

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ

**ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 02051306
Подчасовой Анны Владимировны

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Зимовец Н.В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Теоретические предпосылки изучения цветообозначений в современном английском языке	6
1.1. Лингвоцветовая картина мира	6
1.2. Особенности классификации наименований цвета	12
1.3. Топология английских цветообозначений	14
Выводы по ГЛАВЕ I	16
ГЛАВА II. Структурные, семантические и стилистические особенности цветообозначений в современном английском языке	18
2.1. Структурные особенности цветообозначений	18
2.2. Стилистические и семантические особенности Цветообозначений	20
2.3. Архетипы цветообозначений, используемые при описании внешности человека	22
2.3.1. Мужская и женская одежда	23
2.3.2. Цвет волос, глаз, губ, лица	28
2.4. Архетипы цветообозначений, используемые при описании природы	39
2.5. Некоторые цветообозначения в рамках этимологического и социальнокультурных аспектов	45
2.5.1. Особенности обозначений «синий» и «голубой» цветов	46
2.5.2. Особенности обозначений «черный» и «белый» цветов	51
Выводы по ГЛАВЕ II	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ	62
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА	63

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая выпускная квалификационная работа посвящена рассмотрению лексико-семантических вариантов цветообозначений в современном английском языке.

Изучение цветообозначения различными гуманитарными дисциплинами продолжается уже более двух столетий. Традиционные направления, в частности семасиологические исследования цветообозначений широко используют сравнительно-исторический метод, методы сопоставительной лексикологии. Ученые-лингвисты занимаются проблемами выделения «ядра» и «периферии» системы наименования цветов, исследуют национально-культурный компонент в денотативном и коннотативном аспектах значения, распределяя полученный материал по функциональным планам.

Актуальность предлагаемого исследования определяется необходимостью изучения вопроса о диалектике общего и отдельного в плане соотношения инварианта и варианта в языке, а также выявление роли социального компонента, изучение функционирования и детализация семантического механизма социокультурного компонента в цветообозначениях.

Объект исследования – архетипы цветообозначения в английском языке.

Предмет исследования заключается в изучении особенностей цветообозначения в современном английском языке.

Цель работы состоит в выявлении и изучении лингвистических и экстралингвистических факторов и условий, детерминирующих цветообозначения в современном английском языке.

Поставленная цель диктует следующие **задачи** исследования:

- 1) описание лингвоцветовой картины мира;

2) рассмотрение соотношения инварианта и варианта цветообозначения в языке;

3) выявление архетипов цветообозначения;

4) изучение влияния этимологического и социокультурного компонентов на цветообозначение.

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных лингвистов-исследователей: А.А. Брагиной, А.П. Василевич, Н.Г. Туревич (состав цветообозначений и их семантическая структура); Л.А. Качаевой, А.С. Панкратовой (стилистические функции цветообозначений); Р.М. Фрумкиной, В.Г. Гака, В.А.Москович, В.А. Юрик (сопоставительный анализ); R. Adamson, B. Berlin, P. Kay, X. Pome.

Материалом исследования послужили общеязыковые словари Оксфордский толковый словарь английского языка А.С. Хорнби и Longman English Dictionary, т.к. имеют сложившуюся традицию отбора слов, принадлежащих к современной общеупотребительной лексике, а также отражают изменения, произошедшие в лексической системе языка в самое последнее время. Анализ данных словарей дал возможность получить общее представление о наиболее распространенных словах-цветообозначениях английского языка.

Кроме того, для более глубокого изучения цветообозначений были использованы двуязычные русско-английский и русско-фразеологические словари, а также этимологический словарь, позволившие получить данные о структурных и стилистических особенностях этих слов и показать влияние фразеологического языка на систему английский цветообозначений. Фактическим материалом послужили литературно-художественные тексты. Анализу были подвергнуты тексты английской художественной литературы XX века (5 000 стр.).

Методы исследования – метод лингвистического наблюдения и описания; метод компонентного анализа; метод анализа словарных дефиниций; контекстуальный анализ; метод сплошной выборки.

Объем и структура работы включает в себя введение, основную часть, состоящую из двух глав, заключение, список использованной литературы, список использованных словарей и список источников фактического материала.

ГЛАВА I. Теоретические предпосылки изучения цветообозначений в современном английском языке

1.1. Лингвоцветовая картина мира

Современная наука представляет проблему отражения объективного мира человеком и его взаимодействие с ним в виде соотношения двух миров: Концептуальной картины Мира (ККМ) и Языковой Картины Мира (ЯКМ). Картина мира определяется как «система интуитивных представлений о реальности» (Руднев, 1991: 127), целостный глобальный образ мира, «совокупность мировоззренческих знаний о мире», «совокупность предметного содержания, которым обладает человек». Формами отражения мира являются представления, знания, концепты. В «Кратком словаре когнитивных терминов» концептуальная система или структура определяется как «тот ментальный уровень или та ментальная (психическая) организация, где сосредоточена совокупность всех концептов, данных уму человека, их упорядоченное объединение» (Кубрякова, 1995: 94).

В Концептуальную Картину Мира включена Культурная Картина Мира, которая специфична и различается у разных народов и может быть определена как отражение реальной картины через призму понятий, сформированных на основе представлений человека, полученных с помощью органов чувств и прошедших через его сознание, как коллективное, так и индивидуальное.

Языковая Картина Мира определяется, по существу, как общая система языка: совокупность слов, формативов и средств связи между предложениями, а также синтаксические конструкции. Цветовая Картина Мира (ЦКМ) входит в Культурную и Концептуальную Картины Мира. Мир познается первоначально всеми органами чувств. Он предстает в цвете, а не

черно-белым. Оценки, нормы, установки человека в значительной степени связаны с цветом, по словам Яна Парандовского, «все люди удивительны. Все переживают поразительные приключения, в каждой душе мир преломляется в тысячецветных радугах чудесного блеска» (Парандовский, 1997: 34).

Как ККМ, так и ЦКМ существуют у нации и этноса, а также и у отдельного человека. Я. Парандовский отмечает: «Мир существует столько, сколько есть мыслящих индивидов. Миры эти поражают своим разнообразием. Одни из них малы и тесны, другие необъятны, рядом с серыми и безрадостными появляются красочные, где звучат звонкие, веселые голоса, в одних царит вечное ненастье, другие наслаждаются неизменно прекрасной погодой» (Парандовский, 1997: 177). Роль цвета в ККМ различна у разных народов, этносов и даже индивидов.

Отдельные фрагменты Лингвоцветовой картины мира были исследованы довольно подробно отечественными лингвистами: А.А. Брагиной, А.П. Василевич, Н.Г. Туревич (состав цветообозначений и их семантическая структура); Л.А. Качаевой, А.С. Панкратовой, С.М. Соловьевым (стилистические функции цветообозначений); Р.М. Фрумкиной, В.Г. Гаком, В.А. Москович, В.А. Юрик (сопоставительный анализ). Весьма интересные исследования были проведены зарубежными лингвистами: R. Adamson, V. Berlin, P. Kay, X. Pome.

Тем не менее, в основном изолированный характер отдельных научных трудов не позволяет представить целостную Лингвоцветовую Картину Мира даже отдельного этноса, а ряд аспектов остается вне поля зрения исследователей.

Далее мы попытаемся представить некоторые общие проблемы, наиболее оптимальные методы исследования, а также возможные направления в этой области.

Глобальная проблема ЦКМ – это проблема возможной категоризации цвета. Насколько объективно традиционное выделение семи цветов спектра?

Исследования, проведенные учеными, довольно неожиданны и показывают, что этот подход далеко не бесспорен. Оказывается, что Ньютон, с чьим именем связано это выделение, не сам увидел эти цвета, а доверился зрению своего ассистента, находясь также под сильным влиянием закона гармонии Пифагора. Следовательно, это устоявшееся мнение о семи цветах спектра не основано на строго научных фактах, и может быть отнесено к Наивному представлению Цветовой Картины Мира.

В науке впоследствии возникали другие подходы. Так, Томас Янг разделил цветовой спектр на три основных цвета: *красный, желтый и синий*. Гельмгольц включил в спектр четыре цвета: *красный, зеленый, синий, фиолетовый*, заметив, что очень строгие границы вообще не существуют. Сами попытки выделить на основе прямого наблюдения категориальные группы цвета определены как интуитивная феноменологическая характеристика (Saunders, 2000).

Следующей важной проблемой, непосредственно связанной с первой, является проблема универсального восприятия цвета в Цветовой Картина Мира и, соответственно, дальнейшего обозначения универсальных его участков как фрагментов Лингвоцветовой Картины Мира. В решении этой проблемы выделяются два основных подхода. Один из которых был представлен американскими учеными Brent Berlin, Полом Кэем, сторонниками лингвистического универсализма. Особое значение в возникновении этого направления, противостоящего релятивизму, сыграла их совместная работа «Basic Color Terms: Their Universality and Evolution» (1969). Базисные положения сторонников этого подхода следующие:

- 1) цвет представляет собой универсалии;
- 2) его характеризуют независимые друг от друга признаки: яркость (brightness) и насыщенность (saturation);
- 3) основной единицей цветообозначений (ЦО) признается Базисный Цветовой Термин (Basic Color Term, далее ВСТ);
- 4) количество универсальных Базисных Цветовых Терминов

ограничено. В их составе было выделено 11 терминов ЦО: *черный, белый, красный, зеленый, желтый, синий, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый, серый*.

Основной цветовой термин должен отвечать следующим критериям:

- он должен быть моноксемой (однокорневым);
- его сигнификация (значение, смысл) не должна включаться ни в какой другой цветовой термин;
- его использование не должно ограничиваться узким классом объектов;
- он должен быть опознаваемым информантами;
- недавние заимствования не должны включаться.

Критерий семантической универсальности ВСТ для народов различных этнических групп был проверен на материале 20 языков, что выявило наличие в последних неких доминант, фокусов базисного цвета. В случае наличия в языке меньшего количества ВСТ считалось, что близкие по оттенку цвета примыкают к основному ВСТ. Позднее эти результаты были верифицированы авторами теории на материале словарей, этнографических источников, работы с информантами, всего на данных 78 языков. Теория универсализма получила восторженное признание многих лингвистов.

Исследования были продолжены Х. Рош, которая ввела в научный обиход понятие «естественного прототипа», проверив данные о ВСТ во время работы с народностью Дани (Западная Новая Гвинея). В своем языке Дани имели лишь два ЦО: *mili* и *mola*. Х. Рош исходила из гипотезы о том, что нейрофизиология цвета детерминирует постепенную эволюцию развития понятия цвета у представителей различных этносов и, следовательно, людей можно легко обучить ЦО 11 ВСТ.

Некоторые данные о различиях в выделении ВСТ представлены нами в табл. 1.1.

Таблица 1.1. Различия в выделении ВСТ разными народами

русские	7	красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый
англичане	6	red, orange, yellow, green, blue, violet
американцы (сторонники теории лингвоотносительности)	6	red, orange, yellow, green, blue, violet
американцы (последние данные)	7	red, orange, yellow, green, blue, indigo, violet

Таким образом, весьма значительные расхождения в определении различными этносами Лингвоцветовой Картины Мира объясняют неугасающий интерес исследователей к этой проблеме. С нашей точки зрения весьма существенен выбор метода анализа. Более перспективными представляются метод компонентного (семного) анализа и метод прототипов. Возможные направления исследований могут лежать в парадигматической плоскости: компонентный анализ сложных ЦО на материале словарей может быть синтагматическим, изучающим функционирование ЦО в различных текстах и культурах, интересно также изучение в этом плане и диалектов отдельными авторами, особенно перспективны сопоставительные исследования.

В качестве небольшой иллюстрации возможного практического использования результатов лингвистического сопоставления цвета приведем данные расхождения промышленных ЦО в русском и английском языках из Словаря А.В. Козлова и Л.А. Девеля.

Обычно при обозначении простых хроматических цветов спектра и ахроматических цветов сложностей не возникает. Но они появляются в ЦО сложных цветов и оттенков. Лингвокультурологические различия

существенны для повышения культуры ведения внешнеэкономической деятельности, например, при поставке материалов, изделий (в том числе одежды) и оборудования из одной страны в другую. Прежде всего, следует отметить большое количество возможных оттенков. Всего их более 100, только оттенки красного включают 25 ЦО. Приведем примеры наиболее значительных расхождений ЦО красного.

