

Это в свою очередь, потребует создание и реализацию психолингвистически ориентированных методов лингвокоррекции [Поливарова 2012], направленных на оптимизацию когнитивно-семантических механизмов, осуществляющих смысловую организацию речи в работе по преодолению общих речевых дисфункций у данной категории дошкольников.

Литература

1. Клименко А.П. Третий тип словесных ассоциаций и виды семантической связи между словами в системе // Романское и германское языкознание. Вып. — Минск, 1975.
2. Леонтьев А. А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах. Словарь ассоциативных норм русского языка. М., 1977.
3. Протасова Е.Ю. Роль порядка слов в организации детского высказывания // Становление речи и усвоения языка ребенком: Сб.статей.— М.: Изд-во МГУ, 1985.
4. Поливарова З.В. К понятию этнопсихолингвистической нормы у детей-билингвов// Специальное образование.— №1.2012.

Н. В. Разумкова, г. Тюмень

ЦВЕТОВАЯ МЕТАФОРА НА АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ ШКАЛЕ В ЭТНОЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ПАРАДИГМАХ

Ценным аргументом считается то, что вошло в орбиту внимания человека. Цвет составляет важнейшую часть зрительной информации. Впечатления, наполненные цветоцветовой игрой, вербально отражаясь в сознании и памяти индивида, формируют лингвоцветовую картину мира, единицей которой выступает концепт 'цвет'. Внедрение в современную науку термина 'концепт' позволяет вывести систему ценностей национальной лингвокультуры, так как концепты передают не только существенные признаки предмета, но и хранящиеся в памяти этноязыкового коллектива ассоциации, социально-культурные предпочтения, эмоции, образы, оценки.

Из многих существующих дефиниций концепта мы принимаем следующее: «Концепт — сложившаяся совокупность правил и оценок организации элементов хаоса картины бытия, детерминированная особенностями деятельности представителей данного лингвокультурного сообщества, закрепленная в их национальной картине мира и транслируемая средствами языка в их общении» [Прохоров 2010: 138].

Цветовой концепт является сложным динамическим ментальным образованием, интенсивность его изменений происходит в структуре и содержании у представителей той или иной лингвокультуры неодинаково. В общезыковом плане понятийный блок концепта 'цвет' определяется исходя из словарных толкований. Оценочный слой, проявляющийся в контекстном окружении колоратива, устанавливает отношение к предмету или явлению. Ценности, как известно, ориентированы на морально-эстетические составляющие внутреннего мира человека. Взгляд на цветное обозначение (ЦО) сквозь призму категории ценности обладает, как нам кажется, определенной значимостью, поскольку предоставляет возможность исследования аксиологических оснований в изучении вопроса о колористических приоритетах народа. В сфере языка существуют наслоения узуального плана, особенно в идиоматизированной части

лексики. Колористический компонент словосочетания усложняет общепринятый контекст, обогащая его системой дополнительных ассоциаций, оценочных суждений.

Наша работа представляет собой опыт осмысления глубокой и неслучайной связи колористики с различными пластами сознания и общественно-культурной жизни народов, проживающих в разных географических зонах. К анализу привлекались материалы электронных периодических изданий, данные толковых и фразеологических словарей [URL]. Мы планируем выделить и проанализировать на примере фразеологизмов лингвистический аспект цветового символизма в очерченных координатах. Рассматривая цветовые концепты в отдельности, остановимся на нескольких случаях.

Традиционно ЦО делят на две группы — **ахроматические** (*белый, серый, черный*) и **хроматические** (все цвета радуги). Изначально *белый* цвет трактовался амбивалентно: как символ порождения жизни и ее завершения [Чеснов 1998:35]. В древних обществах *белый* мог олицетворять союз мужчины и женщины (цвет семени), союз матери и младенца (цвет молока). *Белым* цветом наделялись такие свойства человека, как сознательное исполнение долга, сохранение традиций, память. *Белизна* служит неизменным символом таких женских качеств, как невинность, чистота помыслов, бескомпромиссность, некоторая холодность сердца. Предположительно, в индоевропейском праязыке существовал корень **bhe** в значении *сиять, блистать*. Ср.: русская ‘береза’ и латинская ‘betula’ восходят к этому корню благодаря бело-серебристому стволу дерева. ЦО *белый* символизирует невинность, добродетель, радость; ассоциируется с дневным светом, молоком, снегом. *Белый* — цвет природного стереотипа России, ассоциируемой с морозом, зимой, снежной белизной, святостью. С античности этот цвет имел значение устремления к духовной простоте. В христианстве *белый* обозначает родство с божественным светом. В *белых* одеждах изображаются ангелы, святые и праведники. Примечательно, в литовском языке существует устойчивое словосочетание *белые люди* (честные люди), в венгерском — *белый народ* (женщины). В русской культуре фразеологизм *белый человек* означает вольного, благородного, праведного человека. *Белый* в иерархии ценностей занимает самую высокую позицию в русской лингвокультуре. Но этот цвет может получать и отрицательное значение. Так, поляки называют смерть *белая*, причем выражение *жениться на белой* означает «умереть». В романском языковом ареале *белым* обозначается мотив отсутствия, например: во французском языке существует такое устойчивое словосочетание, вошедшее в международный фразеологический фонд, как *carte blanche* (белый билет, отсутствие ограничений в действиях пользователя).

