



Гукосьянц О. Ю. Роль цвета и цветономинаций в поликодовом тексте / О. Ю. Гукосьянц, О. А. Алимуратов, А. А. Горжая // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 10. — С. 140—155. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-10-140-155.

Gukosyants, O. Yu., Alimuradov, O. A., Gorzhaya, A. A. (2022). Color and Color Nominations in Polycode Text. *Nauchnyi dialog*, 11(10): 140-155. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-10-140-155. (In Russ.).



Журнал
включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-10-140-155

Роль цвета и цветономинаций в поликодовом тексте

Гукосьянц Ольга Юрьевна¹

orcid.org/0000-0001-7879-8436

кандидат филологических наук, доцент
gukosjants@mail.ru

Алимуратов Олег Алимуратович¹

orcid.org/0000-0002-8686-8374

доктор филологических наук, доцент
alimuole@mail.ru

Горжая Алеся Александровна²

orcid.org/0000-0002-6851-9496

кандидат филологических наук, доцент
alesya_gorzhaya@mail.ru

¹ Пятигорский государственный университет
(Пятигорск, Россия)

² Северо-Кавказский федеральный университет
(Ставрополь, Россия)

Благодарности:

Публикация подготовлена в рамках проекта МК-1675.2022.2 (Комплексное прагматическое исследование механизмов провоцирования и предотвращения возникновения и развития конфликтных ситуаций в виртуальной среде в условиях пандемии) по гранту Президента Российской Федерации

Color and Color Nominations in Polycode Text

Olga Yu. Gukosyants¹

orcid.org/0000-0001-7879-8436

PhD in Philology, Associate Professor
gukosjants@mail.ru

Oleg A. Alimuradov¹

orcid.org/0000-0002-8686-8374

Doctor of Philology, Associate Professor
alimuole@mail.ru

Alesya A. Gorzhaya²

orcid.org/0000-0002-6851-9496

PhD in Philology, Associate Professor,
alesya_gorzhaya@mail.ru

¹ Pyatigorsk State University

² North-Caucasus Federal University
(Stavropol, Russia)

Acknowledgments:

The publication was prepared as part of the project МК-1675.2022.2 (Comprehensive pragmalinguistic study of the mechanisms for provoking and preventing the emergence and development of conflict situations in a virtual environment during a pandemic) under a grant from the President of the Russian Federation.



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматривается вопрос о взаимосвязи и взаимозависимости используемых цветов и цветономинаций в поликодовом тексте и прагматических задач, на решение которых направлен данный текст. Исследование проведено на материале демотиваторов, посвященных периоду пандемии COVID-19, а также демотиваторов, посвященных угрозам традиционным ценностям российского общества. Определены закономерности, наблюдаемые в анализируемом материале и связанные с использованием цвета и номинаций-колоративов для усиления воздействующего эффекта поликодового текста. К данным закономерностям относятся замкнутость цвета внутри определенной формы, классифицирующая функция цвета и ассоциативная функция, присущая цвету. Сделано заключение об использовании синего (сине-зеленого) цвета и красного (темно-красного) в качестве характерных цветовых доминант поликодовых текстов (демотиваторов), посвященных периоду пандемии COVID-19. Отмечается, что поликодовым текстам, посвященным угрозам традиционным ценностям российского общества, также присущ красный цвет, сочетание красного и черного, наличие белого (в том числе и в качестве вербальной компоненты).

Ключевые слова:

конфликтогенный поликодовый текст; демотиватор; цвет; цветономинация.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The question of the relationship and interdependence of the colors used and color nominations in the polycode text and the pragmatic tasks that this text is aimed at is considered. The study was conducted on the material of memes and demotivators dedicated to the period of the COVID-19 pandemic, as well as extremist memes and demotivators. In the course of the analysis, the regularities observed in the analyzed material and associated with the use of color and color nominations to enhance the influencing effect of the polycode text were determined. These patterns include: the isolation of color within a certain form, the classifying function of color and the associative function inherent in color. The conclusion is made about the use of blue (blue-green) and red (dark red) as the characteristic color dominants of polycode texts (memes and demotivators) dedicated to the period of the COVID-19 pandemic. It is noted that polycode texts of an extremist orientation are also characterized by red color, a combination of red and black, the presence of white (including as a verbal component).

Key words:

conflictogenic polycode text; meme; demotivator; Colour; color naming.



