

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2021.28.4.51>**ИДИОМАТИЧЕСКАЯ ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЦВЕТСИМВОЛИЗМА В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ**

Научная статья

Гущина Л.В. *, Крюкова Е.И.¹ ORCID: 0000-0002-7434-133X;^{1, 2} Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

* Корреспондирующий автор (lgushchina[at]sfedu.ru)

Аннотация

Лингвоцветовая картина мира несёт в себе информацию о своеобразии исторического пути лингвокультурной общности и о различии культурных традиций. В англосаксонской культуре формирование колоративной лексики берет своё начало со времён миграций первых племён. Термины цвета того времени содержали корни индоевропейских и германских языков. В качестве основных цветов английской лингвокультуры авторами рассматриваются чёрный («black»), белый («white»), серый («grey»), зелёный («green»), красный («red»), жёлтый («yellow»), синий («blue») и коричневый («brown»). Анализ восприятия цветовых универсалий способствует декодированию сообщений адресанта, его эмоциональных состояний и эффектов, производимых на реципиента сообщения.

Ключевые слова: идиома, цветосимволизм, колорема, лингвокультура, лингвоцветовая картина мира.

IDIOMATIC VERBALIZATION OF COLOR SYMBOLISM IN ENGLISH LINGUISTIC CULTURE

Research article

Gushchina L.V. *, Kryukova E.I.¹ ORCID: 0000-0002-7434-133X;^{1, 2} Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

* Corresponding author (lgushchina[at]sfedu.ru)

Abstract

The linguistic color worldview carries information about the uniqueness of the historical path of a linguistic and cultural community and the difference in cultural traditions. In Anglo-Saxon culture, the formation of colorative vocabulary originates from the time of the migrations of the first tribes. The color terms of that time contained the roots of Indo-European and Germanic languages. The authors examine black, white, grey, green, red, yellow, blue, and brown. The analysis of the perception of color universals contributes to the decoding of the addressee's messages, their emotional states, and the effects produced to the recipient of the message.

Keywords: idiom, color symbolism, color lexeme, linguistic culture, linguistic color worldview.

Введение

В связи с вариативностью восприятия цвета и в зависимости от образа мышления изучение употребления колористической лексики в речи носителей языка становится более интересным, особенно в контексте изучения языковой картины мира отдельного народа в определённую эпоху, учитывая социальный и культурологический факторы. Как правило, исследования в области цвета основываются на психологических теориях без углубления в исторический и социокультурный контекст цветоименований. Отсутствие работ, рассматривающих цветоупотребление в историко-социальном контексте англоязычной культуры, обуславливает выбор данной темы и её актуальность.

Методы и принципы исследования

Исследование опирается на труды учёных А.А. Брагиной [3], А.П. Василевича [5], Е.А. Дивиной [10] и И.В. Макеенко [14], посвящённых теории семантической структуры цветообозначений; работы И.Д. Белова [2], В.Г. Гака [7] и А.А. Залевской [11], рассматривающих проблемы сопоставительного и этнолингвистического анализа; работы Н.Б. Бахилиной [1] и Л.С. Грановской [8] о сравнительно-историческом анализе цветообозначающей лексики.

Основные результаты

Эстетика цвета, запечатлённая автором в слове, подобно живописному описанию создаёт яркие визуальные образы. У каждого найдётся своя палитра любимых оттенков для передачи конкретного эмоционального состояния. Очевидно, что погружаясь в эмотивную описательную речь, реципиент живо представляет картины, изображённые адресантом с помощью колористической лексики и различных стилистических средств. Такой эффект достигается в частности благодаря психологическому воздействию цветовосприятия на эмотивное состояние, т.е. обуславливается обоснованными и доказанными психологическими явлениями.

