затонуло большое количество пассажирских судов, что, несомненно, потрясло общественность. Изучив настроения людей в 2015 году, эксперты пришли к выводу, что люди нуждаются в успокоении после ежедневного стресса. Путем смешения двух цветов эксперты добились ощущения мира и спокойствия, полученного от созерцания «Розового Кварца и Сиреневого». Также важным стало именно такое сочетание розового и голубого, т.к. в данном сочетании нашлось место отражению гендерного равенства, что является острым вопросом в последнее время.

2017 год был ознаменован потребностью человечества единением с природой. Поэтому рабочая группа Института цвета Pantone выбрала «Зелень» («Greenery») цветом года. В описании цвета приводится следующее: «Greenery is nature's neutral. The more submerged people are in modern life, the greater their innate craving to immerse themselves in the physical beauty and inherent unity of the natural world. This shift is reflected by the proliferation of all things expressive of Greenery in daily lives through urban planning, architecture, lifestyle and design

³⁸ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2015>. 20.03.2018.

³⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2016>. 20.03.2018.

choices globally. A constant on the periphery, Greenery is now being pulled to the forefront – it is an omnipresent hue around the world»⁴⁰. Желания человека стать ближе к природе нашло отражение в архитектуре, дизайне, модной индустрии. На наш взгляд, самым верным решением стал выбор данного зеленого оттенка в качестве цвета года. Эксперты призывают людей отвлечься от ежедневной суеты, сделать глубокий вдох и насладиться спокойствием и свежестью, свойственным природе.

Цветом 2018 года эксперты рабочей группы выбрали «Ультрафиолет» («Ultra Violet»). На странице, посвященной описанию цвета, приводится цитата Л. Эйзман, директора Института цвета: «We are living in a time that requires inventiveness and imagination. It is this kind of creative inspiration that is indigenous to PANTONE 18-3838 Ultra Violet, a blue-based purple that takes our awareness and potential to a higher level. From exploring new technologies and the greater galaxy, to artistic expression and spiritual reflection, intuitive Ultra Violet lights the way to what is yet to come»⁴¹. Как мы отмечали ранее, в словарях нет соответствующей дефиниции, описывающей данный цвет. А значит, можно сделать вывод, что данное цветоименование является новым фрагментом лингвоцветовой картины мира, что является свидетельством осуществления картиной мира ее адаптивной функции. Таким образом, мы можем сделать вывод, что, проследив потребность общества в новых открытиях, исследованиях, стремлении людей познавать неисчерпаемый потенциал Вселенной, а также большое количество совершенных открытий в области астрономии в 2017 году, эксперты рабочей группы выбирают «Ультрафиолет» в качестве цвета года.

Отслеживая тенденции в названиях цветов от 2008 г. до 2018 г., можно сделать следующий вывод. Отвечая на потребности общества в успокоении и разрешении проблем, эксперты рабочей группы выбирали цвета, которые чаще всего имели названия, заимствованные из растительного мира. Также доста-

⁴⁰ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2017>. 20.03.2018.

⁴¹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2018>. 20.03.2018.

точно четко можно проследить обращение за названиями к миру натуральных камней, которые имеют свойства восстанавливать силы, исцелять и успокаивать.

В последние годы наметилась тенденция на убеждение общества в стабильности, материальном благополучии и высоком качестве жизни. Таким образом, мы стали свидетелями заимствования названия цвета из марок вин, что во все времена являлось символом достатка.

Обращаясь к последнему на сегодняшний день названию цвета, можно увидеть ассоциации, связанные с миром технологий, освоением Вселенной и переходом общества на новый, более высокий уровень.

Следовательно, от концептов растительного мира, означающих единение с природой и спокойствие, к которым обращались в первой половине изученного нами десятилетия, эксперты рабочей группы Института цвета Pantone перешли к концептам «благополучие» и «технологии», которые можно рассматривать как ключевые в контексте современной картины мира модной индустрии.

Стоит обратить особое внимание на выполнение ориентирующей и адаптивной функций лингвоцветовой картины мира, реализующихся в ходе представления и использования цвета года.

Объявляя цвет года, рабочая группа экспертов Института цвета Pantone создает новый фрагмент лингвоцветовой картины мира, поскольку информация о цвете всегда объективируется в языковой форме. Как утверждают эксперты Pantone, сам цвет в течение года на раскладке претерпевает изменения и требует замены, а вот его описание остается прежним. Иными словами, языковая объективация концепта цвета года – важнейшая составляющая в процессе формирования лингвоцветовой картины мира индустрии моды.

Тем самым реализуется и ориентирующая функция картины мира: сообщества дизайнеров, модельеров, архитекторов получают цвет, с которым им предстоит работать в течение всего следующего года. Аргументируя свой выбор, эксперты Института цвета приводят в пример события, имеющие особую

значимость для мирового сообщества, общий настрой людей, потребности в защите/успокоении/энергии. Таким образом, реализуется адаптивная функция картины мира: сложное сочетание всех аспектов, рассматриваемых на этапе выбора цвета, отражается в одном оттенке и названии.

2.3 Цветонаименования и цветовые ассоциации в публикациях Института цвета Pantone

На сайте Института цвета Pantone существует раздел, где представлены статьи, написанные экспертами компании. Статьи делятся на разделы в соответствии с темами: интервью с дизайнерами и экспертами в области цвета; описание технологий производства красок и создания цветов; описание того или иного цвета, либо сочетания цветов, палитры. Были отобраны статьи последней из перечисленных тематик. В данных статьях рассматриваются различные подборки цветов, характеризующие ту или иную сферу деятельности, чувства, изменения в мире. Также в статьях содержится описание исторического развития символики того или иного цвета.

В каждой статье существует перечисление оттенков, содержащихся в палитре цветов, разработанной Институтом цвета Pantone. Немаловажным фактом является то, что каждая статья затрагивает важные темы, обсуждаемые в обществе. Также автор раскрывает аспекты, отражающие потребности общества, что, безусловно, обнаруживает высокий отклик у публики, а следовательно, и четкие ассоциации с цветами.

Таким образом, с одной стороны, на сайте объективируются в языковой форме описание каждого цвета и его концепта, с другой стороны – представлены наиболее важные фрагменты реальной картины мира и их концептуальное воплощение в цвете, что может быть выявлено в процессе анализа материала.

Ниже представлен анализ статей с сайта Института цвета Pantone. Все статьи в данной рубрике написаны одним автором – Л. Прессмэн, вице-президентом компании. Согласно данным сайта, Л. Прессмэн занимается работой с цветом уже более 20 лет, что, безусловно, является достаточно про-

должительным сроком для того, чтобы иметь почетное звание эксперта в области цвета. Л. Прессмэн любит путешествовать и знакомиться с новыми тенденциями в области цвета. Сам цвет эксперт считает историей жизни людей, что, на наш взгляд, является верной позицией.