Роль цвета и цветономинаций в поликодовом тексте

© Гукосьянец О. Ю., Алимуратов О. А., Горжая А. А., 2022

1. Введение = Introduction

Данные физиологии и нейропсихологии свидетельствуют о том, что человек воспринимает окружающий мир в цвете, а не черно-белым. Б. Дресп-Лэнгли и К. Лэнгли подчеркивают, что цвет — это перцептивный результат, возникающий в результате реакции мозга на определенного рода данные, полученные системой зрительного восприятия: «Объекты излучают свет с различной длиной волны, и соответствующие приборы и механизмы могут точно обнаружить и проанализировать его. Однако наш мозг обрабатывает сигналы, создаваемые волнами разной длины, что позволяет нам воспринимать их как явление, которое мы называем цветом. Восприятие цвета живым организмом, таким образом, требует как органа чувств, воспринимающего внешние сигналы, так и мозга для обработки этих сигналов, преобразования их в осмысленные представления» (перевод наш. — О. Г., О. А., А. Г.) [Dresp-Langley, 2009, p. 90]. В нейропсихологии выявлен и экспериментально обоснован целый ряд закономерностей, описывающих особенности восприятия цвета человеком. В частности, цвета в комбинации друг с другом воспринимаются не так, как если бы один конкретный цвет воспринимался изолированно. На интенсивность цветовосприятия значительное влияние оказывает освещение. Цветовосприятие в существенной степени опирается на ассоциативное наполнение, которое приобретает тот или иной цвет для конкретного человека [Feltman, 2009].

Пережитые впечатления и испытанные ощущения отпечатываются в сознании людей, зачастую ассоциируясь с определенным цветом или цветовым оттенком. Эти впечатления и ощущения, вызываемые у представителей одной или различных культур, имеющих общий или схожий жизненный опыт, могут концептуализироваться, в том числе и через результаты цветового восприятия, хотя изначально данные эмоции никакого отношения к цвету не имели (ср. русск. *печаль* и англ. *blues*). Выразительность цвета, его коммуникативное значение, проблемы восприятия и идентификации являются актуальными вопросами, заслуживающими внимания при проведении лингвистического анализа.

Настоящая работа ставит целью проследить некоторые лексико-семантические особенности цветономинаций и прагматические функции цвета в поликодовых текстах (демотиваторах), посвященных периоду пандемии



COVID-19, а также в поликодовых текстах, посвященных угрозам традиционным ценностям российского общества.

2. Материал, методы, обзор = **Material, Methods, Review**

Как замечает А. Вежбицкая, существует немало лингвистических подтверждений того, что ЦВЕТ не является для человечества универсальным концептом, однако огромная часть исследований, касающихся семантики визуального восприятия, основывается именно на данных, связанных с восприятием цвета. Для А. Вежбицкой неуниверсальность ЦВЕТА как концепта напрямую вытекает из отсутствия в некоторых языках лексических единиц, обозначающих «цвет»: «Часто указывалось, что во многих языках, например в Австралии, Папуа-Новой Гвинее и Африке, нет слова “цвет”. Таким образом, ... “цвет” не является универсальным понятием. Это очень важное понятие в английском и, конечно, во многих других языках, но далеко не во всех» [Wierzbicka, 2006, p. 2]. В приведенной цитате четко просматривается типичная для А. Вежбицкой подмена понятий: структура понятийного (то есть ментального) содержания напрямую интерпретируется через языковое представление этого содержания или через отсутствие такового. Между тем, на наш взгляд, совершенно очевидно, что в том, что касается цвета, семантика языковых единиц, равно как и их присутствие или отсутствие в том или ином языке, не позволяет безоговорочно судить о том, является ли цвет универсальным понятием для человека или нет. Универсальность цветовосприятия для человека и, следовательно, универсальность соответствующего понятия, которое далее может перерасти в концепт (подробнее о нашем понимании концепта см.: [Алимурадов, 2013; Алимурадов, 2011]), определяется особенностями физиологического устройства человека, которые, как уже отмечалось выше, сводятся к наличию определенного органа чувств, воспринимающего внешние световые сигналы, и определенных участков мозга, отвечающих за обработку этих сигналов. Несмотря на то, что цвет, бесспорно, с физической точки зрения является феноменом вторичным, универсальность физиологических перцептивных особенностей есть достаточное условие для того, чтобы говорить о том, что каждый человек обладает необходимым исходным «оборудованием» для формирования ментальных структур, связанных с цветом.

Не обладает универсальностью то, как именно результаты перцептивного человеческого опыта, связанного с цветом, репрезентируются в языке (см., в частности: [Lowту, 2004]). Тот факт, что понятие «цвет» или концепт ЦВЕТ не находят языковой экспликации, требует отдельного объяснения и, вероятно, поиска иных способов, при помощи которых язык отражает результаты перцепции цвета (это могут быть имплицитные значения, кон-



нотации, периферийные созначения, смыслы, окказионально возникающие в конкретной ситуации речевого употребления языковых единиц и т. п.).