Следует отметить, что впервые изучение воздействия цвета на психологическое состояние человека было проведено сравнительно недавно – в конце прошлого столетия – М. Люшером (1997), начавшим своё исследование с исторического анализа значения цвета для человека. Причину образования конкретных значений, придаваемых тому или иному цвету автор усматривает в трудоёмкости процесса добычи некоторых оттенков в прошлом. Так, например, отличающийся особой трудоёмкостью получения, пурпурный цвет считался благородным и «царским». С другой стороны, льняной, представляющий собой грязновато-белый цвет, считался цветом бедняков. Анализируя восприятия

этих цветов в современном мире, эмпирически можно отметить, что и сегодня пурпурный вызывает больше положительных ассоциаций, чем цвет некрашеного льняного полотна.

М. Люшер также отмечает, что цвет в основном работает в качестве акцента, в то время как в целостной картине или фотографии мы замечаем не отдельные цвета, которые могут оказать эмотивное воздействие на нас, а общую цветовую гамму и гармоничность цветовых сочетаний [13, С. 12].

И, тем не менее, невозможно отрицать, что цвет, его интенсивность и оттенок влияют на эмоциональное состояние человека. Сам М. Люшер придерживается убеждения, что вне зависимости от пола, расы и социального статуса все цвета воспринимаются одинаково и базируются на четырёх основных элементах: огне, земле, воде и воздухе. Именно приближённость к природной гармонии и универсальность цветовосприятия легло в основу его трактовки значения цветов для человека и его влияния на восприятие ситуации [13].

Подобной точке зрения придерживается и А. Вежбицкая, указывающая на то, что первоначально цвет отождествлялся с явлением природы или предметом той же окраски, которые определяются в английской культуре как эталонные, а именно, как: небо, сажа, солнце и кровь [6].

Позже появились отдельные слова для определения конкретных цветообозначений: чёрный, белый, жёлтый и др. А.И. Белов отмечает, что в английском языке «формирование имён прилагательных, обозначающих цвет, берёт своё начало со времён миграций первых племён. При этом термины цвета того времени содержали корни индоевропейских и германских языков (совр. «*red*», «*green*», «*blue*», «*white*»)» [2, С. 136].

Далее возникли слова, объединившие себе функцию эталонного предмета, явления и слова-наименования. Р.М. Фрумкина указывает, что таким образом образовано значительное число цветообозначений, типа: «*lemon*», «*opal*» и пр. [18, С. 45].

Как отмечает А.А. Брагина, процесс образования новых колорем занял долгое время [3]. Так, для преобразования предмета, обозначающего цвет, в имя прилагательное понадобилось несколько сотен лет. При этом в английском языке XV в. наблюдалось не более 20 таких цветообозначений. В связи с географическими и историческими факторами этот процесс шёл неравномерно, поэтому учащались случаи заимствования. Вследствие этого количество цветообозначений в языке было прямо пропорционально уровню развития культуры его носителей. Со временем ряд цветообозначений утратил свою этимологическую связь. Так, например, колоремы типа «*crimson*» и «*brown*» начали восприниматься обособленно. А на новом этапе развития цветообозначений в английском языке появилась модель «цвет + опорное существительное», например: «*the color of the night*» [5, С. 201].

Конец XX в. представляется возможным считать следующим периодом пополнения словаря цветообозначений, когда термины цвета начали обретать абсолютно новую функцию – рекламную. Здесь особой популярностью стали пользоваться методы уклонения от обозначения точного цвета и акцентирования внимания на оттенке. Большое влияние на это явление, несомненно, оказал рост рынков, распространение торговли, огромный ассортимент товаров и услуг, где невозможно обойтись одним именем существительным, не указывая ярких рекламных цветов, привлекающих интерес потребителей.

Таким образом, становится очевидным, что вместе с изменением исторической системы цветоименований культуры ряд модификаций претерпевает и символика цветообозначений.

Коллективное сознание, в котором закреплены основные знания, установки и этнические стереотипы, культурно-национальная специфика [17], жизнь, уклад, характер и языковая картина мира определённого народа [9] полно отражены во фразеологическом фонде языка, что способствует наиболее полному погружению в лингвокультурное пространство исследуемого языка. Идиомы, как и пословицы, являются ключевым источником интерпретации культурно-национальной специфики, так как они составляют ту часть «языка, веками сформировавшейся обыденной культуры, которая передается из поколения в поколение и заключает категории и установки жизненной философии народа» [17].