Таблица 1.2. Сопоставление цветообозначений оттенков красного в русском и английском языках

светлый розовый	pink
темный розовый	rose
сиреневый	lilac
светло- лилово-красный	carmin
светло- сиреневый	light lilac
светлый малиновый	bengal red
малиновый	crimson
гранатовый	garnet red
сочный темно-красный	chinese red
оранжево-красный	geranium
фиолетово-красный	persian violet
пунцовый	heliotrope

В ряде случаев наблюдаются следующие закономерности ЦО: слово соответствует слову (имя прилагательное – имени прилагательному). В других случаях имеются расхождения: русское прилагательное *розовый*, *сиреневый* соответствует английскому имени существительному *rose*, *lilac*. Цветовой Мир дифференцируется по-разному.

Подводя итоги всему вышесказанному, следует отметить, что в мире живут разные народы и нации, которые отличаются не только различными языками, но и культурами. Различны как Цветовая Картина Мира, входящая в Концептуальную Картину Мира, так и Лингвоцветовая Картина различных

этносов. Практическое значение исследований, ведущих к новому знанию и пониманию культуры и особенностей языка разных этносов, заключается в создании более оптимальных условий для контактов и подлинного диалога культур в самых разных сферах.

1.2. Особенности классификации наименований цвета

Система ЦО в современном английском языке характеризуется значительной разветвленностью и сложностью, особенно в той ее части, которую составляют наименования цветовых оттенков.

Система наименований цвета обладает основными чертами семантического поля (Власова, 1998):

1) концептуальная общность – единицы, входящие в рассматриваемое множество, являются выразителями того или иного аспекта концепта «цвет»;

2) множество единиц ЦО структурировано таким образом, что представляется возможным выделить его ядро и периферию. Здесь, однако, могут возникнуть разногласия. С одной стороны, можно выделить центр множества ЦО, базируясь на экстралингвистических критериях – знаниях по физике, другими словами, главные цвета спектра (*red, orange, yellow, green, blue, violet*) и составят ядро семантического поля цвета. Все остальные оттенки составят ближнюю и дальнюю периферию данного поля.

Структурированное таким образом поле цвета явится отражением модели цветовосприятия, характерной, с незначительными вариациями, для большинства людей и, соответственно, для большинства языков. Тем не менее, возможна и принципиально другая модель структурирования поля цвета – на базе статистических данных об употребимости той или иной единицы. На первый взгляд, обе модели должны совпадать, однако данные

практических исследований (Москович, 1960; Чегринцева, 2001) опровергают это положение: наибольшей частотностью употребления обладают только четыре основных цвета спектра – *blue, green, red, yellow*, а также такие прилагательные, как *pink, scarlet, gold* и некоторые другие. Именно эти наименования цвета составят в данном случае ядро рассматриваемого семантического поля.

В нашем исследовании, мы предполагаем придерживаться второй, количественной, модели структурирования семантического поля цвета.

Элементы рассматриваемого поля очень неоднородны, что предполагает возможность их классификации по самым разнообразным критериям:

1) По структуре наименования цвета можно разделить на простые (*blue, red, magenta*), сложные (*sky-colored*), внутри которых можно выделить сложные и сложнопроизводные, а также составные (*Siberian squirrel*).

2) Неоднозначна и стилистическая отнесенность прилагательных цвета: одни из них могут быть причислены к словам с нейтральной окраской, другие – к поэтической лексике, третьи – к просторечию.

3) По наличию или отсутствию мотивированности предлагается разделить мотивированные наименования и наименования, таковой мотивацией на сегодняшний день не обладающие. Предварительный анализ показывает, что ядро семантического поля цвета в современном английском языке образовано в основном прилагательными, не обладающими мотивацией. Подчеркнем, что наличие или отсутствие мотивации рассматривается с точки зрения синхронии.

Также различной будет и аксиологическая нагрузка прилагательных цвета. Отметим, что традиционно наибольшая оценочная нагрузка ложится на обозначения основных цветов спектра и резко снижается у наименований оттенков. К примеру, *red* связан с опасностью, гневом, раздражением; с прилагательным *blue* зачастую связано нечто нехорошее, неприличное (в этом случае *blue* играет роль усилителя отрицательного качества –

Чегринцева, 2001) и т.д. С другой стороны, нельзя исключать из сферы рассмотрения и огромное количество авторских коннотаций, связанных с употреблением прилагательных цвета нетрадиционно, для создания определенного настроения или передачи того или иного смысла. Следовательно, необходимо рассмотреть соотношения варианта и инварианта или архетипа в ЦО.

1.3. Топология английских цветообозначений

Для того, чтобы проследить, каковы тенденции развития лексического ряда ЦО, до какой степени возможно ее варьирование, до какой степени ЦО можно отнести к словам, в какой мере они принадлежат к лексике, нам представляется правомерным обратиться к топологии.

Филологическая топология представляет собой осмысленное понятие «инвариант» и «вариант». Она ставит перед собой задачу изучить, как реально происходит возведение к инварианту, представляющему собой научную абстракцию, идеализацию без которой невозможно научное познание объекта. Обращение к типологии для решения вопроса о лексических свойствах ЦО особенно важно, т.к. она прослеживает развитие определенного языкового инварианта или архетипа, историю одного и того же образа, существующего в огромном многообразии языковых вариантов.

Выявление инвариантного понятия (языковой архетип) становится возможным лишь на гносеологическом уровне в результате постепенного абстрагирования от менее существенных особенностей объекта и выявления главного, постоянного, существенного.

В этой связи следует подробно остановиться на термине архетип. Термин «архетип», существовавший еще в античной философии и широко трактуемый в настоящее время, был в первые введен в обиход современной

науки К.Г. Юнгом. Понятие «архетип» означало первоначальную схему образов воспроизводимых бессознательно (Юнг, 1978).

Архетипы задаются извне и находятся на глубоком уровне бессознательного. В нашем конкретном случае этот термин отражает объективную языковую реальность. Архетип имеет социальную природу, постепенно изменяющуюся, отражая конкретные изменения в общественной жизни языкового коллектива.

Таким образом, архетипы (в применении к ЦО) – это понятие, органически входящее в терминологическую систему филологической топологии. Под архетипами ЦО мы понимаем наиболее общие языковые категории, устанавливаемые на основе изучения специфики функционирования слов лексического ряда ЦО в различных функциональных стилях речи и определяемые особо в каждом национально обусловленном соотношении инварианта и вариантов в каждом языке.

В этой связи необходимо установить соотношение между терминами архетип и инвариант.

Определяя архетип как понятие филологической топологии, мы исходим из того, что лексическая вариантность, лексическое разнообразие в языке может быть возведено к некоему инварианту, объединяющему целый ряд различных слов и словосочетаний. Безусловно, в каждом языке «сведения» разнообразия лексических вариантов к архетипу-инварианту происходит своими специфическими путями, определяемыми «руководством языка». Это происходит потому, что языковой архетип создается на основе определенного набора простейших, узуальных и клишированных словосочетаний, к которым возводится все остальное многообразие слов и словосочетаний в плане соотношения вариантом и инвариантом. Необходимо отметить, что в зависимости от сфер употреблений ЦО ведут себя по-разному и объединяются в сознании говорящих в реально языковые архетипы.

Исходя из этого, мы начинаем свое исследование с выделения трех наиболее распространенных ситуаций, в которых чаще всего употребляются

ЦО в общем языке, а именно: описание внешности людей, одежды и природы. Все эти три большие группы ситуаций общения характеризуются, именно своим определенным слоем лексики и определенными словами ЦО, наиболее характерными для данной понятийной сферы, причем огромную роль здесь играют социальные факторы.

Таким образом, исследуя ЦО типологически, мы предполагаем, что каждая понятийная сфера имеет как бы определенный «набор» архетипов, характеризующийся особой совокупностью слов вариантов, иначе говоря, лексикой, используемой для обозначения цвета лица, одежды, красок в природе и т.д.

Выводы по ГЛАВЕ I

Анализ материала показал, что существует принципиальное различие между предметно-тематической классификацией ЦО, основанной на их соотношении со спектром, и собственно языковедческим изучением лексического ряда ЦО как конкретных слов языка, существующих в конкретных речевых контекстах.

В речи реально существует огромное количество разнообразных ЦО, выходящих далеко за рамки «основных» цветов, которые легко образуются по продуктивным моделям языка, а также путем расширения семантической структуры слов, обозначающих различные явления природы.

Изучение особенностей ЦО представляется возможным вести в терминах инварианта и варианта, т.е. путем применения метода филологической топологии, введя понятие архетипа как филологической категории.

В мире живут разные народы и нации, которые отличаются не только различными языками, но и культурами. Различны, как Цветовая Картина

Мира, входящая в Концептуальную Картину Мира, так и Лингвоцветовая Картина различных этносов. Практическое значение исследований, ведущих к новому знанию и пониманию культуры и особенностей языка разных этносов, заключается в создании более оптимальных условий для контактов и подлинного диалога культур в самых разных сферах. Лишь знание культур, а, следовательно, и Концептуальной Картины Мира позволяет наиболее полно описать условия и факторы, определяющие ЦО, в частности, в современном английском языке.

ГЛАВА II. Структурные, семантические и стилистические особенности цветообозначений в современном английском языке

2.1. Структурные особенности цветообозначений

Переходя к рассмотрению морфологических и синтаксических ресурсов, используемых в английском языке для создания ЦО, необходимо указать, какие словообразовательные модели наиболее продуктивны и характерны для современного языка, каково их соотношение в лексикографическом и речевом материале, какие модели наиболее продуктивны в функциональном стиле.

В качестве лексикографического материала были использованы словари Хорнби и Лонгман. Сплошной анализ словарей позволил составить единый список, послуживший основным материалом нашего исследования. Список был составлен путем отбора слов, у которых зафиксировано значение цвета, исключая номинативное и производное значение.

Исследование моделей ЦО потребовало обращению к двуязычному русско-английскому словарю, т.к. в случае передачи определенного понятия цвета средствами другого языка, возникает необходимость использовать соответствующие лексические подсистемы. Затем лексикографический материал сравнивался с теми лексическими единицами, которые встречаются в исследованном речевом материале и выяснилось соотношение простых и сложных слов ЦО в лексикографическом (языковом) и речевом материале.

При этом оказалось, что в словарях большинство ЦО являются простыми словами, в то время как в речи структурное разнообразие ЦО довольно значительное. По формальным признакам ЦО можно свести к следующим группам:

- 1) простые производные, образованные при помощи суффиксов;

- 2) сложные слова с элементом *colored*;
- 3) сложные слова нестойкого типа словосочетания.

Простые слова принадлежат преимущественно к наиболее устойчивому основному словарному фонду языка, последние 3 типа представляют собой интерес с точки зрения тех ресурсов языка, которые используются для создания новых и новых ЦО. Поэтому мы начнем с производных слов образованных при помощи суффиксов. Для образования ЦО используются суффиксы *-ish*, *-y*, *-en*.

Слова на *-ish* образуются лишь от основных ЦО и значение этих дериватов описываются всегда через те слова, от которых они образованы, например, *bluish* – tending towards blue; *greenish* – somewhat green, *greish* – somewhat grey. Суффикс *-ish* придает значение приблизительности, неопределенности в значении цвета.

Слова на *-y* и на *-en* всегда образуются от названий предметов, с цветом которых они ассоциируются, например, *sooty* – black like soot; *sandy* – yellowish brown in color like sand; *leaden* – having the color or appearance of lead.

Интересно, что совпавшие в своем цветовом значении слова *grey-ashen-colored*, *pale grey* происходят от разных основ названия дерева («ясень») и «пепел» и различаются в современном языке только суффиксами. Следует отметить, что в основе производных слов лежит яркость и выразительность формы слов.

Данная модель является абсолютно продуктивной, с ее помощью можно образовать ЦО от названия любого предмета: *rose-colored*, *dove-colored*, *lavander-colored* и т.д. Иначе говоря, грамматическая возможность образования ЦО с *colored* практически неограниченна.