Номинации цвета могут наполняться богатым содержанием в языке. Так, например, А. Стейнвалл тонко подмечает, что лексические единицы такого рода могут выполнять две различные функции, в результате чего цветономинации наполняются очень разным семантическим содержанием. Эти функции А. Стейнвалл называет *дескриптивной* (например, *белая стена*, цвет которой при проверке по цветовым таблицам действительно можно определить как белый) и *классифицирующей* (ср. *белое вино*, которое, как правило, белым на самом деле не является и ближе по цвету к золотистому или желтому, что, впрочем, совершенно не препятствует корректной интерпретации словосочетания *белое вино* в коммуникативном процессе). Далее исследователь показывает, что в рамках дескриптивной функции номинаций-колоративов целесообразно выделить две более частных функции — идентифицирующую и собственно дескриптивную [Steinval, 2006].

Различия в семантическом наполнении колоративов, равно как и их различные функции в тексте, могут быть обусловлены и когнитивными механизмами выделения, то есть салиентности (см., в частности: [Jameson, 2003]).

В современном английском и русском языках подобная функциональная дифференциация хорошо прослеживается в узусе. Реализацию первой функции можно наблюдать в предложении *Give me the blue cup please*. Говорящий просит дать ему именно голубую чашку, исходя из пресуппозиции о том, что в наблюдаемом им ряду схожих предметов только одна чашка имеет голубую окраску (все остальные чашки — зеленая, красная, белая и др. — не нужны). Дескриптивная функция колоратива *blue* реализуется при его предикативном употреблении (к примеру, *This cup is blue*), при использовании с глаголом *wear* для описания предметов одежды (*She is wearing a stunning red dress tonight*) и т. д.

Цвет обладает огромным потенциалом для символизации, вследствие чего номинации-колоративы также обнаруживают существенную семантическую гибкость и демонстрируют чрезвычайно широкий спектр различных коннотаций, которые зачастую выходят за пределы дескрипции или идентификации объекта или даже класса объектов по признаку именно цвета. Коннотации колоративов могут значительно отдаляться от семантики цвета как такового, и в таких случаях на первое место выходят коннотации религиозного, ритуального или идеологического плана. Например, Д. Станулевич и А. Павловский подчеркивают, что в древности в Европе было принято использовать красную охру на похоронах, а в некоторых культурах и сегодня принято считать, что полосы красной материи защищают живот-



ных и людей от опасных болезней. Красный цвет получил и идеологическую символизацию, будучи на протяжении многих лет неразрывно связанным с коммунистической идеологией и олицетворяя кровь, пролитую представителями рабочего класса в борьбе за всеобщее равенство. Подобной символикой красный цвет наполнялся и отчасти продолжает наполняться как в нашей стране, так и, например, в Польше (ср. одно из значений лексической единицы *czzerwony* — связанный с коммунистической, социалистической идеологией). Д. Станулевич и А. Павловский разграничивают два вида употреблений *czzerwony* — идеологически маркированное (частотно в прессе, особенно в составе имен собственных или в качестве характеристики политических пристрастий номинируемых именами собственными людей) и идеологически немаркированное. Анализируя польскую прессу периода после Второй мировой войны, авторы приходят к выводу об однозначном превалировании идеологически маркированных употреблений анализируемого ими колоратива. При этом показательно, что у *czzerwony* отмечается и достаточно частотное употребление при номинации человеческих эмоций (таких как ярость, стыд и волнение), обусловленное метонимическим переносом [Stanulewicz, 2018]. В обоих случаях, на наш взгляд, актуализируется классифицирующая функция данного колоратива.

Мы полагаем, что широта семантики колоративов, находящая проявление в вербальном тексте, экстраполируется и в поликодовый текст, в частности в текст конфликтогенный. Именно в таком тексте классифицирующая функция цветономинаций реализуется максимально широко, позволяя выстраивать оппозиции, которые, в свою очередь, обуславливают конфликтогенный характер такого рода текстов.

