

**Л. В. Кнодель**

**АНГЛИЙСКАЯ ЦВЕТНАЯ  
ИДИОМАТИКА**

**монография**

**Киев – 2019**

УДК 811.1'373:811.111]  
ББК Ш103.3; 81.2Англ.

К 53 Кнодель Л. В. Английская цветная идиоматика : монография / Л. В. Кнодель. – Киев : ФОРМАНДИБА Т. П., 2019. – 320 с.

Идиоматика возникла и развивается на стыке и на базе целого ряда крупных отраслей языкознания, таких как: лексикология и семасиология, синтаксис и морфология, стилистика, социолингвистика и психолингвистика. За последние десятилетия она превратилась в самостоятельную лингвистическую дисциплину, которая имеет свой объект и методы исследования.

Фразеологизмы являются настоящим украшением языка, одним из неисчерпаемых источников создания образности. ФЕ – это носители жизненного опыта нации, которые ярко отражают наблюдения за окружающим миром. Это непосредственно предопределяет особенности употребления фразем в речи.

Цвет – древнейшая реальность человеческого бытия. Человек ориентируется в окружающей действительности в большей мере благодаря цвету, который упорядочивает и гармонизирует его связи с миром. В культуре человечества цвет всегда имел большое значение, он тесно связан с философским и эстетическим осмыслением мира. Картина мира – двуединый концептуально-языковой феномен, обе части которого взаимозависимы и взаимообусловлены, но обладают, в то же время, ярко выраженной спецификой. Цветообозначения реализуются в лексемах, словосочетаниях, идиоматических выражениях и других вербальных средствах, они органично входят в языковую картину мира любого народа. Цвета играют большую роль в формировании языковых картин мира, поскольку с каждым цветом у разных лингвокультурных общностей связаны определенные ассоциации, те или иные цветовые предпочтения».

В культурной традиции каждого народа, включая и англичан, сложились неосознаваемые соответствия между отдельными цветами и определенными образами, несмотря на относительную универсальность восприятия того или иного цвета всеми людьми.

УДК 811.1'373:811.111]  
ББК Ш103.3; 81.2Англ.

© Кнодель Л. В., 2019  
© ФОРМАНДИБА Т. П., 2019

## ГЛАВА 1

### ТЕОРИИ ПРОИСХОЖДЕНИЯ & АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЦВЕТА

#### 1.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ЦВЕТОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Цвет имеет огромное значение в жизни современного человека. Зачастую от него напрямую зависит настроение, эмоции и даже физическое самочувствие людей.

Понятно, почему столь популярны исследования в области цвета у психологов.

Окружающий нас мир всегда окрашен тем или иным способом и естественно, что возникает необходимость применять термины цветообозначения.

Языковеды, типологи и этимологи исследовали десятки языков и пришли к выводу, что существует ряд универсальных черт в системе цветообозначения.

Кроме того, различные отношения к тому или иному оттенку отражаются в образных выражениях, идиомах и поговорках, существующих в языке.

Ведь они аккумулируют социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию конкретного национального характера.

Цвет – качественная субъективная характеристика электромагнитного излучения оптического диапазона, определяемая на основании возникающего физиологического зрительного ощущения и зависящая от ряда физических и психологических факторов.

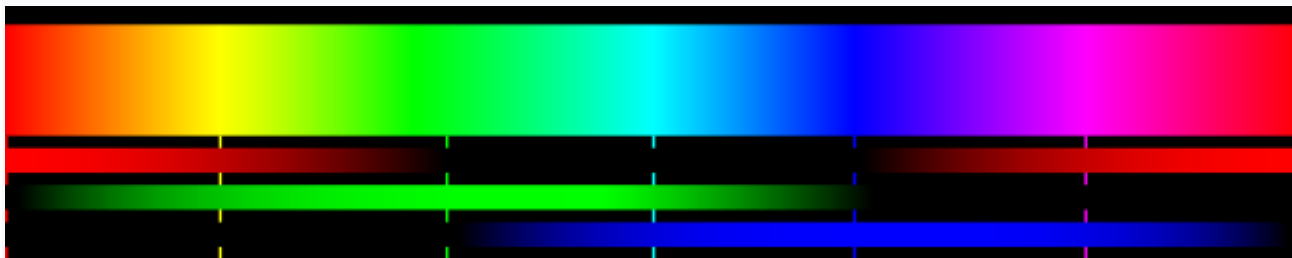
Восприятие цвета определяется индивидуальностью человека, а также спектральным составом, цветовым и яркостным контрастом с окружающими источниками света, а также несветящимися объектами. Очень важны такие явления, как метамерия, индивидуальные наследственные особенности человеческого глаза (степень экспрессии полиморфных зрительных пигментов) и психики.

Цвет – это *ощущение*, получаемое человеком при попадании ему в глаз световых лучей. Поток света с одним и тем же спектральным составом вызовет разные ощущения у разных людей в силу того, что у них различаются характеристики восприятия глаза, и для каждого из них цвет будет разным. Отсюда следует, что споры, «какой цвет на самом деле», бессмысленны – смысл имеет только измерение того, каков «на самом деле» состав излучения.



Субъективно воспринимаемый зрением цвет излучения зависит от его спектра, от психофизиологического состояния человека (влияют: фоновый свет/цвет, его цветовая температура; зрительная адаптация), и специфические свойства индивидуального глаза (дальтонизм). Различают *ахроматические* цвета (белый, серый, чёрный) и *хроматические*, а также *спектральные* и *неспектральные* (пурпурные оттенки).

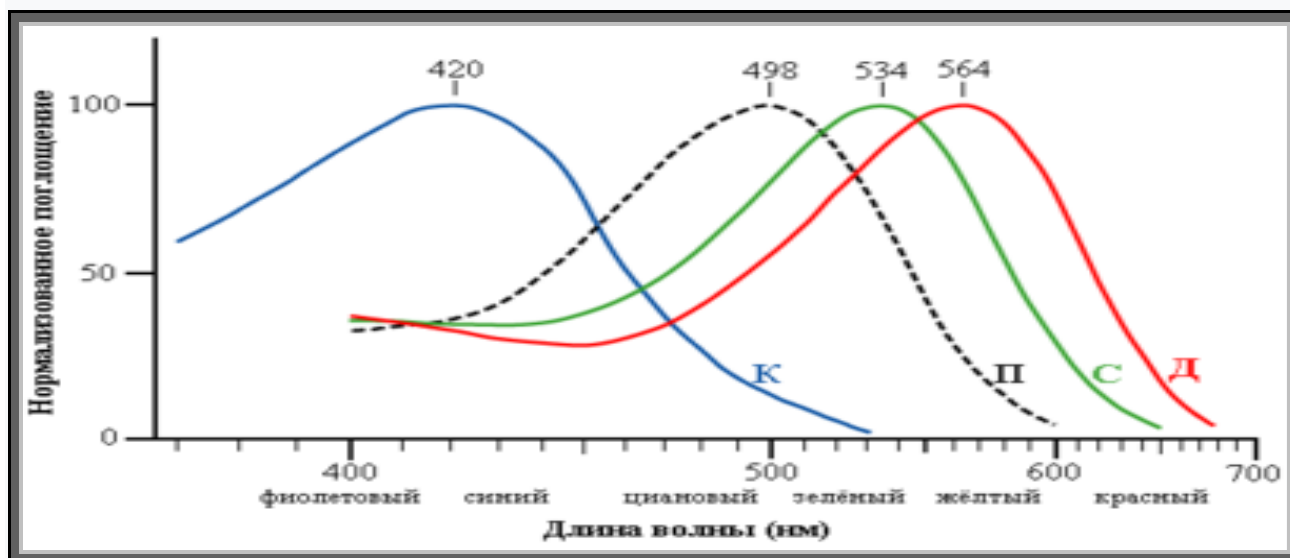
Яркость на красном, зелёном и синем прямоугольниках под спектром показывает относительную интенсивность ощущения на каждом из трёх независимых типов *колбочек* – рецепторов человеческого зрения.



Понятие «цвет» имеет 2 смысла: оно может относиться как к *психологическому ощущению*, вызванному отражением света от некоего объекта (оранжевый апельсин), так и быть *однозначной* характеристикой самих источников света (оранжевый свет).

В первом случае речь идёт о субъективно воспринимаемом цвете, зависящем от множества параметров, во втором – исключительно длине волны наблюдаемого излучения.

Соответствие объективной длины волны субъективному цветовому ощущению может варьироваться, поэтому свет с одинаковой длиной волны может восприниматься как разные оттенки цвета. Различный спектральный состав света может давать одинаковый отклик на зрительных рецепторах (эффект метамерии цвета).



Средние нормализованные спектральные характеристики чувствительности цветовых рецепторов человека – колбочек. Штриховой линией показана чувствительность палочек – рецепторов сумеречного зрения. Ось длин волн на графике имеет логарифмический масштаб.

Носители разных культур по-разному воспринимают цвет объектов. В зависимости от важности тех или иных цветов и оттенков в обыденной жизни народа, некоторые из них могут иметь большее или меньшее отражение в языке.

Ощущение цвета возникает в мозге при возбуждении и торможении цвето-чувствительных клеток – рецепторов глазной сетчатки человека или животного – колбочек.

У человека и приматов существует три вида колбочек, различающихся по спектральной чувствительности, –  $\rho$  (условно «красные»),  $\gamma$  (условно «зелёные») и  $\beta$  (условно «синие»), соответственно. Светочувствительность колбочек невысока, поэтому для хорошего восприятия цвета необходима достаточная освещённость или яркость.

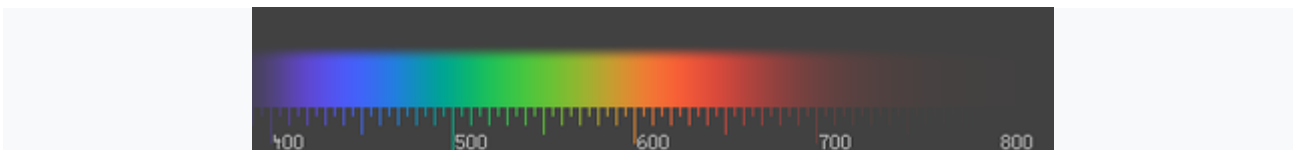
Наиболее богаты цветовыми рецепторами центральные части сетчатки.

Каждое цветовое ощущение у человека может быть представлено в виде суммы ощущений этих трёх цветов («трёхкомпонентная теория цветового зрения»).

Установлено, что пресмыкающиеся, птицы и некоторые рыбы имеют более широкую область ощущаемого оптического излучения. Они воспринимают ближнее ультра-фиолетовое излучение (300-380 нм), синюю, зелёную и красную часть спектра.

При достижении необходимой для восприятия цвета яркости наиболее высокочувствительные рецепторы сумеречного зрения – палочки – автоматически отключаются.

Субъективное восприятие цвета зависит также от яркости и скорости его изменения (увеличения или уменьшения), адаптации глаза к фоновому свету, от цвета соседних объектов, наличия дальтонизма и других объективных факторов; а также от того, к какой культуре принадлежит данный человек (способности осознания имени цвета); и от других, ситуативных, психологических моментов.



Непрерывный спектр цвета можно наблюдать на дифракционной решетке.

Хорошей демонстрацией спектра является природное явление радуги.

Заметно, что цвета спектра, начинаясь с красного и проходя через оттенки противоположные, контрастные красному (зелёный, циан), переходят в фиолетовый цвет, снова приближающийся к красному. Такая близость видимого восприятия фиолетового и красного цветов связана с тем, что частоты, соответствующие фиолетовому спектру, приближаются к частотам, превышающим частоты красного ровно в два раза.

Но сами эти последние указанные частоты находятся уже вне видимого спектра, поэтому мы не видим перехода от фиолетового снова к красному цвету, как это происходит в цветовом круге, в который включены несpectralные цвета, и где присутствует переход между красным и фиолетовым через пурпурные оттенки.

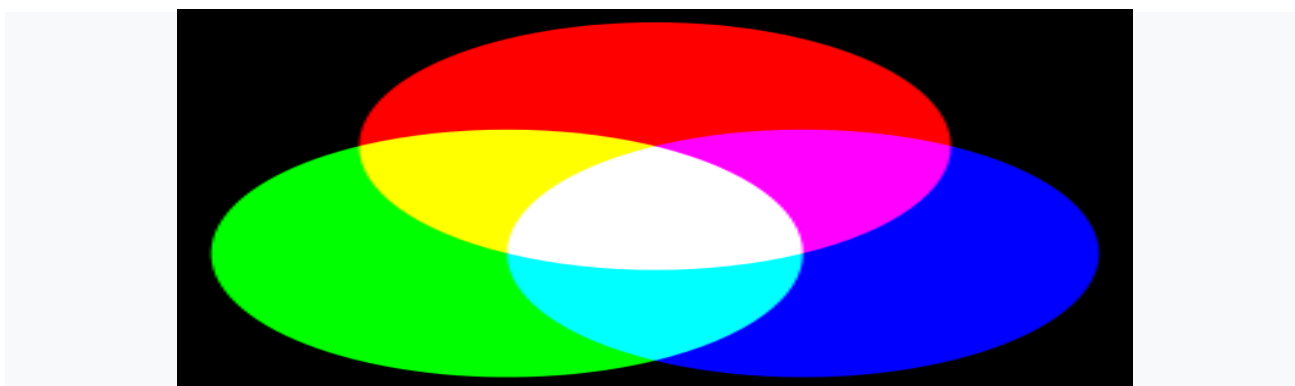
Стоит отметить, что цвета, которые мы видим в таблице – смесь частот, излучаемых ячейками мониторов. Все цвета, которые мы можем получить на экране, будут являться суммой всего трёх цветов излучателей, используемых в мониторах.

Именно таким образом воспроизводятся все цвета на экранах ЭЛТ, ЖК-дисплеев, плазменных панелей, а частота, соответствующая в спектре конкретному видимому цвету, может при этом отсутствовать.

Зрительные рецепторы по праву считаются «частью мозга, вынесенного на поверхность тела». Неосознаваемая обработка и коррекция зрительного восприятия обеспечивают «правильность» зрения, и они же являются причиной «ошибок» при оценке цвета в определённых условиях. Устранение «фоновой» засветки глаза (при разглядывании удалённых предметов через узкую трубку) существенно меняет восприятие цвета этих предметов.

Цвет	Диапазон длин волн, нм	Диапазон частот, ТГц	Диапазон энергии фотонов, эВ
Красный	625—740	405—480	1,68—1,98
Оранжевый	590—625	480—510	1,98—2,10
Жёлтый	565—590	510—530	2,10—2,19
Зелёный	500—565	530—600	2,19—2,48
Голубой	485—500	600—620	2,48—2,56
Синий	440—485	620—680	2,56—2,82
Фиолетовый	380—440	680—790	2,82—3,26

Практика художников наглядно показывала, что очень многие цвета и оттенки можно получить смешением небольшого количества красок. Стремление натурфилософов найти «первоосновы» всего на свете, анализируя явления природы, всё разложить «на элементы», привело к выделению «основных цветов».



Профессиональная калибровка цветных мониторов требует использования соответствующего фонового освещения комнаты, оператор надевает чёрный халат, а визуальные оформительские элементы программных продуктов должны иметь нейтральный цвет. У художников-живописцев основными цветами признаются три: красный, синий, жёлтый.

Чёрный – отсутствие света и цвета, что аналогично неосвещённой дыре. Белый цвет – неразделённый солнечный свет. От смешения соседних основных цветов производятся так называемые составные цвета – оранжевый, зелёный и фиолетовый.

Вместе с тремя основными, первичные смешанные составляют «живописный» солнечный спектр: красный, оранжевый, жёлтый, зелёный, синий, фиолетовый.

Голубой цвет не считается самостоятельным спектральным, разбелённым синим, точнее – сине-зелёным. При смешивании соседних 6 цветов получается 12 цветов, соответствующих темперированному звукоряду: красный; оранжево-красный; оранжевый; оранжево-жёлтый; жёлтый; жёлто-зелёный; зелёный; сине-зелёный; синий; фиолетово-синий; фиолетовый; фиолетово-красный. Это и есть доступная обычному человеческому зрению «октава» цвета.

Исследования, проведённые с детьми в возрасте 4 месяцев, показали, что они хорошо различают четыре группы цветов (красный, жёлтый, зелёный и синий), не дифференцируя их по оттенкам. Есть цвета, принадлежащие определенным странам и людям.

Окружающий нас мир всегда окрашен тем или иным способом и естественно, что возникает необходимость применять термины цветообозначения.

В словаре любого языка насчитывается достаточно ограниченное количество имен цвета (обычно 100-150). При этом глаз человека способен различить во много раз больше цветов (до 100 000 оттенков).

Цветообозначения обычно поздно заучиваются детьми, даже между взрослыми людьми нередкими бывают так называемые «коммуникативные неудачи».

Экспериментальным путем доказано, что зачастую один человек под каким-либо обозначением цвета подразумевает определенный оттенок, при этом другой человек воспринимает информацию по-своему. При этом возникает вопрос – Что такое «цвет»? И отвечать на данный вопрос должен не лингвист, а в первую очередь физик.

Однако первые фундаментальные исследования по теории света появились только в XVII в. – в Англии. Основы современной теории цвета заложили английские учёные Роберт Гук (*Micrographia*, 1665), Роберт Бойль (*Experiments and considerations upon Colors, with a letter containing observations on a diamond that shines in the dark*, 1664) и Исаак Ньютон (*A New Theory of Light and Colour*, 1672; *Opticks: or a Treatise of the Reflections, Refractions, Inflections and Colours of Light*, 1704).

Основательно цвет как физическое явление описал *И. Ньютон*. Именно он выделил в спектре 7 основных цветов (красный, оранжевый, желтый, зеленый, синий, индиго, фиолетовый), измерил длину различных световых волн, вызывающие цветные ощущения. Однако говорить о цвете как-то определенно нельзя, это обусловлено неодинаковым восприятием данного явления разными людьми. Это разбиение условно и во многом случайно.

Скорее всего, И.Ньютон находился под действием европейской нумерологии и основывался на аналогии с семью нотами в октаве (сравните: 7 металлов, 7 планет), что и послужило причиной выделения именно семи цветов.

В XX веке Освальд Вирт предложил «октавную» систему (ввел 2 зелёных – **холодный, морской** и **тёплый, травяной**), но большого распространения она не нашла.

Однако в повседневном общении мы непременно добавляем белый и черный цвета, редко упоминаем оранжевый цвет, еще реже – фиолетовый и совсем редко – индиго.

И.Ньютон установил, что световые лучи не являются цветными.

Цвет – это электромагнитные волны с определенным набором характеристик (интенсивность, спектральный состав), являющимися физическими коррелятами, неоднозначными, характеристиками наших перцептивных образов.

Каждому из цветов спектра соответствует длина волны – от самой короткой до самой длинной (соответственно фиолетовый и красный цвета).

Как известно, феномен цвета интересовал человечество с давних времен.

Большим шагом в области цветоведения стало учение *И.В.Гете* о цвете.

Объясняя природу цветов, он отмечал, что цвета – деяния света, деяния и страдания.

В этом смысле мы можем ожидать от них раскрытия природы света. Цвета и свет стоят, правда, в самом точном взаимоотношении друг с другом. Цвет является закономерной природой по отношению к ощущению зрения.

По наблюдениям ученых, по мере развития и обогащения человеческого опыта происходило развитие и обогащение системы цветообозначений. Можно назвать различные источники ее пополнения.

В истории мировой культуры можно выделить несколько периодов, когда накопление цветоименований в европейских языках происходило наиболее активно.

Особое место занимает период научно-технической революции и последующего развития промышленности: ткацкой и красильной, когда создавалось множество новых оттенков цвета неизвестных и невозможных что повлекло обогащение цветовой терминологии.

Начиная с шестнадцатого века, активным источником развития цветообозначений стала литература, особенно поэзия, где создание различных поэтических образов требовало все новых и новых наименований, в том числе и цветовых.

М.А. Бородина и В.Г. Гак справедливо отмечают, что «расширение словаря цветообозначений было вызвано также эстетическими потребностями развивающейся литературы, в первую очередь поэзии, создавались поэтические синонимы общеупотребительных цветовых терминов...». В ходе дальнейшего развития художественной речи постепенно увеличилось богатство цветовых выражений, обозначающих различные нюансы одного и того же цвета. «Если представить само развитие колоризма в литературе в виде графика, то кривая оказывается волнообразной, с большими падениями и подъемами, и все же неуклонно стремящейся вверх; причем высшими точками подъема этой кривой является эпоха романтизма и особенно конец XIX века и начало XX веков».

Достижения в разных областях деятельности человека отразились в количественном и качественном составе лексики европейских языков.

Еще одним источником обогащения лексики цветообозначений явились литературные заимствования из некоторых языков. «...Известно, что французский язык XVII века «снабдил» многие европейские языки словами культурного слоя, включающими и термины цвета».

Другая волна заимствований произошла в конце XIX века в связи с влиянием французской моды на Европу; оказала влияние на этот процесс и торговля с Востоком, в результате которой были заимствованы имена цвета, образованные от названий масти лошадей. Например, из тюркского языка в русский пришли такие цветообозначения, как *чалый*, *чагравый*, *каурий*, *мухортый*, из иранского – *бурый*, из монгольского – *халтарый*, *халюный*, *халваный*.

Цвет имеет огромное значение в жизни современного человека. Очень часто от него зависит смена настроения, эмоций и даже физического самочувствия людей, что объясняет популярность цветообозначений как предмета психологических исследований.

Особенностью данной тематической группы слов признается то, что в отличие от других объединений слов, где нередко даже сама тематическая классификация представляет несомненную трудность, они имеют непосредственное соотношение с экстралингвистической реальностью – цветовым спектром. Термин «цвет» можно рассматривать с двух точек зрения: совокупность всех видимых оттенков и конкретный оттенок. Если совместить термины «психология», «семантика» и «цвет», то получится наука, изучающая «душевное значение» отдельных оттенков цвета и цвета как целого. Основная проблема *психосемантики* цвета распадается на два тесно связанных теоретических аспекта: вопрос о роли восприятия цвета для человека (*онтология и прагматика*); исследование структуры конкретных цветовых значений (*семантика и семиотика цвета*).



Белый цвет состоит из смеси всех цветов радуги, далее уже не разложимых при помощи призмы. Более подробный ответ на вопрос «что такое цвет?» нужно искать не только в природе света, но и в строении и функционировании нашей зрительной системы, так как свет и его спектральный состав всего лишь физические раздражители рецепторов, возбуждение которых вызывает у нас ощущение цвета.

Психологи под ощущениями и восприятиями понимают вполне определенные виды образов, т.е. явления сугубо субъективные. Это означает, что понятия «цвет» вне нашего восприятия не существует. Что касается восприятия цвета животными, то в настоящее время возможны лишь исследования поведенческих реакций в ответ на некоторую световую стимуляцию. Не следует также забывать о том, что цветовое зрение формируется в разных климатических условиях и при разном образе жизни.

Поэтому даже древний человек понимал, что один и тот же объект при дневном и ночном освещении будет иметь разную цветовую окраску. Это отличие цветовосприятия обуславливается на уровне нейрофизиологии.

При очень низкой освещенности человек может различить только крупные формы.

Этот факт объясняется тем, что при данных условиях работает *палочковое зрение*, так как *палочки* имеют большую чувствительность к свету, а *колбочки* начинают работать лишь при высоком уровне освещения.

*Палочковая система* не принимает участия в формировании цветного зрения, следовательно, в сумерках человек слабо различает цвета.

Во многих языках есть поговорка: *ночью все кошки серы* (рус.) – *all cats are grey in the dark* (англ.). И если при дневном свете некоторые цвета выглядят равнояркими, например, зеленый и желтый, то в сумерках зеленый будет более ярким (при этом оба будут серыми). Красный же при сумеречном освещении будет выглядеть черным.

В культуре разных народов эмоциональное и прикладное восприятия цвета очень различно и связано с длительной исторической традицией внутри относительно изолированного развития этноса и религии. Отсюда различие восприятия, например, белого и чёрного цветов (траур или радость – в зависимости от культуры и религии). Поскольку в конкретном языке и, шире, в конкретной культуре концентрируется исторический опыт их носителей, ментальные представления носителей различных языков могут не совпадать.

В качестве примера того, как по-разному языки выделяют («концептуализуют») внеязыковую реальность, нередко приводят термины системы цветообозначения.

Одновременное рассматривание одних и тех же несамосветящихся предметов или источников света несколькими наблюдателями с нормальным цветовым зрением, в одинаковых условиях рассматривания, позволяет установить однозначное соответствие между спектральным составом сравниваемых излучений и вызываемыми ими цветовыми ощущениями. На этом основаны цветовые измерения (колориметрия).

Такое соответствие однозначно, но не взаимнооднозначно: одинаковые цветовые ощущения могут вызывать потоки излучений различного спектрального состава (метамерия).

Определений цвета, как физической величины, существует много.

Но даже в лучших из них с колориметрической точки зрения опускается упоминание о том, что указанная однозначность достигается в стандартизованных условиях наблюдения, освещения, не учитывается изменение восприятия цвета при изменении интенсивности излучения того же спектрального состава (явление *Бецольда-Брюкке*).

Не принимается во внимание так называемая цветовая адаптация глаза.

Поэтому многообразие цветовых ощущений, возникающих при реальных условиях освещения, вариациях угловых размеров сравниваемых по цвету элементов, их фиксации на разных участках сетчатки, в разных психофизиологических состояниях наблюдателя, всегда богаче колориметрического цветового многообразия.

В колориметрии одинаково определяются некоторые цвета (оранжевый /жёлтый), которые в повседневной жизни воспринимаются (в зависимости от светлоты) как бурый, «каштановый», коричневый, «шоколадный», «оливковый».

В одной из лучших попыток определения понятия «цвет» Эрвином Шрёдингером, трудности снимаются простым отсутствием указаний на зависимость цветовых ощущений от многочисленных конкретных условий наблюдения.

По Э. Шредингеру, «цвет» – это свойство спектрального состава излучений, общее всем излучениям, визуально не различимым для человека. Сочетания цветов воспринимаются либо гармоничными (гармонизирующими) либо нет. Считается, что гармонируют

- разные степени насыщенности и оттенки одного цвета (*одноцветная и преобладающая цветогармония*);
- близкие цвета в спектре (*аналогичная цветогармония*);
- противоположные цвета в цветовом круге (*комплементарно-контрастная цветогармония*);
- сочетания с не входящими в состав цветового круга белым и чёрным цветами почти любых других цветов, кроме жёлтого с обоими, слишком светлых цветов с белым и слишком тёмных цветов с чёрным. Сочетания цветов отличаются по степени ухудшения восприятия: синий на белом, чёрный на жёлтом, зелёный на белом, чёрный на белом, зелёный на красном, красный на жёлтом, красный на белом, оранжевый на чёрном, чёрный на пурпуровом, оранжевый на белом, красный на зелёном.

Немецкие ученые, проведя ряд психологических тестов, пришли к выводу, цвет формы спортсменов влияет на решения судей. Футбольная команда, одетая в красную форму, имеет повышенные шансы на победу при игре на своём поле.

Согласно исследованию, проведённому по заказу компании *Hewlett-Packard*, цвет текста может влиять на принятие решений. Утверждения зелёного цвета вызывают согласие.

В технических приложениях смысл цветовых маркеров достаточно жестко определяет применение каждого цвета.

- красный – опасность, запрет;
- жёлтый – Осторожно! Внимание!
- зелёный – безопасность, экологичность.

Причины выбора сигнальных цветов связаны с цветовыми и яркостными контрастами.

Жёлтый участок спектра имеет максимальную видимость, а потому чередование жёлтых полос с чёрными обеспечивает восприятие на наибольшем расстоянии.

Дополняя «осиную» предупреждающую раскраску нанесением косых полос, обеспечивают улучшение распознавания опасных технических объектов – балки, краны, столбы (визуальное отделение от вертикальных и горизонтальных природных объектов, преимущественно формирующихся в поле силы тяжести).

Синий сигнальный свет применяется для небольших расстояний, так как его лучи сильно рассеиваются (военная, железнодорожная сигнализации).

С давних времен цвет был тесно связан со многими ремеслами. Безусловна связь цвета с живописью и с разными видами искусства вообще, в том числе и прикладного.

Обширными были не только области применения цвета, но и научные его изыскания.

Благодаря этому нам известно многое о цвете из физики и оптики, а также физиологии и теории восприятия. Не случайно поэтому, что при изучении цвета в лингвистике ученые обращаются к понятиям и терминам, заимствованным из других наук (ср. такие понятия, как цветовая гамма, цветовой спектр или континуум, фокусные точки, контрастность, насыщенность). При исследовании цветообозначений в языкознании ученые обязательно должны опираться на сведения о феномене цвета, полученные из смежных дисциплин, а также данные об его источниках, его распространении и значении в тех или иных областях культуры, искусства и промышленности, об особенностях использования цветовых характеристик разных объектов в различных сферах человеческого бытия.

Если рассматривать цвет с точки зрения *физического подхода*, то определение цвета в физике (согласно световой теории И.Ньютона) сводится к тому, что каждый цвет представляет собой световую волну, имеющую определенную длину.

Таким образом, цвет – это световой поток, который при пересечении с поверхностью какого-либо объекта преломляется или разлагается на множество оттенков, составляющих цветовой спектр, каждый из которых отличается своей длиной волны.