Статья «Celebration of Multicultural»⁴² посвящена описанию феномена, имеющего в английском языке название «melting pot». Автор рассказывает о слиянии культур, заимствовании народами друг у друга различных обычаев и традиций. В своем повествовании автор проводит параллель между традициями и цветами, которые, объединившись в одну палитру, создали яркий ансамбль. В статье описывается знакомство разных народов с другими культурами, принятие артефактов, освоение навыков, заимствование элементов быта.

В подборке использованы следующие цвета: (Лен) («Linen»), «Имбирь» («Ginger»), «Терракотовый» («Terra Cotta»), «Ослепительный Синий» («Dazzling Blue»), «Желтый Кадмий» («Cadmium Yellow»), «Красные Конюшни» («Barn Red») и «Изюм с Ромом» («Rum Raisin»). Все цвета представляют собой насыщенные яркие оттенки, которые моментально рисуют картину быта любого народа. В статье нет четкого разделения на индейскую культуру, восточную, европейскую и т.п. Однако, на наш взгляд, присутствует некая отсылка к более ранним, аутентичным культурам в их чистом виде, т.е. речь идет о традиционных, а не современных культурах. Названия цветов, включенных в подборку, также ассоциируются с бытом народов, занимавшихся земледелием и скотоводством, их яркими одеждами и ароматной пищей. Сочетание цветов и их названий, несомненно, производит должный эффект на читателя.

Таким образом, названия цветов объединяются автором в одну категорию, которую можно определить как многонациональности с применением ярких насыщенных цветов, вызывающих ассоциации с бытом людей.

В статье «New Frontiers»⁴³ приводятся рассуждения вице-президента Института цвета Pantone, Л. Прессмэн, относительно новых технологий, позво-

⁴² Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/new-native>. 26.03.2018.

⁴³ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/new-frontiers>. 26.04.2018.

ляющих изучать космос, заниматься поиском новых форм жизни, исследовать неизведанные до сегодняшнего дня пространства во Вселенной. Затрагиваются такие сложные и популярные на сегодняшний день темы как время и пространство, будущее, перспективы развития человечества. Проанализировав работы дизайнеров многих стран, автор приходит к выводу, что данную тему отражают черные цвета, глубокие фиолетовые оттенки и всевозможные оттенки серого.

Ниже в статье приводится подборка цветов: «Серебро» («Silver»), «Туфли для чечетки» («Tap Shoe»), «Тимьян» («Thyme»), «Магнит» («Magnet»), «Синяя Майолика» («Majolica Blue»), «Сиреневый Шалфей» («Purple Sage»), «Вечерняя дымка» («Evening Haze»). Все цвета в основе имеют серый подтон, напоминающий металл, из которого строятся космические корабли и техника. Несмотря на названия цветов, которые слабо коррелируются с тематикой, визуального анализа вполне достаточно для того, чтобы ярко представить себе экипировку космонавта, приборную панель на воздушном судне или звездное небо, являющееся одной из самых больших загадок для ученых. Все эти ассоциации говорят о связи картины мира с цветом, а точнее, о существовании лингвоцветовой картины мира и ее непосредственном влиянии на мировосприятие человека.

Следовательно, мы можем сделать вывод, что такие концепты как «время» и «технологии» в лингвоцветовой картине мира имеют связь с темными оттенками серого цвета, а также серыми оттенками с примесью других цветов.

Статья «Hitting the Playground»⁴⁴ посвящена концептам «игра» и «удовольствие». Автор описывает важность и необходимость отдыха и релаксации, подчеркивает значимость креативности в современном мире, которая должна «запускаться» с помощью цветового воздействия. Внимание читателя акцентируется на том, что игра необходима не только ребенку, но и взрослому человеку. Данный тип активности помогает сбросить напряжение, скопившееся по-

⁴⁴ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/hitting-the-playground>. 01.04.2018.

сле трудовых будней, развить творческие навыки, навыки креативного мышления.

В статье также приводится подборка цветов, среди которых: «Синие Ночи» («Blue Nights»), «Мандариновый Красный» («Mandarin Red»), «Дикая Орхидея» («Wild Orchid»), «Сила Солнца» («Solar Power»), «Изысканность» («Delicacy»), «Холостяцкие пуговицы» («Bachelor Button»), «Рассвет» («Daybreak»). Все цвета являются достаточно яркими, жизнерадостными, что ассоциируется с энергией, отдыхом, источником жизненных сил.

Статья «Playful Release»⁴⁵ описывает необходимость развлечений в жизни человека как способа отвлечься от повседневной рутины. В статье использованы такие концепты как «веселье» и «игра». Данная статья несколько повторяет ту, которую мы описали выше. Однако стоит заметить, что эксперты цвета всегда тщательно подходят к выбору темы, ориентируясь на потребности людей, происходящие в мире события и реакцию публики на них. Следовательно, нет сомнений в актуальности повторения данной темы как способа предложить еще один вариант создания благоприятной для отдыха атмосферы с помощью цвета.

В конце статьи дается следующая подборка цветов: «Кукуруза» («Maize»), «Пудровый розовый» («Powder Pink»), «Золотой коричневый» («Golden Brown»), «Моряцкий синий» («Nautical Blue»), «Глубокий Зеленый» («Deep Green»), «Мандариновый» («Mandarin Orange») и «Аврора» («Aurora Red»).

Статья «Harvesting Waste – A Contrasting Color Mix of Brights and Softer Hues Celebrates a New Design Aesthetic»⁴⁶ посвящена вопросу переработки использованных материалов. В статье автор поднимает вопрос о повторном использовании материалов, которые были получены во время сбора урожая, работы на садовых участках и т.д.

⁴⁵ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/playful-release>. 01.04.2018.

⁴⁶ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/harvesting-waste-a-contrasting-color-mix-of-brights-and-softer-hues-celebrates-a-new-design-aesthetic>. 01.04.2018.

Стоит отметить, что данный вопрос достаточно остро стоит на сегодняшний день во всем мире, а, значит, тема является актуальной. Следовательно, автор затрагивает вопрос, который волнует общество, а, значит, в обществе имеются четкие ассоциации с определенными цветами. Также Л. Прессмэн ссылается на коллекции дизайнеров, использующих бывшие в употреблении хозяйственные принадлежности в своих коллекциях. Таким образом, вновь видим, что эксперт ориентируется на проблемы, волнующие общество, и эти проблемы находят отражение в работах дизайнеров, в дискуссиях, посвященных вторичной переработке, программах защиты окружающей среды.

Так в подборке приводятся цвета, вызывающие ассоциации с хозяйственными сумками, краской для хозяйственных построек, садовым инвентарем. Палитра содержит в себе следующие цвета: «Яблоневый цвет» («Apple Blossom»), «Колыбельно-розовый» («Cradle Pink»), «Фамильный лиловый» («Heirloom Lilac»), «Листья Мята» («Mint Leaf») и др.

Итак, как показал анализ материала, наиболее важные для индустрии моды в данный момент фрагменты реальной картины мира объективируются в публикациях Института посредством описания цветовых ассоциаций, связанных с ними, тем самым формируя уникальные фрагменты лингвоцветовой картины мира. Совокупность определенных цветоименований определяет структуру концепта культурной картины мира, тем самым обеспечивая взаимосвязь этих картин в сознании воспринимающего субъекта.