Термин *поликодовый текст* содержательно тесно смыкается с термином *мультимодальный текст*. Поликодовым является текст, соединяющий в себе разные семиотические коды, используемые для репрезентации единой в смысловом отношении информации, в то время как мультимодальным может быть признан текст, воспринимаемый при помощи различных каналов восприятия информации. Характерной чертой поликодовых текстов является то, что они представляют собой гетерогенный с точки зрения средств репрезентации, но содержательно единый поток информации: «Информация, воспринимаемая по разным каналам, в том числе вербальная и иконическая (изобразительная), интегрируется и перерабатывается человеком в едином условно-предметном коде мышления, поскольку на уровне глубинной семантики языка не существует принципиальной разницы между семантикой иконических и вербальных знаков» [Сонин, 2006, с. 118]. Через каждый из модусов (средства репрезентации) поликодового текста к реципиенту одновременно поступает определенная



информация, а через сочетание этих средств репрезентации смысла формируется общее восприятие текста.

Конфликтогенный (поликодовый) текст направлен на провоцирование конфликта посредством выстраивания оппозиции «свой — чужой». Подобная оппозиция совершенно необходима для возникновения конфликта по двум причинам. Прежде всего, конфликт представляет собой некооперативное взаимодействие двух и более субъектов; иными словами, для возникновения конфликта необходима полисубъектность, то есть «свои» и «чужие», на которых направлен конфликт. Полисубъектность конфликта неоднократно отмечалась в работах О. С. Иссерс [Иссерс, 2008], Е. И. Шейгал [Шейгал, 2004], А. В. Олянича [Олянич, 2007], Д. Р. Фахрутдиновой [Фахрутдинова, 2008], М. Ю. Сейранян [Сейранян, 2012], V. Linkevičiūtė [Linkevičiūtė, 2013], Е. Н. Молодыченко [Молодыченко, 2019], в которых, в частности, подчеркивается, что «коррелирующая с оппозиционностью конфликтная тональность общения, позволяет отнести репрезентации “свой” и “чужой” к конфликтогенам» [Сейранян, 2012, с. 314].

Помимо этого, оппозиция «свой — чужой» способствует очерчиванию базиса конфликта — детерминированию характеристик, присущих «своим», которые у «чужих» либо не представлены вовсе, либо наполняются противоположным содержанием.

Значимость цвета, выбранного в качестве общего фона сообщения, способного наравне с вербальной составляющей оказать необходимый прагматический эффект на адресата, проявляется при создании статических поликодовых текстов (демотиваторов), возникающих как реакция на различные события. Рассматриваемые нами демотиваторы отражают результаты осмысления процессов и тенденций, имеющих место в современном российском обществе, и либо стимулируют выработку определенного мировоззрения, либо побуждают к определенному рода действиям (как правило, деструктивного характера), в том числе и к правонарушениям.

Анализ эмпирического материала свидетельствует, что первое правило использования цвета для реализации прагматических задач поликодового текста соблюдается в масштабах всей изученной нами выборки (65 текстов периода пандемии и 75 текстов, посвященных угрозам традиционным ценностям российского общества).

Материалом исследования в настоящей работе послужили демотиваторы появившиеся в период пандемии (65 текстов) и демотиваторы, посвященные угрозам традиционным ценностям российского общества (75 текстов), подбор которых осуществлялся методом сплошной выборки из социальной сети ВКонтакте, а также из числа демотиваторов, находящихся в свободном доступе на сервисе Яндекс.Картинки и иных развлекательных



сайтах и порталах сети Интернет. Основными *методами исследования* явились методы лингвостилистического, семиотического и контекстуального анализа, позволившие разложить поликодовые тексты на составные компоненты, вычленив сущностные вербальные и невербальные смысловые компоненты. При интерпретации, классификации, систематизации и обобщении полученных данных применялся описательный метод.

3. Результаты и обсуждения = Results and Discussion

Проведенный нами анализ эмпирического материала обнаруживает связь и зависимость между главной темой, которой посвящен демотиватор, и цветовым решением, в котором он выполнен. Использование цвета и номинаций-колоративов для усиления воздействующего эффекта в рассматриваемых поликодовых текстах подчиняется определенным правилам, которые мы сформулируем следующим образом:

— прагматический эффект цвета и цветономинаций в поликодовом тексте существенно повышается, если сам цвет и цветономинации используются не в описательной (дескриптивной), а в классифицирующей функции в соответствии с разграничением, предложенным А. Стейнваллом (см. выше); это совершенно логично, поскольку использование цвета и цветономинаций в дескриптивной функции, как правило, не выходит за рамки фиксации цветовых свойств соответствующих объектов и не предполагает сколько-нибудь серьезной категоризации. Категоризация имеет место при использовании цвета и цветономинаций именно в классифицирующей функции, так как в этом случае, как правило, происходит обобщение и переосмысление целого ряда значимых (салиентных) особенностей референта, многие из которых напрямую никак не связаны с его окраской, но репрезентируются в анализируемых текстах при помощи цвета и цветономинаций. Такая когнитивная обработка, безусловно, способствует формированию оппозиции «свой — чужой», лежащей в основе конфликтогенных поликодовых текстов;

