

УДК 811.111-26

DOI: 10.21779/2542-0313-2025-40-1-76–84

С. М. Магомедова, С. М. Гаджиева

Средства вторичной номинации цвета в дискурсе англоязычных модных журналов

Дагестанский государственный университет; Россия, 367000, г. Махачкала, ул. М. Гаджиева, 43а; saidat.m@mail.ru

Аннотация. Автор рассматривает средства вторичной номинации цвета в дискурсе в англоязычных модных журналах *Vogue* и *Elle*. Основным средством вторичной номинации выступает метонимия, на основе которой были выявлены следующие группы колоронимов, расположенные по частотности: **растения** (*berry-coloured, mint-green, mandarin, raspberry, wheat-coloured, violet, poppy, mauve-hued, iris, lilac, lavender, marigold* и т. д.); **предметы гастрономического мира** (*caramel leather, mustard coat, an oatmeal-hued crew neck, honey-coloured* и др.); **бренды/дизайнеры** (*Valentino pink, Bottega green, Armani Red, Gucci Rosso, sunny Valentino* и т. д.); **природные явления и ископаемые** (*sky blue, sand, snow-white, icy blue, jet black* и др.); **драгоценности/камни/металлы** (*aquamarine, emerald, gold, amber, bronze* и др.); **напитки** (*burgundy, wine-hued, wine-red, chartreuse* и др.); **химические элементы, соединения и пигменты** (*acid pink, acid green, inky black, carmine-red, cobalt, indigo* и др.); **животные и птицы** (*oyster shade, salmon, salmon pink, canary-yellow* и т. д.); **анатомия человека и животного** (*blood-red, bone, ivory, oxblood, flesh* и др.); **социальные общности или организации** (*navy, royal blue, NHS hue, Cambridge colour* и др.) и **географические объекты** (*Pacific Ocean blue, Prussian blue, The Scandi colour*).

Ключевые слова: колороним, вторичная номинация, метонимия, дискурс модных журналов, английский язык.

Наука, изучающая природу наименования, называется **ономасиологией**. Ее основные цели – создание теории номинации, изучение средств и способов называния элементов действительности. «Номинация есть закрепление за языковым знаком понятия “сигнификата”, отражающего определенные признаки, денотаты – свойства, качества и отношения предметов и процессов материальной и духовной сферы...» [5].

При номинации за основу наименования берется наиболее характерный признак предмета. Основной признак, по которому получил название тот или иной предмет, А. А. Потебня [6] называет «представлением», или «внутренней формой». В современной теории номинации разработаны и приняты различные типы и способы номинации, в соответствии с которыми наименования предметов могут создаваться прямым или косвенным путем [2, с. 87].

«Прямой» способ считается самым распространенным в языке, при котором мотивирующий признак выражен словом с прямым значением. Содержание такого признака соответствует лексическому значению мотивирующего слова.

Второй способ номинации называют «косвенным», так как наименования, образованные с его помощью, обладают переносным значением. Под типами номинации подразумевается обычно характер указания именем на действительность, и на этом основании номинация может быть первичной и вторичной. Первичная номинация является начальной и считается производной в современной лингвистике. Вторичная – про-

изводная ввиду того, что она образована путем изменения значения готовых языковых средств, выполняющих свою второстепенную функцию.

Вторичной лексической номинацией В. Г. Гак и В. Н. Телия считают использование уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наименования. По их мнению, в языке закрепляются такие вторичные номинации, которые представляют собой наиболее закономерные для системы данного языка способы наименования и восполняют недостающие в нем номинативные средства [7]. Необходимо отметить, что ассоциативные признаки, актуализируемые в процессе вторичной номинации, соответствуют таким смысловым признакам переосмысленного значения, которые соотносятся с фоновыми знаниями носителей языка о данной реалии или о внутренней форме значения. Наименования вторичной номинации – это мотивированные описательные номенклатурные названия.

