

## ФУНКЦІОНУВАННЯ КОЛОРОНІМІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ

*І. В. Дармограй, О. О. Ситенко*

*Анотація.* У даному дослідженні подана інформація про рекламний текст, особливості вживання лексем на позначення назв кольорів в англійській мові, визначаються функції, які виконують колороніми в англійськомовному рекламному тексті, що спонукає використання наступних методів лінгвістичного аналізу: системно-функціональний метод, описовий метод, метод спостереження, логіко-індуктивний та логіко-дедуктивний методи.

*Ключові слова:* рекламний текст, колоронім, лексико-семантична структура, функціонування.

*1. Вступні зауваження.* У сучасному світі реклама займає провідне місце в сфері бізнесу. Реклама пронизує всі суспільні сфери – економічну, духовну, політичну та соціальну. Створення реклами – складний і багатогранний процес, адже мета реклами полягає в привертанні уваги до товару або послуги, збільшенні попиту на об'єкт реклами. Реклама створюється у відповідності до певних норм і стандартів, існують закони створення реклами, способи впливу на споживача, а також способи мовної організації рекламного тексту.

**Актуальність.** Сучасна рекламна діяльність характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлено динамічним розвитком цієї сфери. Ось чому виникає необхідність створення унікальної, яскравої та неповторної реклами.

Тому актуальним буде дослідження англійськомовної реклами, виявлення й аналіз використання лексем на позначення кольорів у рекламному тексті.

**Об'єктом** постає рекламний англійськомовний текст.

**Предметом** постають лексеми на позначення кольорів у рекламних англійськомовних текстах.

**Метою** роботи є дослідження використання лексем на позначення кольорів у рекламних англійськомовних текстах.

Для досягнення мети, в роботі ставляться такі основні **завдання**:

- проаналізувати рекламу як спосіб комунікації;
- уточнити види рекламного тексту;
- дослідити особливості використання лексем на позначення кольорів у англійськомовному рекламному тексті;
- схарактеризувати особливості використання лексем на позначення кольорів у англійськомовній рекламі.

*2. Виклад основного матеріалу дослідження.* Важливо зазначити, що реклама як спосіб комунікації виникла ще за часів Античності. Перші рекламні повідомлення зафіксовані у стародавньому Римі [1]. У рекламній діяльності масова комунікація виступає невіддільною частиною, оскільки лише за її допомоги рекламна комунікація може досягти поставленої мети – охопити якомога більшу кількість цільової аудиторії, а також заохотити більшу кількість споживачів купити рекламований товар чи послугу. Дослідженню реклами, а також мови реклами присвячені роботи Х. Кафтанджисва, О. Анісімової, Дж. Ліча, А. Кромптона. У своїй роботі «Реклама: мистецтво слова» М. Кохтев дає наступне визначення реклами – «це інформування людей різними способами, щоб створити широку популярність чому або кому-небудь [2].

Рекламний текст виступає одним із основних компонентів рекламної діяльності. Це зумовлено тим, що основна інформація передається за допомогою рекламного тексту. Тобто основна ідея, опис і переваги товару чи послуги розкриваються за допомогою рекламного тексту. Серед рекламних текстів можливо виділити наступні типи: рекламні тексти спонукального типу, інформативні рекламні тексти, рекламні тексти психологічного

типу, експресивно-оцінні рекламні тексти, а також рекламу-девіз, рекламу загадку і проміжний (змішаний) тип рекламного тексту.

Рекламні тексти спонукального типу побудовані на основі рекламної формули, яку запропонував Е. Левіс – формула AIDA (attention – interest – desire – action, тобто увага – інтерес – бажання – дія) у 1896 році. Рекламні тексти цього типу побудовані так, що спочатку привертається увага цільової аудиторії, потім пробуджується інтерес до рекламованого об'єкту, і формується бажання його спробувати, що тягне за собою виконання конкретної дії.

Інформативні рекламні тексти за своїм змістом і формою нагадують тексти офіційно-ділового стилю. Мета рекламного тексту цього типу полягає в інформуванні споживача.

Рекламні тексти психологічного типу. Такі рекламні тексти розраховані на потенційного споживача, у структурі тексту часто використовуються займенники ти, ви, ваш, твій, для того щоб об'єднати адресата і адресанта рекламного повідомлення.

Експресивно-оцінні рекламні тексти характеризуються використанням широкого різноманіття мовно-стилістичних засобів, які є емоційно-забарвленими. Рекламні тексти цього типу забезпечують легкість сприйняття і запам'ятовування інформації.