«Linen», «Ginger», «Terra Cotta», «Dazzling Blue», «Cadmium Yellow», «Barn Red» и «Rum Raisin» – объективируют идею мультикультурализма («Celebration of Multicultural»). «Silver», «Tap Shoe», «Thyme», «Magnet», «Majolica Blue», «Purple Sage», «Evening Haze» – новых технологий («New Frontiers»), «Blue Nights», «Mandarin Red», «Wild Orchid», «Solar Power», «Delicacy», «Bachelor Button», «Daybreak» – игр («Hitting the Playground»), «Maize», «Powder Pink», «Golden Brown», «Nautical Blue», «Deep Green», «Mandarin Orange» и «Aurora Red» – отдыха и релаксации («Playful Release»), «Apple Blossom», «Cradle Pink», «Heirloom Lilac», «Mint Leaf» – идею переработки

биоотходов, которые были получены во время сбора урожая, работы на садовых участках, экологии в целом («Harvesting Waste – A Contrasting Color Mix of Brights and Softer Hues Celebrates a New Design Aesthetic»). Таким образом, через цветовые ассоциации создатели цветов обсуждают актуальные проблемы современности и воплощают их в дизайнерских коллекциях. При этом каждая из рассмотренных проблем – это сложноструктурированный концепт, интерпретационное поле которого включает в качестве системообразующих элементов цвета, созданные воображением дизайнеров. Перечисленные выше концепты входят в качестве фрагментов, с одной стороны, в картину мира модной индустрии, с другой стороны – ее лингвоцветовую картину мира.

Для иллюстрации полученных данных, в соответствии с поставленной задачей, построим ядерно-периферийную модель концепта, где ядерные признаки приравниваются к словарным значениям лексической единицы – в данном случае, «multiculturalism», – а периферией – ассоциативно связанные с феноменом цвета, описанные в статье.

В словаре *Oxford Dictionary* слово «multiculturalism» имеет следующее определение: «the presence of, or support for the presence of, several distinct cultural or ethnic groups within a society»⁴⁷.

Таким образом, ядро концепта «multiculturalism» представлено словарным определением, а периферия концепта – цветоименованиями: «Linen», «Ginger», «Terra Cotta», «Dazzling Blue», «Cadmium Yellow», «Barn Red» и «Rum Raisin».

⁴⁷ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/multiculturalism>. 05.04.2018.

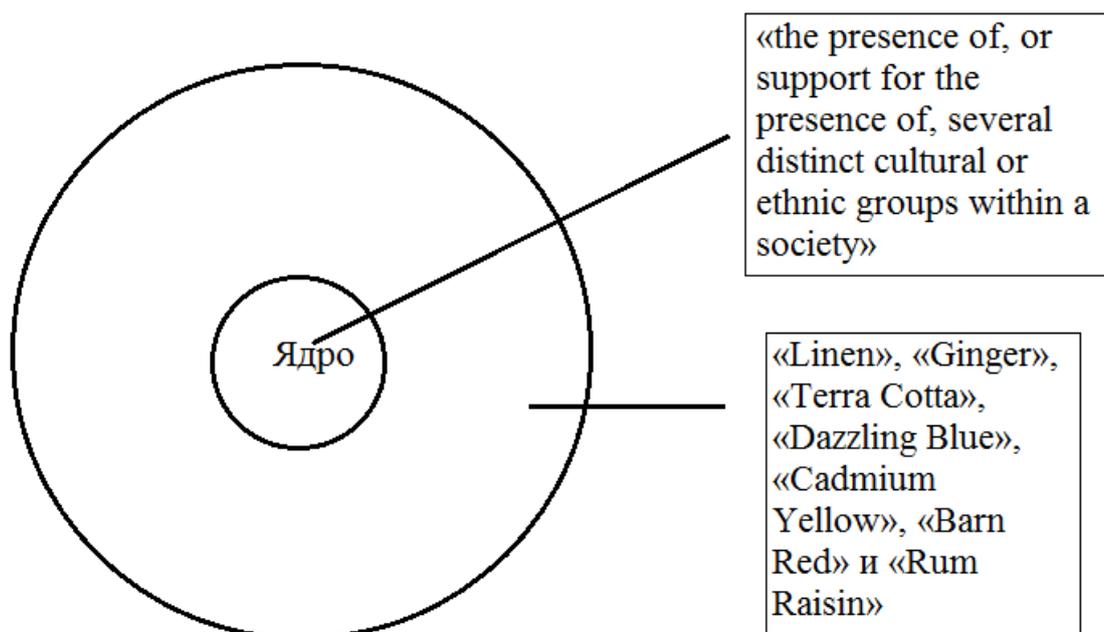


Рис. 1. Ядерно-периферийная модель концепта «multiculturalism»

Следующий раздел сайта представляет вниманию читателя статьи, посвященные различным цветам: оранжевому, зеленому, серому, черному, белому, розовому, красному, голубому, фиолетовому. Как показал анализ материала, ассоциативные значения этих цветов как фрагментов лингвоцветовой картины мира намного богаче и разнообразнее тех, что можно выявить в словарях. Словарные дефиниции отражают лишь малую часть той культурологически-значимой информации, которая необходима специалисту, работающему в индустрии моды, а, следовательно, и специалисту в области межкультурной коммуникации.

Важно осознавать, что каждая языковая единица-цветонаименование объективирует определенный фрагмент лингвоцветовой картины мира. И от того, как воспринимается или оценивается тот или иной цвет, нередко будет зависеть тактика перевода предложения и даже текста, содержащего колоративную лексику, с одного языка на другой. Учитывая тот факт, что современная *fashion*-индустрия занимает все большее место в жизни человека, а количество создаваемых в ней текстов неизменно увеличивается, актуальность

культурологически-значимой информации, заключенной в цветонаименованиях, трудно переоценить.

В статье «Orange – Radiant and Fun Loving»⁴⁸ Л. Прессмэн делает акцент на оранжевом цвете, рассказывая пользователю сайта о большом количестве оттенков оранжевого в палитре Института цвета Pantone. Помимо перечисления оттенков в палитре, в статье описываются традиционные ассоциации людей с оранжевым цветом, а также новые значения, которые присваивают цвету дизайнеры во всем мире: «... the meaning of orange is inexorably linked to the sensations of radiant energy, heat and the glowing presence of the setting sun. <...> We typically think of wonderfully theatrical and sociable orange as linked to heat and warmth, however there is also the inevitable association of orange to the time of harvest and falling leaves which we associate with earthy warmth as well as the lighter and less intense apricot and peach tones whose message is one of soft warmth».⁴⁹

В словаре Oxford Dictionary приводится следующее толкование цвета: «A bright reddish-yellow colour like that of the skin of a ripe orange».⁵⁰

В результате анализа статьи были выведены следующие ассоциации с оранжевым цветом: «энергия», «жара», «радость».