По особенностям мотивации можно выделить два вида вторичной номинации: 1) прямая номинация, при которой образование наименований происходит путем прямого отражения особенностей, и 2) косвенная номинация, при которой образование наименований происходит путем ассоциативно-семантического отражения признаков и особенностей предмета. Г. В. Колшанский подчеркивает, что различие между ними состоит в следующем: «в прямой номинации концептуальная особенность объекта сохраняется во всех видах употребления слова. В то время как в косвенной номинации сохраняется лишь одна основная или второстепенная особенность, которая и определяет изменение значения слова» [5]. Изменение значения может быть связано с изменением объема понятия (расширением или сужением значения), а также с отнесением слова к другому имени (метафора или метонимия).

В статье подробнее остановимся на метонимии как средстве вторичной номинации цвета в англоязычных модных журналах.

Метонимия способом построения образа. Механизм метонимических переосмыслений представляет собой перенос наименований явлений, предметов и их признаков по смежности, или шире – по их связи в пространстве и времени [1]. Метонимия обращает внимание на индивидуальную черту, позволяя адресату речи идентифицировать объект, выделить его из области наблюдаемого, отличить от других существующих с ним предметов.

Цветообозначения, или колоронимы являются «лингвистическим естеством, присутствующим в подавляющем количестве естественных языков» [8]. При анализе колоронимов в текстах англоязычных модных журналов *Vogue* [11] и *Elle* [10] за 2020–2024 гг. нами были выявлены следующие группы наименований, основанные на метонимическом переносе тех или иных сфер предметного кода культуры, на которые проецируются цветовые ассоциации при наименовании того или иного оттенка основного цвета:

1. Названия растений (*berry-coloured, mint-green, mandarin, raspberry, wheat-coloured, tangerine, lime green, cherry-red, lemon-yellow, banana yellow, olive, chestnut, a blueberry shade, strawberry, tomato-red, mulberry, peachy, apple green, cocoa brown, papaya-hued* и т. д.). Например:

– *At the 2018 Christmas Day church service at Sandringham, when all eyes were on Catherine and her new sister-in-law, the Duchess of Sussex, she pinned an oak leaf brooch to her **berry-coloured** Catherine Walker button-up* (*The Vogue*, 17.03.2022);

– *That backless, **wheat-coloured** dress that Gigi Hadid flipped her hair in for Jacquemus's autumn/winter '20/'21 show?* (*The Vogue*, 22.02.2022).

Отдельной подгруппой мы выделяем в этой группе **названия цветов**, которые легли в основу цветоименования (*violet, poppy, mauve-hued, iris, lilac, lavender, mari-gold, memphis pink, rose pink, periwinkle* и т. д.). Например:

- *The utility shirtdress is a familiar favorite from minimalist label Co, and this season the brand has introduced its signature in a bright **poppy** hue* (*The Elle*, 05.03.2023);
- *Voluminous sleeves, knitted buttons and a textured pattern, this muted **periwinkle** Sass & Bide cardigan adds a feminine touch* (*The Elle*, 06.11.2023);
- *The **iris** blue colour of this Camilla and Marc button-up just can't be overlooked* (*The Vogue*, 09.03.2023).

2. Названия продуктов питания довольно часто проецируются в область цветообозначения с целью передачи различных тонов и оттенков основных базовых цветов, метонимично напоминающих те или иные предметы гастрономического арсенала (*butterscotch, caramel, mustard, chocolate, buttery* и т. д.). Стоит отметить, что эти названия употребляются для цветообозначения как отдельной лексемы (*caramel leather, mustard coat, an oatmeal-hued crew neck, honey-coloured* и др.), так и сочетания слов с названием основного цвета (*candyfloss-pink, chocolate brown, buttery yellow, ketchup-red* и др.). Например:

- *In a voluminous **candyfloss-pink** Valentino gown covered in feathers* (*The Vogue*, 31.08.2022);
- *Vogue's very own Lisa Aiken styled hers with a **buttery yellow** blouse and zebra-print mules* (*The Vogue*, 21.09.2022);
- *Last week, she stepped out in a flame print turtleneck, **ketchup-red** pantaboots, a matching wrap leather skirt, leather gloves, and a furry Balenciaga bag and sunglasses* (*The Vogue*, 22.04.2022).