Именно поэтому мы склонны полагать, что в англоязычной языковой картине мира восприятие базовых цветов ложится в основу идиоматических и фразеологических единиц, отражая отношение носителей языка к явлению, ассоциируемому с данным цветом, и социокультурный и исторический фон, заложенный в колоремах.

Обсуждение

Известно, что изначально, на раннем этапе развития языка, присутствовало восприятие только двух базовых цветов: чёрного и белого, обозначающих антонимичные понятия света, светлых объектов, и тьмы, объектов тёмных цветов. Соответственно, исторически эти два базовых цвета обозначали основные категории восприятия мира через «хорошее, светлое» и «плохое, тёмное». Данное можно наблюдать при употреблении указанных колорем во фразеологических выражениях.

Так, лексема «*black*» означает темноту, отсутствие света, материи, противоположность белого цвета [19], [20]. Ассоциативный ряд данной колоремы включает в себя понятия: «ночь», «смерть», «ничто» и «страх», например: «*black day*» (несчастье, неудача), «*black despair*» (безнадёжность, отчаяние), «*Black Death*» («чёрная смерть», бубонная чума, бушевавшая в Европе в средние века и убившая треть её населения), «*black sheep*» (изгой, «белая ворона») и др.

Белый цвет «*white*» можно назвать двухаспектным, поскольку он символизирует как порождение жизни, так и её завершение [4, С. 201]. Как и во многих европейских культурах, в английской белый цвет ассоциируется, прежде всего, с миром – «*white dove*» (голубь мира), чистотой, невинностью и непорочностью – «*white boy*» / «*white son*» (любимый сын), «*Snow White*» (Белоснежка), безобидностью – «*white lie*» (ложь во спасение), профессиональной деятельностью – «*white-collar worker*» (офисный работник), торжественными мероприятиями – «*white wedding*» (свадебная церемония), традициями – «*white Christmas*» (традиционное Рождество со снегом) [19], [20]. Однако культурноспецифичным, на наш взгляд, является значение бесполезности, присущее, например, идиоме «*white elephant*», обозначающей обузу.

Серый цвет («*grey*» / «*gray*») описывается в лексикографических источниках как цвет между чёрным и белым, цвет золы или свинца [19], [20]. В английском языке он символизирует, с одной стороны, интеллектуальные способности – «*grey cells*» (клетки серого вещества головного мозга), а, с другой стороны, неопределённость, бесцветность, скуку и безразличие – «*grey area*» (область неопределённости в знаниях).

Зелёный цвет («*green*»), как правило, ассоциируется с покоем и равновесием. Он помогает сбалансировать эмоции и чувства, разум и сердце. Обозначая рождение чего-то нового, обновление и возврат к природе, в целом, это эмоционально позитивный цвет, дающий возможность любить и наслаждаться радостными эмоциями [16].

Согласно *Oxford English Dictionary*, лексема «*green*» имеет значение цвета травы, деревьев и природы [20]. Анализ идиоматических выражений позволяет обнаружить и другие значения, связанные с привычными «природными» ассоциациями с зелёным цветом, а именно: плодородием, молодостью и цветением, например, «*in the green*» (в самом расцвете сил), «*green fingers*» (садоводческое искусство, традиционно занимающее важное место в англоязычной культуре), «*go green*» (начать заботиться об окружающей среде) и др.

В то же время лексема «*green*» может содержать и негативную коннотацию. Так, в средневековых сказках и картинах зелёным цветом обозначали зловонье, болота, заражение и зловещее предзнаменование. Отрицательные эмоции также вербализуются в идиомах с колористическим компонентом «*green*», например: «*green-eyed monster*» (ревность), «*green with envy*» (завистливый), «*to turn green*» (букв. позеленеть из-за плохого самочувствия) и др.