В физике принято выделять три основных цвета – желтый, синий и красный. Они представляют собой простейшие неделимые цвета и теоретически могут, с одной стороны, составлять все другие цвета в природе, но, с другой стороны, могут при смешении этих цветов в определенной пропорции давать бесцветность, то есть серый цвет.

Среди составных цветов выделяются цвета первой степени – это оранжевый и фиолетовый, то есть те оттенки, которые получены при смешении двух основных цветов.

Далее выделяются составные цвета второй степени – они представляют собой оттенки тонов, полученных смешением составных цветов первой степени.

Начало научной рефлексии относительно феномена цветового значения Нового времени можно отнести к трактату И.В. Гёте о цвете и, в частности, к его тезису о «чувственно-нравственном действии цвета». Это утверждение противоречит мнению физиков и природе цвета. Если цвета наделены значениями – несут некое психологическое содержание, их изучение требует выхода за пределы строго механистического каузального подхода, сформулированного в классической физике.

В своих работах И.В. Гете разработал свою теорию цветов, не ограничивавшуюся только рамками физического подхода. В физике известен «естественный цветовой круг» И.В. Гете, представляющий собой равносторонний треугольник, на вершинах которого фиксируются основные цвета. В построенную по этим вершинам окружность вписывается второй перевернутый равносторонний треугольник с вершинами, представленными составными цветами первой степени. Таким образом, на противоположных точках будут находиться два цвета – основной и составной, они и называются противоположными или дополнительными цветами (Гете, 1957).

**Волновая теория** происхождения цвета явилась основой для непрекращающихся споров о том, что первично: цвет или свет и существует ли цвет в природе вообще или это только отражательная способность поверхностей, окружающих человека объектов.

Дж. Лакофф в своей работе «Женщины, огонь и опасные вещи» придерживается той точки зрения, что цвета в объективном мире вообще нет.

По его мнению, цвет – это субъективная категория, которой не существует в природе: «...было бы ошибочным утверждать, что присущие человеку категории объективно существуют «в мире», внешнем по отношению к человеческим существам.

Некоторые категории воплощены. Цветовые категории детерминированы одновременно и объективным материальным миром, и особенностями биологии человека, человеческим мышлением, и культурными факторами».

*Физиологический или нейрофизиологический подход* уходит корнями в физический подход и тесно связан как с ним, так и с физиологией и нейрофизиологией человека – строением его мозга и зрительных органов. В рамках этого подхода цвет понимается как световой поток, который в виде светового луча, пересекаясь с сетчаткой глаза и хрусталиком, работающим как призма, раскладывается на определенную цветовую гамму и фокусируется в разных зонах коры головного мозга.

Считается, что в коре головного мозга есть четыре цветовых зоны, которые нейрофизиологически запрограммированы. Это зоны красного, желтого, зеленого и синего цветов, то есть любой человек с самого рождения способен воспринимать и различать эти цвета. Это объясняется тем, что «цветовое пространство, как перцептивное, так и семантическое, жестко детерминировано структурой сенсорного механизма, определяющего восприятие цвета четырьмя системами преддетекторов: красно-зеленого, сине-желтого, яркости и темноты».

Важно также иметь в виду то, что цветовое зрение формируется в разных климатических условиях и при разном образе жизни. Поэтому даже древний человек понимал, что один и тот же объект при дневном и ночном освещении будет иметь разную цветовую окраску.

Это отличие цветовосприятия обуславливается на уровне нейрофизиологии.

При очень низкой освещенности человек может различить только крупные формы.

Этот факт объясняется тем, что при данных условиях работает палочковое зрение, так как палочки имеют большую чувствительность к свету, а колбочки начинают работать лишь при высоком уровне освещения.

Палочковая система не принимает участия в формировании цветного зрения, следовательно, в сумерках человек слабо различает цвета.

Во многих языках есть поговорка: *ночью все кошки серы* (русс.) – *all cats are grey in the dark* (англ.) – *In der Nacht sind alle Katzen grau* (нем.).

И если при дневном свете некоторые цвета выглядят равнояркими, например, зеленый и желтый, то в сумерках зеленый будет более ярким (при этом оба будут серыми), красный же при сумеречном освещении будет выглядеть черным.

Современная техника позволяет измерять световые волны, и цвет, может приобретать цифровое выражение. Световая волна от 400 до 470 нанометров при относительной ее интенсивности соответствует фиолетовому цвету, при 475 нанометров – оттенкам синего цвета. В рамках физиологического подхода принято говорить о том, что цвет обладает *тремя параметрическими характеристиками*, это – *тон, яркость и насыщенность*, которые человек различает при воздействии световой волны определенной длины на зрительные рецепторы, которые и вызывают ощущение цвета. Под *тоном* понимается длина отражаемых волн, *яркость* представляет собой количество отражаемого света.

*Насыщенность* трактуется как степень отличия цвета от белого, то есть, связана с «чистотой цвета». Цвет становится интересным предметом рассмотрения и в области философии.

В своей работе «Человеческое познание» Б. Рассел рассматривает понятие минимального словаря, который должен структурно составлять более сложные образования, то есть все наше знание могло бы быть выражено с помощью слов, обозначающих простые элементы. Мы могли бы различать в мире так называемый материал и его структуру. «Материал состоял бы из всех простых элементов, обозначаемых именами, тогда как структура зависела бы от отношений и качеств, для обозначения которых наш минимальный словарь имел бы соответствующие слова».

Цветовые термины используются автором в качестве примера особого атрибута материи. Он рассматривает значение слова «красный», определяя его как оттенок цвета, лежащий в определенной части спектра, как некий диапазон волн и как волны с определенными длинами. Прибегая к таким определениям цвета, Б.Рассел указывает, что их точность иллюзорна, так как определение цвета через длину волны никак не связано с ощущением.

Названия цветов употреблялись в течение многих тысячелетий до изобретения волновой теории света. Сам автор для четкого определения цвета предлагает ввести пространственно-временной аспект.

Другими словами, различие в оттенках цветов, согласно его точке зрения, зависит от пространственно-временного положения цветового пятна в зрительном поле наблюдающего.

По его мнению, не может быть двух идентичных оттенков цвета, так как один и тот же оттенок не может существовать в двух областях одного зрительного поля с равной степенью удаленности от его центра. «Оттенок цвета в комбинации с данным позиционным качеством не может существовать в двух областях одного зрительного поля, потому что эти области поля определяются с помощью их позиционных качеств».

Если мы обратимся к современным европейским языкам, то можно констатировать, что существующая система цветообозначений складывалась на протяжении многих веков, а цветовые ощущения человека подвергались изменениям в процессе истории человеческого развития: от элементарных цветоощущений до высокого развитого чувства цвета у современного человека. Существует целая *теория эволюции цветоощущений*.

В своей работе «Цветообозначения в русском языке» Э. Онол дает описание гипотезы последовательности этапов в развитии цветоощущений.

Первые периоды человеческого цветового опыта ограничивались выделением белого и черного цветов, затем следовал период возникновения красно-желтых тонов.

По мнению сторонников этой гипотезы, творчество Гомера относится ко второму периоду. Опираясь на материал его произведений, многие ученые попытались доказать, что древние не различали некоторые цветовые оттенки, указывая на то, что в поэзии Гомера нет четких обозначений, например, для синего цвета. Он, как отмечает Н.К. Садыкова, «не знал лилового цвета, фиолетовый смешивал с пурпурным, пурпуровыми он называет и одежды, и кровь, и радуго, и облака, и бушующее море». Последняя третья стадия характеризовалась восприятием холодных красок, таких как зеленый, синий и фиолетовые цвета. Согласно данной теории эволюции цветоощущений, восприятие всех основных цветов возникло на основе первичного смутного и ощущения светового потока.

Был сделан вывод, что неясность и относительная бедность цветовых выражений в древней литературе отражала неполноту цветовых ощущений в те времена.

Однако такая гипотеза потерпела поражение при первой же попытке проверить ее данные биологами и этнографами. Согласно опытным исследованиям в современной биологии, некоторые животные, например, пчелы и муравьи, не только различают все цвета в тех же пределах, что и человек, но воспринимают даже ультрафиолетовые излучения, не доступные для человеческого зрительного восприятия.

Идея сторонников гипотезы эволюции цветоощущения о том, что наиболее отсталые из диких народов нашего времени еще не вступили в последнюю стадию цветоразличения, была опровергнута и на литературном материале, когда немецкие этнографы доказали, что греки эпохи Гомера распознавали все цвета. Они указали на то, что еще за несколько веков до появления гомеровских поэм греки раскрашивали в разнообразные цвета и предметы домашней утвари, и стены своих домов.

Интересно отметить, что в исследованиях на материале старославянского языка также отмечается тот факт, что «цветовая палитра представлена довольно бедно: в ней нет, например, ни желтого, ни синего, ни голубого, ни серого цветов». Такая специфика, по мнению исследователей, объясняется особенностями средневековой поэтики, для которой использование атрибутов цвета довольно редкое явление. «Средневековая эстетика «не хотела» цвета, и цвет оставался вне художественной прозы».

**Гипотеза Сепира-Уорфа** (гипотеза лингвистической относительности) возникла в лингвистике США под влиянием трудов Э. Сепира и Б. Уорфа. По их мнению, язык и образ мышления народа взаимосвязаны. Овладевая языком, его носитель усваивает определенное отношение к миру, отраженное в структурах родного языка.

Поскольку языки по-разному классифицируют окружающую действительность, то и их носители различаются по способу отношения к ней. «Мы расчленяем природу в направлении, подсказанном нашим родным языком. В мире явлений выделяются те или иные категории и типы не потому, что они самоочевидны; напротив, мир предстает пред нами как kaleidosкопический поток впечатлений, который должен быть организован нашим сознанием, а это значит в основном – языковой системой, хранящейся в нашем сознании».

Существуют различные точки зрения о том, что лежит в основе цветообозначений.

В опровержение гипотезы Сепира-Уорфа английские ученые Б. Берлин и П. Кей провели ряд исследований и пришли к выводу, что процесс возникновения и развития цветоименований в различных языках является своего рода языковой универсалией.

Б. Берлин и П. Кей изучали этимологию цвета и описали свои исследования в книге «Основные цветовые термины». Они пришли к выводу, что 95% цветов происходят от названий предметов и лишь 5% слов не имеют четкой этимологии.

В ходе исследования данными учеными также были открыты универсальные прототипы для определения одиннадцати основных цветообозначений, а также универсальная последовательность возникновения цветовых категорий в языках мира.

Их исследование начинается с двух процедур применения правила ограничения рассматриваемых данных. Первое, «цветовая» классификация состоит у них в членении перцептивного пространства, заранее предопределенном понятиями тона, интенсивности и насыщенности (таким образом, сужается референциальный спектр понятия «цвета» как он понимается, по крайней мере, в некоторых культурах).

Следствием признания гипотезы лингвистической относительности является понимание того, что язык хранит в себе определенную систему ценностей, и выражаемые в нем значения складываются в коллективную философию, свойственную всем носителям данного языка.

В сознании говорящего существуют базовые прототипические референты, которые он использует при назывании того или иного цвета.

Возможно, данное утверждение верно, но для более поздних цветообозначений, которые возникают по модели «такой по цвету, как ...» (коричневый – цвета корицы; navy англ. – цвета одежды флота). Однако, можно предположить, что для архаического мышления было характерно особое *синкретическое осознание*. Существуют различные точки зрения по вопросу того, что лежит в основе цветообозначений.

Гипотеза лингвистической относительности предполагает, что структура языка влияет на мировосприятие и воззрения его носителей, а также на их когнитивные процессы.

Выделяют две формулировки этой гипотезы:

- *Строгая версия*: язык определяет мышление, и, соответственно, лингвистические категории ограничивают и определяют когнитивные категории.

- *Мягкая версия*: мышление наряду с лингвистическими категориями определяет влияние традиций и некоторые виды неязыкового поведения.

Термин «*Гипотеза Сепира–Уорфа*» является, по сути, ошибочным, так как *Эдвард Сепир* и *Бенджамин Уорф* никогда не были соавторами и никогда не заявляли о своих идеях как о научных гипотезах. Появление строгой и мягкой версий гипотезы также является позднейшим нововведением: хотя *Э.Сепир* и *Б.Уорф* никогда намеренно не проводили подобного разделения, в их работах можно найти как строгое, так и мягкое описание принципа относительности.

Идея лингвистической относительности (релятивизма) в основных чертах была сформулирована в работах мыслителей XIX века, например, *Вильгельма Гумбольдта*, считавшего, что язык является воплощением духа нации.

В начале XX века представители американской школы антропологии, возглавляемой *Францем Боасом* и *Эдвардом Сепиром*, приближались к этой гипотезе, но именно *Э. Сепир* в своих работах чаще остальных критиковал лингвистический детерминизм.

Студент *Э.Сепира*, *Бенджамин Ли Уорф* был одним из наиболее активных сторонников этой теории; он опубликовал свои работы о том, какое влияние лингвистические различия оказывают на человеческое познание и поведение. *Гарри Хойджер*, один из студентов *Э.Сепира*, ввёл сам термин «*Гипотеза Сепира–Уорфа*».

Строгая версия лингвистической релятивистской теории была разработана в начале 1920-х немецким лингвистом *Лео Вайсгербером*.

Принцип лингвистического релятивизма *Б.Уорфа* был переформулирован в форме научной гипотезы психологом *Роджером Брауном* и лингвистом *Эриком Леннебергом*.

Они проводили эксперименты, чтобы выяснить, зависит ли цветовое восприятие участников эксперимента от того, как классифицированы цвета в их родных языках.

Когда изучение универсальной природы языка и познания оказалось в центре внимания в 1960-х, лингвисты утратили интерес к идее лингвистического релятивизма.

В конце 1980-х представители новой школы лингвистического релятивизма, изучая последствия, влекущие за собой различия в лингвистической категоризации познания, смогли предоставить экспериментальную поддержку недетерминистской версии гипотезы.

Некоторые эффекты лингвистической относительности проявляли себя лишь в нескольких семантических областях, хотя в общем были довольно слабыми.

В настоящее время большинство лингвистов придерживаются сдержанной позиции по отношению к лингвистическому релятивизму: поддерживается идея того, что язык влияет на определённые виды когнитивных процессов, хотя и неочевидными путями, но иные процессы и сами являются субъектами по отношению к универсальным факторам.

Исследования сосредоточены на том, чтобы обнаружить эти пути влияния и определить, до какой степени язык влияет на мышление.

Принцип лингвистического релятивизма и отношения между языком и мышлением оказывались в поле интереса различных дисциплин, от философии до психологии и антропологии, и послужили источником вдохновения для литературных произведений и создания искусственных языков.



Какой бы логичной (и красивой) не казалась бы эта карта, правда заключается в том, что индивидуальное восприятие цвета слишком зависит от личного опыта.

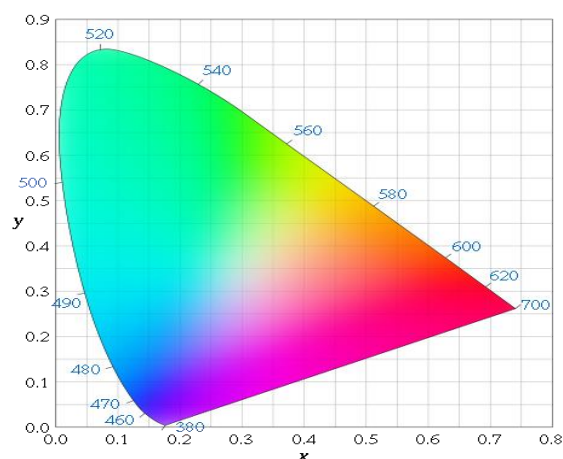
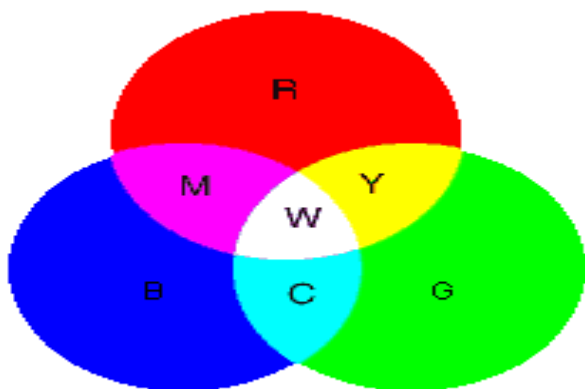
В Англии основными цветами долго считали красный, жёлтый и синий, лишь в 1860 году *Д. К. Максвелл* ввёл *аддитивную систему RGB* (красный, зелёный, синий).

**RGB - Red, Green Blue** - красный, зеленый, синий – аддитивная цветовая модель, описывающая физику синтеза лучей и наиболее широко используемая в технике.

Аддитивной эта модель называется потому, что при сложении (по англ. addition) цветов разных каналов происходит сложение лучей, в результате чего мы получаем новые (дополнительные) цвета или оттенки. Изображение в данной цветовой модели состоит из 3-х каналов (см. изображение ниже).

При смешении одного из трех основных цветов (основными цветами считаются красный, зеленый и синий) – например, синего (B) и красного (R), мы получаем пурпурный (M), при смешении зеленого (G) и красного (R) – желтый (Y), при смешении зеленого (G) и синего (B) – голубой (C). При смешении всех трех цветовых компонентов мы получаем белый цвет (W). Эта цветовая модель широко используется в технике, достаточно вспомнить только, что в телевизорах и мониторах применяются три электронные пушки для красного, зеленого и синего каналов. Однако, эта цветовая модель обычно имеет более широкий цветовой охват, чем типичный охват цветов CMYK, поэтому иногда изображения, замечательно выглядящие в RGB, значительно тускнеют и гаснут в CMYK. Эта система в настоящее время доминирует в системах цветопроизведения для электронно-лучевых трубок (ЭЛТ) мониторов и телевизоров.





В художественной практике существует устоявшаяся система цветов, не совпадающая с аддитивной системой *Д. К. Максвелла*, которую используют в ЭЛТ. В этой системе основными цветами являются красный, жёлтый и синий. Использование жёлтого не удивительно, поскольку при смешении красок, в отличие от смешения лучей, светлота и насыщенность полученного цвета получается меньше, чем у исходных красок, поэтому получить жёлтый, самый светлый цвет смешением других красок – невозможно.

Если в системе RGB в определённых координатах спектр разделён основными цветами на три равные части, то в художественной практике частоты соответствующие основным и дополнительным цветам соотносятся определённым более сложным образом.

Понятия чистых красного и жёлтого цветов здесь примерно совпадают с RGB, но чистый синий здесь более заметно отличается от системы *Д. К. Максвелла*, относительно чистого синего – это оттенок более близкий к голубому цвету.

Понятие чистого зелёного цвета также не совпадает с тем, который мы обычно видим при горении только зелёного люминофора ЭЛТ. В художественной практике под зелёным понимается самый пассивный цвет, являющийся дополнительным, контрастным самому активному – красному. В 1931 CIE разработала цветовую систему XYZ, называемую также «нормальная цветовая система».

**Цветовая модель** – математическая модель описания представления цветов в виде кортежей чисел (3, реже – 4 значений), называемых *цветовыми компонентами* или *цветовыми координатами*. Все возможные значения цветов, задаваемые моделью, определяют цветовое пространство. Цветовая модель задаёт соответствие между воспринимаемыми человеком цветами, хранимыми в памяти, и цветами, формируемыми на устройствах вывода (возможно, при заданных условиях).

Человек является *трихроматом* – сетчатка глаза имеет три вида рецепторов (колбочек), ответственных за цветное зрение. Можно считать, что каждый вид колбочек даёт свой отклик на определённую длину волны видимого спектра.

Важным свойством (для всех физически реализуемых цветов) является неотрицательность как функции отклика, так и результирующих цветовых координат для всех цветов.

Системой, основанной на откликах колбочек человеческого глаза, является цветовая модель LMS. Исторически сложилось, что для измерения цвета используется другое цветовое пространство – XYZ.

Это – эталонная цветовая модель, заданная в строгом математическом смысле организацией CIE (*International Commission on Illumination* – Международная комиссия по освещению) в 1931 году. Модель CIE XYZ является мастер-моделью практически всех остальных цветовых моделей, используемых в технических областях.

Эксперименты, проведённые Дэвидом Райтом (англ. *David Wright*) и Джоном Гилдом (англ. *John Guild*) в конце 1920-х и начале 1930-х годов, послужили основой для определения функций цветового соответствия.

Изначально функции цветового соответствия были определены для 2-градусного поля зрения (использовался соответствующий колориметр). В 1964 году комитет CIE опубликовал дополнительные данные для 10-градусного поля зрения.

Для модели брались условия, чтобы компонента Y соответствовала визуальной яркости сигнала – эта та самая относительная спектральная световая эффективность монохроматического излучения для дневного зрения, которая используется во всех световых фотометрических величинах), координата Z соответствовала отклику S («short», коротковолновых, «синих») колбочек, а координата X была всегда неотрицательной.

Кривые отклика нормируются таким образом, чтобы площадь под всеми тремя кривыми была одинаковой. Это делается для того, чтобы равномерный спектр, цвет которого в колориметрических условиях наблюдения принято считать белым, имел одинаковые значения компонент XYZ и в дальнейшем, при анализе цвета, было проще определять цветовой тон просто вычитая из цвета равные значения XYZ. Функции отклика и координаты XYZ также являются неотрицательными для всех физически реализуемых цветов. Очевидно, что не для каждого сочетания XYZ существует монохроматическая спектральная линия (соответствующий цвет радуги), которая бы соответствовала этим координатам. На графике справа X – красная кривая, Y – зелёная, Z – синяя.

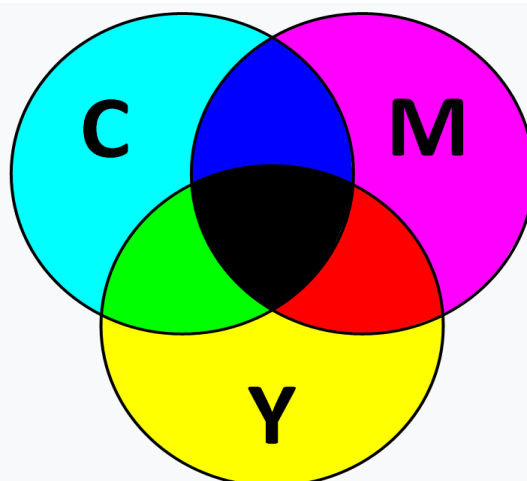
Любая цветовая модель может быть преобразована в модель XYZ, так как данная модель определяет все правила смешивания цветов и задает ограничения, накладываемые на все спектральные составы излучений, которые имеют один цвет.

В 1951 году Энди Мюллер предложил субтрактивную систему CMYK (сине-зелёный, пурпурный, жёлтый, чёрный), которая имела преимущества в полиграфии и цветной фотографии, и потому быстро «прижилась».

**Четырёхцветная автотипия** (CMYK: Cyan, Magenta, Yellow, Key color) – субтрактивная схема формирования цвета, используемая прежде всего в полиграфии для стандартной триадной печати. Схема CMYK обладает сравнительно с RGB меньшим цветовым охватом.

По-русски эти цвета часто называют голубым, пурпурным и жёлтым, хотя первый точнее называть сине-зелёным, а маджента – лишь часть пурпурного спектра. Печать четырьмя красками, соответствующими CMYK, также называют печатью *триадными красками*. Цвет в CMYK зависит не только от спектральных характеристик красителей и от способа их нанесения, но и их количества, характеристик бумаги и других факторов. Фактически, цифры CMYK не определяют цвет однозначно.

Исторически в разных странах сложилось несколько **стандартизованных** процессов офсетной печати. Сегодня это американский, европейский и японский стандарты для мелованной и немелованной бумаг. Именно для этих процессов разработаны стандартизованные бумаги и краски. Для них же созданы соответствующие цветовые модели CMYK, которые используются в процессах цветоделения.



Однако многие типографии, в которых работают специалисты с достаточной квалификацией, нередко создают профиль, описывающий печатный процесс конкретной печатной машины с конкретной бумагой.

Оптическое смешение некоторых пар цветов может давать ощущение белого цвета.

Взаимодополнительными цветами называют пары противоположных цветов, дающих при смешении ахроматические оттенки, т.е. оттенки серого цвета.

В RGB триаде основных цветов *красный–зелёный–синий* дополнительными являются соответственно *циан–пурпурный–жёлтый*. На цветовом круге RGB, эти цвета располагают оппозиционно, так что цвета обеих триад чередуются. В полиграфической практике в качестве основных используют разные наборы цветов.

### **Мнемоника для цветов спектра и радуги в русском языке**

- Каждый охотник желает знать, где сидит **ф**азан (вариант: где сидит **ф**илин).
- **Ф**азан сидит, глаза закрыв, желая очень кушать (цвета в обратном порядке).
- Как однажды **Ж**ак-звонарь головою **с**шиб (**с**ломал) **ф**онарь.
- Кот **о**слу, жирафу, зайке голубые **с**шил **ф**уфайки.

Чтобы вспомнить, где в полосе радуги расположен красный, следует читать цвета *сверху вниз*. То есть снаружи дуги радуги находится «начальный» красный цвет, а далее вниз и внутрь дуги – «конечный» фиолетовый цвет).

В системе RGB (*красный–зелёный–синий*) цвета разделяются на 12 основных тонов: 3 основных цвета, 3 дополнительных к основным, и ещё 6 промежуточных тонов.

В следующей таблице показаны 12 цветов **цветового круга**, где в качестве основных используются *красный, жёлтый и синий* цвета (RYB).

Цвета здесь подразделяются на *основные* (цвета первого порядка), составные (цвета второго порядка) и сложные (третий порядок). Оттенки серого (в диапазоне белый – чёрный) носят парадоксальное название *ахроматических* (от греч. *α-* отрицательная частица + *χρώμα* – цвет, то есть бесцветных) цветов. Парадокс разрешается, когда становится ясно, что под «отсутствием цвета» здесь понимается, естественно, не отсутствие цвета как такового, а отсутствие цветового тона, конкретного оттенка спектра.

При максимальном снижении насыщенности любого хроматического цвета тон оттенка становится неразличимым, и цвет переходит в ахроматический. Каждый цвет обладает количественно измеряемыми физическими характеристиками (спектральный состав, яркость).

№ Цвет	Порядок	Тон (оттенок)
1 Красный	I	0
2 Оранжевый	III	20
3 Жёлтый	II	40
4 Жёлто-зелёный (шартрёз)	III	60
5 Зелёный	I	80
6 Зелёно-голубой (изумрудный)	III	100
7 Голубой	II	120
8 Синий (лазурный, голубой)	III	140
9 Синий	I	160
10 Фиолетовый	III	180
11 Пурпурный	II	200
12 Пунцовый (малиновый)	III	220

Наиболее ярким ахроматическим цветом является белый, наиболее тёмным – чёрный.



Одинаково насыщенные оттенки, относимые к одному и тому же цвету спектра, могут отличаться друг от друга степенью яркости.

При уменьшении яркости синий цвет постепенно приближается к чёрному. Любой цвет при максимальном снижении яркости становится чёрным.

Следует отметить, что яркость, как и прочие цветовые характеристики реального окрашенного объекта, значительно зависят от субъективных причин, обусловленных психологией восприятия. Степень близости цвета к белому называют **светлотой**.

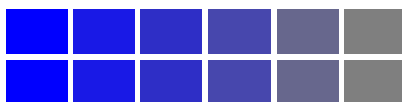
Любой цвет при максимальном увеличении светлоты становится белым.

Другое понятие светлоты относится не к конкретному цвету, а к оттенку спектра, тону. Цвета, имеющие различные тона при прочих равных характеристиках, воспринимаются нами с разной светлотой.

**Насыщенность** – степень отличия хроматического цвета от равного ему по светлоте ахроматического, «глубина» цвета. Два оттенка одного тона могут различаться степенью блёклости. При уменьшении насыщенности каждый хроматический цвет приближается к серому.

№ Цвет	Порядок цвета
1 Красный	I
2 Красно-оранжевый	III
3 Оранжевый	II
4 Жёлто-оранжевый	III
5 Жёлтый	I
6 Жёлто-зелёный	III
7 Зелёный	II
8 Сине-зелёный	III
9 Синий	I
10 Сине-фиолетовый	III
11 Фиолетовый	II
12 Красно-фиолетовый (пурпурный)	III

Жёлтый тон – самый светлый, а синий или сине-фиолетовый – самый тёмный.



**Цветовой тон** – характеристика цвета, отвечающая за его положение в спектре: любой хроматический цвет может быть отнесён к какому-либо определённому спектральному цвету. Оттенки, имеющие одно и то же положение в спектре (различающиеся, насыщенностью и яркостью), принадлежат к одному и тому же тону. При изменении тона, к примеру, синего цвета в зелёную сторону спектра он сменяется голубым, в обратную – фиолетовым.

Иногда изменение цветового тона соотносят с «теплотой» цвета. Так, красные, оранжевые и жёлтые оттенки, как соответствующие огню и вызывающие психофизиологические реакции, называют **тёплыми** тонами, голубые, синие и фиолетовые, как цвет воды и льда – **холодными**.

Следует учесть, что восприятие «теплоты» цвета зависит как от субъективных психических и физиологических факторов (индивидуальные предпочтения, состояние наблюдателя, адаптация), так и от объективных (наличие цветового фона).

Следует отличать физическую характеристику некоторых источников света – цветовую температуру от субъективного ощущения «теплоты» соответственного цвета.