В статье «Engineering Nature – Shades of Green Proliferate as We Bring the Outside In and Reconnect with Nature» Л. Прессмэн уделяет внимание такому важному вопросу как потребность человека в природе, зелени. Автор пишет о том, что человека сейчас в основном окружают многочисленные постройки из стекла и бетона. Дизайнеры, архитекторы, врачи и психологи бьют тревогу: человеку нужна связь с природой, эта потребность заложена в человеке генетически. Л. Прессмэн предлагает обратить внимание на цвета, использование которых создаст эффект природной красоты в условиях городской жизни.

⁴⁸ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/orange-radiant-and-fun-loving>. 01.04.2018.

⁴⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/orange-radiant-and-fun-loving>. 01.04.2018.

⁵⁰ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/orange>. 03.04.2018

В палитре присутствуют следующие цвета: «Шпинатный Зеленый» («Spinach Green»), «Зеленый Кадмий» («Cadmium Green»), «Зеленая Тень» («Shadow Green»), «Морская Пена» («Sea Foam»), «Авокадо» («Avocado») и др. Все цвета имеют приятный натуральный оттенок, встречающийся в природе. Таким образом, эксперт Института цвета Pantone предлагает добиваться эффекта близости к окружающей природной среде, что, по ее мнению, будет успокаивать и «исцелять» человека, живущего в «каменных джунглях».

Проанализировав цвета и их названия, а также тему статьи, мы пришли к выводу, что зеленый цвет в первую очередь ассоциируется с природой, зеленью, что является устойчивым представлением в картинном мире любого народа.

Статья «Gray – Quietly Assuring»⁵¹ посвящена оттенкам серого. Автор статьи приводит слова директора Института цвета Л. Эйзман о сером цвете, символизирующем долговечность, надежность и стойкость. Серый цвет напоминает большие каменные сооружения, которые всем своим видом говорят о стойкости и нерушимости. «...the grays represent solid strength and longevity, an association stemming from the color of granite and gravel, stone, slate and rock; of ancient monuments, pillars, and temples that have withstood the ravages of time and technology»⁵². Так же, как и в статье, посвященной оранжевому цвету, в публикации приводится ряд цветов из палитры Института цвета Pantone. Особое внимание обращается на то, что мозг иначе называется «серое вещество», а это закрепляет достаточно устойчивую ассоциацию серого цвета с умственными способностями человека. «Thoughtful and contemplative, gray is the color of intellect. We refer to the gray matter of brain and mind and thereby associate gray with representing a striving for truth, knowledge and wisdom. It is this quality that also supports grays role as a shade that while unobtrusive, is also one with great substance»⁵³. Следовательно, данный цвет символизирует не только надежность, но и интеллект.

⁵¹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/gray-quietly-assuring>. 01.04.2018.

⁵² Там же.

⁵³ Там же.

В словарной статье словаря *Oxford Dictionary* приводится следующее описание цвета: «Of a colour intermediate between black and white, as of ashes or lead».⁵⁴ Словарь не дает ассоциативных значений серого цвета, однако статья позволяет выявить их с учетом мнения специалистов в этой области. Ассоциации, имеющие стойкую связь с серым цветом, следующие: «ум», «надежность», «долговечность».

Статья «Black – Sleek and Sophisticated»⁵⁵, как и предыдущая, посвящена отдельному цвету – черному.

В словаре *Oxford Dictionary* черный цвет имеет следующее описание: «Of the very darkest colour owing to the absence of or complete absorption of light; the opposite of white».⁵⁶

Черный цвет, по мнению Л. Прессмэн, является одним из самых спорных, но в то же время универсальных. В качестве аргументов автор приводит ассоциации с черным цветом, описанные в статье.

Во-первых, выделяется ряд негативных ассоциаций, связанных с горем, трауром, дурным предзнаменованием и т.д. Во многих культурах черный цвет сопровождает траурные мероприятия, а символы черного цвета являются предвестниками беды. «... black can be described as foreboding, funereal and sobering»⁵⁷. Во-вторых, черный цвет нередко ассоциируется с магией и мистикой, силой, мощью. Зачастую данный цвет становился превалирующим во внешнем облике представителей различных субкультур (готов, байкеров). Многие художники и писатели обращались к черному цвету как источнику вдохновения. «Artists have long recognized the remarkable impact of black. Andy Warhol illustrated the influence of the formidable force of black when juxtaposed against vibrant tones in his work “Shadows.” In early films, actors in classic gang-

⁵⁴ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/grey>. 03.04.2018

⁵⁵ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/black-sleek-and-sophisticated>. 01.04.2018.

⁵⁶ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/black>. 03.04.2018

⁵⁷ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/black-sleek-and-sophisticated>. 01.04.2018.

ster movies wore black suits, the movie genre “film noire” describes a dark, brutal and violent world of corruption filled with sordid characters and comedies labeled as “black comedy” showcase a sardonic or more perverse sense of humor»⁵⁸.

Черный цвет сам «рисовал» картину для зрителя или читателя. Так, примером может стать поэма выдающегося американского писателя Эдгара А. По «Ворон».

В современном искусстве представителем силы и мощи стал герой популярного американского фильма «Звездные войны» Дарт Вейдер, представляющий собой человека в черном одеянии. Дарт Вейдер – жесткий руководитель, известный многим во Вселенной, он использует темную магию, что делает его практически непобедимым.⁵⁹

Третьим немаловажным значением черного цвета мир обязан всемирно известному дизайнеру Г. Шанель, создавшей знаменитое маленькое черное платье. «Christened by Vogue magazine as the “frock that all of the world will wear”, the little black dress has turned into a wardrobe staple for every woman around the world. Japanese fashion designers helped to strengthen the status of black as a key fashion color in the 1990’s and today more and more, black is seen as sophisticated, elegant and classic in all cultures, and all ages, becoming an important presence across all design disciplines».⁶⁰ Черный цвет приобрел символику элегантности и сексуальности. О данном элементе женского гардероба писали, что он никогда не выйдет из моды, и всегда будет оставаться на пике популярности. Еще одним популярным значением и свойством черного цвета является его универсальность, возможность сочетания с любым поводом, мероприятием и цветом.

Подытоживая анализ данной статьи, можно вывести следующие ассоциации с черным цветом: «траур», «горе», «сила», «мистика», «элегантность». Это во многом соответствуют устойчивым представлениям о черном цвете,

⁵⁸ Там же.

⁵⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/black-sleek-and-sophisticated>. 01.04.2018.

⁶⁰ Там же.

