



УДК 811.111'373.7

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-714-721

Какого цвета чувства? (на материале английских идиом с цветообозначениями)

Т.Б. Пасечник, И.Г. Савельева

ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»
ул. Зеленая, 30, г. Коломна, Россия, 140411

В настоящей статье предметом исследования являются частично или полностью переосмысленные английские фразеологизмы со значением «эмоция», имеющие в своей структуре цветовой компонент. Объектом рассмотрения являются особенности эмотивного компонента идиом, входящих в эту группу.

В работе предпринимается попытка показать, что цветообозначения, соотносимые с понятиями «теплый» и «холодный», определяют семантику всей устойчивой группы, образно передающей эмоции человека. Рассмотрение вопросов, связанных с употреблением цветových компонентов в идиоме, неизбежно предполагает обращение к самому важному компоненту фразеологичности — идиоматичности, которая основывается на переинтерпретации выражения и непрозрачности его значения. В статье анализируются примеры не только фразеологизмов, исторически восходящих к свободным словосочетаниям, но и выражения, которые в буквальном значении в языке не употребляются. Изучаемая группа идиом с цветовым компонентом преимущественно представлена выражениями с непрозрачной семантической структурой. На примере цветообозначений демонстрируются процессы, когда переинтерпретация может относиться не только к целому выражению, но и к его компонентам. В этом случае цветовой компонент в идиоме приобретает новую семантику, более не обозначая цвет в буквальном смысле слова, и, таким образом, вносит в семантическую структуру идиом со значением «эмоции» новый смысл.

Важно отметить, что в фокус исследования попадают немногочисленные базовые цветообозначения; огромное число слов со значением цветových оттенков не передают в английском языке эмоциональных значений. Но в других языках, возможно, мы сможем найти их в структуре устойчивых выражений, что объясняется своеобразием мировосприятия разными народами. Язык как чуткий индикатор фиксирует все сходства и различия.

Изучаемая проблема актуальна, так как обусловлена возрастающим в современной лингвистике интересом к исследованию механизмов вторичной номинации в разных языках и выявлению на материале фразеологизмов специфических особенностей вербального мышления и восприятия действительности языковыми коллективами. Лингвисты, в особенности типологи и этимологи, исследовали десятки языков и выявили ряд универсальных черт в системе цветообозначения. Однако наряду с универсалиями в ее развитии обнаруживаются и существенные национально-культурные особенности. Анализ подобного рода привносит дополнительную дифференциацию в осмысление лингвоцветового фрагмента языковой картины мира и расширяет знания об особенностях соотношения языка и мышления.

Ключевые слова: фразеологическая единица, языковая единица, фразеологическое значение, внутренняя форма, цветообозначение, прозрачность значения, непрозрачность значения, переосмысление (переинтерпретация)

© Пасечник Т.Б., Савельева И.Г., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Введение

Цвет является важнейшей из составляющих процесса зрительного восприятия. Визуальная перцепция лежит в основе получения опыта и знаний о физическом мире. В своих работах А. Вежбицкая [1. С. 230—235], Р.М. Фрумкина [2. С. 35], А.А. Леонтьев [3. С. 196] сформулировали основные функции цвета: изобразительная функция, эстетическая, экспрессивная, функция стимуляции психических процессов, функция коммуникации, сигнальная функция, защитная функция, аттрактивная функция (функция привлечения внимания), идентификационная.

Цвет — это явление, которое напрямую зависит от воспринимающего субъекта. В то же время цвет — это объективное явление, физическое свойство предметов, независимое и одновременно зависимое от смотрящего. В своем исследовании Р.М. Фрумкина предлагает психолингвистический подход к изучению отношений «имен цвета» и «мира цвета», который по ее выражению, является «порождением нашего глаза и мозга». Она исследует, как «мир цвета» отражается и структурируется в языке [4. С. 25]. В нашем исследовании мы исходим из того, что «языковой знак — это вторичный материальный (звуковой или графический) объект особого рода, звуко-слуховая или графико-оптическая оболочка которого неразрывно связана с определенным идеальным содержанием (значением)» [5. С. 25].