Цвет теплового излучения при повышении температуры проходит по «тёплым оттенкам» от красного через жёлтый к белому, но максимальную цветовую температуру имеет цвет циан. Цвет объекта – это комплексный результат ряда факторов, таких как свойства поверхности (спектр поглощения и отражения), температура, относительная скорость и прочих. Все эти факторы в сумме дают определённую длину электромагнитной волны.

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

При описании цветоименований в лингвистике исследователи сталкиваются прежде всего с проблемой классификации цветочных прилагательных.

При попытке описания отношений между словами-цветообозначениями учёные говорят о невозможности построения описания на основе модели трёхмерного психологического пространства цветоощущения. При построении модели смысловых отношений у «имен цвета» исследователь сталкивается с невозможностью найти единый принцип для отбора и классификации единиц. На разных этапах развития русского языка количество слов, составляющих «**колоративное пространство**», не оставалось постоянным.

Ученые-физики определили семь основных спектральных цветов (заучивание которых сводится к освоению выражения: «Каждый охотник желает знать, где сидит фазан») – это хроматические цвета, но выделяют и ахроматические (белый и чёрный).

Ученые же утверждают, что человеческий глаз способен различать от 500 до 2,5 миллионов оттенков, каждый из которых может быть назван конкретным словом.

Изучая вербализацию цветового восприятия, лингвисты подразделяют цветообозначения на две группы – *основные* (абсолютные) и *оттеночные*.

**Абсолютные** цветоименования, в свою очередь, делятся на *хроматические*, называющие семь цветов радужного спектра (красный, оранжевый, жёлтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый), и *ахроматические* (черный, белый, серый).

Все остальные цветоименования называют оттеночными. Они различаются по способу передачи оттенков. Выделяют группу цветоименований, которые передают оттенки цвета аналитически:

- с вторичной номинации (сиреневый, молочный);
- без ясно прослеживающейся этимологии (бурый, алый);
- с ограниченной сочетаемостью (белокурый, карий);
- заимствованные (индиго);
- неологизмы и архаизмы (смарагдовый, кубовый);
- терминологические (кобальт, ультрамарин);
- окказионализмы.

Выделяется также группа цветоименований, уточняющих оттенки цвета:

▪ *сложные*, с формантами ярко-, светло-, темно-, нежно-, уточняющими интенсивность окраски;

▪ *двусоставные* цветоименования, представляющие названия смешанных цветов или разноцветных объектов: сине-белый, желто-зеленый. Кроме того, выделяют и *конструктивно-сложные* (генетивные) цветообозначения (цвета мёда, слоновой кости) и сравнительные обороты (щечки как маков цвет).

В исследованиях Э. Рош в области цветообозначений было введено понятие прототипа. *Прототип* – это такой член категории, который максимально полно воплощает характерные для данной категории свойства и особенности, поэтому цветообозначения можно квалифицировать по принципу соотносительности с цветовым прототипом (изумрудный – это такой зеленый, салатный – это тоже зеленый; где зеленый – это прототип, имя категории, а оттенки – члены категории). Категория понимается как имеющая центр и периферию, то есть «более прототипические» и «менее прототипические» члены.

Как уже упоминалось ранее, в сознании говорящего существует ряд базовых прототипических референтов, которые он использует при назывании цветов.

Определение понятия «*прототип*» (в сфере языковых единиц, классов, категорий) может быть сформулировано следующим образом: «прототип – это наиболее репрезентативный вариант определенного объекта, характеризующийся наибольшей концентрацией специфических признаков данного объекта, способностью воздействия на производные варианты и наиболее высокой степенью регулярности функционирования».

Иными словами, *прототип* – это идеальный, эталонный вариант среди прочих его представителей. В сфере семантики прототипы по своей природе неразрывно связаны с актуальным сознанием участников речевого акта. Прототипические значения связаны с намерениями говорящего, с коммуникативными целями речемыслительной деятельности.

В каждом языке имеется определенная категория слов, которая носит название «*типичный*», «*прототипичный*». Но для каждого языка «типичный предмет» разный.

Это объясняется тем, что у каждой народности свои стереотипы. Как отмечалось выше, экспериментальным путем было выявлено 11 основных слов, обозначающих «*типичный цвет*», или фокальный цвет (*focal color*).

Интересен тот факт, что, фокальный красный цвет для носителей английского языка темнее типичного красного цвета, который выбирают русскоговорящие.

Большой частью это связано с рядом неязыковых причин, объяснить которые должны скорее антропологи и историки, чем лингвисты.

В. И. Иваровская называет десять основных цветов: *белый, красный, синий, зеленый, желтый, коричневый, серый, черный, оранжевый, фиолетовый*.

В основу классификации положен полевой принцип деления: все перечисленные цвета обладают способностью входить в состав цветовых полей.

Все цветоименования рассматриваются с позиции **мотивированности** – **немотивированности**.

Р. М. Фрумкина отмечает, что в русском языке «*наивная картина мира*» включает «*семь цветов радуги*», а также розовый, коричневый и так называемые ахроматический цвета – черный, белый, серый. Эти цвета носители русского языка считают «основными».

Менее употребительные, второстепенные имена цвета исследователь называет «прочими». Кроме того, можно выделить 32 «базовые» цветовые лексемы.

Смысл «базовых» имен цвета известен всем носителям языка (алый, вишневый, бордовый, малиновый, морковный, апельсиновый, медный, песочный).

Небезынтересным представляется тот факт, что, судя по данным лексикографических источников, наиболее традиционными цветообозначениями являются моно- и билексемные номинации. Однако русская литература, наряду с традиционными названиями цвета и профессиональною лексикой, широко использует обозначения со сложной структурой.

К описанию цветообозначений как системы подошла *Е. А. Косых*, которая рассматривает цветообозначения-прилагательные и сочетания, выполняющие функцию цветowych прилагательных. Она считает, что система цветообозначений в русском языке может быть представлена номинативными единицами с точки зрения структуры:

- моноксемные;
- сложные прилагательные, в структуре которых выделяются, как правило, 2-3 корня-основы, представляющие собой названия равноправных цветов и оттенков, либо название цвета с уточнением его интенсивности;
- сложные цветообозначения со структурой «сущ. цвет + имя сущ. в и. п». (хаки);
- сложные цветообозначения со структурой «сущ. цвет + имя прилаг. + имя сущ. в и.п», либо эта структура представлена набором тех же частей речи, но в форме р. п. (цвет – мокрый асфальт, цвета старой розы).

Наименование элементов цветовой и световой структур могут быть объединены в 20 лексико-семантических групп. Некоторые из них использовала *В. Н. Рябова* при описании пейзажной единицы в творчестве *А. П. Чехова*:

- «наименования ахроматических цветов» (белый, светло-серый, серебристо-серый, темно-серый и др.);
- «наименования различий в светостиле между двумя родственными тонами» (оттенок, светло-желтый, светло-зеленый, светло-оранжевый и др.);
- «наименования цветов, данные по цвету природных материалов» (аквамариновый, золотой, изумрудный, перламутровый, рубиновый и др.);
- «наименования цветов, данные по цвету оттенков растений» (горчичный, лиловый, розовый, сиреневый, фиолетовый и др.);
- «наименования цветов, данные по цвету кушанья» (кофейный, кремовый);
- «наименования цветов, данные способом описания» (желтый цвет с примесью красного; синий с красноватым отливом и др.).

*Ю. Д. Апресян* кладет в основу деления цветowych прилагательных семантический признак предельности: «Если спектр разделить на участки, называемые основными русскими цветообозначениями (красный, оранжевый, желтый), то максимальной степени (пределу) определенного цвета будет соответствовать середина соответствующего участка.

Действительно, на участке красного цвета, например, уклонение в одну сторону будет давать постепенный переход в оранжевый цвет, а уклонение в другую сторону – в фиолетовый. Середина же участка будет соответствовать идеально красному цвету.

Аналогичным образом обстоит дело и со всеми другими цветообозначениями».

Ряд ученых в качестве основных цветов выделяет «элементарные» цвета – красный, желтый, зеленый, синий, ахроматические – белый и черный.

А также серый, розовый, голубой, оранжевый, коричневый, фиолетовый, которые концептуализируются как «смеси» элементарных цветов. Как видим, лингвисты до сих пор не пришли к единому мнению в определении типа объединения цветоименований.

Некоторые говорят просто о «системе цветообозначений»; другие – о «лексико-семантической группе»; третьи – о семантическом поле.

Цвет имеет огромное значение в жизни современного человека. Зачастую от него напрямую зависит настроение, эмоции и даже физическое самочувствие людей.



Исследования в области цвета и его роли в различных сферах человеческой деятельности весьма популярны у философов, маркетологов, психологов, педагогов и других ученых и специалистов. Лексико-семантическая группа «цвет» всегда привлекала пристальное внимание ученых-лингвистов, как отечественных: К.А. Андреевой, А.П. Василевич, С.П. Кузне, С.С. Мищенко, Т.Ю. Светличной, С.О. Упоровой, так и зарубежных: А. Вежбицкой, R. Adelson, B. Berlin, P.Kay, L. Maffi, и других.

Лексикологи, типологи и этимологи исследовали десятки языков и пришли к выводу, что существует ряд универсальных черт в системе цветообозначения.

Кроме того, различные отношения к тому или иному оттенку отражаются в образных выражениях, идиомах и поговорках, существующих в языке, поскольку аккумулируют социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию национального характера. Под цветом понимают цветовой тон, определяющий своеобразие и природу каждого данного цветового оттенка. Символика цвета основана на полярности двух групп цветов: теплого цвета, связанного с процессами ассимиляции, активности.

И холодного, связанного с процессами диссимиляции, пассивности – так определяют цветовую символику специалисты. К первой группе они относят цвета: оранжевый, красный, белый и желтый; ко второй группе – голубой, черный, фиолетовый и синий.

Английские ученые *Б. Берлин* и *П. Кей* изучали этимологию цвета и описали свои исследования в книге «*Основные цветовые термины*». Они пришли к выводу, что 95% цветов происходят от названий предметов. И лишь 5% слов не имеют четкой этимологии.

В опровержение гипотезе Сепира-Уорфа английские ученые провели ряд исследований и пришли к выводу, что процесс возникновения и развития цветоименований в языках является своего рода языковой универсалией. Эксперимент проводился на материале 20 языков из разных языковых групп.

Цвет	Изображение цвета
Чёрный цвет	
Серый цвет	
Серебристый цвет	
Белый цвет	
Золотистый цвет	
Каштановый цвет	
Коричневый цвет	
Бурый цвет	
Шамуа	
Оливковый цвет	
Болотный цвет	
Травяной цвет	

Циан	
Аквамарин	
Бирюзовый цвет	
Розовый цвет	
Малиновый цвет	
Пурпурный цвет	
Пунцовый цвет	
Алый	
Бордо	
Вишнёвый цвет	
Шоколадный цвет	
Цвет слоновой кости	
Хаки	

Ученые ставили своими задачами выяснить:

- какие именно оттенки оцениваются носителями выбранных языков как основной цвет, а какие представляются как переходные, смешанные;
- какой оттенок максимально отражает представления о типичном цвете;
- о каких цветах представления тестируемых согласованны, а о каких – размыты.

Из цветового спектра были выделены 330 оттенков. При этом 10 из них являлись ахроматическими (белый, серый, черный). В эксперименте участвовало две фокус-группы, куда входили представители обоих полов разных возрастов.

Эксперимент предваряла диагностика цветового зрения испытуемых.

К исследованию были допущены участники только с нормальным цветовым зрением.

Участникам первой фокус-группы показывали цветовую таблицу. На ней нужно было отметить ячейки, которые наиболее полно соответствовали понятию какого-либо цвета. Затем испытуемых просили обозначить ту ячейку таблицы, в которой находится наиболее типичный пример цвета. Испытуемые второй группы опрашивались на предмет того, какими словами они пользуются в речи, когда хотят назвать тот или иной оттенок.

После этого с названиями проделывалось тоже, что и с цветами в первой группе: выделялось слово, наиболее полно соответствующее понятию какого-либо цвета, отмечался типичный оттенок. Критерии выбора основного цветового понятия были следующими:

- термины должны быть моноксемными, т.е. его значение нельзя образовать путем суммирования значений других цветовых понятий;
- невключаемость понятия в названия других цветов;
- широкая сочетаемость;
- психологическая «очевидность», интуитивная понятность для респондента.

В результате эксперимента *Б.Берлин* и *П.Кей* пришли к следующим выводам:

- Существует единый набор из 11 базовых цветов для всех языков (белый, черный, красный, зеленый, желтый, синий, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый, серый).
- Если в языке присутствовали названия для меньшего, чем 11 числа цветов, эти названия были строго определенными:
  - все языки содержали названия для черного и белого цветов;
  - если в языке было 3 цвета, среди них обязательно было слово «красный»;
  - если в языке было 4 цветоименования, среди них обязательно были слова либо «зеленый», либо «желтый»;
  - если в языке было 5, среди них были слова «зеленый» и «желтый»;
  - если в языке было 6, среди них обязательно было слово «синий»;
  - если в языке было 7, среди них обязательно было слово «коричневый»;
  - если в языке было 8 и более цветоименований, среди них обязательно были слова «фиолетовый», «розовый», «оранжевый» или «серый».

*Б.Берлином* и *П.Кеем* был также выдвинут ряд предположений:

- . добавление или утрата термина цветообозначения происходят в определенной иерархической последовательности;
- . науке неизвестен ни один случай утраты термина цветообозначения;
- . число терминов цвета зависит от экономического и культурного развития страны данного языка, степени изоляции и других экстралингвистических факторов.

Многие иностранные психологи, включая специалистов по цветовому восприятию, очень благосклонно отнеслись к появлению теории *Б.Берлина* и *П.Кея* в научном мире.

В тоже время антропологи-теоретики отнеслись к ней с долей скептицизма. Факт существования языковых универсалий, связанный с терминами цветообозначения у многих ученых вызывал сомнения.

Прежде всего, они основывались на том, что *Б.Берлин* и *П.Кей* использовали для исследования в основном языки народностей с относительно высоким уровнем развития.

Например, 17 из 20 выбранных языков были письменными. Следовательно, велика вероятность того, что появление и развитие терминов цветообозначения – это случайное явление. Каких-либо исследований и экспериментов для подтверждения или опровержения этой точки зрения проведено не было.

При проведении WCS (World Color Survey) было выбрано 110 бесписьменных языков народностей с очень низким уровнем развития. Условия эксперимента были аналогичны экспериментам *Б.Берлина* и *П.Кея*. В результате проведенных исследований ученые пришли к следующим выводам:

- существует четкая межъязыковая статистически подтвержденная тенденция к обозначению одним ключевым словом большого количества оттенков;
- чаще всего ключевые слова: «белый», «черный», «красный», «зеленый», «желтый», «синий», «коричневый», «фиолетовый», «розовый», «оранжевый» «серый»;
- это общая тенденция и для письменных языков развитых народностей и для бесписьменных языков народностей с низким уровнем развития.

Оба исследования позволили получить данные, полезные как с теоретической, так и с практической точки зрения. Информация может быть использована в психологии, лингвистике, рекламе, дизайне и других областях.

Исследовав десятки европейских языков, с одной стороны, и языков целого ряда примитивных культур, с другой, Б. Берлин и П. Кей открыли эволюционный закон, который звучит так: В любом языке существует семь ступеней (стадий) развития цветовой терминологии, отражающих строгую последовательность появления каждого слова.

На стадии I в языке существуют только два основных (basic) цветообозначения, и это во всех случаях оказываются слова, указывающие на белый и черный цвета.

На стадии II к двум цветам добавляется третий – обозначающий красный цвет.

На стадиях III-V добавляется каждый раз по одному слову из трех – синий, зеленый, желтый. Седьмым словом (стадия VI) всегда бывает коричневый.

Высшая стадия VII характеризуется появлением сразу четырех – розовый, оранжевый, фиолетовый и серый.

Все индоевропейские языки находятся на VII стадии, но в мире можно найти примеры языков, представляющих любую из шести предыдущих.

Этнографы подкрепили эту теорию фактами, в какой-то мере объясняющими, почему сложился именно такой порядок следования слов.

Как бы то ни было, универсальность свойственна не только процессу развития системы основных цветоименований в прошлом, но и современному состоянию языков. Здесь следует выделить три тенденции.

К группе основных колоративов неизбежно примкнут слова, которые находятся на стыке между двумя существующими основными цветоименованиями.

Именно так на стадии VII в индоевропейских языках появились оранжевый (на стыке красного и желтого), фиолетовый (красный – синий) и серый (черный – белый).

Скажем, на стыке зеленый – желтый в русском языке есть слова фисташковый, оливковый, защитный, хаки. Одно из них рано или поздно войдет в состав основных.

Однако при наличии общих принципов цветовосприятия в разных этнокультурах наблюдаются различия в семантике и ценности отдельных тонов, а также в лексическом воспроизведении цвета. К примеру, в каждой культуре присутствует цветовая жизненная триада «черней – белый – красный», сводимая во всех культурах к одному семантическому узлу «рождение – жизнь – смерть», но значение каждого из этих цветов варьируется в зависимости от этнонациональной принадлежности культур.

В западных странах чёрный цвет символизирует смерть, белый цвет является символом рождения, а красный – это символ жизни. В Китае символом смерти является белый цвет, а в странах Латинской Америки – фиолетовый. В составе ЛСГ «цвет» выделяются две семантические группы: собственно колоративы (*blue, mauve, magenta, red u т.д.*) и дополнительные характеристики цвета (*light, dark, deep, pale u др.*).

Группа собственно колоративов неоднородна: у одной части лексем – первичных колоративов значение цвета является основным, прямым (*orange, green*); у другой части лексем – вторичных колоративов – значение цвета является переносным (*cherry, coral*), но, тем не менее, оно также закреплено в системе языка. На основе проведенного исследования были выделены две группы:

**Основные цвета** – это 11 основных цветов, т.е. группа слов, которые получили название *основные цветоименования (basic color terms)*. Во всех развитых европейских языках существует 11 слов, называющих соответственно 11 basic-цветов, в английском языке это: black, white, grey, red, pink, blue, orange, yellow, purple, brown, green.

**Неосновные цвета** – это первичные колоративы, т.е. моноксемные слова, где значение цвета является основным, первым, но эти слова обозначают не основные цвета, а их оттенки: scarlet, crimson, khaki, cyan, cerulean, auburn, puce, mauve, magenta.

Представленная группа была выделена на основе данных словарей, например: scarlet – прил. алый, ярко-красный; одетый в красное; красный от гнева, ярости; распутный, греховный. Также в дальнейшем для удобства мы будем обозначать данную группу, как первичные колоративы. Представляем группу, в которой оттенки, варианты цветов, обозначаемые словами, для которых значение цвета является переносным: coral, aqua, snow, ivory, tan, tomato, teal, etc.

В словарных статьях находим определение: coral – (n) – a hard substance formed from coral. It is often pink and orange and was used in the past to make jewelry.

coral – (adj.) – with a colour between pink and orange.

Или: lavender – (n) – a plant with small purple flowers that smell nice;

lavender – (adj.) – something that is lavender is light purple in colour.

Всего насчитывается более 30 слов, хотя можно сказать, что данная группа слов имеет явную тенденцию к расширению. Сопоставляя систему цветообозначений в разных языках, исследователи неизменно отмечают особенность русского и некоторых других языков, в которых для обозначения синего цвета существует два основных названия – синий и голубой – в отличие от многих германских языков, в которых диапазон цветов соответствующей части спектра перекрывается единым обозначением, типа английского blue (ср. нем. blau и фр. bleu).

Близкая система цветообозначения сине-голубых цветов принята в других славянских языках – в украинском и польском. Имена цветов – элемент культуры определённого народа, закреплённый в словарном запасе носителей того или иного языка, могут принимать символическое значение.

Следовательно, если в других индоевропейских языках группа основных цветообозначений включает 11 слов, то в русском языке она состоит из 12 цветов.

Вполне понятно, есть ряд универсальных явлений, связанных с общечеловеческой картиной мира. Однако, нельзя забывать и о наличии национальных особенностей, присущих только данной культурной общности людей. И какую-бы психофизиологическую основу не имел цветовой язык, на него наслаиваются традиции и обычаи народа.

Следовательно, ответ на вопрос: почему именно в русском языке голубой входит в группу основных цветообозначений? – нужно искать в истории России.

Прежде всего, обратимся к этимологии. Лингвисты единодушно признали значительно более позднее происхождение слова *синий* по сравнению со словом *голубой*. Согласно словарю Фасмера, русский *синий* восходит к древне-индийскому «темный, черный».

Действительно, на ранней стадии развития языка понятия «черный» и «синий» не различались, хотя слово «синий» и имело достаточно узкую сочетаемость (водные источники и некоторые природные явления).

Ученые пытались связать происхождение слова *синий* со словом *таусинный*, которое действительно употреблялось в русском языке в значении «темно-синий». На самом деле *таусинный* происходит от греческого слова, обозначающего «навлин».

В истории русской культуры синий цвет занимал особое место. Из анализа памятников русского фольклора видно, что синий 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.

Вода издревле осознавалась как стихия, связанная со смертью и загробным миром. Не случайно одним из центральным обрядов в христианстве является крещение водой, символизирующее смерть и воскресение в истинной вере. По известным законам прямое название вещей, связанным с мистическим злом, всегда было несколько табуированным. Это бессознательное предубеждение привело к тому, что даже в XIX веке название *синий* предпочитали сохранять в иноязычном звучании и написании.

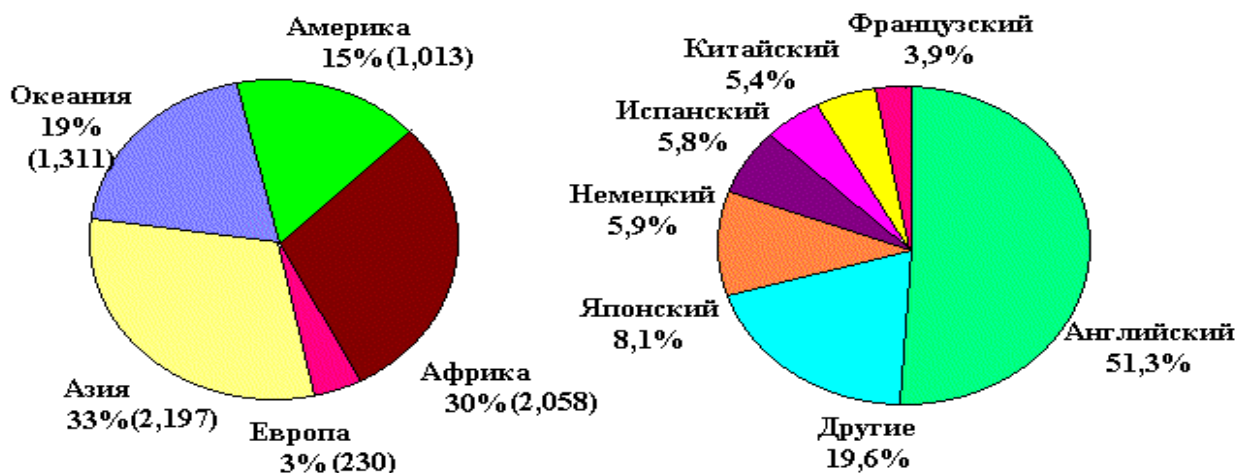
Из-за культурно-исторической коннотации сфера применения синего цвета была довольно ограничена. Если говорить об одежде, то его чаще можно было увидеть в форменной одежде, чем в модной. Дело в том что, если некоторые цвета (в особенности красный) подчеркивают индивидуальность, то *синий*, наоборот, унифицирует, сглаживает все различия. По самым разным причинам *синий* у русских в течение долгого времени сохранил негативный подтекст. Однако все вышесказанное относится скорее к темно-синему цвету. Светлый же оттенок синего цвета, напротив, был весьма распространен.

Становилась очевидной потребность в названии светло-синего оттенка словом, не связанным на прямую с термином *синий*.

Вследствие чего стали появляться слова, выражающие голубые оттенки. Голубой цвет – это цвет неба, поэтому коннотация слова была только положительной.

С этимологией термина ситуация не так ясна, как со словом *синий*. По некоторым данным слово образовано от «голубь». Причем речь идет не об основном фоне оперения обыкновенного голубя, а о специфическом отливе шейных перьев.

По другим данным, вначале появилось обозначение цвета, а уж потом название птицы. Между тем в первых письменных источниках *голубой* употреблялось только в качестве названия конской масти. Значение его, однако, не совсем ясно. Под мастью «голубая» подразумевалась лошадь либо «светло – или темно-серая с синевой», либо «серовато-голубая», либо даже «серовато-желтая, серовато-бурая». Позже слово обрело свое нынешнее значение («цвет ясного неба», «светло-синий»). По непонятным причинам именно в данном значении термин стал широкоупотребительным и закрепил за собой вполне определенный участок спектра. Более того, слово вошло в состав группы основных цветообозначений в русском языке.



Языки мира

## 1.2. ЦВЕТ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЛИНГВИСТИКЕ

В современной лингвистической науке языковеды используют различные термины для обозначения слов и выражений со значением цветовых оттенков. В связи с этим проблема выбора термина для лексических единиц с цветовым значением становится все более актуальной.

Особый интерес в данном вопросе для нас представляет статья Д.Н. Борисовой «К проблеме выбора термина для названия форм цветообозначения в языке» (2008).

Автором был произведен анализ работ по исследованию слов и выражений, обозначающих цветовые оттенки в различных языках. Было выделено пять тенденций в терминологическом описании лексических единиц с компонентом цвета и унифицированы разнообразные способы терминологической номинации в данной области.

**Первая тенденция**, по мнению исследователя, характеризуется употреблением понятия «*цветообозначение*». Этот термин является самым распространенным среди исследованных лингвистом работ: В.А. Московича (1960), Н.Б. Бахилиной (1975), М.Ф.Мурьянова (1979), В. Тэрнера (1983), Н. Линдгрена (1997), А. Вежбицкой (1999), Т.И. Вендиной (1999), В.Г.Кульпиной (2001), С.Г. Тер-Минасовой (2000), О.А. Корнилова (2003), С.А. Питиной (2005), Е.Н.Поляковой (2006) и др.

Применение понятия «*цветообозначение*» понимается Д.Н. Борисовой не как результат – конкретное слово или словосочетание, – а как процесс.

«**Цветообозначение** – это процесс обозначения цвета в языке – различные способы номинации цветовых оттенков». Данное направление характеризуется различными способами словообразования:

- обозначение цветов с помощью прилагательных (красный), существительных (синева), глаголов (посинеть) и других частей речи;
- обозначение цветовых оттенков с помощью префиксов и приставочных слов (синий-пресиний), суффиксов (сероватый);
- сложения основ (сине-черный);
- с помощью сочетаний двух слов (цвета земляники);
- образование номенклатурных названий цветов с использованием числительных и аббревиации (Сиреневый K55/M).

**Вторая тенденция** указывает на применение понятий «имя цвета», «цвето-наименование» в работах Р.М. Фрумкиной, Т.А. Михайловой и др.

Исследовав данный термин, Д.Н. Борисова пришла к выводу, что «понятие имени относится либо к грамматическому разделу языкознания (учению о частях речи), либо к ономаσιологическому разделу (процессу номинации). С грамматической точки зрения термин «**имя цвета**» неправомерен, но в номинативном аспекте данный термин можно использовать только при изучении базовых названий цветов.

Если говорить о периферийных, или неосновных названиях цветов, то здесь процесс номинации идет по определенным моделям (метафорического переноса: цвета морской волны, англ. *iceberg white*), т. е. налицо процесс вторичной номинации». В этом случае, по мнению языковеда, понятие «*имя цвета*» неприменимо.

**Третье направление** характеризуется использованием в отечественном языкознании выражения «цветовой термин», «термин цвета» («colour term»), впервые примененного в работе Б. Берлина и П. Кея «Базовая цветовая терминология» (1969).

При анализе работ отечественных лингвистов было выявлено, что данное выражение употребляется как синоним к понятию «цветообозначение», в частности, в работах Т.И. Вендиной (1999), В.Г. Кульпиной (2001) и др.

Д.Н. Борисова предполагает, что данное понятие является калькированным лингвистическим термином в русском языке. Рассматривая указанные термины, лингвист задается вопросом, «существует ли некая «терминосистема цвета», в которую входят «термины цвета». Ученый указывает на науку колористику, изучающую и объясняющую явления цвета. Ее основными терминами являются «цвет», «цветовой тон», «насыщенность», «контраст», «колорит», «смешение цветов» и т.д.

В колористике не существует конкретного «термина цвета», а понятие «название цвета» является лишь определением цветового оттенка и применяется также и в других областях науки и производства. Таким образом, на взгляд Д.Н. Борисовой, выражение «термин цвета» неприменимо.

**Четвертая тенденция** – употребление вместо конкретного термина описательных выражений типа «наименование с цветовым компонентом», «название цвета», «прилагательное со значением цвета», «цветовое прилагательное».

Данные выражения встретились нам в работах Е.В. Рахилиной (2000), Ф. Озхан (2000), О.В. Тороповой (2006). Д.Н. Борисова считает, что данные термины допустимы как синонимы термина «**колороним**» во избежание тавтологии в научных работах.

Введение терминов «колороним» (лат. color «цвет» + греч. опут «имя») и «**окказионализм-хроматоним**» (от греч. chroma «цвет» + опут «имя») – это попытка лингвистов создать и внедрить конкретный лингвистический термин.

По мнению Д.Н. Борисовой, термин «**колороним**» более удачен в отличие от «хроматонима», поскольку он может быть применен для обозначений названий любых цветовых оттенков (в том числе и ахроматических).