Красный цвет («*red*») трактуется как близкий к оранжевому цвету и противоположный фиолетовому, цвет огня и рубинов [19], [20]. Следует отметить, что противоречивость красного цвета находит своё отражение уже в геральдике крестоносцев, с одной стороны, «выражая любовь к Богу и своим ближним, а, с другой, – ярость и жестокость» [12]. Так, данный цвет ассоциируется с кровью и битвой, а также со стрессом и негативными эмоциями, что наблюдается в таких выражениях, как: «*red with anger*» (красный от злости), «*to turn red with embarrassment*» / «*anger*» (покраснеть от смущения и гнева), «*red as blood*» (красный, как кровь). Однако красному цвету присущи также и положительные коннотации жизненной энергии («*red as a rose*»), торжественности и важности («*red flag*»).

Английский жёлтый («*yellow*») имеет индоевропейские корни *ghel* или *ghol*, которые одновременно обозначали и жёлтые, и зелёные цвета. В лексикографических источниках жёлтый описывается как цвет солнца или золота, различной яркости и оттенков; цвет спелых лимонов или яичных желтков [19], [20].

С психологической точки зрения, жёлтый цвет считается самым лёгким и ярким, обладающим стимулирующим и тонизирующим воздействиями на деятельность человека. Однако анализ английских идиом выявляет негативную коннотацию цвета «*yellow*», вербализующего понятия зависти, ревности, лживости – «*yellow look*» (завистливый взгляд), «*yellow press*» («жёлтая», лживая пресса), «*yellow dog*» (подлый человек) и др.

Синему / голубому цвету («*blue*») лексикографические источники приписывают значения цвета неба, определяя его как один из трёх основных цветов спектра [19], [20]. Однако помимо указанной коннотации, анализ английских идиом выявляет значение исключительности, например: «*blue blood*» («голубые», царские крови), «*blue moon*» (голубая луна, явление, наблюдаемое каждые два с половиной года), «*once in a blue moon*» (очень редко), «*blue-ribbon*» (лучший, исключительный).

Психологи отмечают, что длительное нахождение в контакте с голубым цветом приводит к ощущениям усталости и угнетения, притуплению восприятия, появлению сонливости [16]. Указанные психофизиологические состояния вербализуются рядом идиоматических выражений, в которых рассматриваемая нами колорема «*blue*» обозначает задумчивость, меланхолию, грусть, уныние и тоску: «*be blue*» (грустить), «*as blue as devil*» (грустный, угрюмый) и др.

Коричневый цвет («*brown*») представляет собой результат смешения красного, жёлтого и голубого цветов; это цвет тёмного дерева, плодородной почвы [19], [20]. Коричневый очень распространён в природе, поэтому, с одной стороны, издревле ему приписывали положительные характеристики: стабильность, устойчивость, преданность, здравый смысл, надёжность, основательность («*doupbrown*» – основательно). Однако идиоматические выражения в основном вербализуют отрицательные характеристики этого цвета – подавленное состояние и задумчивость («*brownstudy*» – глубокое раздумье), разрушение и неуверенность («*brownthumb*» – неумелый садовник, ср.: «*greenthumb*» / «*greenfinger*»), скованность и скуку – «*browndoff*» (недовольный, раздражённый, скучающий), подхалимство – «*brownnose*» (подлиза, лизоблюд).