— для анализируемых поликодовых текстов крайне важна «оформленность» цвета, то есть его корреляция с определенной формой; иными словами, для того, чтобы цвет участвовал в реализации воздействующего эффекта конфликтогенного поликодового текста, необходимо, чтобы он был замкнут в границах определенной формы;

— будучи использованы в классифицирующей функции, цвет и цветономинации в анализируемых текстах зачастую несут ассоциативную нагрузку, отсылая к значимым для интерпретации текста культурно-историческим фактам; по этой причине ассоциативность цвета, как нам представляется, следует признать существенным фактором акцентуации принадлежности изображаемого к сфере «своего» или «чужого».

Анализ эмпирического материала свидетельствует, что первое правило использования цвета для реализации прагматических задач поликодового текста соблюдается в масштабах всей изученной нами выборки (65 текстов периода пандемии и 75 текстов, посвященных угрозам традиционным ценностям российского общества). Все проанализированные нами тексты напрямую связаны с конфликтом: в поликодовых текстах периода пандемии репрезентирован конфликт человека и вируса COVID-19, а поликодовые тексты, посвященные угрозам традиционным ценностям российского общества, являются конфликтогенными, поскольку они направлены на разжигание розни или возбуждение ненависти по национальному, расовому или иному признаку, что недопустимо, подрывает общероссийскую гражданскую идентичность, единое культурное пространство страны и противоречит Указу Президента Российской Федерации В. В. Путина от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

3.1. Лексико-семантические особенности цветономинаций и прагматические функции цвета в поликодовых текстах (демотиваторах), посвященных периоду пандемии COVID-19

Поликодовым текстам периода пандемии (ПКПП) свойственны синий и сине-зеленый оттенки (рис. 1, рис. 2): именно в таких цветах решены 71 % ПКПП. При этом вербальная составляющая в данных демотиваторах может полностью отсутствовать (рис. 1), что не снижает пугающего воздействия и не уменьшает уровень опасности, транслируемый данным демотиватором.



Рис. 1 [АА]



Рис. 2 [Там же]

Помимо применения синего и сине-зеленого как фонового цвета демотиватора, не ограниченного рамками какой-либо формы, в данные оттенки зачастую окрашены медицинские маски и костюмы (рис. 2, рис. 3), а также условные изображения самого вируса COVID-19. Таким образом, общий фон анализируемых текстов в цветовом отношении коррелирует с окраской объектов, символизирующих опасность и угрозу для здоровья. По-

добная цветовая экстраполяция, как нам представляется, призвана усилить страх реципиентов ПКПП перед появившейся неизвестной ранее болезнью и предназначена для напоминания о длительном лечении и реабилитации после выздоровления. Последний эффект, полагаем, достигается за счет ассоциативной нагрузки используемых цветов, которые напоминают цвет, в который зачастую окрашены стены в российских больницах.



Рис. 3 [Там же]

В людях, одетых в костюмы и маски синего цвета (рис. 3), реципиент ПКПП видит медицинских работников, спасающих жизни населения, в том числе и в страшный период распространения инфекции, врачей, перед которыми ничтожны все супер-герои (ср. размеры фигур врачей и фигуры Супермена, внимания заслуживает и тот факт, что Супермен салютует врачам в знак уважения их трудового подвига). Идентификации Супермена, изображенного спиной к реципиенту, способствует именно цвет — его замкнутость в границах формы, а также его ассоциативность, поскольку тот факт, что костюм Супермена выполнен именно в красном и синем цветах, хорошо известен в культуре.

Анализ демотиваторов, посвященных периоду пандемии, выявил еще одну характерную цветовую доминанту — использование оттенков красного (как правило, темно-красного) цвета (рис. 4, рис. 5). В данном случае мы усматриваем реализацию третьего из перечисленных выше правил (актуализация ассоциативной нагрузки цвета), поскольку красный цвет, являющийся традиционным цветом угрозы, ненависти, ярости, акцентирует опасность нового вируса, способствует трансляции эмоций страха и гнева, испытываемых людьми. Отметим, что, как и в предыдущих примерах, на рис. 4 и рис. 5 наблюдается феномен цветовой экстраполяции, когда цвет значимых для интерпретации поликодового текста объектов распространяется и на фон. Особенно показателен в этом отношении текст, демонстрируемый на рис. 5, вербальный компонент которого представляет собой вопрос, ставящий под сомнение часто высказываемую мысль о том, что человек является царем природы, венцом творения. Гневные эмоции

от осознания того, что, вероятно, это не совсем так, хорошо передаются оттенками красного цвета.