Таким образом, Д.Н. Борисова выявила, что для слов и выражений, обозначающих цветовые оттенки, не существует унифицированного лингвистического термина:

- понятие «цветообозначение» следует понимать как общий процесс обозначения цветовых оттенков в языке; понятие «имя цвета» может быть использовано в ономаσιологическом аспекте при изучении названий основных цветов;

- использование понятия «термин цвета» некорректно;
- термин «хроматоним» исключает обозначения ахроматических цветов;
- наиболее удачным признается термин «колороним»;
- остальные описательные выражения могут быть использованы как синонимичные во избежание тавтологии. Помимо указанных терминов, было выявлено употребление таких, как «цветовое сочетание» (Исаева, 2005), «цветолексема» (Байрамова, 2004), «цветономинация», «цветовая лексика», «лексика цвета» (Вычужанина, 2009), «колоротив» (Сорохан, 2010), «слово-цветообозначение» (Голубь, 2006). Термин «**колоротив**» употребляется в работах украинских ученых. Анализ показал, что термины «цветовое сочетание», «цветолексема», «цветономинация», «цветовая лексика», «лексика цвета», «колоротив» – это единичный случай замены более употребительных терминов.



А термин «слово-цветообозначение» является синонимом к «цветообозначению».

Основную массу употребляемых в работах ученых терминов составляют термины «цветообозначение» и «слово-цветообозначение» как синоним, далее «цветонаименование», остальные термины являются терминами-заменителями.

Это можно представить в следующей схеме:



■ цветообозначение	■ цветонаименование
■ цветовой термин	■ название цвета
■ колороним	■ цветовое сочетание
■ цветолексема	■ цветономинация
■ цветовая лексика	■ колоротив

Цветовые лексеммы последовательно реализуют полярные оценочные значения (положительные и отрицательные), которые «отбираются» языком, в чём проявляется закон вероятностной реализации семантического генофонда слова. В соответствии с ним компоненты семантической структуры слова (семмы), закономерно развитые в ходе её эволюции, вероятно реализуются в одном и в разных языках, что предполагает закономерное «включение» (доминантность) и «выключение» (рецессивность) сем в тот или иной период развития языков. Согласно указанному закону, цветолексеммы различно актуализируют оценочные значения в истории того или иного языка.

В процессе *концептуализации* задачей субъекта является переработка поступающей извне информации и формирование целостного знания о мире.

Цвет, предстающий в восприятии человека как неотъемлемая характеристика зрительно воспринимаемых объектов, играет существенную роль в познании реальной действительности.

Следовательно, цветообозначение – это один из важнейших элементов языка.

Наличие большого объема информации в семантике цветообозначений, разнообразных ассоциаций, связанных с тем или иным цветом, а также воздействия, которое цвет оказывает на психику человека в результате взаимодействия с человеческим сознанием, предопределяет высокую вероятность появления множественных семантических расширений, обусловленных когнитивными процессами. Лексика приспособляется к новым задачам и условиям коммуникации, слово быстро и непосредственно реагирует на изменения в сфере социальной активности носителей языка. Лексическая инновация может выражаться в возникновении неологизмов, однако присущее языку качество быть бережливым способствует активному функционированию механизмов вторичной номинации.

Предпочтения в одежде, цвете интерьера, который мы выбираете, могут рассказать много интересного и о чертах нашего характера и даже о состоянии здоровья.

В «Учении о цвете» И.В. Гете писал: «цвет – продукт света, вызывающий эмоции».

Когда мы говорим: «почернел от горя; покраснел от гнева, позеленел от злости, посерел от страха», то не воспринимаем эти выражения буквально, а интуитивно связываем эмоциональные переживания человека, со способным выразить их цветом.

Цветовые воздействия играют немаловажную роль в жизни человека: цвет может повлиять на принятие решения, изменить нашу реакцию или стать её причиной.

Под воздействием определённого цвета может подняться давление или пропасть/повыситься аппетит. Мы не акцентируем внимание на цвете в повседневной жизни, и всю важность его воздействия понимаем только при отсутствии красок: например, в пасмурный, дождливый день мы чувствуем снижение настроения, энергетики и подавленность.

Окружающий нас мир всегда окрашен тем или иным способом и естественно, что возникает необходимость применять термины цветообозначения.

Языковеды, типологи и этимологи исследовали десятки языков и пришли к выводу, что существует ряд универсальных черт в системе цветообозначения.

Кроме того, различные отношения к тому или иному оттенку отражаются в образных выражениях, идиомах и поговорках, существующих в языке.

Ведь они аккумулируют социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию конкретно национального характера. Именно эти факты и обосновывают выбор темы нашей работы, ее актуальность и значение.

Практическая значимость состоит в возможности применения результатов исследования при практическом изучении лексики английского языка.

Цветовая символика присутствует в различных сферах жизни, будь то религия, спорт, национальные символы. Символика цвета, как и любая другая, опирается на особенности психики человека, на различные ассоциации, в основе которых лежат обыденный опыт человека, подпитанный мифологическими, религиозными и эстетическими взглядами.

Символическое значение цвета не является постоянной единицей.

Со временем трактовка цветовых символов меняется: утрачиваются первоначальные смыслы, приобретаются новые. Понятно, что в памяти представителей той или иной лингвокультурной общности существуют современные смыслы и лишь отголоски первоначальных смыслов. В лингвистике символ определяется как то, что служит условным знаком какого-нибудь понятия, чего-нибудь отвлечённого.

Практически всеми культурными народами было замечено удобство использования цвета в качестве символов. Но, исходя из разных условий существования и развития цивилизаций, одни и те же цвета у разных народов символизируют различные явления.

Тем не менее, существует общепринятая классическая народная традиция в символике Европы (В.У.Тернер, Б. Базыма).

С отдельными цветообозначениями связываются определённые представления, впечатления и чувства. В английском и русском языках выделяются следующие микросистемы символических значений цветовых прилагательных:

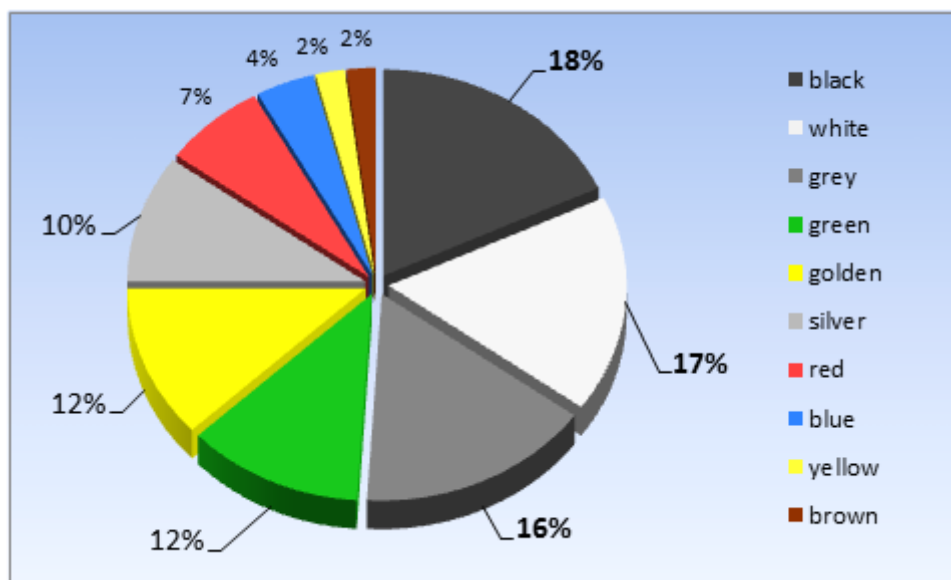
- «хороший» – белый, «никакой» – серый, «плохой» – черный;
- «разрешающий» – зеленый, «предупреждающий» – желтый, «запрещающий» – красный;
- «революционный» – красный, «контрреволюционный» – белый;
- «нежный, слабый, радостный» – розовый, «безмятежный» – голубой.

Можно сделать вывод, в английском языке наблюдается сильная асимметрия цветообозначения жёлтый в сторону отрицательной оценки.

Идиомы являются отражением культуры, быта народа. Изучение идиом и фразеологических выражений поможет развить толерантность и улучшить отношение к себе и своей нации, а также к людям других стран, научит уважать их порядки и обычаи. В этом помогут цветочные идиомы, так как они отражают психологические особенности восприятия цвета разных стран, каждая из которых вкладывает в цвет своё собственное значение, зависящее от разных факторов. Созданные за многие годы идиомы по-прежнему поражают своей изящностью и точностью, а также поразительной информативностью о культуре народа.

Цвет важен для англоязычной культуры и играет свою неоспоримую роль.

Рассмотрим происхождение названий основных цветов и связанные с ними ассоциативные поля.



Особенности лингвоцветов

**Белый цвет** в английской языковой картине мира часто ассоциируется с честностью, добродетелью, добром, радостью – это, во многом, объясняется влиянием христианской культуры. Говоря о кристально честном человеке, поступающем в соответствии с нормами морали, употребляют (иногда – иронически) выражение «*whiter than white*» (белее белого).

Невеста на свадьбе, чаще всего, одета в белое («*white wedding*» – белая свадьба), поскольку белый цвет традиционно символизирует непорочность и чистоту новобрачной.

По той же причине до сих пор незамужнюю девушку, невесту иногда хоронят в белом платье («*white funeral*» – белые похороны).

«Ложь во спасение» – ложь, сказанная для того, чтобы не причинить боль, по-английски называется «*white lie*» (белая ложь). С древнейших времён Британию называют Альбионом: название, предположительно, восходит к кельтскому слову «горь» (сравним – Альпы), но, возможно, связано с латинским словом «*albus*» (белый).

Первое, что видят путешественники, пересекая Ла-Манш, – это белые меловые утёсы вокруг Дувра. Не случайно англичане с любовью произносят фразу «*the white cliffs of Dover*» (белые утёсы Дувра), символизирующую радость возвращения домой.

Снег в Англии быстро тает, но раз в году все надеются, что выпавший снег пролежит несколько дней – на Рождество, которое в таком случае называется «*White Christmas*» (Белое Рождество). Считается, что снег создает радостно-волшебную и одновременно традиционную атмосферу, столь характерную для этого праздника. Человека, который, должен принести удачу или успех, называют «*white hope*» (белая надежда).

А человек (или организация), вкладывающий деньги в компанию, чтобы она не перешла в руки другого собственника, известен как «*white knight*» (белый рыцарь). Здесь наблюдаются ассоциации с добром, надеждой, радостью.

Английское **black** происходит от древнеанглийского *blæc* (темный, черный, чернила), имеющего когнаты в древнегерманских языках, при этом в протогерманском «*blakaz*» и протоиндоевропейском языках «*bhleg*» присутствует значение «жечь, обугливать(ся), тлеть».

Здесь ясно прослеживается ассоциация с тлеющим костром, обугленными дровами.

В то же время в славянских языках мы видим совсем другой корень – -черн (протославянское «*сьтъ*»). Черный цвет ассоциируется с тьмой, окончанием жизни (дерево сгорело), трауром, несчастьем, грехом, нечистой силой, т.е. имеет негативную коннотацию, которая появилась в Средние века.

Слова «black/чёрный» присутствуют также в словосочетаниях, не связанных непосредственно с первоначальным значением «сгоревший, обугленный».

В сравнениях прибегают к эталонам из животного мира и неживой природы: «черный как вороное крыло» (*black as a crow's/raven's wing; black as a crow/raven*), «черный как уголь» (*coal black; black as coals*).

Эпидемия чумы, опустошавшая Европу в XIV веке, через двести лет была описана в скандинавских хрониках как «чёрное» (мрачное, ужасное) событие. Но выражение «*The Black Death*» (чёрная смерть) появилось лишь в XIX веке в результате неточного перевода *atra mors* (лат. – ужасная смерть) как «чёрная смерть».

После этого переводческого казуса выражение «*The Black Death*» стало активно использоваться при описании эпидемии XIV века. Как в русском, так и в английском языке «black/чёрный» ассоциируется с несчастьем, неприятностями, гневом, мраком: «черная метка» (*black mark*), «черный список» (*blacklist*), «чёрный юмор» (*black humour*).

Говоря о человеке, испытывающем горе или гнев, англичане говорят, что у него «*black look*» (хмурый, злобный взгляд) и «*black mood*» (мрачное настроение).

В выражениях «чёрный день» (*black day*), «чёрная неблагодарность» присутствует значение «очень плохой». В Средние века Англия была крупнейшим в Европе производителем и экспортёром шерсти. Количество и качество шерсти определяло экономическое благополучие страны. Наличие в стаде чёрной овцы означало, что её шерсть некондиционна – такое сырьё не поддавалось окраске в различные цвета.

Поэтому неблагополучного члена семьи, общества до сих пор называют «*a black sheep*» (чёрная овца), в то время как в русском языке принято близкое по значению выражение «паршивая овца». В обоих языках прослеживается связь с сельскохозяйственной деятельностью, однако в русском языке отсутствует упоминание цвета. В то же время, мужчины (и даже женщины) на английских портретах эпохи Средневековья и Ренессанса часто изображены в одежде чёрного цвета. Здесь наблюдается совершенно иная ассоциация – с достатком и благополучием, высоким социальным положением.

Дело в том, что для глубокой и ровной прокраски сукна требовалось много краски, поэтому носить одежду из высококачественного дорогого сукна с белым воротником из отбеленного полотна или из кружева могли только обеспеченные люди – адвокаты, врачи, государственные чиновники, зажиточные горожане.

Одежда придворных была, как правило, цветной. С тех пор черный костюм ассоциируется ещё и с официально-деловой обстановкой.

«Тьма крошечная» в английском языке ассоциируется с адом – *«black as hell»*, а чёрная магия (*black magic*) в обоих языках – с тёмными силами (колдунами, ведьмами, сатаной).

Современное английское выражение *«not as black as it's painted»* является не чем иным, как частью пословицы *«The devil is not so/as black as he's painted»* (не так страшен чёрт, как его малюют). Отметим, что в русском варианте пословицы отсутствует упоминание цвета, но присутствует указание на визуальное восприятие и страх, связанный с упоминанием чёрта. Чёрная кошка в русской культуре, как и в культурах многих европейских стран, считается предвестницей несчастья, животным, связанным с тёмными силами.

Считается, что, если чёрная кошка дорогу перебежала, человека ждет неудача или ссора. В русском языке есть выражение «между ними (чёрная) кошка пробежала», означающее, что люди поссорились.

Совершенно иначе обстоит дело в английской культуре, где повстречать чёрную кошку считается знаком удачи (*«a black cat brings luck»* – чёрная кошка приносит удачу).

В русском языке слово «чёрный» может быть социально окрашенным – в значении «неблагородный, незначительный» в сравнении с «белый» – «благородный, значительный»: «чёрная кость» (сравним: «белая кость»), «держат в чёрном теле», «чёрный люд», «чернь».

Последние два примера интересны тем, что, согласно исследованиям Ю.С. Степанова, «чёрными людьми» в XIII-XV веках называли представителей среднего сословия (низший разряд), не состоявших в личной зависимости от представителей высшего разряда – «служилых людей».

Среди «чёрных людей» были представители как городского, так и сельского населения. Последние, т.е. земледельцы, соответствовали существовавшему ранее понятию «смерд». Ю.С. Степанов прослеживает связь слова «смерд» (человек, сидящий на земле; крестьянин) с понятием «чёрный» в индоевропейских языках и объясняет это распространённой в то время подсечной системой земледелия, при которой практиковалось вырубание и выжигание леса для освобождения земли под посев: слово «смерд» как имя земледельца могло ассоциироваться с понятием «чёрный от огня, от выжигания леса».

Позже социальное неравенство, сопровождавшееся усилением крепостной зависимости крестьян, привело к изменению значения понятия «чёрные люди/чёрный люд» на «простонародье».

В XX в. возникли словосочетания, где слова «чёрный/black» стали ассоциироваться с незаконной деятельностью (сравним с древней ассоциацией – грех): «чёрный рынок»/*«black market»* в обоих языках, *«black economy»* (чёрная экономика) в английском языке, «чёрная бухгалтерия» в русском языке.

**Red** употребляется в английском языке не только в значении «красный», но и, применительно к описанию волос человека и шерсти животных, в значении «рыжий»: *red-haired* (рыжеволосый), *red fox* (рыжая лиса).

Англо-норманнский король Вильгельм II, сын Вильгельма Завоевателя известен как *William Rufus* – Вильгельм Рыжий. Рыжеволосые английские мальчики часто имеют прозвище *«Ginger»* – Рыжик (*«ginger-red hair»* – рыже-каштановые волосы).

Само слово *«ginger»* означает «имбирь» – растение, корни которого имеют желтовато-бежеватый оттенок. Интересно, что еще в XIX в. слова «рудый» и «рёдрый» использовались для обозначения цвета волос человека («пасичник Рудый Панько» у Н.В. Гоголя) или скота (рёдрая корова).

Однако последнее слово было, в основном, распространено как диалектизм, поэтому в широкий оборот не попало. Слово «руда» также несет в себе «рыже-красный» элемент – именно таков цвет железистых вкраплений в породе. По одной из версий, красноватая порода стала предметом-эталоном для индоевропейской основы.

Слово «русый» того же корня, но пришло в русский язык из южнославянских языков с первоначальным значением «тонкий, тонкорунный» (болг.), «волнистый, кудрявый; густой, плотный» (сербск.). Таким образом, значение слова «русый» характеризуется большей степенью абстрактности и содержит оценочные семы.

В формировании цветообозначения «красный» важную роль сыграла общеславянская основа *\*chrm-/\*chrv-*: исконно русскими словами, обозначающими красный цвет, являются «чермный», «червонный», «червленый», «червовый».

Уже в XI в. существовало название «Чермное море» – Красное море. В «Слове о полку Игореве» «лисицы лают на червленые щиты».

В русском языке название карточной масти «червы» происходит от того же корня, в то время как в английском обозначается словом «*hearts*» – «сердца».

Незнание слова «чермный» может привести к смысловой ошибке, как это произошло весной 2011 года, в телеобращении по случаю Пасхи верховного раввина России Берл Лазара, который сказал, что Моисей привел свой народ к Черному морю, в то время как в священном писании говорится не о Черном, а о Красном (Чермном) море.

Само же слово «красный» для обозначения цвета в русском языке появилось не раньше XIV в., причем первоначальным его значением было «красивый, роскошный, высокосортный». Исследователи считают, что это слово восходит к общеславянскому «*krasa*» «красота», которое, в свою очередь, происходит от индоевропейского корня *-\*ker-*.

Согласно современным исследованиям, русские прилагательные-цветообозначения «красный» и «черный», являются этимологически родственными словами, восходящими к индоевропейскому корню *-\*ker-* – «жечь, гореть, пылать, топить», при этом предметным эталоном, отражением которого является цветное значение, выступает огонь как субстанция, обладающая различными цветовыми характеристиками (красный, желтый, зеленый, синий, черный), кроме того, именно огню свойственны такие действия как «гореть, пылать».

Таким образом, прилагательные-цветообозначения со значением «красный» и «черный» в русском и английском языках изначально ассоциировались с огнем, горением.

Не случайно в русском языке, описывая поджог, говорят «пустить красного петуха».

В западнохристианской традиции красный цвет – это цвет дьявола, геенны огненной, в то время как у восточных христиан дьявол чаще изображается черным.

Красный цвет в русской языковой картине мира – цвет красивый, праздничный, радостный. В русских сказках мы часто встречаем сочетания «красна девица», «весна-красна» и др. Одежда героев – белая рубаха и красный кушак, пояс.

«Красное платье» – признак достатка: «Будешь в золоте ходить, ... в красном платье наряжаться, словно в масле сыр кататься» (П.П. Ершов). Следует отметить, что в народных сказках цвет одежды, практически, не упоминается. Исключение составляют те случаи, когда цвет одежды несёт определённую социально-смысловую нагрузку, выступая индикатором принадлежности к определённому социальному слою, например, платья царевен медного, серебряного и золотого царств имеют, соответственно, те же цвета.

При этом цвет, указывающий на ценность металла, выступает индикатором социального статуса носителя одежды. Красный цвет ассоциативно связан также с кровью.

Говоря по-русски, что кому-то «краска/кровь бросилась в лицо», мы имеем в виду, что человек покраснел от смущения, стыда или досады, т.е. к лицу прилила кровь.

О здоровом, цветущем лице с румянцем (красный цвет!) говорят «кровь с молоком», а о бледном лице – «ни кровинки в лице нет». В английском языке выражение «*to take smb. red-handed*» – застать кого-то на месте преступления, захватить с поличным, дословно означает «застать кого-то с красными руками, т.е. с руками, запятнанными кровью».

Выражение впервые встречается в романе В. Скотта «Айвенго» (1819 г.).

А английское выражение «*to see red*» практически идентично русскому «глаза налились кровью». Происхождение русского слова «краска» не нуждается в объяснении – одной из первых растительных красок была именно красная.

В английском языке глагол «*to dye*» (красить, окрашивать) восходит к древнеанглийским словам *deah*, *deag* (цвет, оттенок) и *deagol* (тёмный, скрытый, тайный), а они, в свою очередь, к протогерманскому *daugilaz*.

Таким образом, само слово «*to dye*» указывает на то, что изначально ткань окрашивали в тёмные цвета (ср. выше – о чёрной суконной одежде).

Цвет, известный как «*Victorian red*» (викторианский красный, т.е. темно-красный), вошел в моду еще в XVI веке, во времена королевы Елизаветы I, но ассоциируется с викторианской эпохой, в которую он стал более доступным. Именно такой цвет характерен для мебельной обивки, черепицы, кирпича викторианского периода.

В 90-х годах XIX в. в Великобритании появились «*red-brick universities*» (краснокирпичные университеты) – новые высшие учебные заведения, построенные из красного кирпича (в отличие от каменных зданий старейших университетов Оксфорда и Кембриджа), ориентированные более на преподавание прикладных, нежели классических наук, что было связано с необходимостью подготовки специалистов для бурно развивавшейся английской промышленности.

В политическом дискурсе в английской и русской лингвокультурах «красный» ассоциируется с понятием «коммунистический». Но оппозиция «красный – белый» характерна только для русской политической лингвокультуры, восходя к противостоянию Красной армии и Белой армии в период Гражданской войны.

Английское «*blue*» происходит, через французский, от протоиндоевропейского корня *bhle-was* (светлый, синий, светловолосый, желтый). В украинском языке есть слово «блакитный» (голубой), в русском языке светло-серого коня называют «буланым».

В английской культуре со времен Дж. Чосера **синий цвет** символизирует верность.

Некоторые исследователи предполагают, что это связано с простой рифмой – «*true blue*» («верный синий/голубой» или «истинно синий»). Синие ленты на одежде жениха и невесты – одно из проявлений этого поверья.

Англо-американская свадебная традиция предписывает невесте надеть «*something old, something new, something borrowed, something blue*» (что-нибудь старое, что-нибудь новое, что-нибудь взятое взаймы и что-нибудь синее). В то же время, одежду синего цвета обычно носили слуги. Англичане – нация моряков, поэтому в английском языке темно-синий цвет называется «*navy blue*» (флотский синий). Будучи мощной колониальной державой, Англия активно осваивала новый для себя цвет – «индиго», который располагается между темно-синим и фиолетовым цветом.

Название произошло от растения, встречающегося в Индии.

Местные жители изготавливали краситель, который использовался для окрашивания одежды и тела и для изображения *мандал* – сложных рисунков, несущих в себе определенную информацию, зашифрованную в цвете и форме.

Отметим сразу, что цвет «индиго» (*Indian blue*) традиционно более частотен в Великобритании, имевшей обширные колонии на азиатском субконтиненте, чем в России.

Это редкий цвет, и не случайно сегодня он употребляется для обозначения необычных детей – «детей индиго». Интересна причина, по которой цвет «индиго» не прижился в России.

Все началось в Германии: в XVIII веке, чтобы не зависеть от иностранных технологий, немецкие купцы обратились к представителям государства и церкви с просьбой о защите интересов традиционного местного синего красителя.

В 1777 году в Германии был издан указ, объявляющий импортную краску проделками дьявола. С церковных амвонов провозглашалось, что каждый пользующийся этим «соблазном сатаны» будет осужден гореть в геенне огненной.

Поскольку в это время для России источником новых технологий была Германия, ткани «индиго» не распространились в нашей стране.

В сказках, говоря о море, его обычно называют «сине-море». Вода издревле осознавалась как стихия, связанная со смертью и с загробным миром. Так же воспринимался и синий цвет, который часто связывали с мистическими темными силами. Огромный валун, много веков лежащий на берегу Плесеева озера в Переславле-Залесском, известен как «Синь-камень», обладающий магическими свойствами.

В русском языке чёрт эвфемистически назывался «синец». В связи с этим поверьем встречаются сведения о том, что Иван Грозный боялся синеглазых людей. Интересно, что в английском языке выражение «*blue devils*» означает не только уныние, тоску («*to feel blue*»), но и белую горячку – сравним с русским «напиться до чертиков».

Таким образом, пьянство и в одном, и в другом языке ассоциируется с дьявольскими, бесовскими проделками. Весьма интересен английский фразеологизм «*(to be) between the devil and the deep blue sea*» – (находиться) в безвыходном положении, между молотом и наковальней, между двух огней. Опять синий цвет употребляется в связи с нечистой силой.

В русской культуре не прибавил популярности синему цвету и тот факт, что жандармские мундиры шились из синего сукна. Жандармов называли «синие штаны».

Правда, прижилось и выражение, введенное М.Ю. Лермонтовым – «мундиры голубые».

Форменное платье фрейлин и гофмейстерин также было синим. Считается, что синий цвет обезличивает, унифицирует, в то время как красный – выделяет из толпы.

По разным причинам слово «синий» долго сохраняло в русском языке негативную коннотацию: «Гори все синим пламенем». По своему физиологическому воздействию синий – это самый угнетающий цвет: он понижает кровяное давление и одновременно снижает пульс и ритм дыхания. Поэтому не случайно в английском языке есть выражения «*to feel blue*» (грустить), музыка «*blues*» (блюз).

Однако еще в XIX в. более частотным было слово «лазоревый», «лазурный»: «чиста небесная лазурь» (А.Н. Плещеев), «а в лазоревой дали показались корабли» (А.С. Пушкин). В XX в. прилагательное «голубой» приобрело в русском языке значение «гомосексуальный», а в английском языке ему соответствует слово «*gay*», которое, практически, утратило своё первоначальное значение «весёлый».



Если человек плохо себя чувствует (испытывает тошноту), мы иногда говорим, что он «позеленел». Говоря о плохом самочувствии, в английском языке употребляют выражение «*to feel/to turn green*». Но можно позеленеть и от тоски, зависти, ревности: «тоска зелёная», «*green with envy*» (зелёный от зависти), «*the green-eyed monster*» (зеленоглазое чудовище, т.е. ревность).

**Зелёный цвет** ассоциируется с физическим или душевным нездоровьем, ощущением несчастья, недовольством жизнью.

В сочетании с золотом зелёный цвет символизирует уходящую молодость.

Плохой приметой считается зелёная машина, зелёное свадебное платье или платья подружек невесты, даже зелёные театральные костюмы. Была, однако, знаменитая зелёная одежда, которая не затерялась в веках – «*Lincoln green*» – одежда, которую производили в городе Линкольн, знаменитом своими ткачами и красильщиками.

Именно в такой одежде ходили Робин Гуд и его товарищи. А в России «местным» зелёным оттенком был «малахитовый зелёный» (Урал).

Психологи считают, что **жёлтый цвет** – наиболее позитивный, вызывает чувство оптимизма. Поэтому в России XIX в. стены психиатрических больниц часто имели жёлтый цвет – отсюда произошло эвфемистическое название «жёлтый дом».

По ассоциации с птенцами, имеющими жёлтый клюв, неопытного человека иногда называют «желторотым». Пожелтевшее лицо человека указывает на наличие болезни.

В английской культуре жёлтый цвет ассоциируется с трусостью – «*yellow, yellow-bellied*» (трусливый). Выражение «жёлтые страницы/*Yellow Pages*» используется для обозначения раздела телефонного справочника, содержащего телефоны организаций и учреждений по категориям. Обычно этот раздел печатается на жёлтой бумаге. «Жёлтой прессой» (*yellow press/journalism*) называется низкопробная пресса, гонящаяся за сенсациями и сплетнями. Это выражение впервые появилось в комиксе «*The Yellow Kid*» (Жёлтый ребенок), печатавшемся в 1894-1898 гг. в газетах Нью-Йорка.

В русском и английском языках для обозначения жёлтого цвета могут использоваться слова «золотой/*gold*»: «золотые/золотистые волосы» (*golden hair, golden locks*), «золотой век» (*golden age*). В русской лингвокультуре «золотой» употребляется также в значении умелый («золотые руки»); способный, умный («золотая голова»); замечательный, прекрасный («золотые слова»).

В русском и английском языках, практически, нет различий в восприятии основных цветов. Но они проявляются в обозначении цветовых оттенков.

В русском языке это «малиновый», «брусничный», «свекольный», «васильковый», «розовый», «пшеничный» (об усах, волосах) – прилагательные-цветообозначения, образованные от названий распространенных злаков, овощей, ягод, цветов.