В последнем примере речь идет о красных ботинках. Для обозначения цвета данного предмета одежды автор использовал лексику *ketchup-red*, которая используется в модных журналах исключительно для обозначения огромных трендовых ботинок, набирающих популярность среди молодежи.



Рис. Ketchup-red boots

3. Названия брендов или дизайнеров (*Pierpaolo Piccioli's Valentino pink – PP Pink, Bottega green, Armani Red, Gucci Rosso, sunny Valentino* и т. д.). Известные бренды по всему миру в настоящее время усердно работают над созданием своих собственных оттенков. Например, цвет *Valentino PP Pink*, представленный на показе Пьерпаоло Пиччоли осенью 2022 года, стал популярным после выхода культового фильма «Барби» режиссера Греты Гервиг (как ни странно, Пиччоли сказал Саре Моуэр из *Vogue* во время своего показа, что он выбрал особый оттенок розового, чтобы, помимо всего прочего, «опровергнуть» его ассоциацию с женственностью):

There's been the sweet subversion of PP Pink and Barbiecore and the fresh grassy promise of Bottega green (*The Vogue*, 22.09.2023).

В 2021 году бренд Боттега Венета дал свое название оттенку зеленого цвета – *Parakeet Green* от дизайнера Дэниэла Ли, – который стал трендом года. Некоторые дизайнеры называли этот цвет окказиональным выражением *the new millennial pink*, который подразумевает не цвет как таковой (так как зеленый и розовый цвета концептуально не связаны), а определенный статус цвета, его пик популярности, а также своего рода преемственность поколений цветов, когда один цвет тренда сменяется другим. Например: *Parakeet Green at Bottega Veneta ... – some even called it the new millennial pink* (*The Vogue*, 22.09.2023).

Интересное описание этому цвету дают авторы статей модных журналов, называя его «дерзким, ярким и энергичным» цветом (*a flat, saturated, straightforward green, bold and brash and full of main-character energy, punchy but homely*), сравнивают с «зеленым экраном» (*green-screen technology*), цветным карандашом, зеленой лужайкой и с яблоком на коробке для ланча (*crayons and grass lawns and lunchbox apples*), стараясь выразить точнее, какой именно оттенок зеленого подразумевается, создавая при этом ассоциативный ряд в сознании читателя. Например:

It is not the colour of moss or of olives or of sea foam. It is neither dazzling like emerald nor subtle like pistachio. It is not a colour that sparkles from a cocktail ring or from a slice in a highball glass (*The Vogue*, 22.09.2023).

Стоит отметить, что известные дизайнеры стараются создать не цвет как таковой, а дать уже известному оттенку свое название, свою концепцию, идеология, популяризируя его на модных показах. Тем самым цвет наполняется символизмом, и это уже не просто цвет, а целая концепция: *Bottega green* – это зеленый цвет – светофор, символизирующий безопасность и открытость дороги. После продолжительного ковидного локдауна этот зеленый оттенок цвета своего рода разрешающий знак, позволяющий продолжить жизнь с того момента, с которого она была поставлена на паузу:

This is traffic light green. We want to wear green not because it makes us feel pretty or chic or elegant, but because it makes us feel safe (*The Vogue*, 22.09.2023).