Именно сегодня, 17 ноября,
празднуется день рождения
Covid-19.

В этот день ровно год назад
он заразил 55-летнего китайца

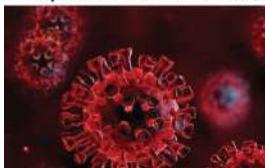


Рис. 4 [Там же]



Рис. 5 [Там же]

Стоит отметить, что красный цвет как символ надвигающейся угрозы в ПКПП представлен как противоборствующий синему. В этой связи интересен для анализа текст на рис. 6, в котором феномен цветовой экстраполяции применяется с целью усиления демонстрируемого столкновения — опасный вирус, окрашенный в красный и изображенный на красном фоне, угрожает человеку в синей маске на синем фоне.



Рис. 6 [Там же]

3.2. Лексико-семантические особенности цветономинаций и прагматические функции цвета в поликодовых текстах (демотиваторах), посвященных угрозам традиционным ценностям российского общества

Красный цвет характерен для демотиваторов иной тематики, направленных на популяризацию идеологий, режимов, политических систем, в том числе деструктивного характера.

Стоит отметить, что в текстах такого рода красный цвет либо дополнен черным, либо они являются противоборствующими. В демотиваторе, представленном на рисунке (рис. 7), сочетание красного и черного цветов обладает вполне однозначной ассоциативностью, отсылая к цветовой гамме, использовавшейся в советской символике для изображения противостояния социалистического и капиталистического режимов. Отметим, что подобный цветовой симбиоз свойственен также поликодовым текстам, посвященным как пропаганде, так и дискредитации различных националистических и фашистских движений.



Рис. 7 [АА]

Оказывание необходимого прагматического эффекта, возможность безошибочно трактовать полученный поликодовый текст становятся возможными и в случае, когда вербальный компонент не содержит номинации цвета, но поддерживает иконическую часть за счет опущения облигаторных вербальных компонентов (в приводимом ниже тексте опущено дополнение) и стимулирует цветовое восприятие (рис. 8).

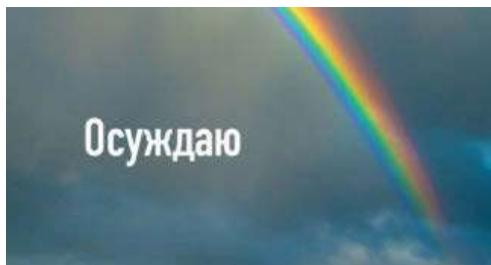


Рис. 8 [Там же]

Текст «Осуждаю», расположенный на фоне чистого неба, не передает авторский замысел в случае отсутствия радуги. Актуализация цветового



го фрагмента адресатом упрощает комплексное восприятие заложенного в поликодовый текст послания и обеспечивает достижение заложенного в тексте прагматического эффекта. Вновь отметим значимость оформленности цвета, обеспечивающей безошибочную идентификацию радуги на фоне относительно однородного в цветовом отношении неба.

Вместе с тем обращение к цвету в поликодовых текстах возможно и исключительно в вербальной части. Например, строки на мотив детской песенки, функционирующей в качестве прецедентного текста, навеивающего беззаботность и веселье, заканчиваются вынесением смертельного приговора «черному гусю», в образе которого беспрепятственно можно опознать представителя негроидной расы, а сам демотиватор следует признать открытой агитацией к расизму. Отметим в данном случае одновременную актуализацию как дескриптивной, так и классифицирующей функций у номинаций-колоративов.

4. Заключение = Conclusions

Цвет, являясь одним из ведущих факторов, обеспечивающих формирование представления человека о действительности, которая его окружает, не может не быть учтён в процессе лингвистического анализа текстов (в том числе и поликодовых) на предмет вычленения средств, с помощью которых данные тексты воздействуют на адресата. Не отрицая фактора субъективности при цветовосприятии, мы придерживаемся мнения о наличии у цвета определенной «семантической», что подтверждается проведенным исследованием.

Конфликтогенные поликодовые тексты, посвященные периоду пандемии COVID-19, и поликодовые тексты, посвященные угрозам традиционным ценностям российского общества, выбранные в качестве материала исследования, обладая высокой экспрессивностью и воздействующим эффектом, направлены, прежде всего, на формирование деструктивных установок у аудитории, на активацию правонарушений, выстраивание оппозиции «свой — чужой», выработку определенного мировоззрения. Закладываемый эффект достигается встраиванием в текст вербальных и образительных компонентов, а также характером взаимодействия составляющих внутри одного текста.