Обратим внимание на «свекольные» ассоциации при описании лица/щеки: в русском языке имеется прилагательное в функции определения, в то время как в английском языке – существительное в сравнительной конструкции, при этом указывается на красный цвет свёклы «*red as a beet root*» (красный как свёкла). В русском языке покрасневшие щеки/лицо сравнивают с маком: красные «как маков цвет». В английском языке существуют два слова для обозначения розового цвета – «*pink*» и «*rosy*». Первое из них, «*pink*», более нейтрально и продуктивно с точки зрения словообразования; во втором, «*rosy*», очевидно сравнение с розой, поэтому сфера его употребления более ограничена.

«*Rosy*» употребляется метафорически, с эмоционально-романтическим оттенком: «*rosy lips and cheeks*» (розовые губы и щеки), «*rosy future*» (розовое/счастливое будущее).

Дикие розы были распространены в Англии еще в период раннего Средневековья, садовые розы – одно из любимых и популярных растений.

Представляет интерес рассмотрение переносных значений цветолексемы *pink*.

Семантическая сетка этого цветообозначения характеризуется динамичностью и появлением новых оттенков значений. В настоящее время из розовой ленты для новорожденных девочек вырос настоящий культ розового цвета, который часто называют «цветом Барби».

В современном мире пара «блондинка и розовый цвет» стала таким же устойчивым сочетанием, как «траур и черный цвет». Розовый стал символизировать молодость, женственность, незащищенность, наивность.

В связи с массовым увлечением розовым цветом (*pinkification*) в Великобритании возникло социальное движение *PinkStinks*, бросающее вызов культуре розового цвета, которая заполняет различные аспекты жизни девочек (одежда в розовом цвете, розовые аксессуары, розовые предметы интерьера) и пропагандирует интеллектуальный минимализм.

Название движения является звучным и запоминающимся и может переводиться как «Розовый цвет омерзителен».

Представители *PinkStinks* полагают, что гендерно ориентированные вещи подавляют интеллект девочек и приводят к одержимости собственной внешностью, которую они ценят выше, чем ум и таланты.

Главная задача проекта заключается в популяризации таких ролевых моделей женщин, как политики, музыканты, художники; активисты движения выступают против «розовых» леди (*pink ladies*) и «розового» образа мыслей (*pink thinking*), призывают бойкотировать компании-производителей розовых товаров и магазины, выставляющие их на продажу. Принимаются пожертвования, идет продажа кружек, футболок и даже сляквачиков для девочек с надписями: «*I think pink stinks*» – «Я не выношу розового цвета», «*I'm not princess*» – «Я не принцесса».

В результате, цветообозначение *pink* приобретает отрицательные коннотации, поскольку ассоциируется с легкомысленным имиджем принцессы, делающим девочек слишком женственными, страстно увлеченными своей внешностью, лишенными амбиций.

Через розовый цвет заявляют о себе сексуальные меньшинства. Термин *pink money* – букв. «розовые деньги» представляет покупательную способность этой социальной категории.

В настоящее время в западном мире, особенно США и Великобритании, «розовые деньги» уже перестали быть частью маргинального рынка.

Многие компании занимаются бизнесом, непосредственно нацеленным на данный круг покупателей, включающим организацию ночных клубов, магазинов, ресторанов.

На британском рынке используется также термин *pink round*, а в США *pink dollar* или «*Dorothy dollar*». В мировом масштабе «розовые деньги» составляют около \$560 млрд, что создает для сексуальных меньшинств определенную «финансовую самоидентификацию».

*Pink economy* – бизнес, обеспечивающий удовлетворение различных потребностей сексуальных меньшинств; *pink property* – «розовая собственность», недвижимость, принадлежащая сексуальным меньшинствам.

Цветообозначение *pink* ассоциируется с алкогольным опьянением, галлюцинациями: *to see pink elephants / pink mice, to shake from pink spiders* – трястись в белой горячке.

В современном американском сленге появляются лексические единицы с компонентом прилагательным *pink*, называющие наркотические средства: *to be stoned on pink ladies* – наесться галлюциногенных таблеток.

Цветолексема *pink* также связывается с увольнением: *pink slip* – уведомление об увольнении, *pink-slipped* – безработный. Считается, что термины возникли благодаря американскому обычаю печатать подобные уведомления на розовой бумаге.

С 1990-го года розовый цвет, точнее розовая лента (*Pink Ribbon*) стала интернациональным символом, используемым организациями, которые поддерживают программу борьбы против рака молочной железы. Одной из причин выбора именно розового цвета в качестве подобного символа является тот факт, что в западном мире этот цвет ассоциируется с женственностью, символизирует жизнь, красоту, здоровье (*to be in the pink of health* – отличаться отменным здоровьем, *the pink of perfection* – верх совершенства), то есть все то, что противоположно раку. Борьбе против рака груди посвящен месяц октябрь, в программу которого входят различные мероприятия: тематические вечеринки или так называемый *pink day* «розовый день», когда сотрудники той или иной фирмы одеваются в розовое и носят розовые аксессуары. Подобные мероприятия проводятся с целью распространения информации об этом заболевании.

А также для сбора средств, направляемых на развитие деятельности по его предотвращению, диагностике и лечению.

В последнее время глобальное движение, направленное на борьбу с данным заболеванием, подвергается активной критике. Эффективность ношения и демонстрации розовой ленты знаменитостями, а также участия крупных коммерческих компаний («Эйвон», «Самсунг», «Форд» и др.) в усилиях по предотвращению эпидемии рака груди подвергается сомнению, поскольку не приводит к реальным изменениям в жизни общества и не имеет положительного практического результата.

Участие в бессмысленных действиях (ношение розовой ленты, организация розовой подсветки всемирно известных зданий, национальных пробегов за исцеление) в качестве выгодной альтернативы фактическим усилиям для решения проблемы стало называться уничижительным термином *slacktivism* (от англ. *slack* «слабый, неактивный, вялый» и *activism* – «активность»).

Как реакция на возникновение ошеломляющего количества акций и продуктов, отмеченных символом розовой ленты, в 2002 году был запущен проект «*Think before you pink*» («Подумай, прежде чем поддержать движение Розовой ленты»), призывающий компании, принимающие участие в сборе средств, направляемых на борьбу с раком груди, к большей ответственности и следованию принципу прозрачности.

В последнее время рак из серьезной болезни и личной трагедии превратился в управляемую маркетингом индустрию. В этой связи возник термин *pinkwashing*, образованный из двух понятий *pink ribbon* и *whitewash* – «пытаться обелить себя, скрыть недостатки». Этот термин используется в отношении компаний и организаций, которые под предлогом борьбы с раковым заболеванием груди продают товары, имеющие негативное влияние на окружающую среду и здоровье людей. В частности, было установлено, что косметические компании «Эйвон» и «Ревлон», поддерживающие движение Розовой ленты, в то же время не отказываются от использования в своей продукции канцерогенных веществ, таких как парабены и фталаты.

С одной стороны, розовый цвет ассоциируется со здоровьем и благополучием и является символом борьбы с раковым заболеванием; с другой стороны, в современном мире в связи с коммерциализацией деятельности, проводимой под знаком розового цвета, превращением его в источник наживы возникает негативное отношение к существующей ситуации, что приводит к потере сугубо положительного восприятия розового цвета и того, что с ним связано.

Рассмотрение переносных значений цветолексемы *pink* наглядно демонстрирует, что цветообозначения способны емко и лаконично выражать различные понятия, объективные ситуации и часто используются для передачи эмпирических сведений, получаемых в процессе категоризации действительности.

Интересно также наличие в английском языке такого слова как «*hazel*» – светлый коричнево-зеленый или коричнево-золотистый, использующегося при описании цвета глаз.

Это цвет скорлупы лесного ореха, распространенного по всей Англии и употребляемого в пищу с древних времен. Обозначения цветовых оттенков ассоциативно связаны не просто с растительным миром, но с реалиями обыденно-бытового дискурса (отражением явлений собирательства, огородничества), свойственными той или иной языковой картине мира. Названия цветов часто присутствуют в описании человека. При сравнении, в качестве эталона-дескриптора выступает природное окружение: огонь, вода, небо, зелень леса и поля, животный мир, полезные ископаемые и т.п.:

**глаза:** (русск.) чёрные (как уголь), карие (*kara* – черный, тюркск.), серые, синие,

• голубые, васильковые, зелёные; (англ.) *black coals, brown, hazel, grey, blue, green*;

**щёки/лицо:** (русск.) красные (как маков цвет), розовые, (лицо) свекольное,

• красное, как свёкла; (англ.) *red as a beet root, pink, rosy*;

**волосы:** (русск.) чёрные (как вороново крыло, как смоль), золотистые, русые,

• белокурые, рыжие, каштановые; (англ.) *crow/raven-black, coal-black, golden, fair, blonde, red, auburn*.

Этимологический анализ прилагательных-цветообозначений показывает, что ассоциативными полями являются следующие: свет, тьма, огонь, вода, мистика, нечистая сила, зависть, ревность, болезнь, радость, печаль, беда, природные явления, (не)законность, добродетель, порок, благородство, социальное положение, политические пристрастия.

В таблице приведены совпадения и различия (выделены жирным шрифтом) в ассоциативных полях. Большое количество совпадений позволяет сделать вывод, что ассоциативные поля во многом определяются протоиндоевропейской этимологией прилагательных-цветообозначений, историческое развитие придало им специфические черты в рамках национальных лингвокультур.



На картине Питера Брейгеля Старшего «Фламандские пословицы» (1559) изображены некоторые нидерландские фразеологизмы в буквальном прочтении.

<b>Ассоциативные поля</b>	<b>Русский язык</b>	<b>Английский язык</b>
свет	белый	white
тьма	черный	black
огонь горение	красный <b>синий</b> черный	red black
вода	синий	blue
природа	зеленый	green
радость	красный <b>голубой</b>	red
покой	-----	<b>white</b>
добродетель	белый	white
порок	черный	black
гнев	красный белый (редко)	red white (редко)
беда, грусть, тоска	синий, <b>зеленый</b>	blue
болезнь	зеленый, <b>жёлтый</b>	green
зависть	зеленый	green
ревность	-----	<b>green</b>
мистика	белый, чёрный, синий	white, black, blue
нечистая сила	чёрный, синий (устар.)	black, blue, <b>red</b>
нелегальность, незаконность	чёрный	black
благородство	белый	white
социальное положение	белый, чёрный, красный	white, black, red
политические пристрастия	<b>белый</b> , красный	red
трусость	-----	<b>yellow</b>

Рассматривая те или иные аспекты феномена цвета, специалисты зачастую игнорируют глубинный и исторический и культурный опыт самого человека, которому свойственно постоянное стремление называть предметы и явления, которые его окружают.

Несмотря на очевидные связи с человеческой нейрофизиологией, значения названий цвета (значения обозначений эмоций) представляют собой артефакты культуры.

Цветовая картина мира, будучи значимым компонентом языковой картины мира, не является исключением.

Поэтому у лингвистов цветонаименование представляет собой одну из самых популярных лексических групп. Языковеды, типологи, этимологи, лексикологи, семасиологи в ходе исследования десятков языков пришли к выводу, что в системе цветообозначения существует ряд универсальных черт.

Кроме того, различные отношения к тому или иному оттенку отражаются в образных выражениях, идиомах и поговорках, существующих в языке.

Ведь они аккумулируют социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию конкретно национального характера.

С проблемой изучения цветообозначений в лингвистике тесно связана гипотеза Сепира Уорфа, или гипотеза лингвистической относительности, которая возникла в лингвистике США под влиянием трудов Э. Сепира и Б. Уорфа. По их мнению, язык и образ мышления народа взаимосвязаны.

Овладевая языком, его носитель усваивает определенное отношение к миру, отраженное в структурах родного языка.



Поскольку языки по-разному классифицируют окружающую действительность, то и их носители различаются по способу отношения к ней. «Мы расчленяем природу в направлении, подсказанном нашим родным языком.

Мы выделяем в мире явлений те или иные категории и типы не потому, что они самоочевидны; напротив, мир предстает пред нами как калейдоскопический поток впечатлений, который должен быть организован нашим сознанием, а это значит в основном – языковой системой, хранящейся в нашем сознании».

Следствием признания гипотезы лингвистической относительности является признание того, что язык хранит в себе определенную систему ценностей, а выражаемые в нем значения складываются в коллективную философию, свойственную всем носителям данного языка. Другими словами, в сознании говорящего существует ряд базовых прототипических референтов, которые он использует при назывании того или иного цвета.

Возможно, данное утверждение верно, но для более поздних цветообозначений, которые возникают по модели «такой по цвету, как ...» (*коричневый* – цвета корицы; англ. *navy* – цвета одежды флота). Однако можно предположить, что для архаического мышления было характерно особое синкретическое осознание.

Современные данные таких наук, как историография, археология, этнография, позволяют прийти к выводу, что наскальные рисунки не создавались людьми того времени с какой-то одной целью: утилитарной, художественной или религиозной, а удовлетворяли одновременно всем этим целям (потребностям). Поэтому произведения такого рода обозначаются более широким термином – «культура первобытного человека».

Культуру современная наука определяет как совокупность материальных и духовных, в том числе и художественных, ценностей, созданных и создаваемых человечеством в процессе своего исторического становления. Каждому уровню развития общества соответствует своя культура, включающая предыдущий жизненный опыт.

Если в раннеродовом первобытном обществе не существовало еще «чистого» общественного сознания, – оно было **синкретическим**, то тем более не могли в то время выделиться и отдельные его формы, такие, как наука, политика, мораль, а значит, искусство и религия. Следовательно, спорить о том, какая форма общественного сознания появилась раньше, а какая – позже, применительно к родовому обществу вообще бессмысленно. Их выделение было длительным процессом и происходило относительно одновременно.



Синергетика как научная картина мира

Философ *Д. М. Угринович* пишет: «Нет никаких оснований, ни теоретических, ни фактических, отделять время возникновения зачатков искусства от времени возникновения зачатков религии». «Производство идей, представлений, сознания первоначально непосредственно вплетено в материальную деятельность и в материальное общение людей, в язык реальной жизни. Образование представлений, мышление, духовное общение людей являются здесь еще непосредственным порождением материального отношения людей.

То же самое относится и к духовному производству, как оно проявляется в языке политике, законах, морали, религии, метафизики того или другого народа», – писали *К. Маркс и Ф. Энгельс* в «Немецкой идеологии». Все это, полностью относясь и к магии, и к нарождающемуся искусству, и ко всей культуре, раскрывает их социальную и психологическую суть. Конечно, верно, что значение номинаций цвета активно обсуждалось философами, поэтому лингвисты и психологи могут с большой пользой для себя обратиться к работам таких мыслителей, как *Д. Локк и Г. Витгенштейн*.

Однако решающее различие состоит в том, что философов интересовал язык, лингвисты же, интересовались языками. Для лингвиста проблема состоит не только в том, чтобы понять, что значат английские слова *red* и *blue*, или что означает японское слово *aoi* (синий, но гораздо большего диапазона, чем английское *blue*).

По мнению *А. Вежбицкой*, соответствия, такие, как русск. *голубой* – *blue* или нем. *blau* – *blue* или *синий* – *blue*, безусловно, неадекватны, так как область применения каждого слова своя в каждом из языков, и она не может быть точно установлена на основании подобных процедур межъязыкового сопоставления. Традиция использования слов, обозначающих цвет, в качестве важного экспрессивного средства также уходит в далекое прошлое. В древнейших текстах цветообозначения выполняли прежде всего функцию символическую. Цвет, в силу своей природной значимости для человека, обусловленной важностью для него того предмета или явления, которое этим цветом наделялось, не воспринимался эстетически, а слова, его называющие, не использовались для живописания мира. В древнем тексте неуместными были индивидуализированный портрет и живописный пейзаж – отсюда и слабая насыщенность текстов цветообозначениями.

«Если цветовой признак извлечён и показан в поэтическом плане как важное свойство, тогда такой признак – не просто цвет... он символ».

Цветовая палитра рассматривается как один из смысловых параметров, имеющий содержательное значение для организации поиска значимых (вербальных и невербальных) компонентов в содержательно интегративных художественных текстах.

Понимание значения цвета и умение установить его культурные и эмоциональные коннотации имеют огромное значение для системного семантического анализа художественного текста, поскольку цвет и цветовые сочетания помогают воспринять тональность сообщения, его суть, а также вызвать нужную реакцию читателя. Этим руководствуются авторы при создании своего художественного мира.

*Оскар Уайльд* – «настоящий художник» (*В. Брюсов*) поэтического слова, умело использующий цветообозначения для создания образов своих героев, очень часто включает переносные значения цвета в психологический портрет персонажей.

Обратимся к названию его романа «Портрет Дориана Грея» как сильной позиции текста. Прямое значение прилагательного *grey* (*серый*) – официоз, консерватизм, утонченность.

Однако, проанализировав характер главного героя, события, произошедшие с ним, читатель понимает, что имя героя символично: оно несет в себе отрицательную коннотацию.

Серый цвет – символ воскрешения из мертвых, цвет траура.

Перед нами не что иное, как «живой труп», внешне раскрашенный в привлекательные краски: *gold hair* (золотые волосы: золотой со значением роскоши, излишества, яркости, традиций); *made of ivory and rose leaves* (созданный из слоновой кости и лепестков роз: значение розового цвета – сладость, удовольствие, игривость, романтика, утонченность, цвет слоновой кости – безмятежность, удовольствие); *scarlet lips* (алые губы – жизнь, соблазнение); *frank blue eyes* (ясные голубые глаза – символ умиротворенности, интеллекта, невинности). К основным психосемантическим характеристикам цветоразличения относят тон, светлоту (яркость) и насыщенность, заимствованные из физики.

Главный компонент – тон (основной цвет), зависимые компоненты – насыщенность, яркость. Любое имя цвета содержит указание на цвет в собственном смысле, но нет таких имен цвета, которые бы содержали информацию о яркости или насыщенности без указания относительно тона (основного цвета).

Из выводов, приведенных П.В. Яньшиным в книге «Эмоциональный цвет», следует, что наиболее привлекательными цветами с положительным значением считаются цвета средней яркости и насыщенности, а предпочтение их выбора напрямую зависит от того, светлый он или темный. Очевидно то, что цвет – это не только свет, которого должно быть достаточно, это еще и мнение, а значит функция многих переменных, а не одной лишь длины волны. Цветообозначение, возможно, в большей мере, чем какая-либо сфера языка, антропоцентрично и этноцентрично – оно имеет некое специфическое измерение в языке, релевантное в аспекте коммуникативной значимости.

Совокупность всех языковых единиц, передающих цветовую семантику в произведениях писателя, составляет идиостилевое семантическое поле «цвет», которое репрезентирует индивидуально-авторские цветовые концепты и их организацию.

Исследование проблематики цветообозначений в современной лингвистике ведётся уже давно в известных работах И.М. Кобзевой, Е.В. Рахилиной, Р.М. Фрумкиной, имеющих психолингвистический характер. Сегодня эта проблема встаёт и перед создателями интегрированных поисковых систем, ориентированных на проведение поиска, основанного не только на традиционных лингвистических механизмах.

В таких системах делаются попытки осуществить поиск невербальных знаков (изображений) по их смысловым атрибутам. В фокусе данного сообщения находится проблематика цветообозначений, связанная с решением поисковых задач.

Трудности, возникающие при семантическом и когнитивно-прагматическом исследовании цветообозначений в лингвистике, и проблема сопоставления вербальных и невербальных знаков, связанных параметром «цветовая палитра», обоснованы тем, что цветообозначения представляют собой, по терминологии Пирса, «образные иконические знаки», характеризующиеся «фактическим подобием означаемого и означающего».

Лексемы типа «красный», «жёлтый» относятся к базовым категориям человеческого мышления и «содержат такое количество информации об объекте или явлении, которого оказывается достаточно для ситуаций, в которых человек с ними встречается».

Как писала Р.М. Фрумкина, интересно описывать те лексические группы, которые представимы как системы.



При достаточно строгом подходе к определению самого понятия «системно организованное множество объектов» по-настоящему структурированной оказывается лишь незначительная часть лексики. Это множества слов и словосочетаний, выделенные по «*семантическому*» принципу. Точнее, части действительности, которую они призваны описывать. Наиболее типичным примером такого множества, наряду с терминами родства, как раз и является система цветообозначений.

В лингвистических исследованиях существуют различные подходы к определению цветообозначений. Проанализированная нами лингвистическая литература позволяет сделать вывод о том, что можно выделить шесть основных направлений изучения цветообозначений: *функциональный, исторический, лексико-семантический, грамматический, когнитивный и сопоставительный*.

**Функциональный подход.** В настоящее время существуют многочисленные исследования, посвященные описанию функционирования цветообозначений в художественных текстах. Это связано с тем, что цветопись является одним из неотъемлемых элементов идиостиля писателя, поэта. Цветообозначения помогают авторам раскрывать идею произведения, создавать определенный эмоциональный настрой, рисовать образы героев.

В рамках данного подхода цветообозначения могут рассматриваться как интенсификаторы выразительности и изобразительности речи и соотноситься с рядом тропов и стилистических фигур, являющихся актуализаторами прагматики высказывания.

**Исторический подход** предполагает исследование истории отдельных слов и групп слов, называющих цвет, изучение процесса формирования групп цветообозначений, а также их состава в тот или иной период развития языка.

Кроме того, ученых стала интересовать проблема поиска семантического первоэлемента, позволяющего детально описать историю семантики цветковых слов.

**Лексико-семантический подход** позволяет рассматривать процессы развития семантической структуры отдельных цветов, формирование дополнительных к основному образных, символических значений у цветообозначений, становление лексико-семантических групп цветковых слов. Это позволяет на основании общности значений распределить цветковые слова по группам, а также выявить цветообозначения, употребленные в художественной речи в прямом и переносном значении.

**Грамматический подход** предполагает тщательное рассмотрение морфологических и синтаксических особенностей цветообозначений. Считаем важным обращать внимание на способы языкового оформления цветообозначений в художественном тексте с целью выделить среди них наиболее частотные и прагматически значимые. Знание морфологической, синтаксической специфики указанной группы слов позволит в некоторых случаях определить, в какой образной функции будет реализован колоратив.

**Когнитивный подход** тесно связан с семантическим и через него вводит исследователей в круг проблем ментальной осмысленности цвета.

**Сопоставительный подход** позволяет получить информацию о сходстве или различии цветковых спектров разных языков, национально-специфических, лингвокультурных особенностях цветообозначений, понятийных моделях видения и интерпретации мира в отдельных языках.

Обозначенный подход является продолжением когнитивного и целесообразен в кругу сегодняшнего интереса к эффективному межкультурному сотрудничеству.

Помимо «прямых» исследований (уточнение семантики конкретных терминов цвета или построение систем цветообозначения в разных языках), цветоименования активным образом привлекались для работы в таких совершенно разных областях, как отработка методов выделения семантических полей, этимология и история, проблемы языка и мышления, проблемы детской речи и даже проблема доминантности полушарий мозга.

Весьма продуктивно используется материал цветоименований при анализе художественных средств языка писателя. Например, человек, для которого английский язык является родным, знает около 30-40 цветообозначений.

В стандартных словарях их около сотни, в действительности же их количество значительно больше, и многие цветообозначения можно встретить только у классиков.

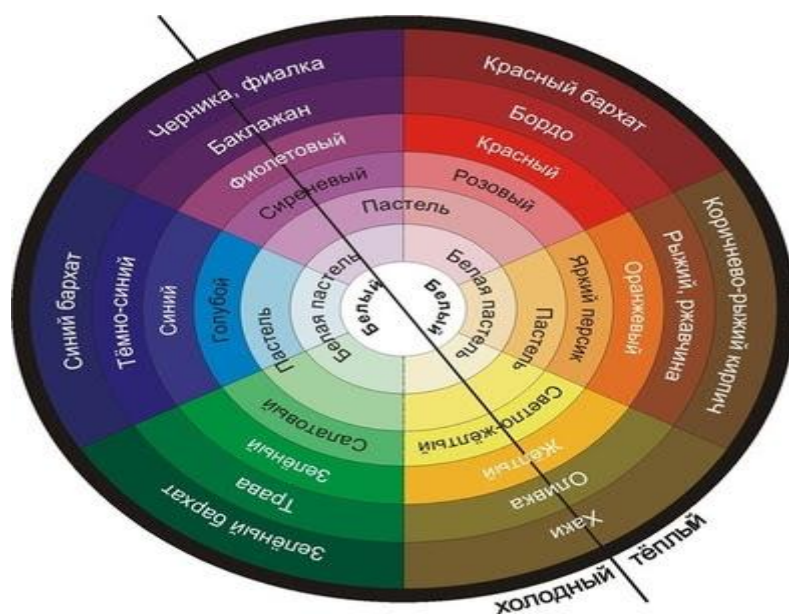
Именно поэтому изучение художественных текстов является неотъемлемой частью любого исследования, на какой из вышеописанных подходов к описанию цветообозначений оно бы ни опиралось.

В заключение приведем близкие нам в ракурсе рассматриваемой проблематики размышления А. М. Лобка: «...у каждого предмета окружающей человека культурной среды есть некое смысловое измерение, не выводимое из самой материальной фактуры предмета, а связанное с системой каких-то культурных шифров, требующих знания каких-то мифологических кодов, без которых смысл принципиально не поддается расшифровке.

Природа этих шифров состоит в том, что мир культуры есть мир сделанный, и каждый предмет этого мира несет в себе замысел своего создателя и представление о возможных культурных контекстах для этого предмета.

Каждый предмет культуры помимо того, чем он является в своей эмпирической, доступной инструментам опыта действительности, является еще и тем, что он предполагает быть по своему замыслу. А это значит, что в предмете свернут миф».

В свете вышесказанного отметим, что деривационные и семантические инновации в сфере цветоименований различных типов наслаиваются на колористические мифы, не отменяя их, а развивая и усложняя сам мир реалий, с одной стороны, и позволяя носителю языка гибко использовать новообразования в той или иной функции, с другой стороны.



### 1.3. ПСИХОЛОГИЯ ВОСПРИЯТИЯ ЦВЕТА

В психологии наиболее часто рассматривается символическая природа цвета, как это представлено при феноменологическом подходе.

Как говорил Л. Витгенштейн, «цвет побуждает нас философствовать».

Во все времена ученые пытались разгадать проблему цвета. Последние научные исследования в этой области показали, что за цвет отвечает у человека 10 пигментных генов, составляющих определенный набор – у каждого свой, именно поэтому два человека могут смотреть на один и тот же предмет, а воспринимать его совершенно по-разному.

Это объясняет, почему существуют различия в реакциях на цвет в разных культурах: например, *green* (зеленый) в США ассоциируется с понятием безопасности, а во Франции – преступления, во многих германских языках данный цвет имеет значение «веселье», как это доказано в специальных исследованиях.

Следовательно, цветовой язык ментален по своей природе: за определенным цветом люди видят определенный смысл.

Отправным в психосемантике цвета является тезис о существовании у цветов естественных (натуральных) значений, природа которых представляется во многом загадочной, а источники находятся вне культурно-исторического поля.

Мысль о существовании особых значений цветов не принадлежит психологам.

В той или иной форме эта мысль встречается в древнеиндийских, алхимических, мистических, религиозных текстах; она воплощена в ритуальной практике всех религий и связанном с ней прикладном искусстве (иконы, орнамент, символическое письмо); проявилась в многочисленных схемах цветового символизма в практике традиционной восточной медицины, магии, астрологии и т.п.

Главная методологическая предпосылка психосемантического подхода состоит в том, что наличие и специфика цветовой семантики отражает бытие человека в мире, контакт субъекта с миром, обеспечивая адекватное отражение объективной реальности на различных уровнях репрезентации субъекту образа этой реальности.

Но в настоящее время цвет принято рассматривать не как свойство вещей, а как субъективное ощущение. Это требует ввести второе онтологическое допущение – о существовании цвета не только в форме субъективных ощущений и образов, но и как объективного аспекта реальности, предметного свойства объектов.

В психосемантике цвета данный феномен последовательно рассматривается как один из атрибутов объективной действительности, несводимый к характеристикам субъективного ощущения. Вместе с тем цвет рассматривается не в аспекте закономерностей цветоразличения, как это принято в психофизиологии или колориметрии, а в аспекте доступности его интерпретации, в его соотносительности с неперцептивными категориями, такими как физиологические реакции, эмоции, чувства, идеи, установки, морально-этические категории, т.е. так, как он столетиями рассматривался художниками.

В психологии разработкой характеристик основных цветов занимался *М.Люшера*.

Изучением физических качеств спектральных цветов занимается цветоведение.

Богатство красок окружающего мира своеобразно отражается в языке.

Как отмечает в своей статье *А.Порожнюк*, не во всех языках существует одинаковое количество названий для обозначения цвета. Даже некоторые основные цвета спектра не всегда имеют отдельные названия. Так, например, в английском языке существует одна лексема (blue) для обозначения синего и голубого цветов. А красный, оранжевый и желтый в языках африканских народов в основном имеют только одно название.

Каждый язык имеет свой способ «членения» спектра – цвет связан с историей народа, его культурой, бытом, традициями.

Как известно, **черный** и **белый** не входят в цвета спектра, поэтому некоторые психологи (*М.Люшера*) их игнорируют. Однако *И.В.Гете* придает им особое значение, отождествляет их со светом и мраком. Они являются первоосновой образования всех других цветов: «для возникновения цвета необходимы свет и мрак».

Символическое значение черного цвета, отождествляется с мраком, встречаем у *А.А.Потебни*: «Подобно тому, как мороз, приближаясь к огню, противостоит ему по некоторым символическим значениям, черный цвет, образующийся от огня, имеет значение беспорядка, ненависти, печали, смерти, противоположно-переносных значений света».