Белому противоположен *черный* цвет. В древности названия данных ЦО означали отсутствие цвета, бесцветность. В некоторых языках слова, обозначающие эти два цвета, фонетически близки. Например: в англо-саксонском языке *черный* цвет — *blaec*, а *белый* — *blac*. У древних египтян одно и то же слово означало *белый цвет, яркость, металл, серебро* и *молоко*.

В Европе *черный* цвет традиционно олицетворяет зло, разрушение, смерть. В староанглийском языке *черный* цвет назывался — *swart*, сравнимый с латинским словом *sordes* (грязь, нечистоты) [Петрученко 1994:601]. Норвежцы использовали слово *svart*, немцы — *schwarz*, датчане — *sort*, голландцы *zwart*. В романских языках названия *черного* цвета производны от латинского *niger* (*черный* с блеском): в испанском — *negro*, в итальянском — *nero*, во французском — *noire*. Оценочный фокус сосредоточен на негативе, символизирует низость, подлость, ничтожество, распад, наступление хаоса. На Востоке существует иная точка зрения на этот счет: *черный* — цвет любви, счастливого брака и семейного счастья. Арабы говорят: «Значительную часть жизни человек проводит в *темноте* ночи, под ее *черными* покрывалами».

Белый и *черный* — цвета «экстремального состояния ИНЬ» (Н.В. Серов), символически не противопоставлены друг другу, лишь дополняют цвет обычных условий жизни. *Серый* цвет, сочетающий в себе качества *черного* и *белого*, ассоциируется с чем-то тусклым, незаметным, грустным, бесцветным, безликим [БТС 2000: 1180]. Иносказательно *серый* представлен

существительными *зола* и *пепел* — символ реальности мира. Устойчивые словосочетания с прилагательным *серый*, практически, не зафиксированы во фразеологических словарях, имеются лишь употребления в качестве антонимов, например, *белая и серая кость*. Словосочетание *серая зарплата* (зарплата в конверте) указывает на трансформацию значения идиомы — «плохо видный, скрытный, утаенный», «черный нал». Словосочетание *серая схема* вступает в антонимические отношения с *белой* (официальной) *работой*, в контексте приобретая «положительный» оттенок, например, для пенсионеров, когда выгодно работать, не оформляясь получателем социальных пенсий. «Нелегалы», идя работать без трудовой книжки, обрекают себя на полную социальную незащищенность. В данном контексте очевидна шаткость аксиологии ЦО *серый*. В Англии же *серый / grey* имеет другие коннотации: это цвет благородства, элегантности. Однако в словаре было обнаружено словосочетание *grey literature* — *серая литература* (малоизвестная или малоспрашиваемая литература), синонимичное выражению «ничем не примечательное», имеющее выраженную отрицательную оценку.

Антонимом к *белому* в английской, как и в русской лингвокультуре, выступает *красный* цвет, что обусловлено, возможно, историко-политическими событиями: в русской культуре такое противопоставление связано с революцией, произошедшей в 1917 году, после которой общество раскололось на «красных» и «белых». В английской культуре противопоставление «red / white» связано с войной «Красной и Белой розы» (XV век). Обращает на себя внимание тот факт, что в любом языке больше всего встречается оттенков *красного* цвета. Противоречивый характер *красного* проявляется в символикe: с одной стороны, он ассоциируется с красотой, здоровьем, огнем, вином. Это цвет любви и жизни. Отсюда символика медицины — *красный* крест на *белом* фоне. Во Франции это цвет аристократов, в Китае — цвет счастья. *Красный* цвет так нравился всем русским, что они заменили старославянское наименование *чермный* на новое — *красный*, то есть «самый хороший», «прелестный», «красивый». Корень **крас** — входит в слова, обозначавшие все, что радует глаз: *красна девица*, *красный молодец*, *красно солнышко*. Адекватное соответствие *красному* ЦО *алый*, пришедшее из тюркских языков, воплощает собой высшую оценку предмету или явлению. Обладатель или носитель *алого* цвета сразу становится милым и дорогим. С другой стороны, первый элемент радуги воспринимается как агрессивный: символизирует кровь, войну, мужество, стыд, смерть [Фоли 1997:427]. В Египте *красный* — это цвет траура. Для ветхозаветных иудеев *красный* означал войну, кровопролитие, грех, страсть (*quin'ah* — «краснеть»). В США и Японии *ярко-красным* цветом обозначены террористическая угроза и ярость. Таким образом, двойственность *красного* фиксируется в формулировках ценностной проблемы, ее «болевого переживания».