Немалую роль при декодировании получателями подобного сообщения играет цвет и цветономинации. Зачастую именно с помощью цвета у адресата активируются определенные семантические репрезентации, не представленные в вербальном тексте. Проведенное исследование показало, что транслирование имплицитных значений с помощью цвета, как и усиление вербального компонента текста, становятся возможными благодаря ассоциа-



тивными связям, активизируемым в сознании адресата при восприятии поликодового текста, подчиненности цвета определенной форме и согласованности цвета и формы, а также классифицирующей функции, присущей цвету и обеспечивающей переосмысление анализируемого адресатом материала.

Источники

1. АА — *Архив* авторов.

Литература

1. *Алимурадов О. А.* Концепт как основная составляющая информационно-когнитивной системы языковой личности : возможности метонимического моделирования концепта / О. А. Алимурадов // *Образ мира в зеркале языка : сборник научн. статей / отв. соред. В. В. Колесов, М. В. Пименова, В. И. Теркулов.* — Москва : Флинта-Наука, 2011. — С. 35—48. — ISBN 978-5-9765-1097-5.
2. *Алимурадов О. А.* Структура концептосферы индивида и концепт отношения : статус и некоторые закономерности вербализации / О. А. Алимурадов // *Когнитивные исследования языка.* — 2013. — № 13. — С. 131—145.
3. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : Издательство ЛКИ, 2008. — 288 с. — ISBN 978-5-382-00698-7.
4. *Молодыхченко Е. Н.* “Свои” и “чужие” в политическом дискурсе : инструментальная функция “чужого” в американской президентской риторике / Е. Н. Молодыхченко // *Вестник Томского государственного университета. Филология.* — 2019. — № 59. — С. 67—86. — DOI: 10.17223/19986645/59/5.
5. *Олянич А. В.* Презентационная теория дискурса / А. В. Олянич. — Москва : Гнозис, 2007. — 407 с. — ISBN 5-7333-0184-8.
6. *Сейранян М. Ю.* Оппозиция «свой-чужой» как конфликтоген в политическом дискурсе / М. Ю. Сейранян // *Преподаватель XXI век.* — 2012. — № 2 (2). — С. 310—314.
7. *Сонин А. Г.* Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.19 / А. Г. Сонин. — Москва, 2006. — 323 с.
8. *Фахрутдинова Д. Р.* Стратегия дифференциации “своих” и “чужих” в военном институциональном дискурсе / Д. Р. Фахрутдинова // *Вестник Вятского государственного гуманитарного университета.* — 2008. — № 3 (2). — С. 38—43.
9. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва : Гнозис, 2004. — 431 с. — ISBN 5-7333-0144-9.
10. *Dresp-Langley B.* The Biological Significance of Colour Perception / B. Dresp-Langley, K. Langley // *Color Perception : Physiology, Processes and Analysis / Ed. by D. Skusevich, P. Matikas.* — NY : Nova Science Publishers, Inc., 2009. — Pp. 89—124. — ISBN 978-160876077-0.
11. *Feltman R.* Color in Psychological Research : Toward a Systematic Method of Measurement / R. Feltman, A. Elliot // *Color Perception : Physiology, Processes and Analysis / Ed. by D. Skusevich, P. Matikas.* — NY : Nova Science Publishers, Inc., 2009. — Pp. 225—237. — ISBN 978-160876077-0.
12. *Jameson K. A.* Differences in Color Naming and Color Salience in Vietnamese and English / K. A. Jameson, N. Alvarado // *Color Research and Application.* — 2003. — Vol. 28. — № 2. — Pp. 113—138.



13. *Linkevičiūtė V.* Oppositions and their member nominations in the conflict communication discourse of Artūras Paulauskas (2004) / V. Linkevičiūtė // *Verbum*. — 2013. — № 4. — Pp. 79—85. — DOI: 10.15388/Verb.2013.4.4984.

14. *Lowry M. D.* Blue is in the Eye of the Beholder : a Cross Cultural Study on Color Perception and Memory [Electronic resource] / M. D. Lowry // Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Masters of Arts. University of South Florida, 2004. — Access mode : <https://scholarcommons.usf.edu/etd>. (accessed 14.11.2022).

15. *Stanulewicz D.* Colour and Ideology : The Word for red in the Polish Press, 1945—1954 / D. Stanulewicz, A. Pawłowski // *Progress in Colour Studies : Cognition, Language and Beyond* / Ed. by L. W. MacDonald, C. P. Biggam, G. V. Paramei. — Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2018. — Pp. 241—268. — ISBN 9789027201041.