Работая в *Burberry*, дизайнер Дэниэл Ли придумал особый оттенок синего – *Knight Blue* – так лейбл окрестил этот оттенок в стиле Ива Кляйна, хотя жюри не определилось, сможет ли дизайнер воссоздать свой собственный феномен. И кто бы мог забыть неизменный оранжевый от *Hermès*, самые популярные цвета бренда *It* и даже темно-красный от *Valentino*, который на некоторое время дал название их ныне снятому с производства суббренду *Red Valentino*. Например:

– *Known as the Armani Red, this rich, highly pigmented crimson strikes a perfect balance between cool and warm, and is a definitive classic for the Old Hollywood look* (*The Vogue*, 29.07.2022);

– *Bring a little fire into your spring wardrobe with a flash of, what shall henceforth be known as, **Ferragamo Red*** (The Vogue, 04.03.2024).

В данную группу мы включили также такую предметную область, как название бренда игрушек, в частности *Barbie*, обозначающее особый тон розового, пропагандируемый логотипом данного бренда и колористикой гардероба всемирно известных кукол:

*Rihanna announced her pregnancy in a vintage **Barbie-coloured** Chanel coat and baggy jeans, while Kim Kardashian has taking a shining to Balenciaga's searingly-bright looks* (The Vogue, 31.01.2022);

***Barbiecore pink** and Bottega greens, it's time to move over and make way for the next joyous fashion color trend* (The Vogue, 02.08.2022).

Данный цвет также стал популярным после выхода кассового фильма-фэнтези «Барби».

4. Природные явления и ископаемые (*sky blue, sand, snow-white, icy blue, jet black, cerulean blue, charcoal, ash brown, cloud greys, sunny, slate* и др.). Нередки случаи, когда область природы является объектом метонимического переноса цветовых обозначений, и это неслучайно, потому что окружающий мир, наполненный различными красками, позволяет дифференцировать соответствующие оттенки. Например:

– *I bought the **sky blue** linen version this summer as well* (The Vogue, 30.12.2022);

– *Sienna Miller wore an **icy blue** embroidered backless dress by Emanuel Ungaro in 2007* (The Vogue, 10.03.2022);

– *We love this low straight pair, which comes in a range of washes – from classic indigo, to **jet black** to a clean and cool white* (The Vogue, 25.10.2023).

В Великобритании, например, белый цвет широко использовался в религии, ассоциируясь с умиротворенностью и чистотой [7, с. 76]. Этим и объясняется ассоциация белого цвета с чистым снегом.

5. Названия напитков. В этой группе 8 колоронимов (*burgundy, wine-hued, wine-red, chartreuse, champagne, champagne-colored, coffee, coffee brown*):

– *Working with her stylist Wil Ariyamethe, Kebede opted for a dramatic, floor-sweeping **burgundy** velvet gown with a halterneck and cut-out details* (The Vogue, 30.03.2022);

– *Aje's **wine-hued** maxi dress is a beautiful more subtle option, while Bernadette's apple green oversized maxi is a dress to remember* (The Vogue, 12.12.2022);

– *Arriving to take her seat on the front row next to her friend and collaborator Luca Guadagnino – and briefly pausing to take a photo with Naomi Campbell – Seignyn wore a mottled faux fur coat in various shades of iced **coffee brown**, along with a pair of cream leather boots* (The Elle, 16.01.2022).

Мы отнесли кофейный цвет к данной группе, так как он ассоциируется в первую очередь с напитком, а не с растением.

6. Названия драгоценностей/камней/металлов (*aquamarine, emerald, gold, amber, bronze, silver, brilliant, sapphire* и др.):

– *If you're looking to dress in a shade that's darker, but not quite black, familiarise yourself with a wintry palette of deep, jewel tones – burgundies, **emeralds**, warm **golds** – that may appeal instead* (The Vogue, 14.03.2023);

– *At the 2022 Oscars, Jada Pinkett-Smith slipped into Martens's **emerald** taffeta gown to walk the red carpet* (The Vogue, 13.03.2022);

– *There was also the not insignificant matter of that **gold** dress – complete with a cape crafted to resemble the wings of a phoenix (The Vogue, 25.11.2022).*

