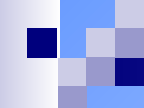




# **«ЦВЕТОБОЗНАЧЕНИЯ В ЛЕКСИКЕ МОДЫ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)»**

**Автор работы ученик 7 класса Иванов Иван**

**Руководитель проекта Лукина Наталья  
Александровна**



В настоящее время мода понимается как «непродолжительное господство определённого вкуса в какой-либо сфере жизни или культуры». Модной могут быть как техника, так и мировоззрение. Однако, чаще всего, говоря о моде, мы подразумеваем модную одежду и внешний вид. И это не случайно, человек, как существо биосоциальное, не исключает критерий внешнего вида для установления социальных контактов и личных отношений.

«Мода как индустрия – это организованное на принципах рациональности специализированное производство современных и оригинальных моделей». Сейчас модная одежда выполняет множество функций. Для молодых людей это, прежде всего, желание выделиться и показать своё «Я». Инструментом для этого служат цвет и фасон. Отсюда, исходя из спроса, формируется предложение: магазины переполнены разнообразной одеждой, журналы и газеты всегда готовы помочь нам с выбором в соответствии с модными тенденциями. Данный факт и стимулирует появление новых цветообозначений.

# Объект исследования

**Объектом исследования** в данной работе выступают цветообозначения в лексике моды.

# Предмет исследования

**Предметом исследования** являются возможности перевода английских прилагательных, обозначающих цвет, на русский язык.

# Цель исследования

**Целью** данной работы является выявление особенностей образования и использования русских и английских прилагательных при номинации цвета.

## Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

1. изучить структурно-морфологический аспект имен прилагательных;
2. методом сплошной выборки отобрать 100 рекламных примеров цветовой номенклатуры на английском и русском языках;
3. изучить особенности образования прилагательных для цветообозначения в английском языке;
4. изучить семантические особенности цветообозначений в лексике моды;
5. знакомство с историей изучения цвета;
6. сравнение цветовой номенклатуры русского и английского языков.

# Методы исследования

- анализ научно-популярной литературы по проблематике исследования;
- культурно-исторический анализ теоретических источников по теме исследования;
- сплошная выборка.

# Глава I

Психология восприятия цвета - способность человека воспринимать, идентифицировать и называть цвета.

Носители разных культур по-разному воспринимают цвет объектов. В зависимости от важности цветов в обыденной жизни народа, некоторые из них могут иметь большее или меньшее отражение в языке.

Наиболее "древними" наименованиями цвета, первыми появившимися в человеческой культуре, обычно считаются белый, чёрный и красный.

Количество "основных" цветов в разных культурах различно, Древний Восток предполагал наличие 5-элементного мира, в Европе фиксировали 3 основных цвета (сначала - красный, жёлтый, синий, а позже - красный, зелёный и синий), а со времен Ньютона часто говорят о семи цветах.

В культуре разных народов эмоциональное и прикладное восприятие цвета очень различно, и связано с длительной исторической традицией внутри относительно изолированного развития этноса, религии. Отсюда различие восприятия, например, белого и чёрного цвета (траур или радость - в зависимости от культуры, религии).

Также, хотелось бы отметить, что история отдельных цветообозначений рассматривается в трёх аспектах: происхождение, значение, употребление.

Например, рассматривается история слова красный с его первоначальным значением «красивый».



В поисках цветового образа писатели ищут способы наиболее выразительно назвать чистый, яркий, без примеси белый цвет: белый как снег, как сыр, как волна и т.д. Позднее круг сравнений расширяется: белый как мрамор, как вата, как гипс, как чеснок и т. п. наряду с этим способом уточнить цвет, появляются сложные прилагательные, подчеркивающие белизну и содержащие сравнения со снегом: *снегобелый, снегоподобный, белоснежный, снежный, снеговой.*



# Выводы по Главе I

1. Носители разных культур по-разному воспринимают цвет объектов. В зависимости от важности цветов в обыденной жизни народа, некоторые из них могут иметь большее или меньшее отражение в языке.
2. В культуре разных народов эмоциональное и прикладное восприятие цвета очень различно, и связано с длительной исторической традицией внутри относительно изолированного развития этноса, религии.
3. История отдельных цветообозначений рассматривается в трёх аспектах: происхождение, значение, употребление.

# Глава II

Бурное развитие текстильной промышленности и индустрии моды продиктовало необходимость исследования проблемы цветообозначений в данной сфере. Изменения в моде в значительной степени основываются на изменениях цвета, и соответственно, существует потребность в новых словах, обозначающих модные цветовые нюансы. В языке моды ярко проявляется стремление дать названия тончайшим оттенкам цвета и добиться адекватной денотативной соотнесенности наименований цвета.

Источником для исследования послужили ряд англо- и русскоязычных журналов и каталогов мод: Woman, Burda, Cosmopolitan, Glamour, Vogue, Faberlic, Nylon UK, Women`s Health, Домашний очаг, Lamoda. Из разных номеров этих журналов методом сплошной выборки было отобрано 100 рекламных примеров на английском и русском языках.

# Выводы по Главе II

На основе структурно-морфологического аспекта выбранные из рекламных текстов примеры были классифицированы на простые, сложные (двусоставные) и производные названия цветов.

1. Ядром системы цветообозначений в рассматриваемых языках являются простые прилагательные, такие как red, yellow и др. В настоящее время используется всё более новая насыщенная цветовая номенклатура, эмоционально действующая на читателя и способствующая созданию привлекательного цветового образа предмета: metallic, mango, neon.

2. Сложные прилагательные продуктивны и частотны в лексике моды изучаемых языков. К данной группе в рассматриваемых языках можно отнести двусоставные прилагательные. В изучаемом материале также встретилось небольшое количество прилагательных, состоящих из двух равноправных цветовых основ: *pink-black*, *white-black*, или: *Летние шорты Camelot выполнены из гладкого искусственного шелка белого цвета с принтом в вишенку* (понятно, что речь идет о бело-красном цвете).

3. Группа производных прилагательных в английском языке образуется с помощью суффиксов -ish, -y, -en, которые обозначают приближенное к основному цвету значение: например, yellowish (желтоватый), greeny, golden.

# Выводы по Главе II

- В результате проведенного анализа было выделено 7 категорий цвета:
- 1) живая природа (*leopard, camel, snakeskin, oxblood, коралловый, цвет слоновой кости*);
- 2) неживая природа (*sunshine yellow, khaki, midnight, sunset, pale aqua, небесно-голубой, песочный, морская волна,*);
- 3) плоды/овощи/ягоды/орехи (*mango, lemon, raspberry, aubergine, pumpkin, виноградный, гранатовый, брусничный*);
- 4) пищевые продукты (*cream, wine, champagne, молочно-белый, сливочно-белый*);
- 5) драгоценные камни (*silver, gold, amber, emerald, бирюзовый, ультрамарин*);
- 6) продукты человеческого производства (*ash, charcoal, rust, чернильный, кирпичный*);
- 7) травяные растения (*lilac, clover, мятный, маковый, фуксия, карри*).

# Заключение

*Таким образом, из вышеприведенных примеров можно увидеть, как широко в рассматриваемых языках используются прилагательные, обозначающие цвет на основе сравнения с теми или иными предметами, которые помогают более точно и подробно описать предлагаемый товар.*



**Спасибо за внимание!**