Заключение

Таким образом, рассматривая феномен цвета как физическое явление и принимая во внимание физиологические, лингвистические и психологические теории, мы приходим к выводу о том, что колористическая лексика отражает языковую и цветовую картину мира адресанта. В английской лингвокультуре цветообозначения имеют обширное представление различными колоремами, т.е. языковыми единицами, обозначающими цвет или оттенки. Колоремы обладают большим потенциалом производить определённый эффект на адресата, помогая адресанту кодировать определённое эмоциональное состояние или выражать идейную нагрузку, поскольку в стереотипах базовых цветообозначений («*black*», «*white*», «*grey*», «*green*», «*yellow*», «*red*», «*blue*», «*brown*») зашифрован этимологически обусловленный цветовой код. А значит, благодаря анализу восприятия цветовых универсалий представляется возможным декодировать сообщение адресанта, его эмоциональное состояние и эффект, производимый на реципиента сообщения.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Бахилина Н. Б. История цветообозначений в русском языке / Н. Б. Бахилина. – М., 1975. – 292 с.
2. Белов А. И. Цветовые этноэидемы как объект этнопсихолингвистики / А. И. Белов. – М., 1988.
3. Брагина А. А. Цветовые определения и формирование новых значений слов и словосочетаний / А. А. Брагина. – М., 1997.
4. Бреслав Г. Э. Цветопсихология и цветолечение для всех / Г. Э. Бреслав. – СПб: Б.&К., 2000. – 212 с.
5. Василевич А. П. Язык и культура: сопоставительный анализ группы слов – цветообозначений / А. П. Василевич. – М., 1988.
6. Вежбицкая А. Язык, культура, познание / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1997. – 416 с.
7. Гак В. Г. Беседы о французском слове / В. Г. Гак. – М.: Международные отношения, 1966. – 336 с.
8. Грановская Л. С. Прилагательные обозначающие цвет в русском языке / Л. С. Грановская. – М., 1964.
9. Гриченко Л. В. Паремический дискурс: становление понятия, основные характеристики / Л. В. Гриченко // Гуманитарные и социальные науки. – 2021. – №4. – С. 109–116.
10. Дивина Е. А. Синтагматика семантического поля цвета в русском языке : Автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Дивина Елена Анатольевна. – Краснодар: КГУ, 1996. – 19 с.
11. Залевская А. А. Психолингвистические исследования слова и текста / А. А. Залевская. – Тверь, 2002.
12. Курбацкая Т. Б. Психология труда. Психология Журналистики. Психология рекламы. Часть 1. Психология труда / Т. Б. Курбацкая // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. – 2009. – №50. – С. 33–449.
13. Люшер М. Цвет вашего характера / М. Люшер. – М.: Вече, 1996. – 235 с.
14. Макеенко И. В. Семантика цвета в разноструктурных языках : Автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Макеенко Ирина Васильевна. – Саратов, 1999.
15. Мухамадьярова А. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических и паремологических единиц с компонентом-колоронимом (на материале немецкого, русского и татарского языков) : Автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Мухамадьярова Альбина Фанилевна. – Казань, 2019. – 25 с.
16. Психология цвета: символика цвета [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.livemaster.ru/topic/927725-psiologiya-tsveta-simvolika-tsveta-tsvet-i-harakter-tsvet-i-rabotosposobnost> (дата обращения: 17.10.2021)
17. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
18. Фрумкина Р. М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа / Р. М. Фрумкина. – М.: Издательство «Наука», 1984. – 90 с.
19. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, 2009.
20. Oxford English Reference Dictionary. Oxford, 2002.