ЦО *оранжевый* обрело статус основного наименования сравнительно недавно, в XVIII веке, заимствовано из французского языка *orange* (апельсин). Состоящий из *желтого* и *красного*, данный цвет означает откровение любви земной и небесной: *fleur d'orange* стал **непременным** свадебным атрибутом. У греческой Авроры была вуаль *оранжевого* цвета, в одежды такого же цвета были одеты Музы. Интересно, что костюмы современных спасателей и дорожных рабочих тоже *оранжевого* цвета. Позитивные ключевые знаки *оранжевого*: милосердие, энергия, общительность, бесстрашие. В качестве деятеля цвет проявил себя недавно в таких идиомах, как *оранжевая революция*, *оранжевый креатив*. Полученный народами опыт наглядно показал важность цветового компонента, который способен приводить в движение разные слои общества. Соединение *красного* с *желтым*, *оранжевый* сохраняет серьезность революционного *красного* цвета.

Заключает триаду ЦО «теплой» зоны *желтый*. Интересно, что слово это имеет тот же самый корень, что слова *золотой* и *зеленый*. В литовском языке, например, *золотой* будет *желтас*, первичным значением которого было *желто-блестящий*. Эстетически позитивные ключевые слова: золото, осень, зрелые колосья. *Желтый* — легкий, сияющий, возбуждающий, согревающий цвет. Это самый яркий цвет ньютоновского ряда, поэтому он замечается глазом

в первую очередь. В Китае *желтый* символизирует богатство и счастье, в Японии — изящество. На противоположном полюсе *желтого* находятся болезни, ложь, страх. В европейской культуре *желтый* ассоциируется с негативным смыслом. В английском языке *желтый* связан с трусостью и малодушием (*yellow bally* — трусливый кролик), в русском — болезнью, увяданием; итальянском — с ложью (*stampa gialla* — бульварная газета); во французском — с жеманством, притворством (*rire jaune* — «неискренне смеяться»). Желтый цвет беспокоит человека, действует навязчиво, становится символом безумия.

Зеленый цвет происходит от слияния *желтого* и *синего* тонов. Из научных трудов психологов известно, что *зеленый* — самый спокойный, консервативный цвет спектра. К положительным характеристикам относят концентрацию внимания, стабильность, прогресс, обязательность, настойчивость, выдержку, самооценку. В медицинском плане *зеленый* обладает снотворным действием, устраняет спазмы сосудов, служит болеутоляющим средством, используется при лечении истерии и клаустрофобии. В негативном аспекте *зеленый* связан с эгоизмом, ревностью, ипохондрией. «Девиз этого цвета: положение обязывает» [Драгунский 2007:144-156]. Психологическая субстанция *зеленого* участка спектра превращается в систему этноориентированных символов и социальных регулятивов. Лабильность цветового мира рельефно проявляется в аксиологической структуре цветового концепта. Например, в английском языке эквивалентом является *green*. Данное прилагательное имеет связь с глаголом *grow* — «расти, прорасти, процветать». Согласно данным Словаря, установлена связь с и.-е. **gher* — «гореть» [Маковский 2000:156-157]. В романских языках эквивалентные ЦО производны от латинского прилагательного *viridis* (зеленый) — цвет Венеры и Природы, формирующее в языке-основе корневое гнездо: *vireo* (быть зеленым, т.е. быть сильным); *viresco* (зеленеть, крепнуть); *virgula* (веточка); *virguncula* (молоденькая девушка); *viridia* (всходы). При сопоставлении концептуальной структуры колоратива в русской и европейской лингвокультурах было отмечено, что оценки *зеленого* цвета имеют зоны соответствий, которые проявляются в следующих позициях. Обозначение центрального участка спектра в толковых словарях сопоставляемых языков имеет прототипом цвет травы и листьев. Устойчива связь с растениями: *зеленые насаждения, зеленые легкие планеты, зеленая неделя*. Цвет ассоциируется с молодостью, незрелостью: *молодо-зелено*. Манифестируется непосредственное отношение цвета к охране окружающей среды: партия «Зеленые» в России и Европе, *зеленые значки*, свидетельствующие об экологичности продуктов. Наличествует ассоциативная связь с понятиями ‘весна’, ‘надежда’, ‘свежесть’. Ср: метафорические названия ароматов косметических изделий *зеленое яблоко, зеленый чай*, экологическая акция *зеленая суббота* etc. В плане несоответствий обращают на себя внимание следующие моменты. В русской лингвокультуре ЦО *зеленый* имеет отрицательную окраску, релевантную эмоциональным и вкусовым ощущениям горечи: *тоска зеленая, скука зеленая, зеленый змий*. Последнее выражение возникло на основе фольклорного оборота *зелено вино*. Возможно, осознав вред хмельного напитка, восточные славяне стали его называть *зеленым змием*. Упоминание цвета, имеющего отрицательную коннотацию, встречается также в других языках. Например, в Германии в прошлом употребляли при гадании карты, каждая масть у которых имела иной цвет и соответственное символическое значение, причем *зеленая* масть означала печаль, горе, досаду. Во Франции *зеленый* символизирует преступность (*langue verte* — аргумент воров).