Метонимия цвета с драгоценными камнями и металлами добавляет к колоритному оттенку благородства, презентабельности и роскоши (*a deep, rich emerald green*). Стоит отметить, что при описании предметов одежды королевской семьи авторы статей модных журналов стараются чаще использовать именно эту группу вторичной номинации цвета. Например:

*The Princess opted for an **emerald-green** dress from one of her go-to designers, Emilia Wickstead, for an appearance at Wimbledon in 2021 (The Vogue, 01.12.2022).*

7. Названия химических элементов, соединений и пигментов (*acid pink, acid green, inky black, carmine-red, cobalt, indigo* и др.):

– *Come to think of it, neither is her daughter, herself an avowed fan of an **inky black** Saint Laurent gown (The Vogue, 16.11.2022);*

– *No one pulls off **carmine-red** and lace quite like the supermodel (The Vogue, 18.05.2022);*

– *The delicious true **cobalt** of this jacket speaks for itself, doesn't it? (The Elle, 12.11.2022).*

В мире моды лексема *cobalt* обозначает исключительно синий цвет. Однако оттенок пигмента, традиционно добываемого из минерала, варьируется от желтого до красного и от синего до зеленого.

8. Анатомия человека и животного (*blood-red, bone, ivory, oxblood, flesh, baby pink, baby blue* и др.):

– *Jessica's recent **blood-red** Zuhair Murad gown – another classic red-carpet hit that shows she casts her net of brands wide – called for a classic blow-dry swept off her face (The Vogue, 22.11.2022);*

– *If you have permission from the bride, feel free to wear the **ivory** as well (The Elle, 02.07.2023).*

9. Названия животных и птиц (*teal, oyster shade, salmon, salmon pink, canary-yellow, camel* и т. д.):

– *In a **teal** Valentino autumn/winter 2019 couture gown (The Elle, 06.04.2023);*

– *However, Blake adds her own style ethos into the mix, opting for bright and jewel tones over Serena's earthy **salmon pink** and taupe (The Vogue, 22.06.2023);*

– *But it was look 23, a vinyl **canary-yellow** trench coat, that stood out (The Vogue, 24.01.2023).*

10. Социальные общности или организации (*navy, royal blue, NHS hue, Cambridge colour, The Wall Street shade* и др.):

*Stand-out looks include the straight-leg black jeans at The Row, **navy** wide-leg styles at Tibi and the boxy cargo trousers at Coperni (The Vogue, 27.01.2023).*

При изучении колоронимов внимание исследователей привлекает проблема отражения в языковых единицах национально-культурной специфики этноса носителя языка [3, с. 42], т. к. цвет связан с ценностной картиной мира, наглядно отображающей творческую энергию этноса и сохраняющей в свернутом виде значительные культурные тексты [3, с. 5]. В этой связи группа наименований, основанных на метонимическом переносе признаков социальных общностей или организаций, представляет особую привлекательность, так как в них отражается специфика английской лингвокультуры.

Navy получил свое название от темно-синего цвета (контрастирующего с военно-морским белым), который с 1748 года носили офицеры Королевского военно-морского флота и впоследствии переняли другие военно-морские силы по всему миру. Когда это название цвета, взятое из обычного цвета униформы моряков, вошло в обиход в начале XIX века, оно первоначально называлось *marine blue*, но вскоре название изменилось. В связи с тем, что этот цвет носили офицеры, *navy* считается благородным оттенком, что возвышает предмет одежды в глазах читателей:

*This chunky roll-neck, complete with a zip-through front and gently voluminous sleeves, looks especially fun when worn with a **royal blue** pair of jeans and square toe boots* (The Vogue, 28.06.2022).

Королевский синий – глубокий и яркий оттенок синего. Он был создан консорциумом фабрик в Роде, Сомерсет, который выиграл конкурс на пошив платья для королевы Шарлотты, супруги короля Георга III. Выиграв приз, предприниматель из деревни изобрел краситель и получил сертификат на его продажу под этим названием. *Royal blue* считается ещё более благородным оттенком, чем *navy blue*. В журналах мод этот оттенок подчеркивает престиж предмета гардероба.