Прежде всего, необходимо подчеркнуть, что сложные слова с элементом *colored* образуются лишь от тех слов, номинативное значение которых указывает на реальные предметы, имеющие постоянную цветовую характеристику, что и приводит к развитию у них производного значения

цвета.

В толковых словарях слова на *colored* практически не встречаются, в художественной литературе, напротив, благодаря их соположению с другими словами, словосочетаниями, куда входят подобные ЦО, они конотативны, неклишированы, ocasionальны. Приведем несколько примеров: *viking-colored eyes* (Galsworthy, 2001: 53), *the stone-colored ladies* (Wolf, 1978: 178), *coffee-colored babies*, *chocolate-colored children* (Wolf, 1978: 167).

Таким образом, мы видим, что в словарях единицы с *colored* практически не находят отражения, они тем не менее очень многочисленны в речи, и эта словообразовательная модель, несомненно, является продуктивной.

2.2. Стилистические и семантические особенности цветообозначений

Для того чтобы установить какие именно слова наиболее регулярно приводятся для ЦО (т.е. развивают номинативно-производное значение цвета) и каковы их стилистические особенности, обращаются, прежде всего, к лексикографическому материалу.

Как известно, кроме собственно ЦО в традиционном понимании этого термина, в английской речи употребляется большое количество слов, которые в своем номинативном значении, обозначают какие-либо иные предметы реальности, значение же цвета в данных единицах является производным. Именно слова с производным значением цвета, которые составляют подавляющее большинство реально употребляемых в речи ЦО, представляют особый интерес.

Как выяснилось, для выражения понятий цвета привлекаются такие слова референты, которые ассоциируются с тем или иным цветом. Эти слова принадлежат к открытым тематическим группам:

1. Флора:

- название цветов: *rose, primrose, lilac, violet*;

- название растений и трав соответствуют желто-зеленой части спектра: *ginger, flaxen*;

- название деревьев и кустарников характеризуются окраской ствола дерева (коричневый): *ashy*.

2. Фауна:

Эти слова обозначают в основном желто-коричневую гамму: *camel, canary, fawl, sorrel, bay*.

3. Неживая природа:

- название драгоценных камней: *emerald, jade, lapis, turquoise*;

- название металлов: *copper, silver, leaden*;

- другие явления и объекты природы: *snowy, sandy, ashy, sooty*.

4. Еда и напитки: *cream, biscuit, butterscotch, chocolate*.

Большой интерес представляет вопрос о том, какие именно слова используются для описания цвета в различных функциональных стилях речи и почему предпочтение отдается тем или иным словам.

ЦО разделяют по сферам употребления, по происхождению и по стилистическим особенностям. Такие ЦО как *blue, red, green, yellow* имеют очень широкую сочетаемость и могут образовывать огромное количество словосочетаний с названиями любых предметов, цвет которых нужно описать, например: *blue eyes*.

Но большинство ЦО, зарегистрированных в словарях, строго разграничены по сферам употребления. *Hazel* употребляется с *eyes*, а слова *chest nut, nut, sandy, golden*, в сочетании с *colored* употребляются для описания цвета волос. Для описания цвета одежды используются слова *lemon, olive, orange + colored*.

По происхождению (этимологии) многие из исследованных слов представляют собой заимствования и относятся к среднеанглийскому периоду. Заимствованные слова из латинского языка являются стилистически

окрашенными и принадлежат к поэтическому стилю. Например: *cerilian* – «*sky blue*» – небесно-голубой.

Подобному рассмотрению подлежат слова заимствованные из французского языка. Слова, обозначающие название минералов, камней, цветов в большом количестве были заимствованы из французского языка: *emerald* – *emeraulde*; *coral* – *corail*.

Некоторые французские заимствования также как и латинские тяготеют к терминологии: *argent* – слово французское по происхождению, оно является ирландским термином, и сфера его употребления ограничена. Подобные ЦО выполняют 2 основные функции:

1. Они дают индивидуализирующую уточненную и различную характеристику предмету.

2. Оказывают определенное специфическое воздействие.

Во многих единицах на первый план выступает категория социолингвистической обусловленности. Это, например, ЦО, где в качестве первого элемента выступают географические названия: *mexican brown*, *italian pink*.

Словарные ЦО: *pink*, *coral*, *amper*, *gold* могут обрастать коннотативно-окрашенными определителями: *smoking pink*, *grey coral*, *glowing amper*.

Тем не менее, необычайное качественное и количественное расширение группы слов, обозначающих цвет, основывается на ресурсах общего языка, а не на специальных терминологических системах.

2.3. Архетипы цветообозначений, используемые при описании внешности человека

Нами уже отмечалось выше, что филологическая топология дает возможность качественного подхода к изучению лексики, возможность за

бесконечным разнообразием реальных речупотреблений, которые на первый взгляд кажутся совершенно разнородными и неподдающимися сведению к «общему знаменателю», увидеть нечто устойчивое и в определенных пределах неизменное – архетип или инвариант.

При изучении цвета необходимо следовать принципу градации, который утверждает наличие главного, постепенного перехода от одного «полюса» инварианта, к другому через бесконечное число промежуточных случаев, различных вариантов и вариаций. Безусловно, задача выделения архетипов довольно сложная. Слова ЦО более разнообразны и гораздо чаще сменяют друг друга, чем слова описывающие внешность. Действительно, если для описания, например, цвета губ, обычно употребляются слова сводимые к достаточно простому противопоставлению «бледно-яркие», то в области цвета одежды подобную систему архетипов установить гораздо сложнее.

2.3.1. Мужская и женская одежда

Большое значение имеют культурные и этнические особенности, обычаи и нравы, моральные устои и нравственные воззрения, откладывающие отпечаток на нормы поведения и стиль одежды; определенные представления об одежде сложившиеся в той или иной общественной среде, и наконец, немаловажным фактором является мода на цвета, которая быстро меняется.

Необходимо сразу оговорится, что мы исходим из уже сложившихся и ставших традиционными для английской культуры представлений о цветах одежды. Из рассмотрения намеренно исключены самые последние достижения из этой области, слова и выражения, употребляемые в модных журналах. Описание этого большого и разнообразного материала следовало

бы проводить отдельно в специальной работе. В виду общего изучения темы представляется методически правильным начать с более простого и доступного материала, где можно ожидать сравнительно ясного и четкого проявления основных тенденций развития словообразования.

В первую очередь нами рассматриваются те ЦО, которые последовательно отражены в словарях и художественной литературе. Начнем со слов ЦО, употребляемых для описания мужского костюма. Материал показывает, что одним из архетипов здесь являются «нейтральные серо-коричневые тона». В следующих примерах *grey*, *dark grey*, *dove grey*, *pale grey* представляют собой различные варианты этого архетипа. Например:

*He was however in contrast to Gorge, immaculately dressed in **grey** flannel suit with waistcoat, spotless white shirt, a tasteful but somber tie* (Durrell, 2006: 78).

*He wore a well-cut, well-fitting suit of **dark grey**, American in style* (Lawrence 1977: 234).

*The door opened, and from the cushions, within emerged tall young man in a clinging **dark-grey** overcoat* (Waugh, 1982: 120).

Этот архетип имеет вполне определенную социолингвистическую окраску: серый цвет костюма считается неизменным атрибутом английского джентльмена, признаком респектабельности.

Если серый костюм представляется образцом для подражания, то синий цвет, наоборот, является признаком бедности и вызывает своего рода пренебрежение. Это, возможно, связано с тем, что ткани синих тонов дешевле, так как синий краситель легче всего применять в текстильной промышленности, этот цвет также более практичен. Если учесть, что цвет школьной одежды в Англии – синий, то становится понятным, что в сознании многих англичан этот цвет утвердился как «скучный» оттенок, когда он употребляется по отношению к одежде. Часто эти слова употребляются с мелиоративным оценочным определителем: *mediterranean blue*, *pretty blue*, *royal navy* и т.п.

*The young man had a **navy blue** overcoat, gloves and scarf, but no hat; he was following the old working class fashion which seemed to me new, after Alice's tuition, as queer as going out without trousers (Huxley, 1977: 156).*

При описании мужских вечерних костюмов, носимых в аристократических кругах, в художественной литературе часто употребляются цвета: *bottle green, pale green, lawn-colored*.

*He had unearthed a grey top hat, borrowed a tiny bit of light - blue ribbon from Irene, and, gingerly, keeping cool... had reached Lord's Ground. There, besides her **lawn-coloured** frock with narrow black edges, he had watched the game (Galsworthy, 2001: 24).*

*Peter Pastmaster came into the room. He was dressed in the **bottled-green** and white evening coat of the Bollinger (Waugh, 1980: 35).*

Вечерняя мужская одежда характеризуется другими ЦО, но соответствующие слова до сих пор не выделялись в отдельный архетип:

*Luckily, he was at liberty, under the present desperation, to stroll, very slowly, in a suit of **cream-colored** silk, down the shady side of the Via Condoff towards the Spanish Steps (Huxley, 1977: 156).*

Анализ материала показывает, что для мужского костюма существует и другой архетип: «яркие цвета». Основное противопоставление лежит между «подходящими к случаю», соответствующими ситуациями, нейтральные и, так сказать, «респектабельными» цветами, с одной стороны, и яркими, бросающимися в глаза «неподходящими» к данной ситуации цветами, с другой. Этот архетип наиболее четко проявляется в описании наиболее ярких, кричащих, являющихся выражением эксцентричности цветов, например:

*You can not realize you are not in Piccadilly all the time. In a place like this a bit of color and a touch of the poetic is expected of you. Why, I have just seen a fellow downstairs in a morning suit of **yellow velvet** (Huxley, 1977: 126).*

I had never been able to put the cummerbund on so far, for I knew there

*would be trouble with Jeeves when I did, it being a pretty **bright scarlet*** (Wodehouse, 2011: 58).

*It so happened that there was a slight estrangement, a touch of coldness between us the moment, because of some rather priceless **purple** socks I was wearing against his wishes* (Wodehouse, 2011: 186).

Традиционная чопорность англичан как бы компенсируется их стремлением к эксцентричности в одежде, это проявляется в цветах «неформальной», спортивной, летней одежды, которые воспринимаются как протест против скучных тонов повседневной одежды. Например:

*Bring me my wrangles, my **yellowiest** shoes, and the old green Hamburg* (Wodehouse, 2011: 154).

Цвет галстука часто является признаком принадлежности к закрытой частной школе или университету, по которому можно узнать выпускника того или иного учебного заведения.

*How it so happened that the tie of Paul's old school bore a marked resemblance to **the pale blue and white** of the Boolinger* (Waugh, 1980: 256).

Итак, несмотря на существование в конкретных произведениях художественной литературы разнообразных описаний мужской одежды основными архетипами ЦО в области мужского костюма следует считать противопоставления неброских нейтральных и ярких «кричащих» цветов. Эти два архетипа являются как бы «полюсами», вокруг которых группируются различные варианты ЦО.

Серый цвет является неотъемлемой чертой портрета как молодой, так и уже пожилой героини, он сочетается с красками внешности, с цветом лица, волос и глаз.

*The coachman turned his broad red face and his juicy lips answered: «The lady **in gray**, sir?» «Yes, the lady **in gray**», what other ladies were there.* (Bates, 2008: 15).

*Her dress, too, was a sort of Peach **gray**. He noticed two or three silver*

*threats in her **amber-colored** hair. His mother wore a Peach gray dress, with creamy lace made out of little Scriggly roses, round her neck* (Bates, 2008: 28).

Анализ материала показал, что описание нежных пастельных тонов в одежде героинь постоянно встречается в произведениях художественной литературы, и это дало основание выделить архетипы «пастельные тона» для слов ЦО, употребляется при описании женской одежды:

*She was wearing a costume in very **pale turquoise**. She had chosen a rather large blue straw hat, that shaded her face nicely* (Bates, 2008: 46).

Описывая цвета женской одежды, необходимо отметить, что разнообразие цветов и оттенков настолько велико, а мода меняется настолько быстро, что, казалось бы, выявить здесь какие-либо инвариантные противопоставления вообще невозможно. На самом деле топологическое рассмотрение материала позволяет и в этой сфере осмыслить бесконечное число различных ЦО в терминах инварианта и варианта.