Реклама-девіз. У рекламному тексті цього типу провідну роль відіграє слоган. Рекламна-девіз характеризується стислістю, лаконічністю, високим рівнем сприйняття.

Реклама-загадка. Текст рекламного повідомлення цього типу містить в собі певну таємницю чи загадку, шляхом чого привертається увага споживача.

Змішаний тип рекламного тексту. Не завжди рекламні повідомлення характеризуються виділенням чіткого типу рекламного тексту, і можуть містити в собі ознаки текстів декількох типів. Так, наприклад реклама може характеризуватись наявністю заклику (реklamний текст спонукального характеру) і використанням емоційно-забарвлених мовних засобів (реklamний текст експресивно-емоційного типу).

*2.1 Лексико-семантична структура лексем на позначення кольорів.* Колір є найдавнішою реальністю людського буття, вивчення якого тривало довгий період. За класифікацією А. Критенко, кольороназви української мови прийнято поділяти на – основні й – другорядні. Основними є назви давнього походження – ядро лексико-семантичної групи, вони генетично споріднені в різних мовах. Інші назви вказують лише на вияв основного тону, його якість чи інтенсивність, змішування кольорів, кольорну ознаку [3].

За відношенням назви кольору до поняття про нього прийнято виділяти два типи назв кольорів:

1) назви, що позначають конкретну колірну ознаку предмета чи явища об'єктивної дійсності.

Це доволі велика група, яка охоплює невмотивовані (білий, зелений, синій та ін.) та вмотивовані (срібний, волошковий тощо); лексеми з колірною семантикою різних граматичних категорій (зелений, зелень, зелено та ін.); назви, що вказують на ступінь вияву колірної ознаки (найбіліший, найчорніший, синющий та ін.);

*Swarovski Angelic **Green** Rectangular Slider Bracelet. Add a touch of vibrant sparkle to your outfit and treat yourself or a loved one to the Angelic Rectangular Slider Bracelet from Swarovski. Beautifully elegant, the rhodium-plated chain bracelet is highlighted by a **green** stone which sits in the centre of the pendant, surrounded by a row of white pave Swarovski crystals which frame the stone and extend to the ends of the chain. (SWAROVSKI)*

*Olivia Burton 3D Bee **Blue** & Silver Compact Mirror. The chalk **blue** and silver tones complement each other beautifully, and it wouldn't be Olivia Burton without their signature 3D Bee motif sitting in the centre! Get yours today, whilst you can! (Olivia Burton)*

2) назви, що характеризують забарвлення предмета, не вказуючи на конкретний характер кольору. Такі назви займають абсолютно окреме місце в семантичній класифікації слів із колірним значенням, оскільки вони чітко не позначають конкретний колір, проте дають певну інформацію про забарвлення предмета, тому їх умовно можна вважати кольороназвами. Серед них виділяються такі групи:

а) назви, які визначають ступінь насиченості, інтенсивності кольорів, не називаючи конкретної колірної якості: ясний, світлий, темний, блідий:

**Light Blue.** (DOLCE & GABBANA)

*Estella Bartlett Yellow Silicone & White Dial Watch. Add vibrancy to everyday and wear the Estella Bartlett Silicone Watch; soft to touch and comfortable to wear, it's the perfect casual watch. Lovingly crafted from a **bright** yellow silicone rubber, the round case has a sleek white dial, steel hour, minute and second hands, steel indexes and the Estella Bartlett branding featured at the 12 o'clock position.* (Estella Bartlett)

б) назви, що вказують на спосіб поєднання кількох невизначених кольорів у певній формі: кольористий, доливати барв:

*Olivia Burton **Rainbow** Baguette Ring in Rose. The greater the storm, the brighter the rainbow. Olivia Burton are proud to present a new range of rainbow-inspired pieces featuring **multicoloured** gemstones and ultra-modern designs.* (Olivia Burton)

в) назви для неозначеного кольору, які вказують на загальне забарвлення реалій, не визначаючи його конкретного характеру: кольоровий, той, що переливається, барвистий, осяяний:

*Surprise your mother with this hand-finished sterling silver charm. "I love you mum" shimmers with silver enamel hearts on a jewellery classic as **radiant** as she is.* (PANDORA)

*Let the past inspire your style with this **glittering** tiara ring, fit for a modern-day princess.* PANDORA)

г) назви, що виражають відтінки певного забарвлення предметів і явищ природи: яскравий, чистий:

*Drench your lips in **vivid** matte.* (Maybelline)

г) назви, які вказують на загальний характер забарвлення реалії, зумовлений дією сонця, вітру тощо: смагливий. До лексико-семантичної групи назв кольорів належать і загальні назви цієї категорії слів, як позначають сукупну колірну ознаку: колір, фарба, барва. [3].

