

3. *Асташева, Е. М.* Воздействующий потенциал телевизионного рекламного дискурса // *Междунар. журнал экспериментального образования.* – 2011. – № 8. – С. 90–91.

4. Виды и жанры телевизионной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://life-prog.ru/1_6228_vidi-i-zhanri-televizionnoy-reklami.html. – Дата доступа : 27.10.2017.

5. Жанры телевизионной рекламы и их эффективность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kompas-msk.ru/news/janry-televizionnoy-reklamy-i-ih-effektivnost>. – Дата доступа : 27.10.2017.

The article deals with advertising as a television genre, which has the maximum potential impact on the mind of a modern man. Depending on the way the material is organized in the TV commercials of food products in Ukrainian and Modern Greek languages, the use of such techniques of psychological influence on the consumer is revealed: humor, traditions, testimonies, demonstrations, problem solving, recommendations of famous people and celebrities, cartoons, musical sketches.

П. С. Полубинский
Минск, БГЭУ

ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ КАК СРЕДСТВО КОГЕЗИИ В ПОЛИКОДОВОМ ДИСКУРСЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖИВОПИСИ

В статье представлены результаты анализа цветообозначения как средства когезии в англо- и русскоязычном дискурсе интерпретации произведений живописи. Определены особенности перевода цветообозначения в русском и английском поликодовом интерпретационном дискурсе. Актуальность исследования прагматической специфики поликодового дискурса – англоязычных эссе о произведениях живописи – обусловлена недостаточной изученностью структурных особенностей интерпретационного дискурса произведений искусства.

Цветообозначения изучались исследователями с разных позиций. Проблема цвета издавна привлекала внимание филологов и этнографов, историков, психологов, физиологов и физиков, которые внесли свой вклад в изучение вопросов, связанных с цветом и цветоощущением.

Многоаспектный подход к изучению цветообозначения определяется особенностями лексики этого типа: разнообразием ее состава и путей образования цветоименования, богатством значений, ассоциативных связей, чрезвычайной мобильностью прилагательных цвета, широтой сфер функционирования, способностью обозначать большой круг материальных и идеальных признаков и явлений, стилистическими возможностями, авторскими новациями.

Цвет, как языковой, так и культурный, исторический и психологический носитель информации, обременен множеством объективных и субъективных значений и коннотаций, накопившихся за многие века существования народов. Причем восприятие цвета не у всех народов одинаково и зависит от универсальных психофизиологических, национально-культурных, отчасти политических и экономических факторов [1, с. 243].

Новой тенденцией в исследовании цветообозначения на современном этапе развития лингвистики является изучение не только общих вопросов семантики, структуры, истории развития цветообозначения, но и их функционирования в определенных сферах жизни, зависимости терминов цвета от области употребления, связи цветообозначения с тематическими и семантическими группировками слов в их приложении к важнейшим объектам материальной действительности (в том числе к произведениям искусства).

При переводе цветообозначения в художественном тексте необходимо учитывать их функционально-смысловую нагруженность, т.е. дополнительные прагматически обусловленные смыслы, реализующиеся в микро- и макроконтексте, которые требуют переводческих решений, выходящих за пределы применения словарных соответствий [2, с. 154].

Результаты предварительного анализа способов цветообозначения в поликодовом интерпретационном дискурсе произведений живописи позволяют сделать следующие выводы.

Цветообозначения представляют собой особый разряд языковых единиц, которые определяются как системой языка, так и системой культуры, поэтому представляют собой лингвокультурологические знаки, значения которых актуализируются в речи, в частности, в англо- и русскоязычных текстах эссе о произведениях живописи – основе соответствующего интерпретационного дискурса.

По структуре и способу выражения цветообозначения могут быть однокомпонентными, двухкомпонентными и многокомпонентными как в русском, так и в английском языках [3, с. 528]. Однокомпонентные цветообозначения могут быть выражены различными частями речи, прежде всего прилагательными, а также существительными, глаголами и наречиями. Двухкомпонентные выражаются словосочетаниями различного типа, устойчивыми выражениями, фразовыми единствами. Многокомпонентные цветообозначающие единицы могут выходить за пределы фразы и даже текста и передаваться с помощью различных стилистических приемов, например, в виде развернутой метафоры, аллюзии, явного или скрытого цитирования.

Сопоставительный анализ цветообозначения показывает, что объемы их значений в английском и русском языках во многом не совпадают.

В значительной степени различаются значения цвета и его оттенков, выраженные морфологическими средствами языка. В наибольшей степени

отличаются смысловые объемы крупных единиц, например, словосочетаний разного типа или многоуровневых единиц (сверхфразовых единств) с метафорической или аллюзивной основой [4, с. 127].

В текстах эссе о произведениях живописи цветообозначения, помимо непосредственного именованя цвета, могут выполнять различные стилистические и прагматические функции.

Сопоставительно-семантический анализ позволяет выявить зависимость между функциями цветообозначения и характером контекста, а также реконструировать определенные типы таких закономерностей. При этом в разных языках характер функций и система их зависимостей от контекста могут в определенной степени различаться.

Цветообозначения в интерпретационном дискурсе определяются не только словарными лексико-семантическими значениями, но и контекстуальными, интертекстуальными и лингвокультурологическими связями, выявление и передача которых на другом языке требуют различных переводческих стратегий, в том числе переводческих решений, выходящих за пределы словарных соответствий [5, с. 234–235].

В целом проведенный анализ способов цветообозначения в поликодовом интерпретационном дискурсе показал, что цветоименование является ключевым инструментом когезии англо- и русскоязычных текстов эссе о произведениях живописи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вежбицкая, А.* Обозначение цвета и универсалии зрительного восприятия / А. Вежбицкая // Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Рус. словари, 1996. – С. 231–291.
2. *Кульпина, В. Г.* Лингвистика цвета: Термины цвета в польском и русском языках / В. Г. Кульпина. – М. : Моск. Лицей, 2001. – 470 с.
3. *Верещагин, Е. М.* Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Индрик, 2005. – 1038 с.
4. *Василевич, А. П.* Цвет и названия цвета в русском языке / А. П. Василевич, С. Н. Кузнецова, С. С. Мищенко. – М. : КомКнига, 2005. – 216 с.
5. *Похлебкин, В. В.* Словарь международной символики и эмблематики / В. В. Похлебкин. – М. : Междунар. отношения, 2001. – 560 с.

The article deals with the results of colour identification analysis as a means of cohesion in English and Russian discourse of painting interpretation. The peculiarities of colour identification and translation in Russian and English polycode interpretation discourse of the works of art are determined. The relevance of the study of polycode discourse pragmatics (English essays about paintings) is defined by the lack of study of the arts interpretation discourse structural features.