*To wait in their **black** silks or satins for the Court to say that Hester might wear her **dark green**, and Juley her **darker maroon*** (Bates, 2008: 40).

*In that confused moment he saw things blurred, as of a spirit-queer effect—the slant of sunlight perhaps on her **violet-gray** frock* (Bates, 2008: 47).

*And suddenly he seemed to see her sitting there in her **gray** dress, fragrant, soft, dark-eyed, graceful, looking up at him* (Galsworthy, 2001: 35).

*In her **gray** frock she made a pretty for old Jolyon against the rosewood of the piano* (Galsworthy, 2001: 165).

*Mouse was wearing a **creasy** high-necked blouse and long **russet** skirt* (Waugh, 1982: 56).

Итак, представленные выше слова и словосочетания, описывающие цвета женской одежды, можно свести к одному архетипу «пастельные, неяркие, приглушенные тона».

В конце XIX начале XX века, когда пастельные тона полностью вытесняют яркие цвета и занимают прочное место в гардеробе английских

средних и высших слоев общества, яркие «анилиновые» цвета в одежде становится признаком дурного вкуса, отсталости, мещанства.

*The silence was broken at length by the arrival of Flossie, splendidly arrived in **magenta and green*** (Waugh, 1980: 46).

*Flossie wore a **violet** frock of knitted wool made for her during the preceding autumn by her sister. It was the **color of indelible ink** on blotching paper, and was ornamented at the waist with flowers of **emerald green and pink*** (Waugh, 1980: 321).

Топологический подход к материалу не представляет строгого механического разнесения всех возможных вариантов по группам. Выделяя основные архетипы, мы находим также большое число градаций между основными «полюсами», своеобразное «поле», проявление количественных изменений «того же» явления. Варианты, входящие в это «поле», иногда могут повлечь за собой изменения, приводящие к возникновению качественного нового, «не того же» архетипа.

2.3.2. Цвет волос, глаз, губ, лица

Рассмотрим архетипы ЦО, характерные для одной из наиболее часто встречающихся ситуаций общения-описания внешности человека. Начнем с анализа тех слов, которые употребляются для обозначения цвета волос в английском языке.

Изучение материала показало, что все разнообразие и многочисленные слова и словосочетания, обозначающие цвет волос человека сводятся к основному противопоставлению светлых и темных волос (*fair hair, dark hair*). Поэтому имеет смысл рассматривать не отдельные слова, а основные противопоставленные друг другу архетипы.

Так например, *sandy, flaxen, amber, ginger, straw-colored hair* и др. с

одной стороны и *chest-nut, black hair, raven locks* с другой.

Противопоставление светлых и темных волос реализуется в английском языке в определенном наборе лексических единиц, т.е. таких слов, которые образуют узуальные, устойчивые, воспроизводимые словосочетания со словом *hair* и другими слова этой тематической группы.

Общеупотребительные слова знакомы практически каждому носителю языка. Но необходимо учитывать, что люди, принадлежащие к различным общественным слоям, обладают своим словарным запасом, пользуются различными ЦО для обозначения и определения примерно одной и той же понятийной сферы. Другими словами одни ЦО известны и понятны одним носителям языка, тогда как другие характерны лишь для определенных слоев общества. Хотя следует отметить, что во многих европейских языках существует отраженная в лексике оппозиция светлых и темных волос, тем не менее, реальное функционирование соответствующих слов этого семантического поля значительно различается, т.к. для каждого языка характерна своя специфическая социолингвистическая ситуация, которая находит выражение в соответствующей эмоционально-оценочной окраске слов.

Так если обратиться к названиям тончайших цветовых оттенков, модных в той или иной период времени, что находит отражение в названиях красок для волос, то бесконечное разнообразие слов, употребляемых в салонах красоты и парфюмерных магазинах, будет проявлением дальнейшего «дробления» того же языкового архетипа – «светлые волосы».

ЦО, встречающиеся в текстах художественной литературы, часто служат выражению индивидуально-авторской оценки.

He was a thin, tall chappie with a lot of light hair like one of the rarer kinds of fish (Wodehouse, 2011: 54).

В регистре художественной литературы архетипы (светлых и темных волос) изменяются и варьируются: *barley-colored* (hair, the color of tabaco) (Bates, 2008: 35), *honey-colored hair* (Braine, 2002: 214) и др. Во всех трех

случаях употребление этих лексических единиц является выражением чисто английских представлений о красивой женщине «стопроцентной англичанке». Таким образом, светлые волосы в художественной литературе являются скорее отражением общественной социолингвистической ситуации вообще, чем индивидуально-авторской оценки. В английской литературе наблюдается тенденция описывать «положительных» героинь как светловолосых:

Quite a lot of people do not like Flora Ackroyd, but nobody can help admiring her. She has the real Scandinavian pale gold hair (Christie, 2000: 206).

Иногда описание черных волос может быть связано с указанием на иностранное происхождение персонажа. Рассматривая реальное функционирование слов ЦО, употребляемых для указания цвета волос, мы убеждаемся в том, что основное противопоставление светлых и темных волос реализуется в речи в многочисленных словах-вариантах.

Рассмотрение материала дало основание полагать, что слова и словосочетания, связанные с понятием «рыжие» волосы создают отдельный архетип в сфере описания цвета волос. В английском языке отношение к рыжим волосам связано со словами *red* и *ginger*, но в художественной литературе данный цвет представлен достаточно сложно и неоднозначно: *beautiful corn red, scarlet hair* (Durrel, 2007: 125).

Рыжие волосы используются писателями как привлекающая черта персонажа, выделяющая его из числа других:

Ylea hair was scarlet in many sausages of brassy gold and jingling stretched from wrist to elbow over the dress (Dickens, 2005: 58).

Несколько сниженное отношение к рыжим волосам проявляется в пренебрежительном оттенке.

Рассмотрев слова, обозначающие цвет волос можно прийти к следующим выводам:

1. На английском языке все многообразные слова, употребляющиеся в

этой понятийной сфере можно возвести к архетипам «светлые», «темные» и «рыжие» волосы.

2. Эти инварианты реализуются в английском языке при помощи определенного лексического «набора» слов ЦО.

3. В речи в зависимости от лексического варьирования существующих в языке узуальных словосочетаний со словом *hair*.

4. Эмоционально-оценочные очертания с конкретными историческими представлениями о цвете волосах, характерными для английского общества.

Рассмотрим теперь слова, употребляемые для описания цвета глаз. Если обратиться к лексикографическому материалу, то можно легко выделить такие общеупотребительные слова как: *blue eyes, brown eyes, green eyes, grey eyes, hazel eyes* и т.д. Эти словосочетания существуют в языке как узуальные, устойчивые единицы. Употребляя такие словосочетания, говорящие в меньшей степени стремятся к точной фиксации и передачи того или иного реального цвета глаз, а скорее имеют в виду глобальное классифицирующее понятие.

Что касается реального функционирования многочисленных слов, обозначающих цвет глаз, в речи, то они могут быть возведены к вышеперечисленным узуальным, «языковым» словосочетаниям, и отношения между ними могут быть описаны в терминах инварианта и варианта.

В данной сфере можно наблюдать создание многочисленных новых лексических единиц, варьирование существующих в языке узуальных инвариантов:

Blue eyes: *misted blue, satin blue, shadow blue, lilac satin, smoky lavender*;

Grey eyes: *grey smoke, satin grey, silver grey, dove grey, misted grey*;

Green eyes: *shadow green, misted green*.

В художественной литературе архетип «голубой» реализуется в таких словосочетаниях, как: *china-blue eyes* (Huxley, 1977: 35), *dark corn-flower blue eyes* (Christie, 2000: 25). Разновидность этого архетипа *pale blue eyes*

приобретает в текстах художественной литературы отрицательную коннотацию. Словосочетание *pale blue eyes* предполагает пустые, ничего не выражающие, бездумные глаза:

*She was over eighty, very untidy and very red; streaky grey hair was twisted behind her head into a horny bun; her eyes were **pale blue**, blank and mad* (Waugh, 1980: 254).

В современной английской литературе достаточно часто проявляется тенденция описывать персонажей, имеющих типично английскую внешность как *fair-haired, blue-eyed*.

Безусловно, мелиоративную коннотацию приобретают в художественной литературе словосочетания *hazel eyes, brown eyes*:

*She had **brown eyes**, the most attractive things in her small face* (Fowels, 1997: 259).

Эти узуальные, клишированные словосочетания варьируются и видоизменяются следующим образом: *golden hazel eyes* (Christie, 2000: 45); *nut-brown eyes, tawny brown eyes* (Lawrence, 1977: 35); *ginger brown eyes* (Bates, 2008: 25) и т.д.

Итак, на примере функционирования ЦО, употребляющихся при описании цвета глаз, мы видим, что в художественной литературе, где постоянно присутствует положительная или отрицательная оценка конкретных слов в конкретных контекстах, на реализацию архетипов влияет не только социально-культурная ситуация, но и литературная традиция, определенные мифологические представления, а также в большей степени индивидуальная авторская оценка описываемого персонажа.

Лексикографический материал позволяет выделить наиболее употребительные слова ЦО, в сфере описания цвета губ, которые группируются вокруг противопоставления архетипов «яркие (красные)» и «бледные губы»: *ruby, coral, cherry, scarlet, rosy, lips, vs pale, ashen lips*.

В современном языке дальнейшие варианты архетипов проявляются в огромном количестве слов и словосочетаний, описывающих цвета губной

помады. В основном они не столько точно передают оттенки цвета, сколько ассоциативная связь конкретных ЦО с психологией, интересами, социальным опытом слоев общества, которые их используют.

Противопоставления *pale/red lips* по разному «нагружены» в языке, т.е. количество слов и словосочетаний, описывающих яркие цвета, во много раз превышает число лексических единиц, употребляемых для описания бледных цветов.

Можно выделить различные подгруппы ЦО, которые различаются по степени связи их значений с референтами, в зависимости от преобладания в них функции воздействия или сообщения. Так, в некоторых случаях можно проследить достаточно четкую связь между словом (словосочетанием) и каким-либо определенным цветом:

Red lips: soft silver red, fire coral, scarlet pink, plum pink, vibrant rose, pink apricot, lilac rose и др.

Pale lips: soft silver beige, cool ambler, smoky beige и др.

В следующей группе примеров функция детализации цвета все больше уступает место функции воздействия: *wild poppy, wild honey, burnt caramel, sugar-and-ice, froasted malt* и т.д. Такие слова ЦО, как *pink, coral, amber, gold* и т.д., в словосочетаниях с оценочными прилагательными приобретают коннотативную окрашенность: *red lips, shocking pink, gay coral, pale lips, glowing amber, cool gold, softly honey* и т.д.

В художественной литературе сфера лексики, связанная с передачей цвета губ, не слишком детализирована. Здесь точность передачи определенного оттенка естественного цвета губ в большинстве случаев выступает характеристикой того или иного персонажа и воспринимается в комплексе с другими чертами его внешности:

The girl twisted her head and slipped David a look up, charcoal eyes, intense red mouth, a thin grimace (Fowels, 1997: 87).

Dead white skin, vivid cyclamen lips, mascara applied lowishly to the eyes (Christie, 2000: 98).

В следующем примере, любясь красивой героиней, автор описывает цвет ее помады при помощи целой фразы:

Mariette, who was busy marking up her lips with a tender shade of pink, not at all unlike the pink of the rose campion, didn't answer (Bates, 2008: 34).

Итак, можно сказать, что архетипы ЦО в области описания цвета губ реализуется в речи в разнообразных лексических вариантах. В художественной литературе большое значение имеет авторская задача, связанная с описанием внешности того или иного персонажа, а также влияние определенных культурно-исторических и литературных традиций, ограничивающих или акцентирующих употребление слов ЦО в этой сфере.

Рассмотрим теперь слова ЦО, которые используются в английском языке для описания цвета лица (*complexion*). В отличие от цвета глаз или волос, цвет лица может быть как постоянным признаком внешности человека, так и быстро изменяющимся в зависимости от его эмоционального состояния.