*Give your look some festive sparkle with our Scarlet **Sunset** Lipstick.* (The body shop)

Також при дослідженні кольористичної лексики, можемо виділити 2 основних категорії такої лексики:

- ахроматичні кольоропозначення – ті, які відрізняються один від одного тільки світлістю. До ахроматичних кольорів можна віднести: білий, чорний та всі проміжні між ними сірі кольори.

Наприклад:

*This **black** double-layer, woven leather bracelet with sterling silver round clasp is a must-have to add to your collection. Add a few charms to make it yours!* (PANDORA)

*Tommy Hilfiger women's blouse. Add new life to your summer wardrobe with our **white** cotton blouse.* (Tommy Hilfiger)

*Tiffany Seal candle in **gray** mouth-blown crystal glass vessel.* (Tiffany&Co. Home&Accessories)

- хроматичні кольоропозначення – це ті кольори та їх відтінки, які ми розрізняємо в спектрі кольорів (жовтогарячий, зелений, блакитний, рожевий, фіолетовий, червоний).

Наприклад:

*Tiffany T **turquoise** wire bracelet in 18k gold, medium.* (Tiffany&Co)

*Representing the month of November, this heart-shaped dangle charm is hand-finished in sterling silver and features a claw-set buff top-cut **honey coloured** man-made stone in the centre. Wear it on Pandora bracelets or necklaces to define and redefine your style by choosing colours that express who you are.* (PANDORA)

*Each of the two blush **pink** crystals is claw-set in a setting made to resemble a crown.* (PANDORA)

*Olivia Burton **Rainbow** Baguette Ring in Rose.* (Olivia Burton)

*Give your look some festive sparkle with our **Scarlet Sunset** Lipstick.* (The body shop)

***Iridescent** and transparent Murano glass with an ornate sterling silver trim will create a breathtaking effect on your bracelet.* (PANDORA)

2.2 Функціонування та особливості вживання кольоронімів у рекламних текстах. Як відомо, колір у рекламі здійснює кілька функцій. Перш за все, він привертає увагу та зацікавленість споживачів, виділяє основні якості продукту, сприяє осмисленню сутності продукту та послуг та загалом формує конкретне, частіше позитивне, ніж негативне бачення реклами. Роль кольору в рекламі виключно важлива, тому що саме зорове сприйняття дає нам основну інформацію про зовнішній світ. Доцільним буде прослідкувати особливості вживання кольорів у рекламних текстах.

Кольоратив «чорний». Зазвичай чорний колір використовується у рекламних текстах доволі часто, аби сконцентрувати увагу на матеріалі, елітності продукту.

Приклади вживання чорного кольору в рекламних текстах:

*Iridescent metallic detail, **dark and mysterious tones** and ethereal prints; this season Olivia Shiny **black** enamel and a sparkling cubic zirconia stone acting as the camera lens bring a sense of nostalgia to this quirky camera charm.* (PANDORA)

Кольоратив «білий». Білий колір має різноманітні вияви, він не є нав'язливим, використовується на позначення елегантності, класики.

Приклади вживання білого кольору в рекламних текстах:

*Thomas Sabo **White** Mother-of-Pearl Star Charm. This eight-pointed star from the Thomas Sabo Charm Club collection is features a mother-of-pearl façade set into sterling silver.* (THOMAS SABO)

*A symbol of your family bonds that grow stronger over time, this pretty chain bracelet in sterling silver is strung with a circular centrepiece depicting a tree of life. Set on a **white** enamel background with milgrain beading, its branches bloom with sparkling accents.* (PANDORA)

Кольоратив «червоний». Часто червоний колір у рекламних текстах ототожнюють із садовими рослинами, фруктами, квітами, камінням.

Приклади вживання червоного кольору в рекламних текстах:

***Red** Pomegranate Lip and Cheek Stain. This dual-purpose liquid stain gives lips and cheeks a natural pop of buildable colour.* (The body shop)

***Cherry** on top. A bright pop of candy apple **red** nail polish.* (essie)

*Mini wallet in **red** calfskin, Wallet, Mini.* (Guirlande de Cartier)

Кольоратив «зелений».