Характерной особенностью черного цвета является то, что для всех народов он символизирует «плохое». В западной традиции это смерть, траур, скорбь, меланхолия, унижения, разрушения. В восточной традиции – Ворота Ада.

В черном цвете есть завершенность. Черный – «верхушка» темноты – агрессивная настойчивость, протест против своей судьбы, абсолютный отказ. Как правило, черный цвет вызывает страх (черный человек, черный дьявол, черная богиня Кали – у индусов, черные флаги пиратов, черная кошка). Этот цвет символизирует тьму и тайну.

А в темноте – отрицание света. Однако не всегда черный – символ зла. Известно, что в некоторых восточных странах этот цвет означает траур. Это и цвет покаяния.

Доказано, что черный цвет, как и белый, защищает от воздействия вредной энергетики.

Вот почему представители духовенства разных стран и верований носят черную одежду. «Цветом чести назвал черный цвет китайский император Цинь Шихуан».

Среди толкований данного цвета преобладают те, что имеют отрицательный смысл.

Поскольку мы рассматриваем фразеологизмы английского языка, то во внимание мы берем, прежде всего, традиции западной культуры.

Полной противоположностью черного цвета является белый цвет. У славян слово «**белый**» происходит от света и огня. Белье – символ красоты, любви.

На западе этот цвет означает святость, чистоту, открытость, спокойствие, триумф духа над плотью. В то же время в восточной традиции белый – символ неба, траур.

Вообще, этот цвет – это конечный пункт яркости и света, господство добрых сил.

**Красный**, рядом с синим и зеленым, с точки зрения физики – основной цвет света. К этим трем добавляется еще желтый. Данные четыре цвета не воспринимаются как смеси. Цвет огня, или же красный, действует на человека возбуждающе, волнительно.

Некоторых он просто раздражает. Однако в большинстве случаев люди хорошо относятся к красному цвету. Для украинского народа, как и для других, издавна были и оставались любимыми цвета красной гаммы. Красный возбуждает, а потому импонирует зрителю. Поэтому одежда королей, кардиналов была красной. В одежде духовенства этот цвет символизировал могущество Бога-Отца. Возбуждающие качества красного цвета связаны с тем, что он ассоциируется со страстью.

Будучи солнечным, теплым, огненным цветом, он не только греет, но и обжигает.

Багровый цвет символизировал отчаянье, самозабвение, любовь. Хотя невинности в этом было мало – красные платья, как правило, носили куртизанки.

Красные фонари во всем мире указывают путь туда, где предлагается сексуальное возбуждение. С точки зрения психологии «красный» означает желание и разнообразные склонности и стремления. Это также стремление получать результаты, добиваться успеха. Это жадное желание всего того, что может способствовать насыщенности бытия и полноте опыта. Это все формы жизненности и силы.

Символическое использование красного цвета можно наблюдать в повседневной жизни: красный свет светофора заставляет водителей остановиться; на предприятиях этот цвет означает запрет и непосредственную опасность.

Обобщая толкование красного цвета, отметим, что он означает *огонь, кровь, жизнь, страсть, любовь, экстаз, мученичество, честь*.

**Синий цвет** связан с физической потребностью в покое и с психологической потребностью в удовлетворенности. Темно-синий вызывает полный покой.

Ничто так не успокаивает и не охлаждает, как гамма сине-голубых тонов. Созерцание синего цвета может способствовать сну.

Синий – цвет неба, следовательно, это символ верности (небо не меняет своего цвета), склонность к традициям, постоянство, преданность вечным ценностям и созерцанию.

Как правило, он ассоциируется с мудростью, интуицией, является цветом синей птицы. Однако синий возникает из темноты, и этот факт в определенной степени влияет на характеристику этого цвета. Приближаясь к черному цвету, он приобретает оттенок нечеловеческой печали, может вызвать депрессию.

Таким образом, в западной культуре «синий» означает *чистоту, мир, мечту, истину, интеллект, благочестие, мудрость, непорочность*.

А.А.Потебня считает, что **зеленый** цвет роднится со светом и огнем.

По родству со светом зеленый цвет должен иметь те же значения, что и свет, но он означает лишь молодость, красоту и веселье.

Такое значение зеленого не только у славян. Вообще западная традиция трактует его как символ весны, триумф жизни, природы, молодости, веселья, процветания.

Зеленый напоминает нам о юности, цветении, надежде и радости.

Противоречия в психологическом толковании включает в себя **желтый** цвет.

С одной стороны – цвет солнца и солнечных лучей, цвет весенних одуванчиков, надежды. Он воспринимается как светлый, яркий, возбуждающий, а потому – согревающий.

С желтым цветом связано состояние раскрепощенности, изменения и развития. Он выражает основную психологическую потребность – раскрытие надежды в душе.

Однако, с другой стороны, желтый цвет бывает навязчивым и дерзко беспокойным.

У европейцев желтый цвет всегда считался цветом измены. Бытовало мнение, что у тех, кто завидует и ревнует, происходит разлитие желчи, а потому желтеет кожа и белки глаз. Вообще в западной традиции желтый означает *ревность, интеллект, интуицию, славу, богатство, роскошь*. Что касается **коричневого** цвета, то это – смесь красного, желтого и черного. Потеряв жизненную силу красного, коричневый цвет передает телесные ощущения и потребности. Символизируя наказания, деградацию, отречение от мира, он является земным цветом.

**Серый** – нейтральный. Он полностью лишен каких-либо стимулирующих или психологических тенденций. Серый цвет – это вообще не территория, на которой можно жить; это только граница: граница – как нейтральная полоса.

Тайным и чувственным является **фиолетовый** цвет. Будучи сочетанием красного (мужского) и синего (женского), фиолетовый не так просто понять.

В сакральной символике это цвет духовного начала, покаяния, смирения.

Восточная традиция рассматривает его как основу всего сущего.

Психология ощущения цвета – способность человека воспринимать, идентифицировать и называть цвета. Ощущение цвета зависит от комплекса *физиологических, психологических и культурно-социальных факторов*.

В зависимости от важности тех или иных цветов и оттенков в обыденной жизни народа, некоторые из них могут иметь большее или меньшее отражение в языке.

Способность цветораспознавания имеет динамику в зависимости от возраста человека.

Субъективный аспект восприятия цвета известен также как **квалиа**.

Существует цветотерапия – лечение цветом.

**Цветоведение** – наука об анализе процессов восприятия и различения цвета на основе систематизированных сведений из физики, физиологии и психологии.

Первоначально исследования восприятия цвета проводились в рамках цветоведения; позже подключились этнографы, социологи и психологи. Носители разных культур по-разному воспринимают цвет объектов. Цветоведение включает:

- физическую теорию цвета,
- теории цветового зрения,
- теорию измерения и количественного выражения цвета.

Например, в языках «примитивных» сельскохозяйственных народов есть множество слов – имён цвета для обозначения оттенков зелёного, что связано с жизненно-важной необходимостью контролировать и оценивать состояние выращиваемых растений, виды на урожай. Наиболее «древними» цветами, первыми появившимися в человеческой культуре, обычно считаются белый, чёрный и красный.

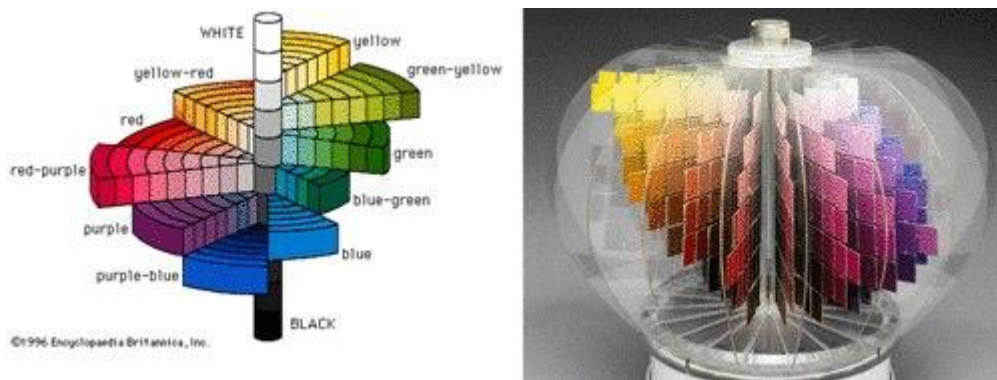
Количество «основных» цветов в разных культурах различно.

Древний Восток предполагал наличие 5-элементного мира, в Европе фиксировали 3 «основных» цвета (сначала – красный, жёлтый, синий, а позже – красный, зелёный и синий), а со времен *И. Ньютона* часто говорят о 7 цветах (помимо ахроматических чёрного и белого цветов, фактически являющихся крайними полюсами серого цвета).

Цвет как антропоцентрическая субстанция характеризуется способностью обозначать широкий круг материальных и идеальных признаков и явлений, богатством ассоциативных значений и поэтому продолжает привлекать внимание специалистов самых разных областей знаний, в том числе и лингвистов. Внимание ученых уделяется широкому кругу вопросов языкового опосредования цвета, среди которых можно выделить следующие:

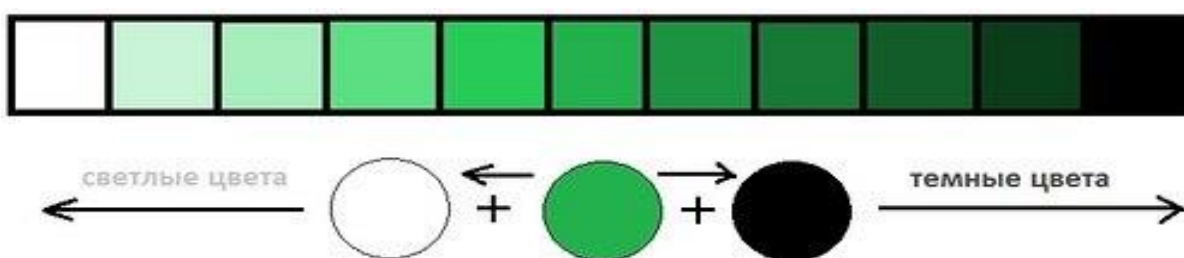
- история становления цветонаименований и их развитие в диахронии;
- национально-культурные особенности обозначения цвета в разных языках;
- лингвистические аспекты формирования и функционирования цветосимволов;
- семантическая специфика лексических единиц, обозначающих цвет;
- когнитивные аспекты номинации цвета и др.

Накопленный современной лексической семантикой опыт в изучении процессов отражения цветовых ощущений в языке дает представление об особенностях зрительного восприятия и организации **цветового континуума** в сознании человека.

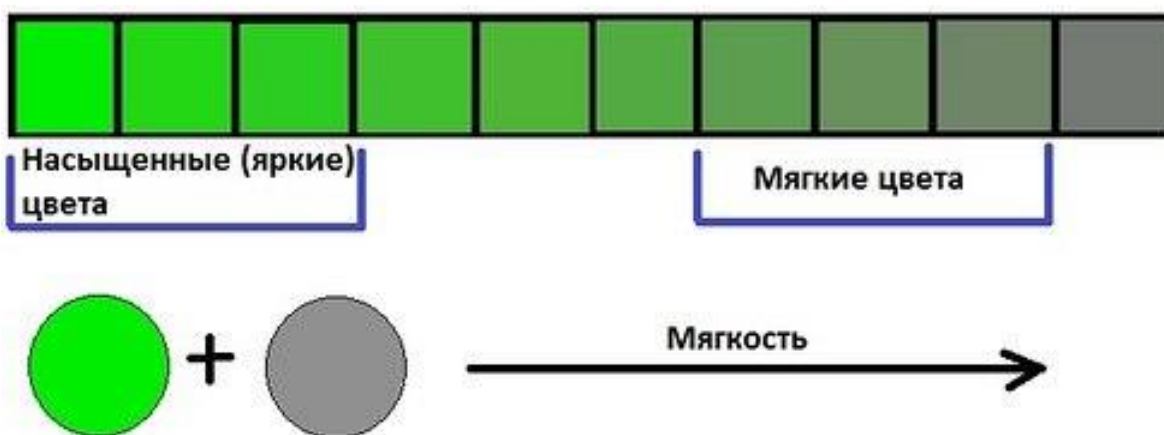


Трехмерное «дерево» Манселла

Если смешать чистый цвет с белым, получатся **светлые** цвета, с черным – **темные**.

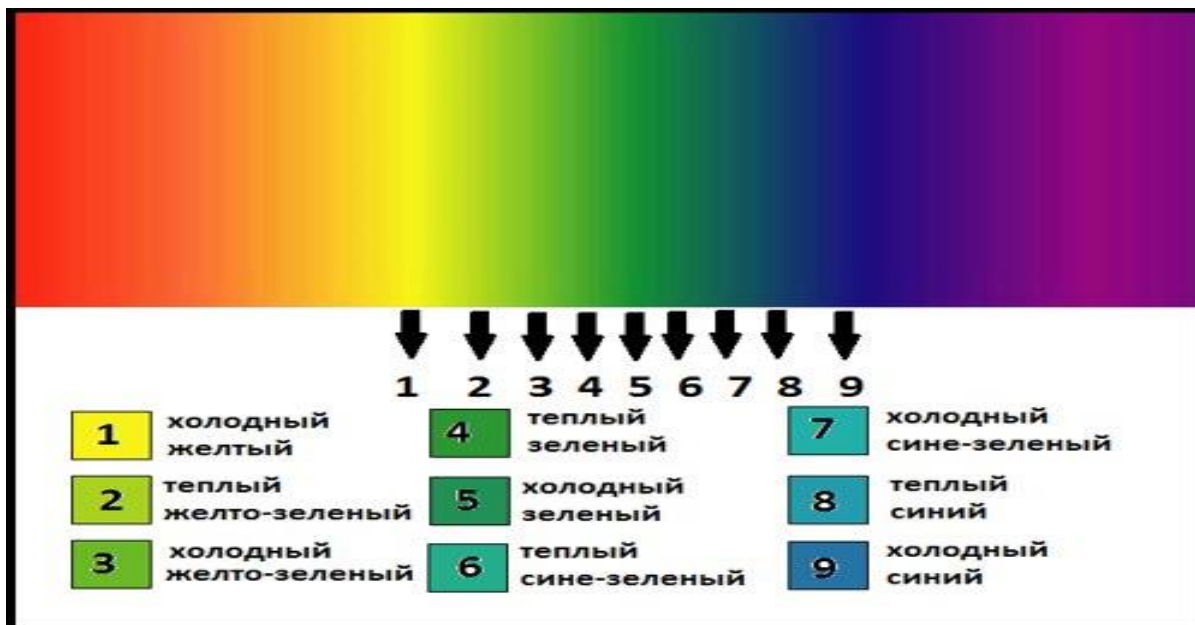


Если говорить о цвете как о цветовых волнах, то серый цвет – это смешение цвета с его противоположностью (например, оранжевого с синим), две волны «гасят» друг друга и насыщенность цвета теряется. Поэтому мягкие цвета (смешанные с серым пигментом, с противоположной волной, на самом деле) смотрятся «сложными, нюансными». Итак, смесь с серым дает **«мягкие»** цвета».



Если говорить о художественной цветовой гармонии, то не все хроматические цвета континуума хорошо смотрятся друг с другом, они сочетаются с определенной ритмичностью. Цвета с золотистым подтоном считаются **теплыми**, цвета с синим – **холодными**. Существуют и нейтральные по температурной характеристике цвета, находящиеся в континууме между двумя оттенками.





6 характеристик цвета, 3 пары дихотомий.

*Дихотомия* – это шкала. Это не столько выбор или-или, сколько нахождение на этой шкале. Например, оба цвета могут быть теплыми, но один – ярко выраженным теплым, а другой – ближе к нейтральному.

**Общепризнанные характеристики цвета это:**

*Светлота*: **светлый** (с белой примесью) или **темный** (с черной примесью).

*Яркость* (насыщенность): **яркий** (почти без примесей, насыщенный пигмент) или **мягкий** (маловыраженный пигмент, приближенность к серому, серая примесь).

*Цветовой тон* (место цвета в континууме). Сюда относится как раз деление цветов на **теплые** (с золотистым подтоном) или **холодные** (с синим подтоном).

Любой цвет описывается всеми тремя характеристиками, однако, выражены они с разной интенсивностью. Это и обеспечивает разнообразие оттенков.

Та характеристика, которая выражена больше всего, сильнее всего влияет на восприятие цвета, остальные характеристики вносят коррективы. Если сочетать все цветовые характеристики, получится 48 вариантов – 48 переходящих друг в друга колоритов. На эти ячейки с размытыми границами можно разделить все цвета континуума.

Однако, в практическом использовании 48 палитр – это много, слишком много цветов будет повторяться. Поэтому лучше всего сократить количество палитр до 12.

Больше всего на восприятие цвета и его сочетаемость с другими влияет ведущая характеристика, самая ярко выраженная. Значит, у нас есть 6 направлений – яркие колориты, мягкие, светлые, темные, теплые, холодные.

У ярких цветов в первую очередь видно чистоту цвета, у мягких – серую примесь или «сложность» цвета, у темных – глубину, темноту, у светлых – разбеленность, воздушность, у теплых – золото, теплоту, у холодных – льдистость, синеву. Особенную актуальность в этой связи приобретает анализ новых тенденций развития лексики цветообозначения, детерминирующих особенностях категоризации цветового пространства на определенном этапе функционирования языка. Но разные языки сегментируют объективную реальность по-разному, то есть, что категоризация цветового пространства как элемента действительности не является абсолютно одинаковой в разных языках.



Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать основные тенденции в формировании и развитии лексики цвета на примере современного английского языка.

Принимая во внимание цветовое многообразие окружающего мира, можно утверждать, что языковая категоризация цветового континуума предполагает, в первую очередь, решение проблемы выделения базовых и периферийных цветовых категорий.

По мнению *Б. Берлина и П. Кея*, для всякого языка центральным этапом развития системы цветообозначений является процесс формирования «ядра» – группы слов, которые получили название «основные цветоименования» (*basic colour words*).

Выделение ограниченного числа «базовых» лексем цвета для нескольких десятков языков и их сопоставление позволило авторам сделать вывод о том, что формирование группы основных цветоименований – это длительный процесс, подчиненный вполне определенным универсальным закономерностям.

Анализу этих закономерностей и посвящена классическая монография *Б. Берлина и П. Кея* «*Basic Colour Terms: Their Universality and Evolution*». Номенклатура названий цвета в европейских языках может быть описана с помощью трех составляющих: *цветовой тон* (*hue or colour*) (главный компонент), *яркость* (*value or brightness*) и *насыщенность* (*chroma (intensity, richness, saturation)*). В цветоведении (общий термин для обозначения совокупности дисциплин, предметом исследования которых может являться цвет) разработана система описания, позволяющая охарактеризовать любое цветоощущение с помощью набора значений этих трех переменных.

То, что принято называть цветом (*colour*) в обыденной речи, ближе всего к тому, что в цветоведении называется тоном, но тоже далеко не всегда.

Как известно, в современном английском языке к числу базовых относятся следующие лексемы цвета: *black, blue, brown, green, grey, orange, pink, purple, red, white, yellow*.

*Б. Берлин и П. Кей* формулируют четыре критерия, необходимые для включения слова в группу «основных цветоименований»:

- слово должно быть непроизводным и не относиться к сложным словам;
- его значение не должно быть уже значения другого имени цвета, указывающего на какой-либо близкий оттенок;
- слово должно обладать широкой сочетаемостью;
- для носителей данного языка слово должно быть «психологически выделенным», значимым (*salient*). *Первый критерий* исключает из числа основных слова типа *blue-green* или *reddish*, а *третий критерий* исключает из рассмотрения слова *charcoal, aquamarine* и им подобные. *Второй критерий* нацелен на то, чтобы считать «несновными» цветоименования типа *crimson, coral, magenta* на том основании, что они являются оттенками красного (*red*) и в этом смысле как бы «включены» в «красный» по значению.

*Третий критерий* является наиболее диффузным по содержанию и может быть интерпретирован самыми разными способами. По определению авторов, к числу «психологически выделенных» следует относить слова, руководствуясь следующими правилами:

- выделяемые цветообозначения присутствуют во всех диалектах языка;
- они появляются в начале списка в эксперименте, где информантов просят перечислить известные им цвета или записать их;
- они обладают устойчивым денотативным значением, – их денотаты для разных носителей языка и в разных контекстах совпадают.

Предложенные критерии нельзя считать исчерпывающими, поэтому неудивительно, что в языкознании есть и другие мнения по этому поводу. Психологи также пытались найти перцептивные корреляты для выделения основных цветов. Появилось понятие «фокального цвета», который как будто стабильно выделяется среди множества близких оттенков в разных культурах и может рассматриваться как денотат соответствующего основного цветоименования. Этнографам в целом импонирует взгляд на цвет как на культурную реалию и идея поступательного развертывания системы цветových категорий.

Однако они упрекают теорию *Б. Берлина* и *П. Кейя* в отсутствии конкретного исторического анализа хозяйственно-трудовой деятельности, детерминирующей структуру цветových понятий. Эта лагуна знаний уже заполняется. Если говорить о стадии I, то многие источники убедительно показывают первичность бинарной оппозиции белого и черного: изначально человеческая жизнь регулировалась двумя факторами – дневным светом и ночной тьмой. Свет ассоциировался с активной деятельностью и солнечным теплом, а мрак ночи – с пассивностью, холодом и таинственностью. Отсюда выводится устойчивый для большинства лингвокультур комплекс положительных значений белого, белизны, светлого и отрицательных значений черного, черноты, темного:

- *whiter than white (idiom) – (of a person) completely honest and morally good;*
- *white hope (informal) – a person who is expected to bring success to a team, an organization, etc.;*
- *white lie – a harmless or small lie, especially one that you tell to avoid hurting smb.;*
- *the Black Death – the name used for the very serious infectious disease (called bubonic plague), which killed millions of people in Europe and Asia in the 14th century;*
- *blacklist – a list of the names of people, companies, products or countries that an organization or a government considers unacceptable and that must be avoided;*
- *Nina shot him a black look (angry, full of anger or hatred). The future looks pretty black (depressing, without hope). The play is a black comedy (dealing with unpleasant or terrible things, such as murder, in a humorous way).*

Вместе с тем некоторые исследователи считают не только универсальной, но и, возможно, первичной не диаду, а триаду «белый-черный-красный».

Так, например, по свидетельству *Ф. Н. Шемякина*, в чукотском языке подавляющее большинство терминов цвета имеет «предметное» происхождение.

Исключения составляют названия черного, белого и красного цвета: они являлись абстрактными изначально. Достаточно хорошо известно о наличии ассоциации красного цвета с кровью в первобытную эпоху (в позднейших культурах в православной символике).

Также существует и другой, отождествляемый с красным цветом природный элемент, – огонь, связанный с теплом и защитой от опасностей.

Наконец, есть и менее распространенные локальные идентификации красного цвета, обусловленные спецификой жизнедеятельности и среды обитания носителей языка. Так, у жителей островов Тробриан обнаружены ассоциации красного с одной из пород красной рыбы и с местной красной землей, которая в окраске лица символизировала кровь.

Кстати, по заключениям английских лингвистов, низшая стадия развития лексики цвета неизменно связывается с относительно примитивным уровнем экономического и технологического развития соответствующей популяции носителей языка – утверждение, по-прежнему вызывающее много споров.

О. А. Яновская говорит о тенденциях развития лексики цветообозначения (на материале современного английского языка с привлечением результатов исследований других языков). Важность трех последующих цветовых категорий – «зеленый» (*green*), «желтый» (*yellow*) и «синий» (*blue*) объясняется, прежде всего, преобладанием этих цветов в окружающей нас действительности, в особенности, в окраске объектов природы (воды, неба, земли, песка) и растений, являющихся основой питания.

Несмотря на значимость выводов, к которым приходят авторы, теория Б. Берлина и П. Кейя «слишком красива», чтобы быть безукоризненной.

Как всякая серьезная теория, находящаяся под самым пристальным вниманием большого числа исследователей, она неоднократно подвергалась резкой критике с самых разных сторон, в том числе и самими авторами. Но как бы ни критиковали данную теорию, достижения авторов теории остаются очевидными.

- **Во-первых**, лингвистами было введено понятие «основного цветоименования» и соответственно были предложены критерии выбора, позволяющие подойти к проблеме описания терминов цвета как системы с научных позиций.

- **Во-вторых**, авторы выделили особо значимые (фокальные) оттенки цвета и установили их связь с «основными» цветоименованиями. Несмотря на то, что эта связь оказалась не столь однозначной (многие исследователи не смогли в точности воспроизвести результаты англичан) и не столь универсальной (для редких языков это не так), отправной момент для сопоставления наименований цвета был обозначен.

- **В-третьих**, был определен универсальный характер эволюции развития «основных» терминов цвета. Несмотря на то, что некоторыми исследователями уже представлены опровержения некоторых позиций, сходство в развитии «основной» цветолексики в пределах большой группы европейских языков по-прежнему удивляет и требует дальнейшего научного поиска.

Вместе с тем требует глубокого изучения вопрос о различиях в цветовой категоризации мира представителями разных этнокультур.

Существующая в современных европейских языках система названий цвета складывалась на протяжении многих столетий, а цветовые ощущения носителей языка претерпевали изменения в процессе развития социума.

Изучение большого языкового материала позволило исследователям заключить: «разнообразные человеческие коллективы, различные народы в разные эпохи неодинаково воспринимают окружающий их цветовой мир».

Иными словами, целая совокупность экстралингвистических факторов обуславливает активизацию в то или иное время какого-либо оттенка, который не только получает словесное наименование, а начинает занимать приоритетные позиции в определенных сферах общественной жизни (архитектура, текстильная промышленность).

По мере накопления человеческого опыта происходило развитие и обогащение системы названий цвета. В истории мировой культуры можно выделить несколько периодов, когда развитие обозначений цвета в европейских языках происходило наиболее интенсивно.

Особенное место в этом процессе занимает период научно-технической революции и последующего развития промышленности, в частности ткацкой и красильной, когда создавалось множество новых и до сих пор не известных оттенков цвета, что, как результат, послужило причиной обогащения терминологии цвета.

Начиная с XVI столетия активным источником развития лексики цветообозначений становится литература, особенно поэзия, где создание разных поэтических образов требовало все новых и новых наименований, в том числе и цветowych.

Если представить само развитие колоризма в литературе в виде графика, то «кривая оказывается волноподобной, с большими падениями и подъемами», но все же неизменно стремится вверх; при этом высшими точками подъема этой кривой является эпоха романтизма, особенно конец XIX и начало XX столетия.

Основным источником пополнения состава лексики цвета остаются объекты окружающего мира. Подобные цветообозначения, по мнению некоторых лингвистов, представляют собой «сокращенные сравнения» (*abbreviated simile*). Тип компрессии, характерный для английского языка, предполагает замещение длинных «*номинативных сцеплений*» сжатыми альтернативными номинациями: «*a colour like that of Burgundy wine*» становится *burgundy* или *burgundy red*. Обычно цвета заимствуют имена у объектов, которые выступают наиболее «подходящими» примерами того или иного цвета.

Например: *alabaster, almond, apricot, blackberry, blueberry, bronze, coffee, cream, flame, gold, gunmetal, jade, lilac, melon, mint, orange, paprika, peach, ruby, salmon, sapphire, tobacco, walnut, watermelon* и т. д.

«Номинации-ссылки на объект» в основном имеют отношение только к части объекта, хотя иногда и к объекту в целом, но при определенных условиях. Среди многочисленных примеров можно вспомнить цветоименование *ebony* как ссылку на цвет коры черного дерева, а не его зеленых листьев. Лексема *cherry*, напротив, имеет отношение к цвету плодов черешневого дерева. Номинация *chestnut* передает значение «коричневый цвет спелых каштанов», а не зеленый цвет незрелых плодов.

*Olive* относится к цвету коричневых или зеленых оливок, но не черных.

*Flame* означает красный цвет пламени костра из поленьев, а не синеватый оттенок пламени газовой плиты. *Wine* передает значение «цвет красного вина» (а не белого).

Цветы как объекты окружающей действительности служат благодатным источником для заимствования цветообозначений и примером необычных ассоциативных связей.

Так, например, номинация *saffron* не имеет никакого отношения к цвету лепестков цветка шафрана, фиолетового крокуса. Вместо этого упомянутая лексема обозначает желто-оранжевый цвет сухих рылец цветка.

*Tulip* редко используется в качестве цветоименования, поскольку данный цветок существует в совершенно разнообразной цветовой гамме, тогда как лексема *rose* прочно закрепилась и в английском, и во французском языке в значении «розовый», апеллируя к цвету лепестков «розовой розы», а не белой или желтой.

Цветоименования, заимствуемые у объектов, не всегда имеют отношение непосредственно к цвету объектов. Можно выделить подгруппу цветообозначений, в которых заимствованная номинация относится к «географической категории»: городу, местности, нации, ассоциируемой с определенным цветом или цветовым пигментом. Несмотря на то, что лексемы *sienna* и *Naples yellow* являются производными от наименований пигментов, полученных художниками, каждый из данных цветowych пигментов был назван по имени географического места (Siena и Naples), где данный пигмент был произведен. Вариантом связи между цветообозначением и географическим наименованием может также служить ссылка на различные артефакты, имеющие отношение к (географической) местности.

Номинация *Pompeian red* относится к оттенку красного цвета настенных росписей, найденных на «вилле Тайн» (the Villa of the Mysteries), «вилле Боскореале» (the Villa Boscoreale), а также в некоторых других римских домах в Помпеях.