В своей повседневной жизни человек, можно сказать, выступает как универсальный измерительный прибор, способный с определенной точностью оценивать массу характеристик окружающих предметов. При этом чаще всего ему не нужны специальные приборы: линейки, термометры или что-то подобное. Оценки о состоянии предметов или явлений делаются умозрительно. Например: «Сегодня довольно тепло». В данном случае человек прибегает к понятию «тепло—холодно» исходя из физических ощущений. Однако часто, используя эти слова, человек судит об абстрактных вещах. Не подлежит сомнению, что говорящий всегда имеет вполне определенное представление о том, какие цвета являются теплыми, а какие холодными. Исследователи отмечают, что «по мере накопления опыта у человека возникают устойчивые ассоциативные цепочки, например: красное — огонь — горячо или голубой — вода — прохлада» [6. С. 81]. Интересно, что цветообозначения также помогают человеку судить о «температуре» той или иной эмоции. И это нашло свое отражение в языке. Попробуем пронаблюдать, как существующая в нашем сознании дихотомия «теплый цвет» — «холодный цвет» исторически закрепились в идиомах английского языка, описывающих природу эмоций.

Стоит обратить внимание на то, что это языковое явление универсально. Подобные примеры «разноцветных» эмоций мы найдем в разных языках. Лингвисты, в особенности типологи и этимологи, исследовали десятки языков и выявили ряд универсальных черт в системе цветообозначения. Однако наряду с универсалиями в ее развитии обнаруживаются и существенные национально-культурные особенности. Тесная связь фразеологических компонентов языка и культуры страны, говорящей на данном языке, давно обратила на себя внимание и рассмат-

ривалась в работах таких ученых (и не только лингвистов, но и психологов, культурологов, литературоведов), как В.Н. Телия [7, 8], Л.Н. Миронова [9, 10], А.М. Тимофеева [11]. Междисциплинарный подход к исследованию взаимосвязи культуры и языка и многостороннее рассмотрение отдельных языковых явлений (в частности устойчивых выражений) осуществляется в рамках ряда современных лингвокультурологических исследований [12, 13]. Фразеологи отмечают, что цветовые компоненты в устойчивом выражении, соединяясь, утрачивают свою первоначальную семантику и образуют новую, которая может выдержать проверку временем и надолго бережно сохраняться в языке, являя собой своеобразное хранилище метафорического переосмысления эмоций и состояний.

Рассматривая вопросы, связанные с употреблением цветовых компонентов в идиоме, мы неизбежно обратимся к самому важному компоненту фразеологичности — идиоматичности. По своему функциональному компоненту идиоматичность представляет собой некую «осложненность» способа выражения содержания. Однако эта «осложненность» не означает непосредственно усложнение языковых форм как таковых, а является скорее «концентрированным» выражением, и способно в сжатом виде и наиболее эффективно передать трудно поддающиеся описанию глубокие переживания.

Явление идиоматичности устойчивого выражения

Большинство определений идиоматичности в современной фразеологии основываются на переинтерпретации выражения и непрозрачности его значения: «Переинтерпретация — это взгляд на идиоматическое выражение с точки зрения его порождения, а непрозрачность — с точки зрения его понимания [14]». Примером переинтерпретации может быть идиома *to be like a red rag to a bull* (в значении «быть источником раздражения»). Данная идиома возникла в результате переосмысления словосочетания, относящегося к корриде. Обратим внимание на цветообозначение *red* (красный). Именно красный цвет вызывает крайнюю степень раздражения, возбуждения и входит в структуру неслучайно. Данное устойчивое выражение исторически восходит к свободному словосочетанию.

О непрозрачности значения можно говорить, анализируя семантическую структуру выражения в *once in a blue moon*, которое в буквальном значении отсутствует, поскольку слово *moon* в прямом значении в условиях объективной реальности не сочетается с прилагательным *blue*. К этому виду переинтерпретаций относятся также выражения *between the devil and the deep blue sea* (в значении «в безвыходном положении»), *blue blood* (в значении «аристократическое происхождение»).

Переинтерпретация может относиться не только к целому выражению, но и к его компонентам. Рассмотрим примеры, когда цветообозначение в идиоме переосмысливается, более не обозначая цвет в буквальном смысле слова, и вносит в семантическую структуру новые оттенки значений.