Синий — финальный, “холодный” участок спектра, символизирующий идеализм, силу духа, фанатизм и подчиненность. “Небесная краска” во многих культурах использовалась для защиты от сил зла. Например, в Марокко чуть ниже уха жениха рисуют *синюю* точку, чтобы отогнать злых духов. В Иерусалиме на дверях и стенах жилищ рисуют *синюю* ладонь. По своим психологическим характеристикам *синий* — цвет спокойный и устойчивый, иногда наводящий на мысли о печали. Приглушающий раздражение, он уводит в пространство, вгоняет в меланхолию. Выражение *to be in the blues* означает «хандрить, находиться в унынии, мелан-

холии». В синонимичном словосочетании *is feeling a bit blue* произошла двойная актуализация значения, указывающая на негативную оценку *синего* цвета. Сомнительна репутация синего в словосочетании *blue chip* (синяя фишка) — термин, обозначающий наиболее престижные промышленные акции. Название идет из карточной игры покер, в которой *голубая фишка* имеет наибольшую стоимость. Известен английский фразеологизм *blue moon* (синяя луна): астрономически *синяя луна* появляется редко и означает то, что не может быть правдой. Русский народ так же относится к *синему* с подозрением, например, потусторонние силы называет *синец*. *Синий* цвет используется в траурных костюмах. Начиная с XVIII века, в русском лексиконе появилось условное обозначение всех оттенков *синего* — *странный цвет*.

Фиолетовый цвет — звено, связывающее *красный*, первоцвет жизни, и *синий*, цвет небес. Оттенки *фиолетового* получили свои названия от красивых растений: *сиреневый*, *фиалковый*, *лавандовый* и др. ЦО *фиолетовый*, практически, не зафиксировано во фразеологических словарях. Однако в языке СМИ можно встретить словосочетания: *фиолетовая курица* (курица без жира), *фиолетовое настроение* («мне все равно»), *печать фиолетовой серости* (культ бюрократии), *фиолетовая корова* (конкурентоспособный продукт), *фиолетовая проза* (цветистый стиль). Финальный элемент радуги оказывает влияние на человека без учета эмоциональной валентности типа радость или ярость, тем не менее, даже немногие приведенные примеры убеждают в негативной направленности цвета.

Таким образом, наши наблюдения позволяют утверждать, что в этнокультурных парадигмах ценностные доминанты находят выражение в спектрально-структурированном поле цвета. Традиционно наибольшая оценочная нагрузка ложится на обозначения базовых цветов и резко снижается у наименований оттенков. Следует отметить, что ранговый ряд ЦО, составленный на основе их нагрузок по ценностному критерию, соответствует последовательности цветов в спектре. Проявление цветовых приоритетов в лингвокультуре обусловлено внутренне противоречивой символикой ЦО и национальной традицией. Сопоставление устойчивых словосочетаний с ЦО на основе словарных статей выявило, что представители разных лингвокультур дают специфические оценки ЦО. На примере русских фразеологизмов явственно стремление к обобщению, в других языках — к конкретизации, детализации цветосемантики. Анализ прямых и переносных значений колоративов показал, что прямая номинация обусловлена ассоциациями с окружающими человека реалиями. Сходства возникают благодаря общему лингвогенезу и заимствованиям. Дрейфующие идиомы в лингвокультурах претерпевают семантические изменения согласно своим внутренним закономерностям. Сравнение национально-культурной специфики «цветосодержащих» фразеологизмов показало, что принципы выстраивания аксиологии в заявленном аспекте определяются двойственностью представлений народа о цвете мира вещей и мира идей. Вопрос, являются ли ценности данностью или продуктом творческой деятельности народа, не имеет пока однозначного ответа и требует дальнейших исследований в указанной области.

Литература

1. Большой толковый словарь русского языка» / под ред. С.А. Кузнецова. СПб, 2000.
2. Драгунский В.В. Цветовой личностный тест: Практическое пособие. М., 2007.
3. Маковский М.М. Историко-этимологический словарь современного английского языка. М., 1999.
4. Петрученко О. Латинско-русский словарь. М., 1994.
5. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта: Монография. М., 2009.
6. Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. М., 1997.
7. Чеснов Я.В. Лекции по исторической этнологии. М., 1998.