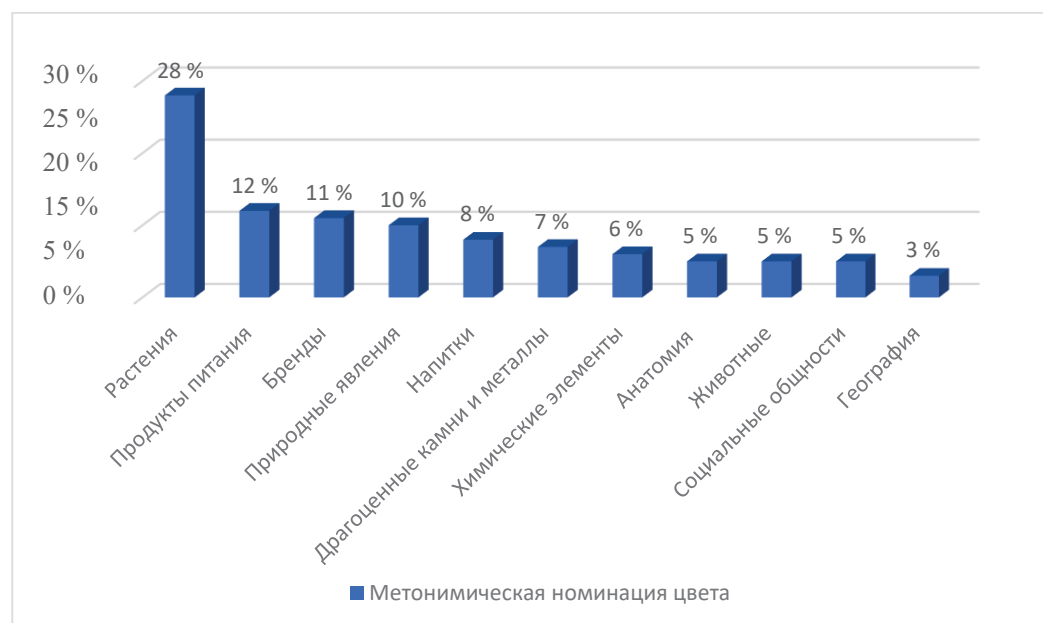
11. Географические названия (*Pacific Ocean blue, Prussian blue, The Scandi colour*). Следует отметить, что в данную группу вошли только три колоронима, которые в нашей выборке встречались в шести случаях. Например:

– *What's even better: **Pacific Ocean blue** looks just as elegant and polished as navy, thanks to an abundance of elevated silhouettes by designers* (The Vogue, 02.08.2022);

– *Earlier in the visit, upon her arrival in the country, the Duchess had worn a **Prussian blue coat dress**, a reference to the invention of the colour in Berlin, as well as the cornflower, the national flora of Germany* (The Vogue, 05.03.2024).

Представим в виде диаграммы в процентном соотношении количество примеров в каждой из групп, выявленных в англоязычных модных журналах.

Диаграмма процентного соотношения каждой группы к общему количеству выявленных метонимических групп



Из диаграммы следует, что самой широко представленной группой колоронимов является группа «названия растений» – 28 %, в то время как «названия географических объектов» меньше всех представлены в англоязычных модных журналах (3 %), что выявляет нерелевантность данной метонимии при описании предметов гардероба. Особо следует подчеркнуть группу «названия брендов» (11 %), которые дали имена определенным оттенкам цвета в модном дискурсе. Национальную специфику отражает немногочисленная группа колоронимов с компонентом «социальные общности» – 5 %.

Таким образом, представленная классификация колоронимов, основанная на метонимическом переносе, позволила обосновать этимологию и мотивацию цветоименования, передать богатство оттенков и цветов, представленных в современных англоязычных журналах мод *Vogue* и *Elle*, и выявить группы наименований: географических объектов, напитков, продуктов питания, представителей флоры и фауны, драгоценных металлов, химических элементов, пигментов и т. д.