Особенности эмотивного компонента английских идиом с цветообозначением

Изначально, синий/голубой цвет в английском языке — это символы неба, моря, высоты и глубины [15]. Позднее возникает связь голубого и синего с меланхолией, возможно, относящаяся к вечерним грустным песням африканских рабов в Северной Америке (*'blues'*). *To be in the blue* — грустить, быть в подавленном состоянии. Действительно, негритянская Америка подарила миру самое печальное направление в музыке — blues; блюз — «грусть доброго человека». За этим стоит не столько культурно-историческая традиция, сколько общечеловеческая психология. Как описано в научной литературе, «по своему физиологическому воздействию синий — это самый угнетающий цвет, он понижает кровяное давление, снижает пульс, успокаивает, иногда чрезмерно» [6. С. 45].

В современном английском языке красный цвет необычайно эмоционально нагружен. Он связан с активным мужским началом, энергией жизни, войны, агрессии, опасности, импульса, эмоций, страсти. Это цвет силы, мести, крови [16]. Физиологи и психологи говорят, что гнев, агрессивные чувства вызывают наибольший прилив крови, повышение температуры. Вот почему люди говорят об этой эмоции как об огне и ассоциируют красный цвет, цвет пламени с «горячей» эмоцией. Примером идиомы, в которой компонент «красный» вводит мощную, отрицательную эмоцию в семантику, может быть фразеологизм *to see red* (в значении «прийти в ярость, рассвирепеть; быть ослепленным яростью»).

As white as a ghost (as a sheet, as ashes, as death) употребляются в английском языке в значении «бледный как полотно, смертельно бледный». Исследования физиологии человека показывают, что «гнев и страх являются полярными: наибольший прилив крови и соответственное повышение температуры вызывает гнев, а отток крови, побледнение и низкую температуру — страх» [6. С. 89]. Холодный цветовой компонент *white* усиливает значение страха или ужаса в данных фразеологизмах.

Черный цвет ассоциируется у многих народов с тьмой, грехом, с чем-то трагическим, безрадостным, горестным, даже траурным. В английском языке мы находим следующие идиомы, подтверждающие, что это цветообозначение в устойчивой группе закрепляет «холодные», негативные эмоции с разными оттенками значений. Рассмотрим примеры:

Black as night (as sin, thunder or a thunder cloud) — мрачнее тучи, туча-тучей. Так говорят о подавленном, удрученном человеке.

As black as hades (as ink or as night) — безрадостный, беспросветный. Эта идиома употребляется, когда говорят о человеке в отчаянии, которому все видится в мрачных тонах.

Серый цвет в английском языке — цвет праха, он символизирует бесцветность и неопределенность, служит символом смерти и траура. Зачастую *gray* напрямую связан с цветом волос и свидетельствует о пожилом возрасте человека или сильном эмоциональном потрясении — *gray from grief* (в значении «седой от горя»), *gray beard* (в значении «пожилой человек, старик») [16].

Заключение

Как бы то ни было, подобные рассуждения все же носят умозрительный характер. Важно отметить, что в фокус исследования попадают немногочисленные базовые цветообозначения [17, 18]. Огромное число слов со значением цветовых оттенков не передают в английском языке эмоциональных значений. Но в других языках, возможно, мы сможем найти их в структуре устойчивых выражений, что объясняется своеобразием мировосприятия разными народами. Язык как чуткий индикатор фиксирует все сходства и различия.

«Эмотивность — это эмоциональность в языковом преломлении, т.е. чувственная оценка объекта, выражение языковыми и речевыми средствами, чувств, настроений, переживаний человека» [19. С. 178]. Анализ цветообозначений в устойчивых фразах способен послужить опорой в процессе интерпретации разнообразных стилистических приемов и средств выразительности, эксплуатирующих эмотивный компонент цветовой образности. В рамках изучения английского языка как иностранного подробное рассмотрение таких фразеологических единиц позволяет более предметно вникнуть в иноязычную культуру, познавая многообразие способов передать посредством языка эмоциональную оценку происходящего.