Что касается слов, употребляемых для описания цвета лица или постоянного признака внешности человека, то они могут быть возведены и противопоставлению архетипов «здоровый» и «нездоровый» цвет лица (*«healthy/unhealthy» complexion*). Это основное противопоставление реализуется в языке следующими прилагательными, образующими узуальные словосочетания со словами: *complexion, face, cheeks*: с одной стороны – *pink(y), rosy, creamy, florid, rubicund, sanguine, ruddy, bronse, red*, и с другой – *white, pale, ashen, sallow, grey(ish)* и др.

Слова *sallow, pale, ashen (grey)* характеризуют «нездоровый» цвет лица и имеют отрицательную оценочную коннотацию. Так, например, *sallow* – (of the human skin or complexion) of an unhealthy yellow color; a face sallow by years of residence in the tropics; *pale* – (of a persons face) having little color, bloodness: «You are looking pale today».

Понятие о «здоровом» и «нездоровом» цвете лица в английском языке связано с представлением о красоте. С развитием и изменением понятий о

«здоровой» и «красивой» внешности изменяются и конкретные слова, которые как бы «наполняют» оппозицию «здоровый – нездоровый» цвет лица.

В художественной литературе *rosy, pink, pink-and-white complexion* связывается со здоровьем и красотой, является достоинством внешности:

*She was perhaps thirty, had a titled nose and a **pink-and-white complexion** (Huxley, 2004: 125).*

*Her appearance of health was her principal claim to beauty: and her **clear, fresh complexion**, in which **white and red** were equally distributed, was, indeed, an excellent thing to see (James, 2010: 123).*

*In the winter before the one we are talking of, she was extremely ill. She emerged in April, **rosy cheeked** as ever but slower in her movements and mind (Waugh, 1980: 135).*

Часто *rosy complexion, pink face* ассоциируются некоторой «детскостью» неопытностью или наивностью персонажей.

*On the other side the serious, **moon-like innocence** of Mary Brackgirdle's face shone **pink and childish** (Huxley, 2004: 142).*

Описывая здоровый цвет лица иногда употребляется слово «ruby»:

*Mr. Mitty's complexion seemed to be permanently rich and **ruby** (Priestley, 2012: 216).*

Слишком красный цвет лица, является признаком болезненного полнокровия, особенно у мужчин, описывается в художественной литературе обычно словами *red and purple* и др.:

*Paul found him smoking a cigar, his big red hands folded before him, his big **red** face both defiant and disconsolate (Waugh, 1980: 35).*

*His face looked very **red** above his stiff white collar (Waugh, 1982: 56).*

Такие слова, как *sallow, pale, grey (-ish)* используются для описания «нездорового» цвета лица:

*The color rushed into Bossinney's face, but soon receded, leaving it **sallow-brown** as before (Galsworthy, 2001: 148).*

*The man, young, spectacled, **pale-faced**, carried a black brief-case under his arm* (Bates, 2008: 21).

*With that air, which seemed so natural on his **grey sharp face**, of being dispassionately impersonal, «You are afraid of healthy criticism» – Judd would tell him* (Huxley, 1977: 122).

*His face was **sallow**, sad, essentially, daunted-looking.* (Lawrence, 1977: 176).

Говоря о словах, описывающих цвет лица, нельзя конечно, не принимать во внимание тот факт, что с течением времени изменяется понимание здорового и красивого цвета лица, что эти понятия являются социально-обусловленными, что они сильно отличаются в различных слоях общества. Достаточно вспомнить знаменитое рассуждение Н.Г. Чернышевского, согласно которому румяная девушка покажется красивой и здоровой крестьянину, тогда как в высшем свете критерием красоты будут бледность и болезненность.

Лексика по сравнению с другими уровнями языка быстрее реагирует на развитие общественной жизни, отражая изменение понятий и предложений, поэтому можно проследить, как с течением времени, изменяются слова, описывающие цвет лица, как одни слова как бы входят в противопоставление «здоровый/нездоровый» цвет лица, другие исчезают, перестают употребляются для описания цвета лица. Так, например отдельные произведения начала XX века отличаются по лексическому характеру описания цвета лица, в них употребляется в основном слова *dark, fair, brown*:

*I have always forgotten to ask you, what is your favorite complexion in a man. Do you like them **dark or fair**?* (Austen, 2016: 132).

*I hardly know. In ever much thought about it. Something between both, I think: **brown, not fair, and not very dark*** (Austen, 2016: 135).

*Tall, fine bust, sloping shoulders, long graceful neck; olive complexion, **dark and clear*** (Bronte 2013: 340).

Необходимо также подчеркнуть, что некоторые ЦО в этой ситуации

общения имеют особую социолингвистическую нагрузку. Так, слова *white*, *fair (complexion)* приобретают специфическую социальную значимость, когда они указывают на принадлежность какому-либо иному цвету кожи. Например, в романе Е.М. Форстера «Путешествие в Индию», в котором события разворачиваются на фоне конфликта между английскими колонизаторами и коренными жителями. Поэтому в этом произведении социальная нагрузка словосочетаний *white (fair complexion)* чувствуется особенно остро:

*The Collector could not speak at first his face was **white**, fanatical, and rather beautiful – the expression that all **English faces** were to wear at Chandrapore for many days* (Forster, 2003: 56).

*He was elderly and winen with a grey moustache and grey-blue eyes and his complexion was as **fair Europeans*** (Forster, 2003: 156).

В современном языке развивается лексика, описывающая загорелое лицо, а слова, как *tanned*, *sun-tanned* становятся все более употребительными. Если раньше считалось, что загорелое лицо свидетельствует о тяжелой работе на открытом воздухе, и поэтому является признаком вполне определенного социального положения, то в последние время в европейской культуре загар стал показателем престижа, даже достаточно высокого социального статуса, признаком того, что человек может позволить себе проводить отпуск где-нибудь на курорте.

Словосочетание *tanned face (complexion)* приобрело положительную оценку:

Something about her, perhaps just the exotic hair and the darkness of her tan, was faintly negroid, aboriginal andogynous (Fowels, 1997: 235).

Рассмотрим теперь слова, описывающие изменение цвета лица в зависимости от эмоционального состояния человека. Здесь основное противопоставление будет выражаться словами *white*, *red*, *pink*, *crimson*, *scarlet*, *purple* и т.п.:

*“Wait!” he whispered back, angrily, his face **white**, **red**, then **white** again.*

(Bradbury, 1990: 29).

*Peter, **deadly white** had left the restaurant* (Waugh, 1980: 230).

*His face turned **ashen** at the news* (Lawrence, 1977: 200).

Замешательство, стыд, возмущение, раздражение – описание таких эмоций связано, конечно, прежде всего, с изменением физического состояния человека и, соответственно, цвета кожи лица, то есть непосредственно обусловлено конкретным цветом. «Набор» ЦО, употребляющихся для выражения этих состояний, достаточно определен и включает следующие слова: *red, pink, crimson, scarlet, purple*. Например:

*Red: «Cherry», he roared, his face a deep **red** with rage, «Where is that boy!»* (Durrel, 1980: 123).

*His huge face flushed **red** with wrath* (Durrel, 1980: 124).

*«Worris colored a most uncomfortable **red**»* (James, 2010: 125).

*Hollys father's sallow face had become suffused with **pink*** (Galsworthy, 2001: 58).

*Her eyes sparkled, her face flushed **pink*** (Lawrence, 1977: 184).

*He started to get **pink** in the ears, and then in the nose, and then in the cheeks till in about a quarter of a minute he looked pretty much like and explosion in a tomato cannery on a sunset evening* (Wodehouse, 2011: 148).

*He turned **the color of tomato juice*** (Bates, 2008: 45).

Необходимо отметить, что даже внутри такой сферы употребления ЦО, как описание цвета лица, существуют определенные различия между словами, описывающими «постоянный» цвет лица, характерный для человека и цвет лица, изменяющегося в зависимости от эмоционального состояния.

Несомненно, что такие слова как *red* и *pale* могут употребляться и в том и другом случаях; использование ЦО в этих сферах в большей степени «перекрещивается». Однако определенная часть ЦО встречается либо в первом, либо во втором случае. Еще раз подчеркнем, что архетипы «здоровый» и «нездоровый» цвет лица являются достаточно устойчивыми,

но их конкретное лексическое наполнение, т.е. лексические варианты и связанные с ними ассоциации и коннотации, изменяются в зависимости от меняющихся представлений о здоровой, красивой внешности человека.

2.4. Архетипы цветообозначений, используемые при описании природы

ЦО, употребляющиеся в сфере описания природы, очень часто встречаются в художественной литературе.

В этой сфере экстралингвистической реальности – краски ландшафта, зависящие от сезонных изменений в природе, от смены погоды, от времени суток и т.д. в гораздо большей мере определяют развитие лексического ряда ЦО. Слова ЦО в данной ситуации общения оказываются менее коннотативными, эмоционально окрашенными. Выделяя наиболее употребляемые ЦО со словами *sky, sun, moon, flowers* и т.д., нельзя не отметить, что архетипы, определяющие функции ЦО в этой сфере, значительно отличаются от архетипов, рассматриваемых выше.

Прежде чем перейти к анализу материала, необходимо отметить особое отношение англичан к природе, которые сознательно культивируют любовь к природе и животным, пропагандируя ее через различные формы охраны природы и животных.

Несмотря на то, что Великобритания является одной из наиболее урбанизированных стран Европы, любовь к природе, стремление к жизни в сельской местности, в постоянном контакте с природой является отличительной чертой английского характера. Именно это обстоятельство делает топологическое изучение ЦО в этой ситуации общения особенно важным.

В материале художественной литературы, выбранном для рассмотрения в данном разделе, содержались несколько произведений, в

которых описывается природа южных стран. При отборе литературы мы, прежде всего, старались включить только прозаические произведения широко известных авторов, признанных мастеров стиля. Это книги Дж. Дарелла, где рисуется природа Аргентины и Греции, произведения Форстера посвященные Индии и Италии. Это позволило нам сравнить не только описание природы Англии и южных стран, но и слова ЦО, встречающиеся в обоих случаях.

Для англичан разграничения понятий «родная» и «экзотическая» природа достаточно существенно, также как и вообще разграничения всего «чисто английского» и «иностранныго». Если краски природы Великобритании составляют часть повседневного опыта англичан, то природа южных стран представляется им чем-то экзотичным, она чужда привычному к спокойным краскам английского пейзажа глазу. Поэтому неудивительно, что в художественной литературе писатели склонны к более подробным описаниям. Следствием этого является значительное большее лексическое разнообразие, большая вариантность ЦО в случае описания «неанглийской» природы. Привычные краски Англии, являющиеся частью повседневного опыта ее жителей, видимо не нуждаются в подробной лексической детализации. Природа южных стран ярче, ее краски более изменчивы, контрастны.

Однако это не означает, что при описании английской, родной природы писатели употребляют ЦО, описывающие «тусклые», приглушенные слова или наоборот. В художественных произведениях содержится большое количество примеров, где писатели описывают яркие краски родного пейзажа, употребляя соответствующие ЦО.

Однако в плане топологического анализа материала, важно, прежде всего, разграничить традиционное социально-обусловленное восприятие, объективно отраженное в художественных произведениях, которое является основой для выделения соответствующих архетипов, и индивидуально-авторское видение и восприятие красок природы. Описание природы в

художественной литературе неразрывно связаны с авторским замыслом, подчинены осуществлению определенной художественной задачи. Глаз художника остро воспринимает тончайшие нюансы, малейшие изъяны состояния природы, видит мир иначе.

В художественной литературе индивидуально-авторское как бы «накладывается» на социально-обусловленное восприятие природы, а иногда эти два пласта находятся в сложном переплетении. Часто употребляемыми словами здесь являются *grey, blue, leaden, white*. Например:

*A heavy, sky seemed to cover the world with **the grey whiteness of a whitewashed ceiling*** (Galsworthy, 2001: 67).

*The morning came with a high, **grey** London sky* (Galsworthy, 2001: 24).

*It was early in the morning the still rim of the window in closed a **grey** cold sky* (Waugh, 1980: 28).

*The grey horizon faded indistinctly into the **grey** sky* (Waugh, 1980: 169).