которые находят отражение и в словарях. Так в *Oxford Dictionary* «черный цвет» определяется как: «deeply stained with dirt», «black skin», «tragic or disastrous events», «full of glum or misery», «black humour», «full of anger or hatred», «black clothes or material, typically worn as a sign of mourning», «the situation of not owing money to a bank or of making a profit in a business operation» и т.д.⁶¹

В статье «Green – Nature’s Neutral»⁶² зеленый цвет описывается как нейтральный – лежащий в цветовом спектре между холодным голубым и теплым желтым. Издревле люди знали, что там, где много зелени, есть вода, необходимая для выживания. «Leafy greens connect with newness, youth and growth. Heralded by the annual emergence each spring of tender green shoots, a majority of people see green as symbolic of nature and new beginnings as green refreshes, restores and reaffirms that the seasons repeat in exactly the same sequence each year. An abundance of green indicates that there is available water, a necessary element for human survival and a primary reason why humans respond on a very visceral level to the reassuring presence of this shade»⁶³. Таким образом, зеленый цвет с древних времен ассоциируется у человека с жизнью, природой. В статье приводится мнение психологов, согласно которому зеленый цвет успокаивает, заставляет человека дышать глубже и медленнее, а также замедляет сердечный ритм. Ассоциации, которые возникают у людей, следующие: начало чего-то нового, природа, молодость, жизнь.

В словаре *Oxford Dictionary* приводится следующее определение зеленого цвета: «Of the colour between blue and yellow in the spectrum; coloured like grass or emeralds».⁶⁴ То есть, в данном случае значение цветоименования в словаре и те ассоциации, о которых говорит автор, во многом совпадают, то есть, находят отражение в лингвоцветовой картине мира.

⁶¹ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/black>. 03.04.2018

⁶² Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/green-natures-neutral>. 01.04.2018.

⁶³ Там же.

⁶⁴ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/green>. 03.04.2018

В статье «Pink – Tempering Passion with Purity»⁶⁵ описан розовый цвет и его различные значения, связанные непосредственно с насыщенностью цвета. Автор приводит знаменитое выражение «смотреть через розовые очки» в качестве примера оптимистичного взгляда на жизнь. Также, розовый румянец на щеках человека считается признаком хорошего крепкого здоровья. «A pleasing and most welcoming color group, those who display an optimistic outlook are said to look at the world through “rose-colored glasses”, while people whose face has a rosy glow, are often thought to look healthier»⁶⁶.

В зависимости от оттенка розовый цвет можно ассоциировать со страстью, наивностью, нежностью, лаской, капризностью, эксцентричностью, оптимизмом. Однако, по мнению Л. Прессмэн, любой розовый цвет несет в себе значение жизни, радости, позитива. «With its variable personality, different shades of pink convey various meanings. Light pinks connote sweetness and tenderness, muted dusty pinks are more sophisticated and upscale and brighter pinks are more whimsical and fun. But no matter whether light or bright, muted or shocking, this is a range of shades whose youthful and lighthearted quality exudes warmth, charm and vitality»⁶⁷.

В словаре *Oxford Dictionary* розовый цвет имеет следующее определение: «Of a colour intermediate between red and white, as of coral or salmon».⁶⁸

В ходе анализа ассоциаций, приведенных в статье, мы вывели основные, имеющие связь с розовым цветом: «нежность», «ласка», «оптимизм». Данные ассоциации не отражены в словарной дефиниции цветонаименования, но кажется, что именно они определяют отношение человека к розовому цвету как вызывающему положительные эмоции.

⁶⁵ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/pink-tempering-passion-with-purity>. 01.04.2018.

⁶⁶ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/pink-tempering-passion-with-purity>. 01.04.2018.

⁶⁷ Там же.

⁶⁸ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/pink>. 03.04.2018.

Статья «Red – Feel the Excitement»⁶⁹ описывает красный цвет, а также отличия оттенков и значений. «Throughout history, red has signaled excitement, dynamism and heat. The color of life and the color of danger, the color of romance and the color of excitement, red elicits the strongest of emotions in every culture».⁷⁰ Красный цвет во все времена ассоциировался у людей с силой, жарой, динамикой движений, опасностью, восхищением и романтикой. По мнению Л. Прессмэн, красный цвет как нельзя лучше описывает самые яркие эмоции. Разные оттенки красного ассоциируются с разными явлениями. Так, например, винно-красный цвет вызывает стойкие ассоциации с богатством и процветанием, в то время как красно-коричневый напоминает нам о деревенских постройках. Красный с голубым подтоном считается цветом, связанным с величием, королевской роскошью. «...however, while the bright pink-infused reds are playful and flirtatious, and the orange-reds are warm and inviting, red does also have its serious side. Ruby-wine reds are more elegant and blue-reds denote dignity. Then there are the brown-tinted brick reds, which bring inevitable thoughts of country and warmth»⁷¹.

Словарная статья *Oxford Dictionary* дает следующее описание красного цвета: «Of a colour at the end of the spectrum next to orange and opposite violet, as of blood, fire, or rubies».⁷²

Большое многообразие оттенков красного влечет за собой большое количество значений цветов и ассоциаций, связанных с ними. Анализ статьи позволил выделить следующие: «любовь», «страсть», «тепло», «опасность». Отчасти эти ассоциативные значения связаны с теми значениями цветоименования, которые представлены в словаре и объективированы в словах «blood», «fire», «rubies». Однако такие ассоциации, как любовь, страсть, опасность, являются, несомненно, элементами лингвоцветовой картины мира, что подтверждается контекстуальным анализом.

⁶⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/red-feel-the-excitement>. 01.04.2018.

⁷⁰ Там же.

⁷¹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/red-feel-the-excitement>. 01.04.2018.

⁷² Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/red>. 03.04.2018.

В статье «Blue – the Color of Constancy»⁷³ описаны оттенки синего цвета и его значения. Стоит отметить, что в английском языке существует единое цветоименование «blue», тогда как в русском языке существует два цветоименования: «голубой» и «синий». Несомненно, это представляет некоторую сложность для корреляции цветов и их значений. Согласно мнению автора статьи, синий цвет ассоциируется у людей с такими природными явлениями, как небо, море. Говоря о выражении чувств, синий цвет в сознании людей четко связан со спокойствием, доверием, постоянством. «With most connections to blue derived from a non-turbulent sea and sky, the human mind embraces the concept of blue as tranquil and constant, translating this color range into a symbolic image of dependability and trust».⁷⁴

В то же время автор обращает внимание на существование неоновой синевы, ассоциирующейся с энергией, легкомысленностью, жизнелюбием. «...the hot and dazzling electric blues, which, because of their neon quality, are active and energizing rather than passive and acquiescent, or the red-based periwinkle blues, which, as the warmest of the blue tones, have more vitality and are a bit more whimsical»⁷⁵. Также, в статье приводится большое количество названий, использованных в палитре Института цвета Pantone.

В словаре *Oxford Dictionary* синий цвет описан следующим образом: «Of a colour intermediate between green and violet, as of the sky or sea on a sunny day».⁷⁶

Изучив ассоциации, проведенные в статье, мы выявили следующие: «вода», «небо», «спокойствие», «доверие», «жизнелюбие». То есть, во многом они совпадают с теми ассоциациями, которые вызывают у человека море, небо и солнечный день. Эти ассоциации являются важными элементами лингвоцвето-

⁷³ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.pantone.com/blue-the-color-of-constancy>. 01.04.2018.

⁷⁴ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/blue-the-color-of-constancy>. 01.04.2018.

⁷⁵ Там же.