16. *Steinval A.* Basic Colour Terms and Type Modification Meaning in Relation to Function, Salience and Correlating Attributes / A. Steinval // *Progress in Colour Studies. Language and culture* / Ed. by C. P. Biggam, C. J. Kay. Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2006. — Volume I. — Pp. 57—71. — ISBN 9781139051491.

17. *Wierzbicka A.* The Semantics of Colour : A New Paradigm / A. Wierzbicka // *Progress in Colour Studies : Language and culture* / Ed. by C. P. Biggam, C. J. Kay. — Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2006. — Volume I. — Pp. 1—24. — ISBN 9781139051491.

Material resources

Archive of authors. (In Russ.).

References

Alimuradov, O. A. (2011). Concept as the main component of the information and cognitive system of a linguistic personality. Possibilities of metonymic modeling of the concept. In: *The image of the world in the mirror of language: A collection of scientific articles*. Moscow: Flint-Nauka. 35—48. ISBN 978-5-9765-1097-5. (In Russ.).

Alimuradov, O. A. (2013). The structure of the conceptsphere of the individual and the concept of relationship: status and some patterns of verbalization. *Cognitive studies of language*, 13: 131—145. (In Russ.).

Dresp-Langley, B., Langley, K. (2009). The Biological Significance of Colour Perception. In: *Color Perception: Physiology, Processes and Analysis*. NY: Nova Science Publishers, Inc. 89—124. ISBN 978-160876077-0.

Fakhrutdinova, D. R. (2008). Strategy of differentiation of “friends” and “strangers” in military institutional discourse. *Bulletin of Vyatka State University for the Humanities*, 3 (2): 38—43. (In Russ.).

Feltman, R., Elliot, A. (2009). Color in Psychological Research: Toward a Systematic Method of Measurement. In: *Color Perception: Physiology, Processes and Analysis*. NY: Nova Science Publishers, Inc. 225—237. ISBN 978-160876077-0.

Jameson, K. A., Alvarado, N. (2003). Differences in Color Naming and Color Salience in Vietnamese and English. *Color Research and Application*, 28 (2): 113—138.

Issers, O. S. (2008). *Communicative strategies and tactics of Russian speech*. Ed. 5th. Moscow: LKI Publishing House. 288 p. ISBN 978-5-382-00698-7. (In Russ.).

Linkevičiūtė, V. (2013). Oppositions and their member nominations in the conflict communication discourse of Artūras Paulauskas (2004). *Verbum*, 4: 79—85. DOI: 10.15388/Verb.2013.4.4984.



- Lowry, M. D. (2004). Blue is in the Eye of the Beholder: a Cross Cultural Study on Color Perception and Memory. *Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Masters of Arts. University of South Florida*. Available at: <https://scholarcommons.usf.edu/etd>. (accessed 14.11.2022).
- Molodychenko, E. N. (2019). “Own” and “strangers” in political discourse: the instrumental function of the “stranger” in American presidential rhetoric. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 59: 67—86. DOI: 10.17223/19986645/59/5. (In Russ.).
- Olyanich, A. V. (2007). *Presentation theory of discourse*. Moscow: Gnosis. 407 p. ISBN 5-7333-0184-8. (In Russ.).
- Seyranyan, M. Yu. (2012). Opposition “friend-foe” as a conflictogen in political discourse. *Teacher XXI century*, 2 (2): 310—314. (In Russ.).
- Sheigal, E. I. (2004). *Semiotics of political discourse*. Moscow: Gnosis. 431 p. ISBN 5-7333-0144-9. (In Russ.).
- Sonin, A. G. (2006). *Modeling of mechanisms of understanding polycode texts*. Doct. Diss. Moscow. 323 p. (In Russ.).
- Stanulewicz, D., Pawłowski, A. (2018). Colour and Ideology: The Word for red in the Polish Press, 1945—1954. In: *Progress in Colour Studies: Cognition, Language and Beyond*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 241—268. ISBN 9789027201041.
- Steinvall, A. (2006). Basic Colour Terms and Type Modification Meaning in Relation to Function, Saliency and Correlating Attributes. In: *Progress in Colour Studies. Language and culture, I*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 57—71. ISBN 9781139051491.
- Wierzbicka, A. (2006). The Semantics of Colour: A New Paradigm. In: *Progress in Colour Studies: Language and culture, I*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 1—24. ISBN 9781139051491.

Статья поступила в редакцию 27.11.2022,
одобрена после рецензирования 12.12.2022,
подготовлена к публикации 27.12.2022.