Литература

1. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры / Н. Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – 30 с.
2. Гаджихамедов, Н. Э. Современные аспекты изучения цветообозначений в языках разных систем / Н. Э. Гаджихамедов, З. Н. Рамалданова // Вестник Дагестанского государственного университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. – Махачкала, 2023. Т. 38, вып. 1. – С. 42–47.
3. Гак, В. Г. К типологии лингвистических номинаций / В. Г. Гак // Языковая номинация: общие вопросы. – М.: Наука, 1977. – С. 230–293.
4. Гатауллина, Л. Р. Роль цветообозначений в концептуализации мира: на материале фразеологизмов английского, немецкого, французского, русского и татарского языков; дис. ... канд. филол. наук / Л. Р. Гатауллина. – Уфа, 2005. – 259 с.
5. Колшанский, Г. В. Языковая номинация (общие вопросы) / Г. В. Колшанский. – М.: Наука, 1977. – 142 с.
6. Потенба, А. А. Из записок по русской грамматике / А. А. Потенба. – М.: Учпедгиз, 1958. – 534 с.
7. Телия, В. Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова в языке / В. Н. Телия. – М.: Наука, 1981, – 270 с.
8. Хайбулаева, А. М. Ахроматические цвета в экономическом дискурсе / А. М. Хайбулаева, З. Н. Рамалданова // Вестник Дагестанского государственного университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. 2020. Т. 35, вып. 1. – С. 75–86.
9. Berlin, B., Kay P. Basic color terms: their universality and evolution / B. Berlin, P. Kay. – Berkeley and Los Angeles: The University of California Press, 1969. – 178 p.
10. The Elle – официальный сайт. – URL: <https://www.elle.com/> (дата обращения: 22.02.2024).
11. The Vogue – официальный сайт. – URL: <https://www.vogue.com/> (дата обращения: 15.03.2024).

Поступила в редакцию 27 июня 2024 г.

Принята 15 июля 2024 г.

UDC 811.111-26

DOI: 10.21779/2542-0313-2025-40-1-76–84

The Means of Secondary Color Nomination in the Discourse of English-Language Fashion Magazines

S. M. Magomedova, S. M. Gadzhieva

Dagestan State University; Russia, 367000, Makhachkala, M. Gadzhiev st., 43a;
saidat.m@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the study of the secondary nomination of color in English fashion magazines *Vogue* and *Elle*. The main means of secondary nomination is metonymy, on the basis of which the following groups of coloronyms were identified, arranged in frequency: **plants** (berry-colored, mint-green, mandarin, raspberry, wheat-colored, violet, poppy, mauve-hued, iris, lilac, lavender, marigold, etc.); **gastronomic goods** (caramel leather, mustard coat, an oatmeal-hued crew neck, honey-colored, etc.); **brands/designers** (Valentino pink, Bottega green, Armani Red, Gucci Rosso, sunny Valentino, etc.); **natural phenomena and fossils** (sky blue, sand, snow-white, icy blue, jet black, etc.); **jewelry/stones/metals** (aquamarine, emerald, gold, amber, bronze, etc.); **beverages** (burgundy, wine-hued, wine-red, chartreuse, etc.); **chemical elements, compounds and pigments** (acid pink, acid green, inky black, carmine-red, cobalt, indigo, etc.); **animals and birds** (oyster shade, salmon, salmon pink, canary-yellow, etc.); **human and animal anatomy** (blood-red, bone, ivory, ox-blood, flesh, etc.); **social communities or organizations** (navy, royal blue, NHS hue, Cambridge colour, etc.) and **geographical objects** (Pacific Ocean blue, Prussian blue, The Scandi colour).

Keywords: coloronym, secondary nomination, metonymy, discourse of fashion magazines, english.

Received 27 June, 2024

Accepted 15 July, 2024