⁷⁶ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/blue>. 03.04.2018.

вой картины мира и могут рассматриваться как системообразующие элементы голубого цвета в цветовой картине мира.

В статье «Purple – the Rainbow’s Most Complex Color»⁷⁷ эксперт Института цвета Pantone, Л. Прессмэн, описывает фиолетовый цвет, как самый загадочный оттенок, сочетающий в себе красный и синий цвета. Смешение двух противоположных цветов и ассоциирующихся с ними противоположных эмоций создают неповторимый оттенок и значение. Автор статьи называет фиолетовый цвет уникальным и не похожим на другие. Нередко фиолетовый цвет появляется в описании технологий будущего, фантастических произведениях о покорении космоса и т.п. Автор также отмечает, что слияние двух разных цветов, давших начало фиолетовому, придает некую долю мистицизма цвету, что также достаточно четко закреплено в лингвоцветовой картине мира. «...the purples are a genderless shade range that depending on its enigmatic undertone can express a range of color messages from mystery, cosmic energy, spirituality and action to contemplation, innovation, and harmony»⁷⁸.

В словарях нет соответствующей дефиниции, описывающей данный цвет. А значит, можно сделать вывод, что данное цветоименование является новым фрагментом лингвоцветовой картины мира, что является свидетельством осуществления картиной мира ее адаптивной функции.

Итак, у фиолетового цвета есть следующие ассоциации: «мистика», «мода», «космическая энергия», «инновации», «гармония».

В статье «The Quiet Language of White»⁷⁹ эксперт института цвета Pantone Л. Прессмэн описывает белый цвет как цвет облаков, чистоты, свободы, мира. Неспроста во многих странах белый цвет используется в одеянии невест как символ непорочности, простоты и невинности. В белые пеленки кладут детей, что также символизирует отсутствие греха. «White. The Purest of

⁷⁷ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/purple-the-rainbows-most-complex-color>. 01.04.2018.

⁷⁸ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/purple-the-rainbows-most-complex-color>. 01.04.2018.

⁷⁹ Pantone [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pantone.com/the-quiet-language-of-white>. 01.04.2018.

the pure. Billowing clouds. The white dove of peace and freedom, white is a conciliatory color. Unsullied, divine, pristine, traditionally the color of clothing for babies and brides, there is an innocence, delicacy and simplicity to white»⁸⁰.

Автор указывает ассоциации, как правило, вызываемые белым цветом. Среди них часто упоминаются мир, тишина и спокойствие. Л. Прессмэн приводит пример с белой снежинкой, на которую замороженно смотрят и взрослые, и дети. В последние годы белый цвет становится все популярнее, что говорит о потребности человека в мирном существовании, тишине, которой осталось слишком мало.

В словаре *Oxford Dictionary* можно найти следующее определение белого цвета: «Of the colour of milk or fresh snow, due to the reflection of all visible rays of light; the opposite of black».⁸¹

Эксперт Института цвета Pantone приводит ряд ассоциаций, связанных с белым цветом: «невинность», «чистота», «спокойствие», «тишина». Данные ассоциации позволяют оценить сложность белого цвета, его семантику как фрагмента лингвоцветовой картины мира.

Для иллюстрации полученных данных, в соответствии с поставленной во введении задачей, построим ядерно-периферийную модель концепта «red», где ядерные признаки приравниваются к словарным значениям лексической единицы, а периферией – ассоциации, вызываемые цветом.

В словаре *Oxford Dictionary* слово «red» имеет следующее определение: «Of a colour at the end of the spectrum next to orange and opposite violet, as of blood, fire, or rubies».

Таким образом, ядро концепта «red» представлено словарным определением, а периферия концепта – ассоциациями: «любовь», «страсть», «тепло», «опасность», «blood», «fire», «rubies».

⁸⁰ Там же.

⁸¹ Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/white>. 03.04.2018.

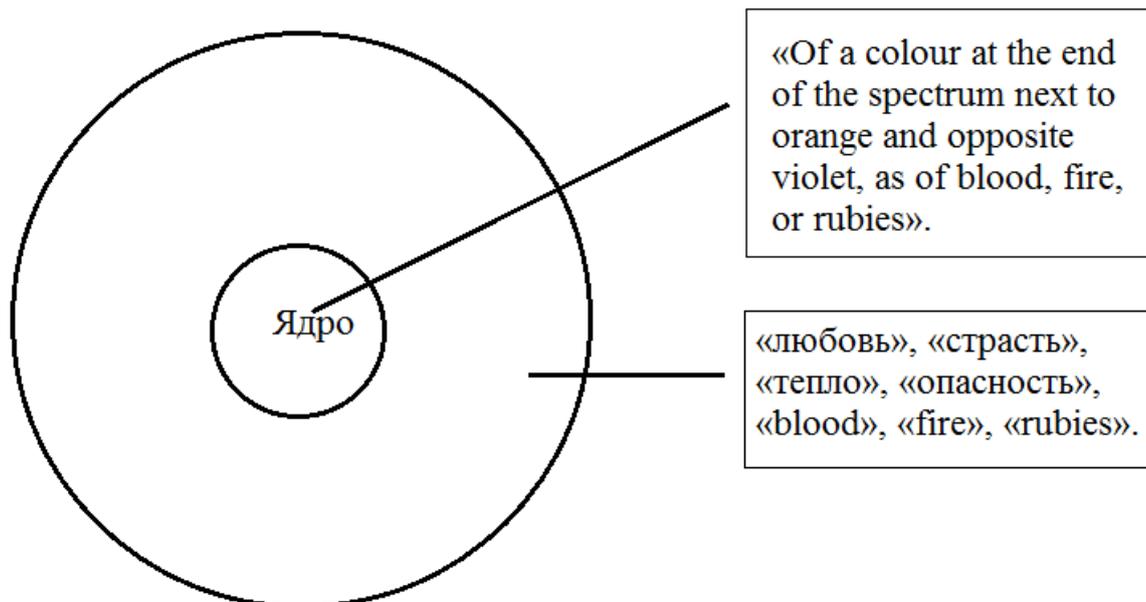


Рис. 2. Ядерно-периферийная модель концепта «red»

Выводы. Итак, каждый цвет в сознании человека – это определенный концепт. Совокупность концептов формирует цветовую картину мира. Совокупность цветоименований и связанных с ними ассоциаций – лингвоцветовую картину мира. Представленные в публикациях цвета – это наиболее значимые сегодня фрагменты лингвоцветовой картины мира индустрии моды по версии Института цвета и объективированные в слове ценностные концепты ее цветовой картины мира.

Любому профессионалу, работающему с цветом, важно знать актуальные оттенки, возможность сочетания цветов, влияние и символику цвета. Все эти знания помогают профессионалам работать с цветом. При этом язык является кодом, инструментом, с помощью которого транслируется наиболее важная в когнитивном плане информация: все то, что составляет специфику лингвоцветовой картины мира индустрии моды.

Цвет играет настолько важную роль в жизни человека, что институт цвета PANTONE обозначает каждый цвет не просто номером, но также и названием, что, несомненно, также оказывает большое воздействие на потребителя.