История статьи:

Дата поступления: 1.06.2019

Дата приема в печать: 15.08.2019

Article history:

Received: 1.06.2019

Accepted: 5.08.2019

Библиографический список

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1997.
2. Фрумкина Р.М. Цвет, смысл, сходство. М.: Наука, 1984.
3. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003.
4. Фрумкина Р.М. Психолингвистика: учеб. для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001.
5. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: монография. М.: Гнозис, 2005.
6. Василевич А.П., Кузнецова С.Н., Мищенко С.С. Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А.П. Василевича. Изд. 2-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008.
7. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: ЮНИТИ, 1996.
8. Телия В.Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. М.: Наука, 1981.
9. Миронова Л.Н. Цветоведение. Минск: Вестник, 2005.
10. Миронова Л.Н. Семантика цвета в эволюции психики человека. Проблема цвета в психологии. М.: Наука, 1993.
11. Тимофеева А.М. Сопоставительное исследование лингвоцветовых картин мира (на материале идиомов Н. Заболоцкого и Р. Фроста). Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003.
12. Язык лингвокультурологии: теория vs. эмпирия. Лингвокультурологические исследования. М.: Ленанд, 2016.
13. Савельев С.В., Савельева И.Г. Этнокультурный «другой» в современной британской прозе: переосмысление стереотипов // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 10-3 (52). С. 83—88.
14. Фразеология // Кругосвет: электрон. энциклопедия. М., 2007. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/articles> (Дата обращения: 12.10.2019).

15. *Crystal D.* Dictionary, Guide, Community and More: электрон, справ. London, 2007. Режим доступа: [http:// www.AHWords.com](http://www.AHWords.com). (Дата обращения: 12.10.2019).
16. *The Dictionary of Phrase and Fable. Classic Edition giving the Derivation, Source, or Origin of Common Phrases, Allusions and Words that have a Tale to Tell: dictionary / by the rev. E. Cobham Brewer.* New York Avenel Printing, 1978.
17. *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык Медиа, 2006.
18. *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable. Centenary edition. Fifth impression (corrected).* Cassell, London, 1977.
19. *Кунин А.В.* Курс фразеологии современного английского языка. Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996.

Research article

УДК 811.111'373.7

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-714-721

What is the Colour of the Feeling (A Case Study of English Idioms with Colour Components)

Tatyana B. Pasechnik, Inna G. Savelieva

State University of Humanities and Social Studies
30, Zelenaya Str., Kolomna, Russia, 140411

Abstract. The present article explores English phraseological units with the meaning of emotion that have been fully or partially rethought and have a colour component. The emotive component of the idioms mentioned, is, thus, the object of the present study.

In this paper we endeavor to show that the colour nominations which correlated to the concepts of 'warmth' and 'coldness' define the semantics of the whole idiom which is used for figurative naming human emotions. Looking at the use of colour components in an idiom, we cannot, but consider the key element of an idiom, i.e. idiomaticity, which we understand as the reinterpretation of an expression and the murkiness of its meaning. The article contains the analysis of both idioms which can be traced to free collocations and expressions which are not used in their literal meaning. The group of idioms in question primarily comprises the expressions of murky semantic structure. The examples of colour names exemplify the situation, when reinterpretation can apply not just to a single expression, but also to its components. In this case the colour component of the idiom acquires new semantics, i.e. It no longer means the colour in its literal sense, thus adding the meaning of 'emotion' to the semantic structure of the idiom, giving it a new meaning.

It is worth pointing out that the number of colour nominations that can be viewed from this perspective is limited. At the same time a huge number of words denoting colours and shades have now emotive meanings whatsoever. However, if we look at other languages, we might find such examples, which in turn can be explained by the fact that people of different cultures perceive the world differently. Language is very good at capturing similarities and differences.

The questions raised in the article are of utmost importance as they resonate with the current trends in linguistics, namely with the theory of secondary nomination in various languages and the issues of ideas' verbalization in phraseological units. Typological and etymological studies of dozens of languages have revealed a set of universal mechanisms in the system of color naming. However, along with universal mechanisms, there are language and culture specific ones. The analysis of such kind gives us a better understanding of this part of the worldview in different cultures.