*The wind was in the north, it was cold clear, very **blue** sky, heavy ragged **white** clouds chasing across the river, **blue**, too, throw the screen of **golden** trees – an early autumn* (Galsworthy, 2001: 67).

*A poplar pierced up into the **dark-blue** sky and touched a **white** star there* (Galsworthy, 2001: 35).

В приведенных выше примерах доминирует социально-обусловленное, объективизированное восприятие. С другой стороны, как в следующих примерах из рассказа Хаксли появляется индивидуально-авторская оценка, необычное, оригинальное видение художником родной природы, созвучное с настроением и стилем данного произведения:

*Next day the sky was **longer blue** but opaque lay **white*** (Huxley, 2004: 56).

*The sky went **momentarily whitish-mauve** behind him as he stood there in the open doorway* (Huxley, 2004: 56).

Одни и те же слова ЦО воспринимаются по-разному, в зависимости от того, в рамках какого из архетипов, они функционируют. В следующем примере с ЦО *indigo, cooper, oxblood, red*, они характеризуют передачу

мимолетных тончайших оттенков неба. Например:

*The month was September, the time was eight o'clock, the weather was unsettled with a sky mottled with **indigo, copper, a tinges of oxblood red*** (Braine, 2002:78).

Если говорить о реализации противоположного архетипа «яркие краски», то здесь мы встречаемся с большим разнообразием лексических вариантов. Наиболее характерны слова: *bright blue, flax blue*. Например:

*The cypress-trees undulated gently in the breeze, as if they were busily painting the sky a still **brighter blue** for our arrival* (Durrell, 2006: 99).

*Eventually the warm wind and the rain of winter seemed to polish the sky, so that when January arrived it shone a **clear, tender blue** ...* (Durrell, 2006: 86).

*«Look at that sky, Charley», – Pop said and indicated with the tip of an unlighted cigar the exquisite expanse of all heaven, **blue as flax-flower*** (Forster, 2003: 45).

He re-embarked at Alexandria-bright blue sky, constant wind, clean coast line... (Forster, 2003: 87).

Интересно, что слова, которые в описаниях английской природы показались бы выражением «экзотического», оригинального, индивидуально-авторского видения, воспринимаются как «нормальное», объективное повествование при описании южной природы: особенно это чувствуется в произведениях Доррелла, который будучи талантливым писателем, все же стремился к определенной «научной» объективности. В своих книгах, написанных о животном мире и природе других стран, мир которых можно было бы определить как среднее между чисто художественными произведениями и рассказами о путешествиях и путевыми заметками. Например:

*The sky was now a **white dying blue with pink and green thumb-smudges of cloud*** (Forster, 2007: 46).

*The sky was turning **pink and green** as it got towards sunset time and apart*

from faint whisper of the see, the wind was silent and peaceful (Forster, 2007: 90).

*This game was conducted so silently and so gracefully, that it was a delight to watch, and their agile bodies were well set off against the **green** sky, the **yellow-flowered** bushes and the **pink** paper* (Forster, 2007: 78).

*It was about five in the morning, and from my bed I was watching the sky turn **green** with dawn* (Forster, 2007: 89).

*There were a few streaks of **bluish-green** among the clouds, a few patches of watery light upon the earth and then the facade of San Miniato shone brilliantly in the declining sun* (Forster, 2007: 34).

При описаниях ландшафта наиболее устоявшимся и традиционным можно считать словосочетания *green fields*, которое в сознании англичан ассоциируются с известной строфой из стихотворения английского поэта XIX века A.N. Clough:

Green fields of England! Wheresoe'er Across this watery waste we fare Your image at our hearts me bear...

ЦО, употребляющиеся при описании воды, рек, морей, озер могут быть сведены к словосочетаниям *blue water* и *green water*, когда речь идет об английской природе, например:

*Then, as its engine throbbed and it drew away across the **dark-blue** water, our there friends stood out against the multi-colored background* (Durrell, 2006: 95).

*They swept the beach with **steel blue** and diamond-tipped water* (Durrell, 2006: 96).

Перейдем к словам, описывающим цвета небесных светил, краски утренней и вечерней зари. Описания солнечного восхода и заката обычно более эмоциональны и поэтичны, чем описание воды и ландшафта. В них особенно явно на первый план выступает индивидуально-авторское видение. Для них характерно большое количество коннотативных, часто окказиональных словосочетаний. Например:

*The sun rose, pare of **yellow** and **green** fell on the shore, **gilding** the riba of the boat and making the sea-hotly and its mailed leaves gleam blue as steel* (Woolf, 1978: 54).

*Outside the sun was shining, **pale** but warm, the color of Demerara ram* (Braine, 2002: 23).

Еще более необычные, коннотативные словосочетания встречаются при описании «экзотической» природы:

*We set off eventually, full of brandy and coffee in the **pale daffodil-yellow** dawn light and headed towards the place where penguins were to be found* (Durrell, 2007: 40).

*The sky was **gold**, and the ground all **blue*** (Forster, 2004: 87).

Особенно интересно проследить, какие ЦО употребляются обычно в описаниях растений и цветов. Известно, что садоводство, выращивание цветов и растений, довольно распространенное «хобби» в Англии.

Выставки цветов и растений, выращенных любителями, очень популярны и собирают большое число посетителей. Интерес англичан к садоводству обуславливает наличие большого и хорошо разработанного слоя лексики, описывающей цвет растений. Существует даже специальный словарь ЦО, выпущенный английским обществом садоводов и насчитывающий более двух тысяч названий тончайших оттенков. Конечно, такой словарь является по существу терминологическим и выходит за рамки нашего исследования. Однако разработанность специальной терминологической лексики повлияло на большую вариантность ЦО в этой сфере, в общем языке, в стиле художественной литературы. Причем, и в области описания растений цветов также наблюдается различие между «родной» и «экзотической» природой:

*The green garden path, the tufts of flowers, **purple** and **white** columbines and great oriental **red** poppies with their **black** chaps, tall and **yellow** this flamy garden which had been a garden for thousand years* (Lawrence, 1977: 40).

The ground beneath the olive-trees was flushed, magenta and wine-red with the flowers of cyclamen (Durrell, 2006: 45).

Сравнение описаний природы можно рассматривать и дальше, выявляя все новые и новые различия между двумя архетипами. Однако, из приведенного материала, понятны особенности реализации архетипов ЦО при описании природы.

Концептуальная обусловленность архетипов, их прямая связь с экстралингвистической реальностью осложняется социально-обусловленным восприятием природы, «накладывается» индивидуально-авторское отношение, оригинальное видение художником окружающего мира, влияние литературной традиций, авторский замысел, подчиненность конкретных слов ЦО, совокупность с другими языковыми средствами воплощения определенной художественной задачи.

2.5. Некоторые цветообозначения в рамках этимологического и социальнокультурных аспектов

Цвет имеет огромное значение в жизни современного человека. Зачастую от него напрямую зависит настроение, эмоции и даже физическое самочувствие. Цвет и мода, цвет и маркетинг, цвет и психо-диагностика, цвет и стресс, цветовая символика – этот ряд можно продолжать и продолжать, и понятно, почему столь популярны исследования в области цвета у психологов, особенно прикладников.

Однако, исследуя те или иные аспекты, специалисты зачастую игнорируют глубинный исторический и культурный опыт человека. Какую бы психофизиологическую основу не имел цветовой язык, на него неизбежно наслаиваются традиции и обычаи народа. Разумеется, есть ряд универсальных явлений, связанных с общечеловеческой наивной картиной

мира. Однако можно говорить и о наличии национальных особенностей, присущих только данной культурной общности людей.

2.5.1. Особенности обозначений «синий» и «голубой» цветов

Сопоставляя системы ЦО в разных языках, исследователи неизменно отмечают особенность русского и некоторых других языков, в которых для области *синего* цвета существует два основных названия – *синий* и *голубой*.

Соответственно, если в других индоевропейских языках группа основных ЦО включает 11 слов, в русском языке она состоит из 12. С точки зрения смысла *голубой* можно рассматривать как вариант *синего* (голубой – светло-синий), точно так же, как, например, *розовый* принято считать вариантом *красного* (розовый - светло-красный).

Начнем с этимологических сведений. Прежде всего, следует отметить, что лингвисты единодушно признают значительно более древнее происхождение слова *синий* по сравнению с *голубой*. Согласно словарю Фасмера русск. *синий* восходит к др.-инд. *суатас* ‘темный, черный’. Действительно, на ранней стадии развития языка понятия ‘черный’ и ‘синий’ не различались. В литературе XI в. во многих случаях *синий* еще передает значение просто темного цвета, и имеет довольно узкую сочетаемость (водные источники и некоторые природные явления).

Отметим странную попытку связать происхождение слова *синий* со словом *таусинный* (или *тиусинный*), которое, действительно, имело хождение в русском языке в значении ‘темно-синий’ с вишневым отливом.

В истории русской бытовой культуры *синий* цвет занимает особое место. При этом нельзя не заметить, что слов, выражающих оттенки *синего*, существовало значительно меньше, чем терминов, относящихся к *красным*, *желтым* или *зеленым* оттенкам цвета.

И вот здесь уместно обратиться к памятникам фольклорной культуры России. Их анализ показывает, что *синий* цвет обычно наделялся магическими свойствами. Прежде всего, он был связан с водой, которая, в свою очередь, считалась в древности местом, где таятся злые, враждебные человеку силы (Никулина, 1988).

Вода издревле осознавалась как стихия, связанная со смертью и с загробным миром. Так же понималось и синее. Не случайно одним из центральных обрядов в христианстве является крещение водой, символизирующее смерть и воскресение в истинной вере.

С синим цветом связано множество обрядов и суеверий. Известно, например, что Иван Грозный панически боялся людей с синими глазами, считая, что такой человек обладает большой магической силой и поэтому может сглазить. Черт в русском языке табуистически обозначался как *синец*. У южных славян *синеглазый* человек обладал способностью лечить некоторые болезни. Не удивительно также и то, что *синий* цвет встречается в траурных народных костюмах, наряду с черным.

Интересно, что в начале XIX в. была тенденция называть любые цвета с оттенком синего общим названием «Странные цвета». Эти цвета пользовались популярностью в зажиточных кругах, но встречали негативную реакцию в народе (Кирсанова, 2000).

Итак, из-за культурно-исторических коннотаций сфера применения синего цвета была довольно ограничена. Если говорить об одежде, то его чаще можно было увидеть в форменной одежде, чем в модной. Особой униформой служили придворные наряды фрейлин, статс-дам или гофмейстерин. Отмеченность синего цвета видна из такого примера. Только наставницы великих княжон носили синие бархатные платья и на балах оказывались единственными дамами, одетыми в синее. А вот малиновые, зеленые или пунцовые «мундиры» других придворных дам не так бросались в глаза в бальном зале, поскольку эти цвета носили и другие женщины, в платьях не придворного покроя (Кирсанова, 1995).

Если некоторые цвета (в особенности красный) подчеркивают индивидуальность, то синий, наоборот, унифицирует, сглаживает все различия, и поэтому до сих пор весьма активно используется для изготовления униформы и спецодежды. Темно-синие джинсы появились вначале в качестве спецодежды для строителей. Пожалуй, единственным исключением, когда для униформы был выбран голубой цвет, была униформа российской жандармерии.

Говоря о синем цвете, нельзя не учесть и характер красителя, используемого для его получения. В России синий цвет получали из растения «синиль». В Европе использовались различные местные красители, но уже в средние века на рынки Европы в значительном количестве стал поступать новый дорогой, но качественный индиго. Но если не менее дорогой красный краситель, пурпур, имел, в общем-то, счастливую судьбу, то с индиго все было не так просто. Защищая интересы традиционного местного синего красителя, власти в Германии, например, в 1777 году издали указ, объявляющий импортное индиго «дьявольской краской». С церковных амвонов провозглашается, что каждый пользующийся этим «соблазном сатаны» будет осужден гореть в геенне огненной (Супрун, Филановский, 1990). А поскольку Германия исторически была основным поставщиком в Россию новых технологий и товаров с Запада, конкурентная борьба между «индиго» и своими традиционными красителями, осложненная еще и церковным проклятием, могла только добавить отрицательных эмоций в отношении русских к синему цвету.