Цвет как языковой, культурный, исторический и психологический носитель информации наделен множеством объективных и субъективных значений и коннотаций, накопившихся за многие века существования человечества.

Уже ко второй половине XX столетия, когда началось активное изучение функциональных возможностей колоративной лексики как особого пласта словарного состава, в различных языках были определены не только слова для наименования семи цветов основного спектра, но и термины для обозначения разнообразия их оттенков.

Однако процессы, происходящие в этой области на современном этапе, не ограничиваются простым расширением активного запаса языка. Еще одной тенденцией сегодня являются изменения в области семантики, которые приводят к использованию лексем, употребляемых для называния того или иного цвета, в несвойственном им значении, что обуславливает, с одной стороны, своеобразную трансформацию семемы слова, а с другой, – расширение его лексической сочетаемости.

Цветовая номинация является важным элементом жизни человека и пронизывает все ее сферы, что свидетельствует о цветоцентризме человеческого восприятия.

Цветобозначения кодируют социально-значимую информацию, активно реагируют на изменения в жизни. Эта тенденция в развитии лексики цвета, которая характерна для прилагательных, проявляется в приобретении ими новых значений или модификации уже существующих. Рассмотрим некоторые примеры.

Век компьютерных и мобильных технологий обусловил появление понятий, потребовавших вербального обозначения. Так возникает термин *bluetooth* – букв. «синий зуб», сформулированный на английском варианте датского *bletand* – эпитета по отношению к королю Дании и Норвегии Харальду I (Харальд Синезубый), объединившему разрозненные датские племена в единое королевство.

Смысл в том, что *Bluetooth* как устройство объединяет протоколы связи в один универсальный стандарт. Термин *Bluetooth* возникает в результате метафорической антономазии и не имеет отношения к цветам.

Антономазия (*Antonomasia*) – стилистический приём обозначения присущих или приписываемых свойств в замене нарицания именем исторического лица, литературного персонажа или другим нарицательным существительным. Она основана на взаимодействии логического и назывного значений слова, выделяя главную черту лица/явления.

Антономазия типична для беллетристики и публицистики.

Однако цветобозначение *blue* начинает ассоциироваться с данным устройством, что способствует возникновению моделированных неологизмов:

- *bluejacking* – разновидность спама, когда анонимно отправляется сообщение на устройство, поддерживающее *Bluetooth*, вне зависимости от желания адресата и важности этого сообщения для него;

- *bluechalking* – использование людьми, желающими пообщаться по *Bluetooth*, определенной символики в виде нашивок на одежде, наклеек, татуировок.

Необходимо отметить, что возникновение моделированных неологизмов – явление нередкое; по аналогии с лексической единицей.

- *whitewash* – «пытаться обелить себя, скрыть недостатки» – возникают лексические единицы;
- *pinkwashing* (термин используется в отношении компаний и организаций, которые, поддерживая движение *Розовой ленты* (против ракового заболевания груди), продают товары, оказывающие негативное влияние на здоровье людей);
- *greenwashing* – «зеленый камуфляж» (употребляется в отношении промышленных предприятий, официально поддерживающих «зеленые» идеи, но не сокращающих при этом вредное воздействие на экологию).

По аналогии со словом *blackmail* – шантаж – возникают лексические единицы *greenmail* – шантаж финансовый (*green* указывает на цвет денежных знаков США);

*whitemail* – белый шантаж, под которым подразумевается тактика продажи больших пакетов акций дружественным фирмам по ценам, ниже рыночных, для защиты компании от попытки враждебного поглощения.

Динамика окружающего мира проявляется также в возникновении новых ассоциаций, связанных с определенным термином цвета, что накладывает отпечаток на его значение.

С одной стороны, розовый цвет, который в английском языке ассоциируется со здоровьем и благополучием (*to be in the pink of health* – отличаться отменным здоровьем, *the pink of perfection* – верх совершенства), в современном мире становится символом борьбы с раковым заболеванием (*Pink Ribbon*).

С другой стороны, в связи с коммерциализацией деятельности, проводимой под знаком розового цвета, превращением ее в источник наживы возникает негативное отношение к существующей ситуации, что приводит к потере сугубо положительного восприятия этого цвета (*pinkwashing*).

Семантическое расширение цветообозначения нередко может подвергаться дальнейшему развитию и мотивировать появление новых, несколько отличных значений.

В процессе своего исторического развития цветолексема *green* становится более подвижной, что проявляется в ее способности сочетаться с большим количеством существительных. Употребление лексемы *green* становится более предпочтительным, чем использование ее потенциального синонима *ecological*. Таким образом, можно говорить о расширяющейся валентности прилагательного цвета *green*: изначально ограниченное доменом «Politics», оно стало использоваться для определения различных объектов в других доменах («Society», «Economy», «Industry») (*Green Party, green policy, green issue, green economy, green products, green company, green car*). Расширение номинативного потенциала цветообозначений может происходить путем слияния термина цвета с определяемым словом в единое понятие с переносным значением:

- *black swan events* – неожиданные, редкие события;
- *blue ocean strategy* – стратегия голубого океана, создание новых отраслей и рынков;
- *blue chip rate* – первоклассная ставка;
- *white-collar crime* – мошенничество, обман, взяточничество и прочие коммерческие преступления ненасильственного характера.

В настоящее время у достаточно широкого ряда колоративов под воздействием различных экстралингвистических факторов обнаруживается усложнение семантики (развитие новых значений) и соответственно расширение лексической сочетаемости.

По отношению к каждому словесному наименованию того или иного оттенка эти процессы осуществляются с неодинаковой интенсивностью, однако в целом тенденция переосмысления колоративной лексики с семантической точки зрения, а также актуализации ее в современном информационном пространстве просматривается довольно четко.

Еще одной отличительной чертой развития цветообозначений на современном этапе является словотворчество в области анализируемой лексики.

Следует отметить беспрецедентный по интенсивности процесс вхождения в языковой обиход новых терминов. Появление в языке названий цвета определяется практической потребностью в них коллектива.

Испанские физики *Р. Феррер-и-Канчо* и *Р. Соле* из университета Помпеу (Барселона) осуществили попытку построить математическую модель развития языка, в которую в качестве экстремальных переменных (крайностей) был заложен однословный и очень большой словарь. Введя в модель соответствующие параметры, они получили следующее заключение: язык должен развиваться скорее скачкообразно.

Тот «всплеск» названий цвета, который можно наблюдать в настоящее время в европейских языках (в английском), в полной мере подтверждает выводы модели.

Появились имена цвета нового типа, основным источником которых являются специальные тексты рекламного характера, – их условно можно назвать «рекламными словами».

Использование цветоименований в качестве своеобразного знака рекламируемого товара играет важную роль в создании привлекательного образа изделия и формировании психологического стимула к его покупке. Это ведет к активному внедрению окказиональных, оригинальных, экспрессивно маркированных цветообозначений, разнообразных в семантическом, категориальном и структурном отношении.

Основная функция таких слов, – скорее, привлечь внимание к данному оттенку цвета, а не назвать его (*plaza rose, seaside rose, burgundy bliss, moonlit magenta, red hearts, plum sherbet, new pink, refresh, red emotion, desert currant, coral mist, coral charm, signal red, fresh ginger, drama queen, calling all goddesses*).

**Номинации цвета** – очень яркий пример выражения человеком субъективной оценки объекта. Наличие большого числа незакрепленных в языковом узусе (неузуальных) цветообозначений с выразительной метафорической окрашенностью и кругом ассоциаций положительного эмоционального плана обусловлено спецификой функционирования данных названий цвета: их использованием в рекламном дискурсе.

Некоторые новые слова имеют все шансы на усвоение их нормативным языком; перспективы других крайне сомнительны. Возникающие «цветоимена» являются удачными и жизнестойкими только в том случае, если они имеют с называемым цветом определенную ассоциативную связь. Цветонаименование здесь – своего рода стимул, возбуждающий в сознании носителя языка целый ряд ассоциаций, которые могут быть положительными, нейтральными или в отдельных случаях отрицательными, но одновременно наглядными ассоциациями с цветом соответствующего объекта.

Производители декоративной косметики, например, помады, давно избегают давать цвету «непрестижные» названия типа «красный» или «розовый».

По возможности используются броские, эмоционально насыщенные номинации типа *young pink, snow kissed coral, pink whisper, apricot dazzle, merry*.

Цвет – это своеобразный товар, который трудно продать без упаковки.

А «упаковка» цвета – не что иное, как его название. Особым компонентом в цветовых номинациях является их информативная сила, которая «руководит» процессами восприятия. Ассоциативное поле слова тесно связано с культурно-историческими традициями конкретного народа. Наличие устойчивой ассоциативной связи можно умело использовать при «изобретении» названия цвета. Игнорирование ассоциативных законов, напротив, делает название малоэффективным. Важной особенностью лексико-семантической группы единиц цветообозначений в рекламном дискурсе является ее открытость, широкая моделируемость посредством обращения к другим денотативным сферам.

С одной стороны, интенсивное возникновение новых «рекламных» цветообозначений влечет за собой проблему их адекватного перевода на другой язык.

Зачастую переводчик может предложить эквивалент цветоименования в родном языке, соответствующий данному цвету, понятный и привлекательный для потребителя, только опираясь на визуальные образцы цвета. Приведем некоторые примеры:

- acid pink – розовый с блестками,
- decadence – розовато-лиловый,
- dynamo – лиловый,
- spellbound – жемчужный,
- sonar – грязно-серый,
- twig – экзотическая роза,
- dandelion – жизнеутверждающий желтый,
- chic – утренняя роза,
- crush – спелая вишня,
- rage – страстная осень.

С другой стороны, способность к обогащению через обращение к другим денотативным сферам открывает возможности для практически неограниченного пополнения лексического класса цветообозначений (оказиональные цветоименования впоследствии могут переходить в общее узуальное употребление).

Если принять во внимание «стадиальный» подход к развитию лексики цветообозначений, предложенный лингвистами, и тот факт, что все языки, в том числе и индоевропейские, продолжают развиваться, вслед за VII стадией, возможно, придет VIII стадия развития.

На сегодняшний день накопленные данные и их квалифицированный анализ вполне позволяют некоторым исследователям сделать прогнозы на будущее.

По мнению лингвистов, дальнейшая эволюция лексики цвета может идти двумя путями. Первый путь: к группе «основных» будут присоединяться слова, которые находятся «на стыке» между двумя существующими. Именно таким образом на стадии VII в индоевропейских языках появились прилагательные «оранжевый» (на стыке красного и желтого), «фиолетовый» (красный – синий) и «серый» (черный – белый).

Второй путь: в категорию «основных» перейдут названия светлых (или темных) оттенков существующих цветов. Пример такого перехода – «розовый» – «светлый оттенок красного», ставший основным цветоименованием во всех языках.

В целом современные процессы в области лексики цветообозначения обнаруживают тенденции, связанные с общемировыми чертами развития:

- резкое увеличение числа цветоименований, выполняющих рекламную функцию;



- интернационализация цветообозначений, которая представляет собой частное проявление интернационализации мирового пространства в целом и поддерживается широким распространением международных каталогов изделий;

- демократизация цветообозначений в смысле расширения возможностей их неограниченного использования широкими слоями общества – носителями языка.

Так или иначе время для окончательного вердикта теории *Б. Берлина и П. Кейя* еще не пришло. Каждая попытка языкового сообщества постигнуть и воплотить цвет в слове является шагом вперед в поисках идеала, а выводы и результаты, получаемые современными исследователями, можно рассматривать как приглашение к построению новой, более совершенной, теории в будущем, что позволит лингвистам приблизиться к решению сложной, но интересной задачи категоризации цветового пространства.

Система цветообозначения в современном английском языке характеризуется значительной разветвленностью и сложностью, в сфере наименования цветовых оттенков.

Система наименований цвета обладает основными чертами семантического поля:

- *концептуальная общность* – единицы, входящие во множество, являются выразителями того или иного аспекта концепта «цвет»;

- множество единиц цветообозначения структурировано таким образом, что представляется возможным выделить его *ядро и периферию*.

Здесь, однако, могут возникнуть разногласия. С одной стороны, можно выделить центр множества цветообозначений, 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 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.

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

- **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*).

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

- **По наличию или отсутствию мотивированности** можно разделить мотивированные наименования и не обладающие мотивацией.

Предварительный анализ показывает, что ядро семантического поля цвета в современном английском языке образовано прилагательными, не обладающими мотивацией.

Подчеркнем, что наличие / отсутствие мотивации рассматривается с точки зрения синхронии. Различной будет и **аксиологическая нагрузка** прилагательных цвета.

**Аксиология** (образовано от греческого слова: ἀξία – ценность; λόγος – слово, рассуждение, учение) – это философская дисциплина, исследующая категорию ценностей как смыслообразующих оснований человеческого бытия, задающих направленность и мотивированность человеческой жизни. Аксиология изучает характеристики, структуры и иерархии ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, природу и специфику ценностных суждений. Она включает и изучение ценностных аспектов других философских, а также отдельных научных дисциплин, а в более широком смысле – всего спектра социальной, художественной и религиозной практики, человеческой цивилизации и культуры в целом.

Аксиология ставит вопрос о соотношении ценности и оценки. Это – центральная проблема теории познания, этики и эстетики. Признание ценности истины, доброй воли и красоты не приводит к отождествлению ценности с благами, а оценки – с ценностями.

Между трансцендентной ценностью и оценкой как смыслом деятельности человека нет полного совпадения. Ценности придают смысл человеческим действиям.

Коренным противоречием аксиологии является признание в одних концепциях универсализма ценностей, наличия трансцендентных ценностей и отрицание этого в концепциях, придерживающихся эмпирической и плюралистической трактовки ценностей.

Термин «аксиология» был введён в 1902 году французским философом *П. Лану* и вскоре вытеснил своего «конкурента» – термин «тимология» (образован от греческого τιμή – цена), введённый в том же году *И. Крейбигом*.

В 1904 году был уже представлен *Э. фон Гартманом* в качестве одной из основных составляющих в системе философских дисциплин.

Традиционно наибольшая оценочная нагрузка ложится на обозначения основных цветов спектра и резко снижается у наименований оттенков.

К примеру, красный цвет связан с опасностью, гневом, раздражением; с прилагательным *blue* зачастую связано нечто нехорошее, неприличное (в этом случае *blue* играет роль усилителя отрицательного качества). 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.

**Красный** стимулирует, снабжает очень сильной, но достаточно грубой энергией.

Способствует активности, уверенности, дружелюбию. В больших количествах может провоцировать ярость, гнев. Насыщенный красный – цвет, выражающий скорость, мощь, игру, опасность и страсть. Красный захватывает внимание и выдвигает окрашенные в него объекты на передний план. Красный создает ощущение тепла. Кофе кажется горячее в красной чашке, нежели в зеленой. Предпочтение красного цвета означает уверенность в себе, готовность к действию, заявление о своих силах и возможностях. Отклонение красного цвета: страх переживаний, физическое и нервное истощение.

*Ключевые значения и символика:* • огонь • жара • жизнь • энергия • активность • воля • борьба • страсть • агрессия • гнев.



**Оранжевый** высвобождает эмоции, поднимает самооценку, учит прощать. Это отличный антидепрессант, способствует хорошему настроению. Пастельные оттенки (абрикосовый, персиковый) восстанавливают нервные затраты. Оранжевый обладает стимулирующими свойствами, создает впечатление дружелюбия, открытости и склонности к авантюрам. Ярко-оранжевый хорошо заметен, что обеспечило его использование в предупреждающих сигналах. Пикантные (осенние) тона оранжевого цвета теплы, экзотичны и привлекательны. Предпочитающие оранжевые цвета способны к креативному мышлению, полны энтузиазма, но склонны к безответственности.

Оранжевый активен, и поэтому любим детьми и спортсменами.

Предпочтение оранжевого цвета означает активность, позитивное самоощущение, желание перемен, открытость. Отклонение оранжевого цвета: переизбыток энергии, желание уединения, тишины, спокойствия, стремление к бездействию.

*Ключевые значения и символика:* • движение • скорость • ритм • радость • эмоции • чувственность • жизнерадостность • общительность • лень • зависимость • избалованность.









### Изумрудный

Ключевые значения и символика: • благополучие • солидность • изоляция • требовательность • последовательность.



### Голубой

Прежде всего, это успокаивающий цвет. Он способствует физическому и ментальному расслаблению, создает атмосферу безопасности и доверия. Голубой цвет считается цветом креативности, его рекомендуют для учебных аудиторий или кабинетов.

Бирюзовый оттенок способствует общению. Почти все наши ассоциации с голубым имеют положительный характер, что подтверждает его ободряющее и умиротворяющее воздействие. Цвет морской волны внушает уважение, выражает лояльность, доверие, надежность и целостность. Голубой может раздвигать пространство, и кажется, что время в его присутствии течет медленнее. Во многих культурах темно-синий отождествляется с богатством, а лидеров награждают «голубой лентой». Предпочтение голубого цвета означает стремление к покою, гармонии с окружающими и с самим собой, верность, склонность к эстетическим переживаниям и глубокомысленными размышлениям. Флегматичный темперамент.

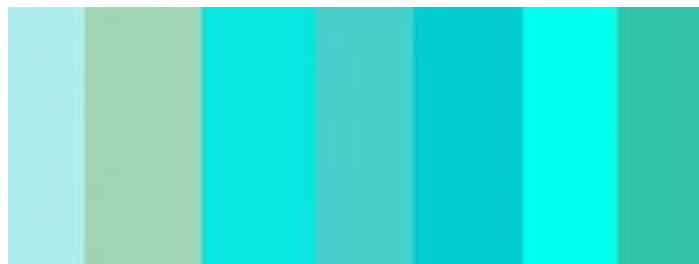
Отклонение голубого цвета: бегство от разрядки и покоя, слабость, длительная депрессия, недостаток дружеских связей в коллективе, неудовлетворенное честолюбие, стремление к превосходству.

Ключевые значения и символика: • ветер • небо • холод • лед • чистота • искренность • разговор • тактичность • замкнутость • равнодушие • манипулирование.



## Бирюзовый

*Ключевые значения и символика:* • волна • лагуна • дождь • очищение • эволюция • изменения • спокойствие • сдержанность • смущение • тщеславие.



## Индиго

*Ключевые значения и символика:* • мир • глубина • видение • мудрость • тишина • спокойствие • угнетение • беспокойство • идеализм • фанатизм.



## Фиолетовый

Связан с артистизмом, великими идеями, интуицией и мистикой. Он способствует вдохновению, состраданию, чувствительности. Предпочтение фиолетового цвета означает стремление очаровывать, чувственность, внушаемость. Отклонение фиолетового цвета: контроль чувствительности, стремление к порядку.

*Ключевые значения и символика:* • мудрость • духовность • мистика • закон • власть, вдохновение • артистизм • благородство • фанатизм • отчуждение • смерть.



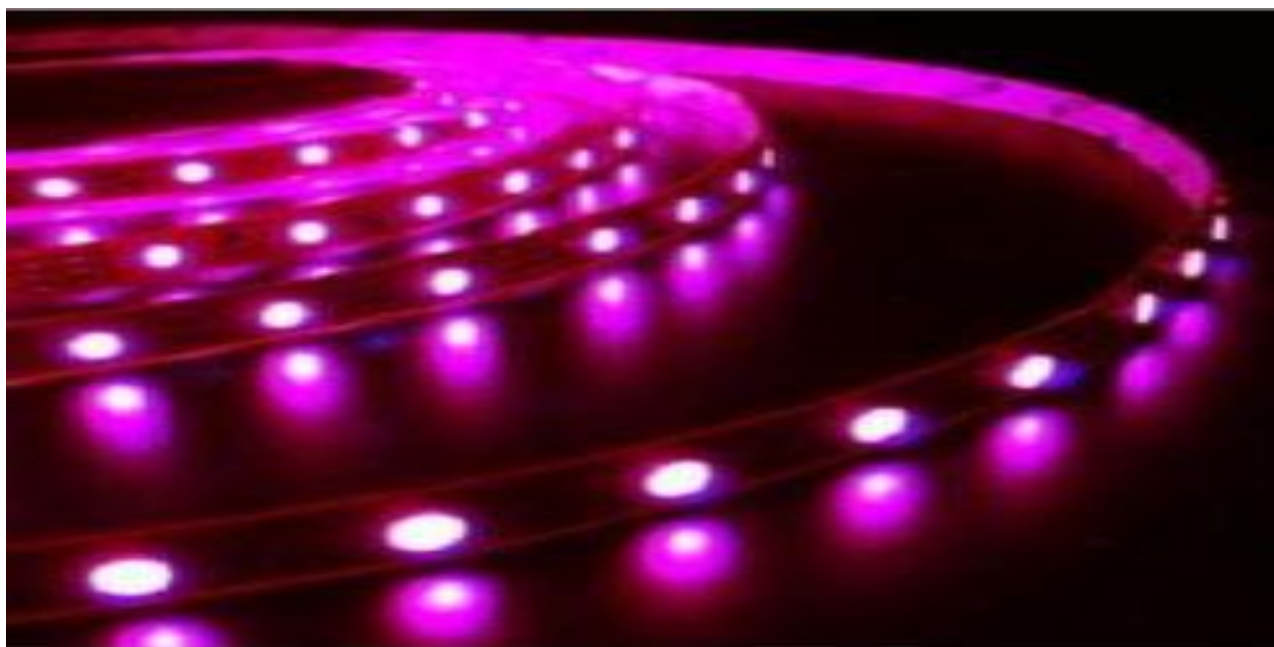


**Пурпурный** цвет выражает власть, страсть, чувствительность и роскошь.

Темно-сливовый цвет связан с представлениями о таинственном и духовном, он серьезен и благороден. Цвета лаванды и фиалки обладают романтической привлекательностью.

В помещениях пурпурного цвета производительность уменьшается, так как этот цвет наводит дрему.

*Ключевые значения и символика:* • интуиция • вечность • царственность • богатство.



**Розовый** – самый пассивный из цветов – провоцирует приветливость и снижает агрессивность, как внутреннюю, так и внешнюю.

Самый женственный цвет ассоциируется со вскармливанием и воспитанием.

Розовый успокаивает, и считается, что он способствует пищеварению.

Ярко-розовый, в котором гораздо больше красного, более энергичен и забавен.

*Ключевые значения и символика:* • женское начало • безусловная любовь • романтичность • дружелюбие • доброта • женственность • легкомыслие • чрезмерная чувствительность.



### **Маджента (ярко-розовый)**

*Ключевые значения и символика:* • любовь • нежность • младенчество • мечты • стремление • интимность • ненадежность • ирреальность.



**Коричневый** – теплый, «уютный» цвет, он ассоциируется с землей, деревьями, камином и домом. Наблюдается тенденция покупать дорогие предметы коричневого цвета в периоды с неустойчивой экономикой, т.к. он считается вневременным. Этот цвет популярен в одежде, носящие ее люди считаются открытыми, надежными и искренними.

Бумажные пакеты коричневого цвета свидетельствуют об экологической чистоте упакованных продуктов.

*Ключевые значения и символика:* • почва • мать-Земля • осень • надежность • преданность • выносливость • трудолюбие • скука • консерватизм • страх.





**Серый** цвет соотносится с беспристрастностью, формализмом, высокомерием и консерватизмом. В отличие от коричневого, серому цвету не хватает тепла, что делает его отстраненным, торжественным, а порой и унылым.

Серый цвет ассоциируется с мудростью и зрелостью. Серый металлик связан с представлениями о прогрессе, скорости и профессионализме. В домашней обстановке серый цвет выглядит прохладным и успокаивающим, но не располагает к дружеской беседе и возникновению аппетита.

*Ключевые значения и символика:* • тень • облака • неподвижность • стабильность • здравомыслие • реализм • раздвоенность • скука • тоска.



**Белый** цвет символизирует чистоту, невинность, добро и истину. Хотя белый относится к нейтральным цветам, он считается холодным, так как ассоциируется со снегами и льдами. Белый часто используют для выражения стерильности и безопасности.

В международном праве флаг белого цвета считается призывом к перемирию.

*Ключевые значения и символика:* • свет • покой • безмятежность • чистота • пустота • целомудрие • девственность • сосредоточенность • отрешенность • одиночество.

**Это положительный цвет, содержащий в себе все цвета спектра.**



**Черный** цвет обладает парадоксальными свойствами: вызывает чувство защищенности, утешения, ощущение тайны, он связан с тишиной, бесконечностью, с женской жизненной силой. Но может тормозить принятие решение и изменения в жизни.

Черный цвет авторитарен и в больших дозах может произвести впечатление агрессивности. Черный цвет считается консервативным и внушающим уважение.

В геральдике черный цвет – символ скорби. Черный дает ощущение веса и глубины.

Людам кажется, что фигуры черного цвета весят больше, чем такие же фигуры белого цвета. Предпочтение черного цвета означает нехватку или отсутствие в жизни чего-то очень важного, чувство смерти, ощущение судьбы, религиозность, наступление депрессии, отвержение окружающих. Иногда: выражение протеста, негативизм, агрессия, способность терпеть лишения, умение ограничивать собственные притязания, готовность к компромиссам.

Отклонение черного цвета: предприимчивость, смелость, умение преодолевать помехи, презрение к угрозам.

Ключевые значения и символика: • ночь • покой • тьма • тайна • вызов • печаль • подавление • смерть.

<p><i>blue</i></p> <p>TRUST SMART CALM FAITH NATURAL STABLE POWER</p>	<p><i>red</i></p> <p>LOVE IMMEDIACY ENERGY SALE PASSION ANGER HUNGER</p>	<p><i>black</i></p> <p>BOLD RICH POWER MYSTERY ELEGANCE EVIL STRENGTH</p>	<p><i>green</i></p> <p>SOOTHING ECO-FREINDLY NATURAL ENVY JEALOUSY BALANCE RESTFUL</p>
<p><i>yellow</i></p> <p>CHEER ATTENTION CHILDISH FRESH WARMTH ENERGY OPTIMISM</p>	<p><i>orange</i></p> <p>HEALTH ATTRACTION STAND OUT THIRST WEALTH YOUTHFUL HAPPINESS</p>	<p><i>pink</i></p> <p>TENDERNESS SENSITIVE CARING EMOTIONAL SYMPATHETIC LOVE SEXUALITY</p>	<p><i>purple</i></p> <p>ROYAL MYSTERIOUS ARROGANT LUXURY CHILDISH CREATIVE SADNESS</p>



## ГЛАВА 2.

### ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ НАУКА

#### 2.1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеология (гр. *phrasis* – «выражение», *logos* – «наука») – лингвистическая дисциплина, изучающая устойчивые сочетания слов с полностью или частично переосмысленным значением – фразеологизмы (фразеологические единицы).

Фразеология изучает только такие существующие в речи сочетания слов, общее значение которых не равно сумме отдельных значений слов фразеологического оборота.

Неопределенность статуса фразеологии связана с открытым вопросом эквивалентности ФЕ слову, неопределенностью самого термина, предмета данной науки, и некоторыми другими. К ученым, которые не выделяют фразеологию как отдельную дисциплину, принадлежат Ш.Балли, В.В.Виноградов, О.И.Смирницкий, Е.Д.Полыванов, Л.А.Булаховский.

Некоторые другие языковеды делают попытку выделить фразеологию в отдельный иерархический уровень языка. К ним относятся В.Л.Архангельский, М.Ф.Алефиренко, О.В.Кунин и другие. Спорным остается вопрос о том, когда зародилась фразеология.

Одни склонны считать основоположником данной науки швейцарского лингвиста французского происхождения Ш.Балли (1865-1947), так как его идеи оказали существенное влияние на развитие современной фразеологии.

Ш. Балли занимался исследованиями в области лингвистики и фразеологии во французском языке, однако, его попытка систематизировать и классифицировать ФЕ повлекла за собой ряд последовательных исследований в области фразеологии в других языках, в том числе и английском. Известно, что в своих работах по французской стилистике определенное место он отвел описанию сочетаний слов. Фразеологию же рассматривал как раздел лексикологии, поэтому ФЕ эквивалентны слову.

В своей книге «Очерк стилистики» Ш. Балли выделил 4 группы словосочетаний:

- *свободные словосочетания* – это сочетания, лишенные устойчивости и распадающиеся после их образования (*a beautiful flower, a beautiful woman, a beautiful scenery*);
- *привычные сочетания* с относительно свободной связью компонентов, допускающие некоторые изменения (*a serious illness – серьезное заболевание, a dangerous illness – опасное заболевание, an infectious illness – инфекционное заболевание*);
- *фразеологические ряды*, где 2 понятия сливаются почти в одно сочетание (*to give ear to – выслушать; to take place – происходить, случаться, состояться*);
- *фразеологические единства* (сочетания, где слова утратили свое значение и выражают неразложимое единое понятие (*black sheep – позор семьи; family skeleton – семейная тайна; тайна, тщательно скрываема от посторонних*)).

В своей более поздней работе «Французская стилистика» Ш. Балли рассматривает привычные сочетания и фразеологические ряды как промежуточные типы словосочетаний.

Ш. Бали выделяет две основные группы: *свободные сочетания* и *фразеологические единства* – словосочетания, компоненты которых, постоянно употребляемые в данных сочетаниях для выражения одной и той же мысли, утратили всякое самостоятельное значение.

Его вклад в изучении фразеологии способствовал дальнейшему развитию фразеологических исследований. В этом направлении работали В.В. Виноградов, Н.Н. Амосова, А.В. Кунин, А.И. Смирницкий и др.

По мнению других, наука о фразеологизмах зародилась тогда, когда В.В.Виноградов дал определение основных понятий, объема и задач фразеологии.