В словарях порой нет соответствующих цветам дефиниций, описывающих цвета, а следовательно, некоторые цветоименования являются новыми

фрагментами лингвоцветовой картины мира, что является свидетельством осуществления картиной мира ее адаптивной функции.

Говоря о соотношении картин мира, объективированных в названиях модных цветов, можно отметить, что наиболее продуктивным фрагментом концептуальной картины мира применительно к номинации колоративных единиц выступает фрагмент, который можно обозначить как концепт «растения». Наименее продуктивным – фрагмент, репрезентируемый концептом «животные». Авторы модных тенденций ориентируются в описании цветов на представителей мира растений, поскольку, несомненно, их разнообразие дает возможность практически безграничного использования существующих названий для номинации вновь создаваемых концептов цветовой картины мира модной индустрии – актуальных в сезоне цветов и оттенков.

Объявляя цвет года, рабочая группа экспертов Института цвета Pantone «создает» новый фрагмент лингвоцветовой картины мира.

В публикациях на сайте Института цвета Pantone, с одной стороны, объективируются в языковой форме описание каждого цвета и его концепта, с другой стороны – представлены наиболее важные фрагменты реальной картины мира и их концептуальное воплощение в цвете, что может быть выявлено в процессе анализа материала.

Цвета «Linen», «Ginger», «Terra Cotta», «Dazzling Blue», «Cadmium Yellow», «Barn Red» и «Rum Raisin» объективируют идею мультикультурализма («Celebration of Multicultural»). «Silver», «Tap Shoe», «Thyme», «Magnet», «Majolica Blue», «Purple Sage», «Evening Haze» – новых технологий («New Frontiers»), «Blue Nights», «Mandarin Red», «Wild Orchid», «Solar Power», «Delicacy», «Bachelor Button», «Daybreak» – игр («Hitting the Playground»), «Maize», «Powder Pink», «Golden Brown», «Nautical Blue», «Deep Green», «Mandarin Orange» и «Aurora Red» – отдыха и релаксации («Playful Release»), «Apple Blossom», «Cradle Pink», «Heirloom Lilac», «Mint Leaf» – идею переработки биоотходов, которые были получены во время сбора урожая, работы на садо-

вых участках, экологии в целом («Harvesting Waste – A Contrasting Color Mix of Brights and Softer Hues Celebrates a New Design Aesthetic»).

Через цветовые ассоциации создатели цветов обсуждают актуальные проблемы современности и воплощают их в дизайнерских коллекциях. При этом каждая из рассмотренных проблем – это сложноструктурированный концепт, интерпретационное поле которого включает в качестве системообразующих элементов цвета, созданные воображением дизайнеров. Перечисленные выше концепты входят в качестве фрагментов, с одной стороны, в картину мира модной индустрии, с другой стороны – в лингвоцветовую картину мира.

Статьи, посвященные различным цветам: оранжевому, зеленому, серому, черному, белому, розовому, красному, голубому, фиолетовому демонстрируют ассоциативные значения этих цветов как фрагментов лингвоцветовой картины мира намного богаче и разнообразнее тех, что можно выявить в словарях. Словарные дефиниции отражают лишь малую часть той культурологически-значимой информации, которая необходима специалисту, работающему в индустрии моды, а следовательно, и специалисту в области межкультурной коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были проанализированы имеющиеся в отечественной и зарубежной науке знания по темам: «Языковая картина мира», «Цветовая картина мира», «Лингвоцветовая картина мира», «Концепт».

В ходе анализа были сделаны следующие выводы.

Картина мира – это целостный глобальный образ мира, являющийся результатом всей духовной активности человека и возникающий в ходе всех его контактов с миром. Картина мира определяет все духовные и ценностные установки индивида, его знания о мире и мировоззрение, которые, в свою очередь, меняются вслед за изменением картины мира.

Под лингвоцветовой картиной мира понимается вербальная реализация цветовой картины мира, входящая в состав концептуальной и культурной картин мира.

ЛКМ каждого конкретного языка является живой системой, подвергающейся непрерывным изменениям, которые находят своё воплощение в языке. ЛКМ реализуется в форме цветообозначений, которые составляют некоторые группы лексических единиц, словосочетаний фразеологических единиц, других вербальных средств.

Единицей языковой картины мира является слово или словосочетание, именуемое концепт. Единицей цветовой картины мира – цвет или оттенок цвета, а единицей лингвоцветовой картины мира – слово или словосочетание, обозначающее цвет или его оттенок.

Связующее звено между картинами мира – концепт как оперативная содержательная единица памяти, а его имя – название цвета или оттенка, присутствующее в когнитивной памяти носителя языка.

Совокупность цветоименований и связанных с ними ассоциаций составляют лингвоцветовую картину мира. Представленные в публикациях цвета – это наиболее значимые сегодня фрагменты лингвоцветовой картины мира

индустрии моды по версии Института цвета и объективированные в слове ценностные концепты ее цветовой картины мира.

В словарях порой нет соответствующих цветам дефиниций, описывающих цвета, а следовательно, некоторые цветонаименования являются новыми фрагментами лингвоцветовой картины мира, что является свидетельством осуществления картиной мира ее адаптивной функции.

Говоря о соотношении картин мира, объективированных в названиях модных цветов, можно отметить, что наиболее продуктивным фрагментом концептуальной картины мира применительно к номинации колоративных единиц выступает фрагмент, который можно обозначить как концепт «растения». Наименее продуктивным – фрагмент, репрезентируемый концептом «животные». Авторы модных тенденций ориентируются в описании цветов на представителей мира растений, поскольку, несомненно, их разнообразие дает возможность практически безграничного использования существующих названий для номинации вновь создаваемых концептов цветовой картины мира модной индустрии – актуальных в сезоне цветов и оттенков.

Объявляя цвет года, рабочая группа экспертов Института цвета Pantone «создает» новый фрагмент лингвоцветовой картины мира.

В публикациях на сайте Института цвета Pantone, с одной стороны, объективируются в языковой форме описание каждого цвета и его концепта, с другой стороны – представлены наиболее важные фрагменты реальной картины мира и их концептуальное воплощение в цвете, что может быть выявлено в процессе анализа материала.

Через цветовые ассоциации создатели цветов обсуждают актуальные проблемы современности и воплощают их в дизайнерских коллекциях. При этом каждая из рассмотренных проблем – это сложноструктурированный концепт, интерпретационное поле которого включает в качестве системообразующих элементов цвета, созданные воображением дизайнеров. Перечисленные выше концепты входят в качестве фрагментов, с одной стороны, в картину мира модной индустрии, с другой стороны – в лингвоцветовую картину мира.

Статьи, посвященные различным цветам: оранжевому, зеленому, серому, черному, белому, розовому, красному, голубому, фиолетовому демонстрируют ассоциативные значения этих цветов как фрагментов лингвоцветовой картины мира намного богаче и разнообразнее тех, что можно выявить в словарях. Словарные дефиниции отражают лишь малую часть той культурологически-значимой информации, которая необходима специалисту, работающему в индустрии моды, а, следовательно, и специалисту в области межкультурной коммуникации.