Итак, по самым разным причинам синий цвет у русских в течение долгого времени сохранял в целом отрицательную коннотацию. Однако сказанное относится именно к синему, точнее, темно-синему цвету. Светлый оттенок синего цвета, напротив, был весьма распространен, в том числе, составляя основу праздничной простонародной одежды (наряду с красным).

Как бы то ни было, потребность в назывании светло-синего оттенка словом, не связанным напрямую с термином синий, становилась очевидной.

Ответом на этот вызов реальности и стали слова, выражающие голубые оттенки. Если синий ассоциативно связывался с водой и имел, как мы говорили, отрицательную коннотацию, то с голубым цветом – цветом неба – коннотация могла быть только положительной. Соответственно, положительную окраску имели и слова, обозначающие голубой оттенок.

Характерно, что частота слов «темно-синего ряда» (синий, таусинный) была всегда существенно меньше, чем частота слов «светло-синего ряда» (лазоревый, голубой). Даже сейчас, когда изначальный символизм цветов в сознании носителей языка существенно стерся, и слово синий стало играть роль основного термина для данной части спектра, частота употребления слова голубой лишь немногим уступает частоте слова синий. Кстати, это нарушает известное историческое правило: слова более древнего происхождения, если они остаются в языке, относятся к числу наиболее употребительных слов.

С этимологией самого слова ситуация совсем не так ясна, как со словом синий. По одним данным, оно образовано от голубь. Причем речь идет не об основном фоне оперения обыкновенного голубя (он, как известно, серовато-сизый), а о специфическом отливе шейных перьев. Более точным был бы термин голубиное горло, который, кстати, одно время, действительно, употреблялся в языке. Впоследствии, как это часто бывает, термин был усечен. По другим данным, наоборот, цвет был вначале, а название птицы – производное от него. Еще в XIV-XV вв. слово голубой сохраняло это свое значение. Впоследствии оно постепенно обрело свое нынешнее значение ('цвет ясного неба', 'светло-синий'). По непонятным причинам именно в этом значении слово стало очень употребительным и закрепило за собой вполне определенный участок спектра. Более того, оно вошло в состав основных слов-ЦО в русском языке.

Различие в отношении к синему и голубому отразилось в русских идиомах и поговорках: *синий чулок, но голубая мечта, голубое свечение в конце тоннеля (у умерших), блюдечко с голубой каемочкой*. Правда, есть еще

синяя птица. Птица счастья – дело, конечно, хорошее, но ведь это из перевода сказки Меттерлинка. Отношение европейцев к синему цвету очевидно отличается от принятого в России. Прочитируем известный трактат И. Гете «К учению о цвете»: «Подобно тому, как охотно мы преследуем приятный предмет, который от нас ускользает, так же охотно мы смотрим на синее, не потому, что оно устремляется в нас, а потому, что оно влечет нас за собою».

Вполне терпимое отношение европейцев к синему цвету проявляется, например, в мифах, где он чаще всего символизирует божественное проявление, цвет загадочности и ценности. В синий цвет одеты обычно маги и волшебники.

Необходимо отметить, что в английском языке существует несколько выражений со словом *blue*, которые имеют выраженный отрицательный смысл. Например, *to be in the blue* ‘грустить, быть в подавленном состоянии’; *came out of the blue* ‘как гром среди ясного неба’. Америка подарила миру самое печальное направление в музыке – *blues*; блюз не что иное, как грусть доброго человека. Однако 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 и одновременно снижает пульс и ритм дыхания; он успокаивает и расслабляет, иногда даже чрезмерно.

В подавляющем большинстве флагов мира присутствует именно синий цвет, который, как считают, символизирует свободу, объединение, принадлежность к большому целому.

Российский торговый флаг, положенный в основу нынешнего российского флага, включал в себя изначально голубой цвет. Существует несколько гипотез по символике трех цветовых полос, составляющих флаг. По одной гипотезе, они олицетворяли три основных сословия, составлявших российское общество: наверху дворянство (белый), далее мещане,

разночинцы (синий или голубой – здесь нет однозначного обоснования), и внизу – крестьяне, народ (красный).

По другой гипотезе, три полосы флага олицетворяют три славянских народа (белорусы = белый, украинцы = голубой и русские = красный). В этой трактовке средняя полоса должна быть голубой, что называется, по определению: именно этот цвет связан с украинской национально-государственной символикой исторически.

2.5.2. Особенности обозначений «черный» и «белый» цветов

Для английского языка (отражающего культуру и общественное сознание говорящего на нем коллектива) вообще характерно традиционное соотнесение черного цвета с чем-то плохим, а белого – с хорошим, причем под влиянием американского варианта английского языка оно получило в британском дополнительную актуализацию. Поэтому составные номинативные группы с прилагательным *black* имеют негативные коннотации, а прилагательное *white*, как правило, входит в состав номинативных групп, имеющих положительные оттенки значения.

Действительно, *black sheep* (черная овца), *black market* (черный рынок), *blackmail* (шантаж (букв, черная почта), *Black Gehenna* (черная геенна), *black soul* (черная душа) – во всех этих случаях *black* ассоциируется со злом; к тому же это цвет траура, цвет смерти: *black dress* (черное платье), *black armband* (черная нарукавная повязка).

Напротив, *white* – цвет мира (*white dove* – белый голубь, символ мира), цвет свадебного платья невесты, цвет всего хорошего и чистого. Ср. у У. Блейка в стихотворении «The Little Black Boy» («Черный мальчик»): *And I am black but Oh, My soul is white* (Я черный, но душа моя бела (Пер. С. Степанова).

Даже когда *white* сочетается с существительным, явно обозначающим нечто плохое, *white* смягчает, облагораживает негативное значение последнего: *white lie* – ложь во спасение, морально оправданная ложь (ср. русское черная зависть - белая зависть).

Вообще метафорические значения белого и черного цветов в русском языке совпадают с английским: черная душа, черная весть, черный день, черный глаз, черный враг. Интересное культурное различие, обусловленное, по-видимому, климатом: русские откладывают, берегут что-либо жизненно важное на черный день, а англичане – на дождливый: *against a rainy day*.

Специфика употребления словосочетаний *white man* и *black man* в наши дни неожиданно получила весьма острое звучание. В связи с растущей ролью английского языка как международного языка-посредника, а также в связи с освобождением народов Африки от колониализма и ростом их самосознания специфическая метафорика черно-белых обозначений привлекла к себе пристальное внимание африканцев. Как указывает Али Мазруи, автор работы «Политическая социология английского языка», африканская общественность озабочена «пережитком расизма в современном английском языке» – тем, что, употребляя слово *black* с отрицательными коннотациями, а *white* – с положительными, говорящий не осознает «уходящей корнями в прошлое расистской традиции, которая ассоциирует черное с плохим, а белое с хорошим».

Али Мазруи связывает эту традицию с распространением христианства, изобразившего дьявола черным, а ангелов белыми. Он приводит многочисленные примеры из Библии и классической английской литературы, которые задевают достоинство чернокожих и поэтому представляют особые сложности при переводе на африканские языки. Так, Порция в «Венецианском купце», обсуждая претендентов на ее руку, среди которых, помимо английского барона, немецкого герцога, французского вельможи, был и принц из Марокко, категорично заявляет:

If he have the condition of a saint and the complexion of a devil, I had rather

he should shrive me than wive me (Будь у него нрав святого, а лицо дьявола, так лучше бы он меня взял в духовные дочери, чем в жены (Пер. Т. Щепкиной-Куперник).

Переводчик был вынужден заменить «цвет лица» (complexion) на «лицо», чтобы избежать обидного намека на цвет кожи.

По мнению автора исследования, необходимо срочно принять какие-то меры в отношении метафорики ЦО в современном английском языке, поскольку он является наиболее законным и вероятным кандидатом на универсальное применение, а черные естественные носители этого языка, по-видимому, в ближайшее время количественно превзойдут белых носителей.

Разумеется, при этом не имеются в виду изменения типа whitemail (при blackmail ,шантаж, вымогательство') или white или brown market (при black market ,черный рынок'), однако сознательное отношение к пережиткам расизма в английском языке, создание новых альтернативных метафор хотя бы для африканских вариантов английского способствовало бы укреплению его позиций и популярности. Али Мазруи призывает африканцев к критическому и активному восприятию английского языка, к изживанию в нем расизма («deracialization of English»).

Так социо-культурная обусловленность языкового явления под влиянием изменившихся условий жизни превратилась в острую политическую проблему. Именно отсюда началось мощное идеологическое и культурное движение, получившее название «political correctness».

Приведем еще примеры социо-культурно обусловленных словосочетаний:

He really loved to have white men staying on the place... And she was fascinated by the young gentlemen, mining engineers, who were his guests at times. He, too, was fascinated by a real gentleman. But he was an old-time miner with a wife, and if a gentleman looked at his wife, he felt as if his mine were being looted, the secrets of it pried out. (Lawrence, 1977: 45).

Все атрибутивные словосочетания в этом отрывке социокультурно

обусловлены. Соотносимые между собой предметы и понятия реального мира естественно сочетаются в сознании говорящего и отражают его социальный опыт. В основе языковой структуры *real gentleman* лежит социальная структура, морально-этический кодекс, традиционно сложившийся в сообществах, говорящих по-английски. Точно так же словосочетание *old-time miner* предполагает наличие социальных факторов, без знания которых нельзя ни создать данное словосочетание, ни понять его. Именно поэтому основным условием коммуникации считается фоновое знание, то есть знание реалий и культуры, которым взаимно обладают говорящий и слушающий.

Выводы по ГЛАВЕ II

Рассмотрение морфологических, семантических и стилистических особенностей слов обозначающих цвет, являющихся частью лексической системы английского языка, показало, что в языке реально существует огромное число разнообразных ЦО, далеко выходящих за рамки «основных цветов».

Были выявлены наиболее продуктивные словообразовательные модели, их соотношение в лексикографическом и речевом материале, а также их относительная продуктивность в каждом из изучаемых функциональных стилей.

Выяснилось, что для функционирования ЦО как слов языка, наиболее важно исторически обусловленное отражение определенного отрезка спектра в сознании говорящих.

Были изучены три наиболее распространенные ситуации, в которых чаще всего употребляются ЦО, а именно: описание внешности и одежды человека и природы. Так при описании внешности человека рассматривались

архетипы ЦО и их варьирование при описании цвета волос, цвета глаз, цвета губ и цвета лица.

Рассматривая архетипы ЦО при описании одежды выяснилось, что принципиально невозможно четко разграничить все наблюдаемые в нем реальные явления и объединить их в определенные классы и группы.

Из сказанного следует, что слова, обозначающие цвет, представляя собой открытую систему, используются говорящими не случайно. Их употребление в речи подчинено достаточно четким закономерностям, которые отражают инвариантно-вариантные отношения в лексике. В зависимости от сферы употребления ЦО ведут себя по-разному и объединяются в сознании говорящих в разные архетипы, причем не по логическому признаку. Ведущую роль здесь играют социально-культурные факторы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цветовая Картина Мира как и Лингвоцветовая Картина Мира являются частью Концептуальной Картины Мира, что обуславливает важность лингвокультурологических аспектов цветообозначения.

Существуют принципиальные различия между предметно-тематической классификацией ЦО и языковедческим изучением лексического ряда ЦО как конкретных слов языка, существующих в конкретных речевых текстах.

Рассматриваемые морфологические, семантические и стилистические особенности ЦО подтверждают, что в речи реально существует огромное количество разнообразных ЦО, выходящих далеко за рамки «основных цветов», и если часть этих слов входит в основной словарный фонд языка, то другие, новые ЦО постоянно создаются как в художественной литературе, так и в рекламе, а третьи постепенно выходят из употребления. Для образования ЦО используются определенные словообразовательные и синтаксические ресурсы языка.

Однако при более глубоком и всестороннем анализе переходим на ЦО, становится ясно, что применение традиционных методов лексикологического анализа явно недостаточно. Изучение лексических свойств ЦО представляется возможным вести в терминах инварианта и варианта, т.е. необходимо обратиться к топологии и уяснить понятие «архетип».