У рекламних текстах зустрічаються слова, переносне колірне значення яких мотивоване кольором тварини, рослини, каменя тощо:

***Alligator** Mini RL50 Handbag. Rendered in luxurious **alligator** and distinguished by polished gold-tone hardware.* (RALPH LAUREN)

*Reinterpreting an iconic silhouette, this spacious design is made from **emerald-green** calf leather.* (DOLCE & GABBANA)

*Halterneck cotton midi dress. Embrace a tropical state of mind with this cotton A-line dress from Dolce & Gabbana. Printed in **leafy green** foliage, it's made with a halterneck, a fitted bodice and slightly structured midi skirt.* (DOLCE & GABBANA)

Кольоратив «синій».

Синій колір метафорично в рекламних текстах вказує на колір неба, моря, символізуючи легкість, світло, спокій.

Приклади вживання синього кольору в рекламних текстах:

***Light blue.*** (DOLCE & GABBANA)

*The Ballon Bleu de Cartier floats through the world of Cartier watchmaking, defying gravity with its ethereal charm. Bold Roman numerals are guided by a **deep blue** winding mechanism.* (Cartie, BALLON BLEU Collection)

*Olivia Burton 3D Bee **Blue** & Silver Compact Mirror. Mirror mirror. A great gift idea for yourself, a friend, or a loved one this season is the Olivia Burton **Blue** & Silver Compact Mirror.* (Olivia Burton)

*Кольоратив «жовтий».*

У рекламних текстах зустрічаються слова, переносне колірне значення яких мотивоване кольором каменя, сонця тощо.

Приклади вживання жовтого кольору в рекламних текстах :

*Clip-on hoop earrings. They may look heavy but are actually lightweight thanks to the hollow **golden** brass construction.* (DOLCE & GABBANA)

*My Smile Single Stud Earring. The happy-go-lucky piece is expertly crafted from responsibly sourced sterling silver and embellished with uplifting **yellow** crystals.* (PANDORA)

3. *Висновки.* У ході аналізу було з'ясовано, що середовищем для рекламної діяльності виступає масова комунікація. У рекламній діяльності масова комунікація виступає невід'ємним елементом, оскільки лише за її допомоги рекламна комунікація може досягти поставленої мети – охопити якомога більшу кількість цільової аудиторії, а також заохотити більшу кількість споживачів купити рекламований товар чи послугу.

На матеріалі проаналізованих рекламних текстів можна дійти до висновку, що колір відіграє чи не одну з основних функцій при створенні рекламного повідомлення, яке не рідко підкріплюється ще й ілюстрацією, аби підсилити ефект на споживача. Доволі часто прослідковується вживання кольоративів у рекламних текстах, переносне колірне значення яких мотивоване кольором каменя, тварини, сонця, колір ототожнюють із садовими рослинами, фруктами, квітами.

*Аннотация.* В данном исследовании представлена информация о рекламном тексте, особенности употребления лексем для обозначения названий цветов в английском языке, определяются функции, которые выполняют колоронимы в англоязычном рекламном тексте, что побуждает использование следующих методов лингвистического анализа: системно-функциональный метод, описательный метод, метод наблюдения, логико-индуктивный и логико-дедуктивный методы.

*Ключевые слова:* рекламный текст, колороним, лексико-семантическая структура, функционирование.

*Abstract.* This study provides information about the advertising text, the features of the use of lexemes to indicate the color's names in English, identifies the functions performed by coloronyms in English advertising text, which encourages the use of the following methods of linguistic analysis: system-functional method, descriptive method, observation method, logical-inductive and logical-deductive methods.

*Key words:* advertising text, coloronym, lexical and semantic structure, functioning.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Fletcher W. Advertising : A very short introduction. Oxford, 2010. 140 p.
2. Кохтев Н. Н. Реклама : искусство слова (рекомендации для составителей рекламных текстов). М. : Издательство МГУ. 1997. 96 с.
3. Критенко А. П. Семантическая структура назв кольорів в українській мові. *Мовознавство*. 1967. № 4. 97. 112 с.

УДК 159.98

## КОРЕКЦІЯ НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

*Д. В. Доценко, Ю. В. Кушнір*

*Анотация.* У статті висвітлено методи корекції негативних емоційних станів за допомогою корекційно – розвивальної програми «Подолання негативних емоційних станів молодших школярів». Зазначено основні навички, які необхідні для подолання негативних емоційних станів.

*Ключевые слова:* корекция, негативный эмоциональный стан, дети младшего школьного возраста.

Емоції та почуття людини – це те, що наповнює її життя особливим сенсом, збагачує духовний світ, дає змогу приймати реальність через призму своїх переживань, насолоджуватись та радіти, засмучуватися і страждати, тобто жити повноцінним життям.