Как показало данное исследование, анализ цветоименований является относительно новым и быстро развивающимся направлением в лингвистике, что подтверждает ценностную значимость работ, посвященных данной теме. Перспективным представляется дальнейшее исследование цветоименований в рамках цветоведения как области лингвистики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Bergh, G. The semiosis of Swedish car color names / G. Bergh // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 337-345.
- 2 Bornstein, M. H. Hue categorization and color naming / M. H. Bornstein // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 3-27.
- 3 Elsadek, M. People's Psycho-physiological Responses to Plantscape Colors Stimuli: A Pilot Study / M. Elsadek // *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 2014. – Vol. 4. – P. 70-78.
- 4 Kerttula, S. Relative basicness of color terms. Modeling and measurement / S. Kerttula // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 151-169.
- 5 MacLaury, R. E. Categories of desaturated-complex color. Sensorial, perceptual, and cognitive models / R. E. MacLaury // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 125-150.
- 6 Popovic, L. Prototypical and stereotypical color in Slavic languages / L. Popovic // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 405-420.
- 7 Rubio, E.G. Colours and linguistic picture of the world / E.G. Rubio // *Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (POLYSLAV)*, 2010. – Vol. 15. – P. 104-108.
- 8 Saunders, B. Towards a new topology of color / B. Saunders // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 467-479.
- 9 Siroka, D. A linguistic picture of the world and expression of emotions through the prism of expressive lexis / D. Siroka // *Journal of Education, Culture and Society*, 2013. – No. 2. – P. 297-308.

- 10 Steinvall, A. Colors and emotions in English / A. Steinvall // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 347-362.
- 11 Stoeva-Holm, D. Color terms in fashion / D. Stoeva-Holm // *Anthropology of color: interdisciplinary multilevel modeling*. – Amsterdam, 2007. – P. 421-439.
- 12 The biology of color / I.C. Cuthill [et al.] // *Science*, 2017. – Vol. 357. – P. 470-478.
- 13 Thierry, G. Neurolinguistic Relativity: How Language Flexes Human Perception and Cognition / G. Thierry // *Language learning*, 2016. – Vol. 66 : 3. – P. 690-713.
- 14 Wästberg, B.S. User Evaluation of a Virtual Colour Laboratory as a Tool for Demonstrating Colour Appearance / B.S. Wästberg, M. Billger // *COLOR research and application*, 2016. – Vol. 41. – P. 611-625.
- 15 Zinken, J. Linguistic pictures of the world or language in the world? Metaphors and methods in ethnolinguistic research / J. Zinken // *Etnolingwistyka*, 2008. – Vol. 20. – P. 51-62.
- 16 Алымова, Е. Н. Цвет как лингвокогнитивная категория в русской языковой картине мира : диссертация на соискание ученой степени кандидата наук. – Е. Н. Алымова ; СПбГУ. – Санкт-Петербург, 2007. 268 с.
- 17 Андреева, К. А., Тимофеева, А. М.. Лингвоцветовая картина мира и диалог культур // *Вестник Тюменского государственного университета*. Тюмень: ТГУ, 2001. – № 4.– С. 106-112.
- 18 Аскольдов, С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // *Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология*. – М.: Academia, 1997. – С. 267-279.
- 19 Астахова, Я. А. Цветообозначения в русской языковой картине мира: автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.02.01. – М.: МПГУ. 2014. 234 с.
- 20 Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. / А. П. Бабушкин. — Воронеж, 1996. — 330 с.

- 21 Вайсгербер, Й. Л. Язык и философия / Й. Л. Вайсгербер // Вопросы языкознания, 1993. № 2. С. 26-31.
- 22 Василевич, А. П. Цвет и названия цвета в русском языке / А. П. Василевич, С. В. Кузнецова, С. С. Мищенко. – М. : КомКнига, 2005. – 216 с.
- 23 Василевич, А. П. Этимология цветонаименований как зеркало национально-культурного сознания / Отв. ред. А. П. Василевич // Наименования цвета в индоевропейских языках : Системный и исторический анализ. – М. : КомКнига, 2007. – 320 с.
- 24 Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с.
- 25 Гумбольдт, В. Язык и философия культуры. / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1985. 309 с.
- 26 Зализняк, А. А. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. / Анна А. Зализняк, И. Б. Левонтина, А. Д. Шмелев. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
- 27 Колшанский, Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / отв. ред. А. М. Шахнарович. Предисл. С. И. Мельник и А. М. Шахнаровича. Изд. 2-е, доп. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 128 с.
- 28 Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов : учеб. пособие / О. А. Корнилов. – 3-е изд. испр. – М. : КДУ, 2011. – 350 с. : табл., ил.
- 29 Кравцова, Л. П. Нейминг цвета в языке моды / Л. П. Кравцова // Коммуникативные исследования, 2017. № 2 (12). С. 69-86.
- 30 Леонтович, О. А. Россия и США : Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / О. А. Леонтович. – Волгоград :Перемена, 2003. – 399 с.
- 31 Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В. А. Маслова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 272 с.

- 32 Некрасов, С. И., Некрасова Н. А. Философия науки и техники: тематический словарь-справочник. Учебное пособие. / С. И. Некрасов, Н. А. Некрасова. – Орел : ОГУ, 2010. 289 с.
- 33 Павиленис, Р. И. Понимание речи и философия языка. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. ХУП. / Р. И. Павиленис. – М. : Прогресс, 1986. С. 380-388.
- 34 Попова, З. Д., Стернин, И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж, 2006. — 226 с.
- 35 Потебня, А. А. Полное собрание трудов: Мысль и язык / А. А. Потебня. – М. : Издательство «Лабиринт», 1999. – 300 с.
- 36 Серебренников, Б. А. Роль человеческого фактора в языке : язык и картина мира / Б. А. Серебренников и др. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
- 37 Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. / Ю. С. Степанов – М. : Академический проект, 2004. 991 с.
- 38 Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Р. М. Фрумкина. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.
- 39 Хайдеггер, М. Время и бытие: статьи и выступления. / М. Хайдеггер. – М. : «Республика», 1993. 447 с.
- 40 Яковлева, Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия) / Е. С. Яковлева. – М. : Издательство «Гнозис», 1994. – 344 с.

ИСТОЧНИКИ

- 41 История философии : Энциклопедия. — Минск : Интерпрессервис ; Книжный Дом, 2002. 1376 с.

42 Универсальная научно-популярная энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа : <http://www.krugosvet.ru/enc/lingvistika/lingvisticheskoj-otnositelnosti-gipoteza>. (дата обращения: 05.05.2018).

СЛОВАРИ

43 Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dictionary.cambridge.org/>. – 10.12.2016.

44 LONGMAN Dictionary of English Language and Culture. – Pearson, 2005. – 1620 p.

45 Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://en.oxforddictionaries.com/>. – 10.05.2018.