Список литературы на английском / References in English

1. Bahilina N. B. Istoriya cvetooboznachenij v russkom yazyke [History of colour meanings in Russian] / N. B. Bahilina. – М., 1975. – 292 p. [in Russian]
2. Belov A. I. Cvetovye etnoejdemy kak ob"ekt etnopsiholingvistiki [Colour ethnoeids as an object of ethnopsycholinguistics] / A. I. Belov. – М., 1988. [in Russian]
3. Bragina A. A. Cvetovye opredeleniya i formirovanie novyh znachenij slov i slovosochetanj [Colour definitions and the formation of new meanings of words and phrases] / A. A. Bragina. – М., 1997. [in Russian]
4. Breslav G. E. Cvetopsihologiya i cvetolechenie dlya vsekh [Colour psychology and colour treatment for all] / G. E. Breslav. – SPb: B.&K., 2000. – 212 p. [in Russian]
5. Vasilevich A. P. YAzyk i kul'tura: sopostavitel'nyj analiz gruppy slov – cvetooboznachenij [Language and culture: a comparative analysis of a group of words – colour meanings] / A. P. Vasilevich. – М., 1988. [in Russian]
6. Vezhbickaya A. YAzyk, kul'tura, poznanie [Language, culture, knowledge] / A. Vezhbickaya. – М.: Russkie slovari, 1997. – 416 p.
7. Gak V. G. Besedy o francuzskom slove [Conversations about the French word] / V. G. Gak. – М.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1966. – 336 p. [in Russian]
8. Granovskaya L. S. Prilagatel'nye oboznachayushchie cvet v russkom yazyke [Adjectives denoting colour in Russian] / L. S. Granovskaya. – М., 1964. [in Russian]
9. Grichenko L. V. Paremicheskij diskurs: stanovlenie ponyatiya, osnovnye harakteristiki [Paremic discourse: the formation of the concept, the main characteristics] / L. V. Grichenko // Gumanitarnye i social'nye nauki [Humanities and social sciences]. – 2021. – №4. – P. 109–116. [in Russian]
10. Divina E. A. Sintagmatika semanticheskogo polya cveta v russkom yazyke [Synthagmatics of the semantic field of colour in Russian]: dis. ... of PhD in Philology : 10.02.01 / Divina Elena Anatol'evna. – Krasnodar: KGU, 1996. – 19 p. [in Russian]
11. Zalevskaya A. A. Psiholingvisticheskie issledovaniya slova i teksta [Psycholinguistic studies of the word and text] / A. A. Zalevskaya. – Tver', 2002. [in Russian]
12. Kurbackaya T. B. Psihologiya truda. Psihologiya ZHurnalistiki. Psihologiya reklamy. CHast' 1. Psihologiya truda [Psychology of labour. Psychology of Journalism. Psychology of advertising. Part 1. Psychology of labour] / T. B. Kurbackaya // Social'no-ekonomicheskie i tekhnicheskie sistemy: issledovanie, proektirovanie, optimizaciya [Socio-economic and technical systems: research, design, optimization]. – 2009. – №50. – P. 33–449. [in Russian]
13. Lyusher M. Cvet vashego haraktera [Colour of your character] / M. Lyusher. – М.: Veche, 1996. – 235 p. [in Russian]
14. Makeenko I. V. Semantika cveta v raznostrukturnyh yazykah [Semantics of colour in different structural languages]: dis. ... of PhD in Philology : 10.02.19 / Makeenko Irina Vasil'evna. – Saratov, 1999. [in Russian]

15. Muhamad'yarova A. F. Sopostavitel'nyj analiz frazeologicheskikh i paremiologicheskikh edinic s komponentom-koloronimom (na materiale nemeckogo, russkogo i tatarskogo yazykov) [Comparative analysis of phraseological and paremiological units with a colouronym component (based on German, Russian and Tatar)]: dis. ... of PhD in Philology : 10.02.20 / Muhamad'yarova Al'bina Fanilevna. – Kazan', 2019. – 25 p. [in Russian]
16. Psihologiya cveta: simbolika cveta [Colour psychology: colour symbols] [Electronic resource]. – URL: <https://www.livemaster.ru/topic/927725-psihologiya-tsveta-simvolika-tsveta-tsvet-i-harakter-tsvet-i-rabotosposobnost> (accessed: 17.10.2021) [in Russian]
17. Teliya V. N. Russkaya frazeologiya. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguoculturological aspects] / V. N. Teliya. – M.: SHkola «YAzyki russkoj kul'tury», 1996. – 288 p. [in Russian]
18. Frumkina R. M. Cvet, smysl, skhodstvo. Aspekty psiholingvisticheskogo analiza [Colour, meaning, similarity. Aspects of psycholinguistic analysis] / R. M. Frumkina. – M.: Izdatel'stvo «Nauka», 1984. – 90 p. [in Russian]
19. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, 2009.
20. Oxford English Reference Dictionary. Oxford, 2002.