Key words: phraseological unit, language unit, phraseological meaning, internal form, colour nomination, transparency of meaning, murkiness of meaning, rethinking (reinterpretation)

References

1. Wierzbicka, A. (1997). *Language. Culture. Cognition*. Moscow: Russkie slovari publ. (In Russ.).
2. Frumkina, P.M. (1984). *Colour, meaning, similarity*. Moscow: Nauka publ. (In Russ.).
3. Leont'ev, A.A. (2003). *Basics of Psycholinguistics*. Moscow: Smysl publ; St. Petersburg: Lan' publ. (In Russ.).
4. Frumkina, R.M. (2001). *Psycholinguistics*. Textbook for Students of Higher Education. Moscow: Akademija Publ. (In Russ.).
5. Alefirenko, N.F. (2005). *The Ambiguous Cases of Semantics*. Moscow: Gnozis publ. (In Russ.).
6. Vasilevich, A.P., Kuznecova, S.N. & Mishhenko, S.S. (2008) *Colour and its Names in the Russian Language*. Moscow: LKI publ. (In Russ.).
7. Teliya, V.N. (1996). *Russian Phraseology: Semantics, Pragmatics, Language and Culture Aspects*. Moscow: Unity publ. (In Russ.).
8. Teliya, V.N. (1981). *Variations of Meaning in Language: Validity of Meanings*. Moscow: Nauka publ. (In Russ.).
9. Mironova, L.N. (2005). *Colour Studies*. Minsk: Vestnik publ. (In Russ.).
10. Mironova, L.N. (1993). *The Semantics of Colour in the Process of a Person's Changing Psychological State. Colour Aspect in Psychology*. Moscow: Nauka publ. (In Russ.).
11. Timofeeva, A.M. (2003). *Comparative Study of Colour Component of Worldview (Case study of idiolects of N. Zabolotskiy and R. Frost)*. Ural State University. (In Russ.).
12. Language and Culture Studies: Theory vs. Empiricism. (2016). Moscow: Lenand publ. (In Russ.).
13. Saveliev, S.V. & Savelieva, I.G. (2016). Ethnical and Cultural “Other” in Contemporary British Fiction: Going Beyond the Stereotype, *International Research Journal*, 10—3 (52), 83—88. (In Russ.)
14. Phraseology In *Krugosvet Encyclopedia* (2007). Moscow. URL: <http://www.krugosvet.ru/articles> (accessed: 12.10.2019).
15. Crystal, D. (2007) *Dictionary, Guide, Community and More*. London. URL: <http://www.AHWords.com> (accessed: 12.10.2019).
16. The Dictionary of Phrase and Fable. Classic Edition giving the Derivation, Source, or Origin of Common Phrases, Allusions and Words that have a Tale to Tell: dictionary Rev. by Cobham Brewer, E. (1978). New York: Avenel Printing.
17. Kunin, A.V. (2006). *English-Russian Phraseological Dictionary*. Moscow: Russkij jazyk Media publ.
18. Brewer's Dictionary of Phrase and Fable. Centenary edition. Fifth impression (corrected). (1977). London: Cassell.
19. Kunin, A.V. (1996). *The English Language Phraseology*. Dubna: Feniks publ. (In Russ.).

Для цитирования:

Пасечник Т.Б., Савельева И.Г. Какого цвета чувства? (на материале английских идиом с цветообозначениями) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. Т. 10. № 3. С. 714—721. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-714-721.

For citation:

Pasechnik, T.B. & Savelieva, I.G. (2019). What is the Colour of the Feeling (A Case Study of English Idioms with Colour Components). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (3), 714—721. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-714-721.

Сведения об авторах:

Пасечник Татьяна Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры германо-романских языков и методики их преподавания Государственного социально-гуманитарного университета; научные интересы: русская и английская фразеология, лексикология и стилистика английского языка, методика преподавания английского языка; e-mail: ptb.65@mail.ru

Савельева Инна Геннадиевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Государственного социально-гуманитарного университета; *научные интересы*: методика преподавания английского языка, лексикология и стилистика английского языка, английская художественная литература; *e-mail*: savelieva.inna@gmail.com.

Information about the authors:

Tatiana B. Pasechnik, PhD in Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of German and Roman Languages and Language Teaching Theory, State University of Humanities and Social Studies; *research interests*: Russian and English phraseology, English lexicology and stylistics, theory and practice of teaching English as a second language; *e-mail*: ptb.65@mail.ru.

Inna G. Savelieva, PhD in Philology, Associate Professor of the Foreign Languages Department, State University of Humanities and Social Studies; *research interests*: and practice of teaching English as a second language, English lexicology and stylistics, English literature history and interpretation; *e-mail*: savelieva.inna@gmail.com