Обозначающие цвет слова, представляют собой открытую систему, в которой практически невозможно установить конечное число элементов.

В зависимости от сферы употребления ЦО ведут себя по-разному и объединяются в сознании говорящих в разные архетипы, причем не по логическому принципу: «основной» цвет и близкие к нему цвета. Ведущую роль здесь играют факторы социальные.

Как показало исследование, можно выделить определенные архетипы, которые организуют лексику, используются в сферах описания внешности,

одежды человека и природы.

Топологический подход позволяет отчетливо понять тот факт, что функционирование ЦО как слов языка, а не логических категорий, важно не столько то, какой физически реальный цвет описывается. Одно и то же слово может входить в различные архетипы и по-разному осмысляться, в зависимости от того, в рамках какого архетипа оно употребляется в данном случае. Так в словосочетаниях *yellow hair* и *yellow leaves*, *yellow skin* и *yellow sweater*, присутствуют совершенно различная оценочная коннотация. В словосочетаниях *pink complexion* и *pink dress*; *red hair*, *red cheeks* и *red lips* одно и то же слово описывает физически различные цвета и т.д.

До сих пор ЦО рассматривались как слова, которые могут быть легко соотнесены с конкретными референтами – отдельными участниками спектра. Проведенное исследование показало, что ЦО представляют собой значительно более сложные лексические единицы, значение которых определяется в значительной степени историческим опытом данного языкового коллектива, зафиксированном в языке, т.е. очевидно детерминирующая роль социокультурных факторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алимпиева Р.В. Микрогруппа слова «алый» в структуре ЛСГ цветowych прилагательных со значением красного тона // Исследования по семантике. – Уфа, 1986. – С. 58-67.
2. Ахманова О.С., Полубиченко Л.В. Дифференциальная лингвистика и философская топология Вопр. языкознания, 1979г. – №4. С. 46-56.
3. Баркова Н.Б. Особенности номинации в английской рекламе. Сб. науч. трудов в МГПИИЯ им. М. Горького, 1981. – Вып. 171. – С. 36-45.
4. Бахилина Н.Б. История цветообозначений в русском языке. – М.: Наука, 1975. – 288 с.
5. Бахилина Н.Б. История цветообозначений в русском языке / Отв. ред. В.П. Филин. – М.: Наука, 1975. – 288 с.
6. Брагина Н.А. Лексика языка и культура страны. – М: Русский язык, 1981. – 176 с.
7. Бурлак А.И. Фразеологические единицы с компонентами-прилагательными, выражающими понятие цвета в современном английском языке: автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 1955. – 16 с.
8. Василевич А.П. «Психологическая значимость» слов-цветообозначений в разных языках.- В кн: Экспертные исследования в психолингвистике. – М.: Наука, 1982. – С. 65-75.
9. Василевич А.П. Цветонаименования как характеристика языка писателя (К методике исследования) // Лингвистика текста и стилистика / Под ред. П. Аристэ, Х. Лийн. – Тартуский государственный университет, 1981. – С. 135-143.
10. Василевич А.П. Этимология цветонаименований как зеркало национально-культурного сознания // Наименования цвета в индоевропейских языках: Системный и исторический анализ. – М., 2007. – С. 9–28.

11. Власова Е.А. Символика цветообозначений в британском и американском вариантах английского языка : автореф. дисс. ... канд. филолог. наук : 10.02.04. – М., 2008. – 24 с.
12. Герасимов Г.И. Прилагательные, обозначающие цвет. – Русская речь, 1969. – №3. – С. 27-35.
13. Гуревич М.М. Цвет и его измерение. – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1950. – 267 с. – [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://books.e-heritage.ru/book/10084540> (дата обращения: 12.03.2018).
14. Гурская Н.А. К проблеме исследования языка английской рекламы. Калинин: Калининский госуд. университет, 1974. – С. 21-33.
15. Даунене З.П., Судавичине Л.В. О некоторых грамматических особенностях имен прилагательных, обозначающих цвет. – Русский язык в школе, 1971. – №1. – С. 97-100.
16. Деева И.М. к вопросу о некоторых особенностях английский цветообозначений. – Горький, 1975. – Вып. 37. – С. 28-35.
17. Дюпина Ю.В. Цвет как объект междисциплинарных исследований // Молодой ученый. – 2013. – №9. – С. 441–443.
18. Иванова Ю.В. Роль цветообозначений в англоязычном стихотворном тексте : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – М., 2008. – 18 с.
19. Иттен И. Искусство цвета. – М.: Издатель Д. Аронов, 2016. – 96 с.
20. Кайбияйнен А.А. Устойчивые атрибутивно-субстантивные сочетания с прилагательными цвета в современном русском языке : автореф. дисс.... канд. филол. наук : 10.02.01. – Казань, 1996. – 16 с.
21. Калимбетова В.Б. Функционирование устойчивых словосочетаний с цветовыми прилагательными в русском, английском и каракалпакском языках : дис. ... академ. степени магистра : 5A120102 . – Нукус, 2014. – 93 с. – [электронный ресурс]. Режим доступа: library.ziyonet.uz/uz/book/download/17817 (дата обращения: 22.03.2018).
22. Козлова Н.Н. Языковая картина мира в языке. – Ученые записки

ЗабГУ, 2010. – С. 82-88. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsvetovaya-kartina-mira-v-yazyke> (дата обращения 22.03.2018).

23. Корсунская Т.Г., Фридман Х.Х., Черемисина М.И. О системе цветообозначений в русском, английском и немецком языках. – Горький: Прогресс, 1963. – Вып. 25. – С. 35-47.

24. Кубрякова Е.С. Динамическое представление системы языка // Гипотеза в современной лингвистике. – М.: Наука, 1980. – С. 217-261.

25. Кудис С.П. Влияние функциональных факторов на организацию текста: автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 1976. – 23 с.

26. Кузнецова Г.Н. Структурные и семантические особенности языка американской рекламы: автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 1984. – 24 с.

27. Кульпина В.Г. Теоретические аспекты лингвистики цвета как научного направления сопоставительного языкознания: автореф. дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01. – М., 2002. – 27 с.

28. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование // Язык и интеллект. – М.: Прогресс, 1995. – С. 143-184.

29. Никитин М.В. Лексическое значение слова. – М.: Высшая школа, 1983. – 127 с.

30. Петрушевский Е.В. Цветовые определения древних и новых народов. – М.: 1988. – т. 7. Вып. – С. 21-49.

31. Розенталь Д.Э., Кохтев Н.Н. Язык рекламных текстов. – М.: Высшая школа, 1981. – 127 с.

32. Ройзенсон С.И. Сравнительные устойчивые обороты, обозначающие свет (на материале английского и русского языков). – В кн.: Проблемы фразеологии и задачи ее изучения в высшей и средней школе. – Вологда, 1967. – 165 с.

33. Свешникова Г.С. Топологический анализ фразеологических единиц с компонентами-прилагательными, обозначающими цвет: автореф. дисс...канд. филол. наук. – М., 1967. – 22 с.

34. Серов Н.В. Светоцветовая терапия. Смысл и значение цвета. Информация – цвет – интеллект. – М.: Речь, 2001. – 256 с.
35. Серов Н.В. Эстетика цвета. Методологические аспекты хроматизма. – СПб, ФПБ – ТОО «БИОНТ», 1997. – 64 с.
36. Тарасов Е.Ф. Психолингвистические особенности языка рекламы. – В кн.: Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1974. – С. 39-45.
37. Фаткуллина Ф.Г., Сулейманова А.К. Языковая картина мира как способ концептуализации действительности // Вестник Башкирского университета. – №3-1. – 2011. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kartina-mira-kak-sposob-kontseptualizatsii-deystvitelnosti> (дата обращения: 24.04.2018).
38. Фрумкина Р.М., Михеев А.В., Терехина А.Ю. Экспериментальное изучение семантических отношений в группе слов-цветообозначений. – М.: Наука, 1982. – 39 с.
39. Фрумкина Р.М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа. – М.: Наука, 1984. – 175 с.
40. Шемякин Ф.Н. К вопросу об отношении слова и наглядного образа (цвет и его названия). – М.: Наука, 1960. – Вып. 13. – С. 3-47.
41. Щируль В.И. О названиях цветов. Воронеж: Прогресс, 1984. – 181 с.
42. Яньшин П.В. Цвет как фактор психической регуляции // Московский психологический журнал, 2000. – №2. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magazine.mospsy.ru/nomer2/color01.shtml> (дата обращения: 11.04.2018).
43. Яньшин П.В. Эмоциональный цвет. Эмоциональный компонент в психологической структуре цвета. – Самара: СамГПУ, 1996. – 218 с. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://colormind.narod.ru/YanshinMonograph/YnshinMngrph2.htm> (дата обращения: 11.04.2018).
44. Berlin V., Kay P. Basic colour terms: Their universality and evolution. –

Los. Angeles; Beckerley, 1969. – 178 p.

45. Clough W.O. The use of colour words by E.A. Poe, 1930. – Vol. 45. – P. 113-118.

46. Ellis H. The Colour-Sense in literature. – 1996. – Vol. 69. – №3. – P. 143-185.

47. Kay P., Mc. Daniel C.K. The linguistic Significance of the meanings of basic colour terms. – Language, 1978. Vol. №54 – P. 610-646.

48. Leech. G.H. English in Advertising. – London: Longmans, 1966. – 21 p.

49. Rosch E.H. Principles of Categorization // Cognition and Categorization. Hillsdale Lawrence Erlbaum, 1978. – P. 27-48.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Ахматова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 607 с.

2. Бондарцев А.С. Шкала цветов. – М.-Л., 1960. – 28 с.

3. Рабкин Е.Б. Атлас цветов. – М., 1957. – 210 с.

4. Encyclopedia of Psychology. Led. Harriman P.I.-N.Y., 1946. – P. 873-870.

5. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford. 1977. – 1552 p.

6. Longman Dictionary of Contemporary English. – London, 1978. – 2224 p.

7. The Oxford Dictionary of Quotations. – Oxford, 1948. – 1155 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. Austen J. *Northanger Abbey*. – Macmillan, 2016. – 301 p.
2. Bates H.E. *The Darling Buds of May*. – Penguin readers, 2008. – 58 p.
3. Braine J. *Room at the Top*. – London: Arrow books, 2002. – 240 p.
4. Bradbury R. *Hail and Farewell*. – New York: Scholastic, 1990. – 140 p.
5. Bronte Ch. *Jane Eyre*. – Oxford University Press, 2013. – 544 p.
6. Christie A. *The Dead Man's Folly*. – Berkley Publishing Group, 2000. – 240 p.
7. Dickens M. *One Pair of Hands*. – Chicago Review Press, 2005. – 220 p.
8. Durrell G. *My Family and other Animals*. – Puffin Books, 2006. – 387 p.
9. Durrell G. *The Whispering Land*. – Penguin Books, 2007. – 235 p.
10. Forster E.M. *A Passage to India*. – Genoa, 2003. – 317 p.
11. Forster E.M. *A Room with a view*. – Black Cat, 2004. – 128 p.
12. Fowels J. *The Ebony Tower*. – Vintage Classics, 1997. – 304 p.
13. Galsworthy J. *The Forsyte Saga*. – London, 2001. – 1042 p.
14. Huxley A. *Brief candles*. – Pauther books, 1977. – 213 p.
15. Huxley A. *Crome Yellow*. – Dover Publications, 2004. – 176 p.
16. James H. *Washington Square*. – Black Cat, 2010. – 160 p.
17. Lawrence D.H. *Odour of Chrysanthemums and Other Stories*. – M.: Progress Publ., 1977. – 292 p.
18. Priestley J.B. *Angel Pavement* Great Northern Books, 2012. – 494 p.
19. Waugh Ev. *Brideshead Revisited*. – Back Bay Books, 1982. – 351 p.
20. Waugh Ev. *Decline and Fall. Stories*. – Oxford Bookworks, 1980. – 450 p.
21. Wodehouse P.G. *The Inimitable Jeeves*. – Penguin books, 2011. – 225 p.
22. Woolf V. *The Waves*. – Harvest Books, 1978. – 297 p.