В своих работах по фразеологии он сформулировал учение о ФЕ в русском языке и распределил их по семантическим группам. Труды В.В. Виноградова способствовали появлению множества работ по фразеологии разных языков. Тем не менее, и после опубликования работ В.В. Виноградова фразеология не стала лингвистической дисциплиной и не вышла за рамки одного из разделов лексикологии. Это объясняется тем, что несмотря на большое значение его трудов, основные понятия фразеологии еще не были разработаны, а как известно, можно говорить о дисциплине как об отдельной науке, только когда определен ее понятийный аппарат, предмет и методы исследования.

Выдающийся англист А.И. Смирницкий поддерживал определение фразеологии как отдельной лингвистической дисциплины. Ему принадлежат следующие строки: «И хотя изучением фразеологической сочетаемости занимается специальная наука – фразеология, являющаяся разделом лексикологии, фразеологическая сочетаемость должна обязательно учитываться при изучении синтаксического строя языка».

Таким образом, можно предположить, что выделение фразеологии в отдельную лингвистическую дисциплину принадлежит отечественной науке.

Как отмечалось выше, не существует единого толкования терминов «фразеология» и «фразеологизм». А те, что существуют, могут противоречить друг другу. Большинство языковедов придерживается широкого определения термина «фразеология»:

- совокупность фразеологизмов определенного языка;
- раздел языкознания, изучающий фразеологический состав языка.

Более узкое толкование термина встречаем у А.В.Кунина: «фразеология – это наука о ФЕ, то есть об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой, не образующихся по структурно-семантическими моделями переменных сообщений».

«Оксфордский словарь» представляет совсем обобщенное значение: «фразеология – выбор слов, формулировка». В Вебстерском словаре данный термин объясняется как «способ употребления и систематизации слов».

В отечественных толковых словарях находим толкование фразеологии как «раздела языкознания, изучающий устойчивые обороты речи, фразеологизмы».

Как самостоятельная лингвистическая дисциплина фразеология возникла сравнительно недавно. В задачи фразеологии как лингвистической дисциплины входит всестороннее изучение фразеологического фонда того или иного языка.

Важными аспектами исследования этой науки являются:

- устойчивость фразеологических единиц;
- системность фразеологии;
- семантическая структура фразеологических единиц;
- их происхождение и основные функции.

Особенно сложной отраслью фразеологии является перевод ФЕ с одного языка на другой язык, требующий немалого опыта в сфере исследования этой дисциплины.

Фразеология разрабатывает принципы выделения ФЕ, методы их изучения, классификации и фразеографии – описания в словарях.

Фразеология пользуется различными методами исследования.

Фразеология предлагает различные типы классификаций фразеологического состава языка в зависимости от свойств фразеологизмов и методов их исследования.

Предметом истории фразеологии является изучение первичных, исходных форм и значений фразеологизмов, определение их источников по всем доступным памятникам, выявление сфер их употребления в разные эпохи существования языка, установление объема фразеологического состава и его системной упорядоченности в ту или иную историческую эпоху развития языка.

К сожалению, в английской и американской лингвистической литературе мало работ специально посвященных теории фразеологии, но и в самых значительных работах (*А. Маккея, У. Вейнрейха, Л.П. Смита*) не ставятся такие фундаментальные вопросы, как

- научно-обоснованные критерии выделения фразеологизмов;
- соотношение фразеологических единиц и слов;
- системность фразеологии;
- фразеологическая вариативность;
- фразеобразование;
- метод изучения фразеологии и др.

Также не ставится английскими и американскими учеными вопрос о фразеологии как о лингвистической науке. Этим и объясняется отсутствие в английском языке названия для данной дисциплины. В англоязычных изданиях фразеология даже не рассматривается, как наука, отрасль лингвистики (в отличие от лексикологии: лексикология – наука о происхождении и значении слов).

*А.В. Кунин* также обращает внимание на то, что в англо-американской лингвистической литературе фразеологии посвящено небольшое количество исследований. Однако в них нет основательного рассмотрения основных вопросов фразеологии. Предметом этой науки как раздела языкознания является исследование природы фразеологизмов, их категориальных признаков, выявление закономерностей функционирования их в речи.

По определению *А.В. Кунина* фразеологическая единица (фразеологизм) – это устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением.

Также слова и словосочетания, специфичные для речи разных групп населения, по классовому или профессиональному признаку, для литературного направления или отдельного автора можно назвать фразеологизмами.

Некоторые исследователи включают ФЕ в словарный состав языка, а фразеологию в состав лексикологии главным образом потому, что фразеологизмы рассматриваются как эквиваленты слов, а лексикология – это лингвистическая дисциплина, изучающая словарный состав языка, т. е. слова и их эквиваленты.

Фразеологизмы состоят из слов, которые являются главным объектом изучения лексикологии. Данные лексикологии дают возможность определить природу компонентов фразеологизмов, однако они являются значительно более сложными образованиями, чем слова. ФЕ широко используются в литературе всех стилей.

Без знания фразеологии невозможно оценить яркость и выразительность речи, понять шутку, а иногда просто и смысл высказывания.

Прежде всего, нужно уметь установить, является ли данное сочетание слов переменным или устойчивым словосочетанием. Для этого необходимо иметь большой рецептивный запас фразеологизмов. Следует иметь в виду, что словосочетаниям, так же как и словам, свойственна многозначность и омонимия, причем одно из значений может быть фразеологическим и один из омонимов – фразеологизмом.

Например, словосочетание *the girl next door* имеет значения

1) *девушка, живущая рядом, соседка* и 2) *девушка, каких много, одна из многих*; *to be under fire* может иметь прямой смысл (*подвергаться обстрелу*) и фразеологическое значение (*служить мишенью нападок*).

Фразеологизм может иногда отличаться от переменного словосочетания лишь артиклем, являющимся в данном случае формальным дифференцирующим признаком.

Это можно увидеть на следующих примерах:

*Переменное словосочетание*

give smb. a notice - *вручать объявление*

go to the sea - *по направлению к морю*

move a house - *передвигать дом*

get a push - *получить толчок*

draw a line - *проводить черту*

*Фразеологическое словосочетание*

give smb. notice - *предупреждать об увольнении*

go to sea - *стать моряком*

move house - *переезжать*

get the push - *быть уволенным*

draw the line - *устанавливать границу*

При переводе мотивированных фразеологизмов, так же как и при переводе слов, следует, прежде всего, передавать предметное, а не ассоциативное значение.

При этом узуальные фразеологизмы нужно переводить привычными устойчивыми словосочетаниями. Значение термина «узуальный» (*лат. uses* «обычай, обыкновение») можно определить как «принятый в употребление, регулярно используемый».

Создавать в этом случае новые фразеологизмы с непривычным ассоциативным значением не следует. Например:

kill two birds with one stone

*убить двух зайцев, но не убить одним камнем двух птиц*

shoot a sitting bird

*бить лежачего, но не стрелять по сидящей птице*

at a snail's pace

*черепашиим шагом, но не шагом улитки*

Если в русском языке не существует узуального фразеологизма с тем же ассоциативным значением, перевод должен быть описательным. Например:

Let sleeping dogs lie.

*Не касайтесь щекотливых (опасных) вопросов, но не пусть спящие собаки лежат.*

I smell a rat.

*У меня возникли подозрения (Здесь что-то неладно), но не я чувствую запах крысы.*

Присущие большинству фразеологизмов эмоциональное и ассоциативное значение создают подтекст высказывания, его второй смысловой план. Сохранение при переводе ассоциативного значения оправдано, если фразеологизм является авторским образованием и определяет, наряду с другими особенностями, стиль автора.

Не следует использовать при переводе фразеологические единицы, носящие ярко выраженный национальный характер и содержащие ссылки на факты, связанные с историей и бытом какого-то одного народа.

В переводе с английского языка были бы неуместны выражения *тришкин кафтан, казанская сирота, как швед под Полтавой, Потемкинская деревня* и т. п.

Значение немотивированных фразеологических сочетаний следует выяснять по словарю так же, как значение незнакомых немотивированных слов.

ФЕ является некоторое количество слов, имеющих другое значение, чем слова, взятые отдельно. Одной из главных целей изучающего английский язык должно быть стремление к правильному использованию ФЕ. Это довольно не просто для тех, кому английский язык не является родным. Мастерство использования фразеологизмов приходит после глубокого и внимательного изучения фразеологии.

Исходной предпосылкой лексикологии как науки является утверждение о том, что лексика любого языка не является механической совокупностью слов, а представляет собой определенную систему, элементы которой соотносятся и взаимосвязаны, подчинены внутренним закономерностям этой системы.

Фразеология в соответствии с различием идиом, фразеологических сочетаний и устойчивых фраз (поговорок, крылатых слов и других фразеологизмов-предложений) многими исследователями делится на *фразеологию в узком смысле*, исследующую фразеологизмы-идиомы и фразеологические сочетания, прежде всего связанные значения слова, и через них смыкающуюся с лексикологией, и на *фразеологию в широком смысле*, изучающую и устойчивые фразы разных структурных типов, обладающие различными семиотическими функциями (единицы фольклора, фрагменты художественных текстов, формулы приветствий и т. п.).

Понимание фразеологии в широком смысле восходит к трудам *В. В. Виноградова*.

Фразеология изучает специфику фразеологизмов как знаков вторичного образования, в частности – как продукта особого вида вторичной *номинации* – косвенной, представленной различного рода синтагматическим взаимодействием слов-компонентов в процессах переосмысления и формирования нового значения исходного сочетания или отдельного слова. Фразеология изучает также особенности знаковой функции фразеологизмов, их значения, структурно-семантическую специфику, проявляющуюся в основных признаках фразеологичности – устойчивости и воспроизводимости.

Эта наука исследует природу лексических компонентов фразеологизмов, их синтаксическое и морфологическое строение, характер синтаксических связей с другими единицами языка и формы реализации в речи, природу ограничений в модификациях, возможных для свободных аналогов фразеологизма.

Особой задачей фразеологии является изучение системных связей как между фразеологизмами (проблема «фразеологической подсистемы» языка), так и между фразеологизмами и общеязыковой системой значимых единиц – главным образом словами.

Разработка проблем системности связана с

- описанием фразеологизмов как особых языковых сущностей, обладающих специфической структурно-семантической организацией;
- изучением типов их значения, в частности значения идентифицирующего или характеризующего типа;
- анализом явления фразеологической *полисемии, омонимии, вариантности*;
- выявлением грамматических классов фразеологизмов;
- раскрытием их синтаксических функций.



Исследуются специфика функционально-стилистической дифференциации ФЕ, соотношения нейтральных для языка лексических способов номинации и экспрессивно окрашенных наименований фразеологического характера.

Особой задачей фразеологии является изучение процессов фразообразования в их номинативном и коммуникативно-функциональном аспектах, а также описание фразеологической деривации – образования новых значений слов на базе значений фразеологизма.

Фразеология внутренне связана с лексикологией, синтаксисом и словообразованием, поскольку структура фразеологизмов совпадает со структурой сочетаний слов или предложений, а значение – со значением лексического или пропозитивного типов.

Фразеология разрабатывает принципы выделения фразеологических единиц, методы их изучения, классификации и фразеографии – описания в словарях.

На сегодняшний день невыясненными остаются вопросы о статусе фразеологии, кто является основоположником данной дисциплины и большое количество проблем по теории данной науки. К нерешенным вопросам относится неопределенность ФЕ и предмета фразеологии. Невыясненной остается теория эквивалентности, проблема слияния компонентов и другие. Научный поиск в этих направлениях продолжается.

Достаточно плодотворными являются исследования отечественных языковедов.

Разработкой вопросов теории фразеологии занимались *В.В.Виноградов, Е.Д.Поливанов, Л.А.Булаховский, В.Л.Архангельский, В.М.Мокиенко, В.П.Жуков, О.М.Мелерович, В.Г.Гак, Л.Г.Скрипник, М.Ф.Алефиренко, Л.Г.Авксентьев, М.Т.Демский.*

Такие лингвисты как *А.И.Смирницкий, А.В.Кунин, Н.М.Амосов, А.И.Алехина* исследовали фразеологию английского языка.

Среди западных языковедов следует отметить *Ш.Балли* и *Л.П.Смита*. К сожалению, на Западе уделяется очень мало внимания этой области языкознания.

Фразеология пользуется различными методами исследования: компонентным анализом значения слово-компонента фразеологизма на уровне семантических «множителей» или же выделяющим слово как элемент структуры, а значение слова – как мотивирующий элемент значения фразеологизма.

Фразеология предлагает различные типы классификаций фразеологического состава языка в зависимости от свойств фразеологизмов и методов их исследования.

Предметом исторической фразеологии является

- изучение первичных, исходных форм и значений фразеологизмов;
- определение их источников по всем доступным памятникам;
- выявление сфер их употребления в разные эпохи существования языка;
- установление объема фразеологического состава и его системной упорядоченности в ту или иную историческую эпоху развития языка.

Фразеология как отдельная лингвистическая дисциплина возникла в 40-х гг. XX в. в советском языкознании. Предпосылки теории фразеологии были заложены в трудах *А. А. Потебни, И. И. Срезневского, А. А. Шахматова* и *Ф. Ф. Фортунатова*.

Вопрос об изучении устойчивых сочетаний слов в специальном разделе языкознания – фразеологии – был поставлен в учебно-методической литературе ещё в 20-40-х гг. в работах *Е. Д. Поливанова, С. И. Абакумова, Л. А. Булаховского*.

Изучение фразеологического состава связано с нуждами лексикографической практики, со спецификой фразеографии.



В трудах *В.В. Виноградова* были сформулированы основные понятия фразеологии, поставлен вопрос об её объёме и задачах.

В 50-х гг. внимание уделялось вопросам сходства и различия фразеологизма и слова, а также сочетания слов; проблематика фразеологии исчерпывалась в основном выяснением критериев фразеологичности и уточнением основ классификации фразеологизмов. С конца 50-х гг. намечается тенденция системного подхода к проблемам фразеологии, разрабатываются вопросы, связанные с описанием структурно-семантической организации фразеологических единиц (*А. И. Смирницкий, О. С. Ахманова*).

60-е гг. характеризуются интенсивной разработкой собственно фразеологических методов исследования объектов фразеологии, основанных на идеях системно-уровневого анализа фактов языка и на приёмах дистрибутивного анализа (*В. Л. Архангельский, Н. Н. Амосова, В. П. Жуков, А. В. Кунин, М. Т. Тагиев*):

- *метод идентификации* – установление тождеств и различий слов и синтаксических конструкций, образующих фразеологизмы, с их свободными аналогами,
- *метод аппликации*, являющийся разновидностью метода идентификации,
- *метод ограничений в выборе переменных*, устанавливающий отличие структурно-семантической организации фразеологизма от сочетаний, образуемых в соответствии с регулярными закономерностями выбора и комбинации и т. п. Подробно изучаются:

- системная упорядоченность фразеологического состава (*И. И. Чернышёва, Н. М. Шанский*) и его историческое развитие (*Р. Н. Попов, В. М. Мокиенко, А. И. Фёдоров*);

- сравнительно-типологический анализ фразеологического состава (*Ю. Ю. Авалиани, А. Д. Райхштейн, Л. И. Ройзензон*);

- описание фразеологизмов в словарях (*А. М. Бабкин, А. И. Молотков*);

- разработка новых методов исследования, связанных с определением фразеологии как науки о сочетаемости лексем (*М. М. Копыленко, З. Д. Попова*),

- исследование процессов фразообразования в их функциональном аспекте (*С. Г. Гаврин, Ю. А. Гвоздарев*) или в номинативном плане (*В. Г. Гак, В. Н. Телия*).

Всё больший интерес вызывает семантика фразеологизмов и закономерности их употребления в процессах организации высказывания, что связано с общей тенденцией – разработкой моделей языкового синтеза.

*А.В. Кунин* даёт следующее определение фразеологии: «Фразеология – это наука о ФЕ, то есть об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой». Согласно точке зрения *С.И. Абакумова* ФЕ – это «устойчивые сочетания», или «неизменные выражения», состоящие из нескольких слов и выражающие целостное понятие.

*А.А. Шахматов* называет их «неразложимые сочетания».

Если разобраться в этимологии термина, то фразеология – это «наука о фразе», хотя чаще всего он обозначает не саму науку, а скорее ее материал.

Фразеология как наука возникла лишь в начале XX века. Ее основные понятия, объем проблематики и объект изучения еще окончательно не определены. Это объясняется прежде всего большим функциональным, семантическим и структурным разнообразием тех единиц, которые воспринимаются как устойчивые соединения слов.

*В.В. Виноградов* отмечает, что в системе лингвистических дисциплин фразеология иногда совсем не находит себе места, но чаще всего она располагается рядом с лексикологией ли ее частью. Однако, со временем подход к фразеологии стал меняться.

Некоторые ученые, в частности специалисты по английскому языку, высказывают мнение, что фразеология сложилась как отдельная языковая отрасль.

Одним из спорных вопросов фразеологии является вопрос ее объекта.

Определить четко круг вопросов фразеологии довольно трудно. Выделяются различные подходы ученых. Одни считают, что фразеология должна изучать только словосочетания.

Другие расширяют сферу фразеологии за счет пословиц, поговорок, крылатых выражений, афоризмов и других речевых образований.

Фразеология имеет свои специфические задачи:

- изучение особенностей структуры ФЕ и механизма создания семантической целостности в сочетаниях слов;
- определение причин их фразеологизации;
- исследование взаимоотношений фразеологических оборотов с другими лингвистическими единицами – словом, словосочетанием, предложением;
- выяснение историко-этимологической основы ФЕ, внутренняя форма которых утрачена;
- изучение законов развития фразеологического состава;
- выработка научной системы обработки разнотипных фразеологических структур в общеязыковых и специальных словарях.

Фразеология изучает фразеологическую систему языка в ее современном состоянии и в историческом развитии. «Фразеология – это наука о фразеологических единицах, то есть об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой.

В круг исследований фразеологии входят ФЕ, в разных источниках именуемые по-разному: «неразложимые сочетания», «устойчивые сочетания», или «неизменные выражения» (set expressions) то есть тесные единства, состоящие из нескольких слов и выражающие целостное понятие. Фразеология, как и любая другая дисциплина, обладает определенными методами исследований.

- **Метод семантической идентификации** использовал Ш. Балли для определения устойчивого сочетания. Метод заключается в выделении общего признака, что позволяет заменить оборот определенным словом-идентификатором (идентификатор – это, прежде всего, логический эквивалент, который служит лишь средством описания явления, а не фактом языка): *to be packed like sardines (to be overfilled), to run around like a headless chicken (to fidget)* и т.п.

- **Контекстологический метод** был разработан Н.Н.Амосовой. По мнению этого ученого фразеологизмы следует изучать синхронно, при выборе метода необходимо исходить из специфики конкретного языка. Признаком фразеологизма Н.Н.Амосова выдвигает контекстуальное взаимодействие слов в их сочетаниях в зависимости от типа контекста – *переменного*, где указательный минимум должен иметь большее или меньшее количество вариаций в пределах одного семантического окружения, *постоянного*, где понимается фиксированное сочетание слов, вариации компонентов исключены, либо максимально ограничены.

- **Метод окружения** помогает определить структуру фразеологизма как систему связей между словосочетанием и элементами контекстного окружения этой ФЕ.

- **Метод фразеологической идентификации** отличается от метода семантической идентификации тем, что не приравнивается к слову, как это делал Ш. Балли.

Теория эквивалентности фразеологизма слову заменяется теорией соотнесенности со словами. Автор метода – А.В.Кунин. Впервые предложенный в 1964 году метод фразеологической идентификации уточнялся и совершенствовался по мере эволюции методов лингвистического исследования и развития теории фразеологии.

Он способствует не только выявлению фразеологичности того или иного сочетания слов, но и установлению таксономии ФЕ по уровню фразеологической абстракции.

Вслед за А.В. Куниным полагаем, что основными показателями фразеологичности являются переосмысленность, отдельнооформленность, структурная и семантическая устойчивость. В целях определения этих показателей в сопоставительном исследовании фразеологии используем ряд предусматриваемых методом фразеологической идентификации процедур, а именно:

- Факт наличия переосмысления компонентного состава устанавливаем с помощью контекста и словарных дефиниций.

- Семантическая устойчивость во фразеологических единицах, которая выражается в полном или частичном переосмыслении, устанавливается путем наложения значения ФЕ на буквальное значение ее компонентов. Например, значение ФЕ *sit on the fence* определяется как *not to take any clear choice or decision between two possibilities or opposing groups of people; not to take sides*. Ни слово *sit*, ни слово *fence* не могут фигурировать в дефиниции ФЕ. Это доказывает полное переосмысление данного оборота.

- При частичном переосмыслении значения ФЕ компонент с буквальным значением может входить в состав ее дефиниции: *make a fool of oneself – behave like a fool, loose face – lose a respect or good opinion*.

- В целях установления отдельнооформленности устойчивых оборотов используем контекстный анализ грамматических изменений их компонентов, так как установление цельнооформленности слов является доказательством отдельнооформленности устойчивых образований, в состав которых они входят: *prick up one's ears*.

- Анализ соотнесенности фразеологизмов со знаменательными, служебными словами, а также с переменными предложениями с учетом как различий между ними, так и их сходства, дает возможность выделить различные классы ФЕ: *субстантивные, адъективные, адвербиальные, глагольные* фразеологизмы, а также *цельнопредикативные* или *коммуникативные* ФЕ.

- Посредством компонентного анализа фразеологизмов с учетом их константности и вариантности, можно определять типы зависимости компонентов ФЕ: *константная; константно-вариантная; константно-переменная; константно-вариантно-переменная, трансформационная зависимость*. С помощью грамматического анализа устанавливаем грамматическую структуру фразеологизмов, их морфологические и синтаксические особенности.

- При анализе фразеологического значения используем семный анализ, выделение степеней абстракции и анализ внутренней формы ФЕ. Степени абстракции значения определяются в зависимости от характера абстрагирования от лексического и грамматического значения компонентов ФЕ, прототипа ФЕ и значения ее синтаксической конструкции.

Характер внутренней формы устанавливается с помощью процедуры сопоставления значения ФЕ с буквальным значением ее компонентов.

- Определяющим в описании фразеологии считается системный подход.

Основным методом типологических исследований, вслед за *В.Д. Аракиным*, считаем сопоставительный метод, сущность которого заключается в отыскании и определении явлений и фактов ряда языков, имеющих тождественные функции, независимо от того, являются ли сопоставляемые языки генетически родственными или нет.

**Сопоставительный метод** дает возможность установить не только факты и явления, имеющие аналогичные функции в сопоставляемых языках, но и определить то место, которое они занимают в своей микросистеме.

**Сопоставительно-типологический метод** по своим приемам мало отличается от сопоставительного, но он преследует более широкие цели.

«Целью типологического описания языков мира, – как подчеркивает *В.Н. Ярцева*, – является выявление суммы сходных и различных черт, характеризующих их системы.

Поэтому важным оказывается не только наличие в данном языке какого-либо приема или отношения, но и то место, которое занимает данный языковой факт в общей схеме распределения приемов и отношений, характерной для исследуемого языка».

То есть, в отличие от сопоставительного, **типологический метод** имеет дело с сопоставлением и на основе сопоставления с выявлением *изоморфных* и *алломорфных* черт микросистем, подсистем и целых систем исследуемых языков.

В свою очередь, определение изоморфных черт дает возможность установить и произвести отбор типологических констант, которые позволяют произвести группировку языков по принципу наличия / отсутствия данного типологического признака.

В связи с конкретными задачами исследования возникает проблема отбора **типологических признаков**. В этом вопросе еще нет полной ясности, договоренности и единства среди лингвистов. Каждый уровень языка, как известно, имеет свои характерные только для него единицы измерения. Поэтому и типологические признаки варьируются от одного уровня или подсистемы языка к другому.

Особенности приложения сопоставительного анализа к фразеологии определяются прежде всего генетической, структурной и функциональной вторичностью фразеологической системы и единиц, ее составляющих. Являясь языковыми знаками вторичной номинации, ФЕ базируются на «*иноуровневых*» (*А.Д. Райхштейна*) средствах, в основном, лексических и грамматических, и строятся на них. В литературе рассматриваются также методы:

- вариационный,
- комплексный,
- фразеологической аппликации (*hare lip*),
- монемный,
- семантического дифференциала,
- машинного перевода и другие.

Не вызывает сомнений специфичность ФЕ в национально-культурном плане, как в интралингвистическом, так и в плане неповторимости отображаемых в ФЕ внеязыковых факторов – национальной культуры, истории, экономики, национального склада характера и прочего. Совершенно верно в связи с этим утверждение, что фразеология есть *зеркало национальной культуры*.



## 2.2. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА КАК ПРЕДМЕТ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеология возникла и развивается на стыке и на базе целого ряда крупных отраслей языкознания, таких как лексикология и семасиология, синтаксис и морфология, стилистика, социолингвистика и психолингвистика.

За последние десятилетия она превратилась в самостоятельную лингвистическую дисциплину, которая имеет свой объект и методы ее исследования.

Фразеологизмы являются настоящим украшением языка, одним из неисчерпаемых источников создания образности. ФЕ – это носители жизненного опыта нации, которые ярко отражают наблюдения за окружающим миром. Это непосредственно предопределяет особенности употребления фразем в речи.

Частотность использования постоянных высказываний напрямую зависит от возраста человека и его жизненного опыта. Ребенок воспринимает фразеологизмы буквально. Причиной этому является разница в типе мышления взрослого и ребенка.

Мышление, как «психологический процесс познания, связанный с открытием субъективного нового знания», имеет связи также с языком и речью.

Дети овладевают речью постепенно, поэтому и усвоение знаний, накопленных в процессе развития нации, требует от них больших усилий мышления.

Уровень переосмысления определяет мотивированность или немотивированность ФЕ. Если между фразеологическим значением и семантикой прототипа существует синхронная связь, то такой оборот можно считать мотивированным. Если же такая связь отсутствует, то речь идет о немотивированности значения. Рассматривая фразеологизмы, нельзя не затронуть их основные черты – образность и экспрессивность, ведь в большинстве случаев эти характерные особенности и отличают обороты от слов.

По выражению *В.М.Мокиенка*, основой феномена образности фразем является «способность создавать предметно-чувственные образы предметов и явлений».

Сила образа заключается в его конкретности, тесной связи с контекстом в широком смысле слова. Наибольшую склонность к фразеологизации проявляют те свободные сочетания слов, отражающих конкретные явления материальной действительности, связанные с жизнью человека». Фразеологизмы, подлежащих анализу в данном исследовании, достаточно образные.

Анализируются лексемы, в состав которых входят цветные ФЕ, непосредственно влияют на человеческие чувства.

По мнению *Л.П.Смита*, экспрессивность, присущая фразеологизмам, играет в речи не последнюю роль: «идиомы особенно нужны в эмоциональной, взволнованной речи: образность и метафоричность придают ей выразительности, энергии».

Английский исследователь также добавляет: «идиомы выполняют необходимую функцию в языке. Эта функция заключается в том, чтобы вернуть понятие от чистой абстракции к ощущениям, которые породили, снова воплотить их в зрительных образах в динамических ощущениях человеческого тела». Теоретическое обоснование понятий образности и экспрессивности находим у *А.В.Кунина*.

Ученый отмечает, что «целевая образность ФЕ создается в результате двухпланового восприятия ФЕ и значения ее прототипа: чем дальше друг от друга сравниваемые объекты, тем ярче образ».

Понятие экспрессивности значительно шире, оно включает и другие категории: «экспрессивность – это обусловленные образностью, интенсивностью или эмотивностью выразительных изобразительных качеств слова или фразеологизмы».

Основной единицей языка является слово. Язык как орудие мышления и общения, прежде всего, система слов, именно в слове язык обретает свою цельность и завершенность, формируясь в процессе взаимодействия слов.

Уже в древности люди смотрели на слово как на великую тайну, как на явление, требующее особенно внимательного отношения к себе.

Слово, по мнению античных мыслителей, создает разумность отдельного человека, гармоническую целесообразность общества и мировой порядок одновременно, поэтому его нужно правильно создавать и применять. Хотя язык состоит из разных единиц, слово оказывается его самой «естественной» категорией, так как именно оно что-то называет или выражает. Для массового сознания язык – это прежде всего слова.

Слова родного языка кажутся «очевидными», «прозрачными», «естественными», хотя в действительности их природа очень сложна и многообразна.

Словарный состав языка, взятый в его совокупности, называют *лексикой* (от греч. *lexis* – слово). Наука, изучающая лексику, ее развитие и функционирование, называется *лексикологией* (*lexis* – слово + *logos* – учение), то есть лексикология – это слово о слове, или наука о словах.

Специальный раздел лексикологии, в котором изучаются значения слов и причины изменения значений, именуют *семасиологией* (от греч. *semasia* – значение, смысл + *logos*).

Лексикология и семасиология тесно между собой связаны, так как значение слова выступает «душой» самого слова. Поскольку слово образует тесное формальное и смысловое единство, то его описание целесообразно вести в двух аспектах – лексикологическом и семасиологическом, не отрывая их друг от друга. Усваивая язык человек усваивает словесную форму речевой деятельности, речевой этикет, учится репродуцировать собственные переживания, чувства, действия, приобщается к национальной ментальности.

Одним из спорных вопросов является также терминология языковой единицы, первоэлемента фразеологии. Среди фразеологических оборотов встречаются явления синонимии и полисемии. Фразеология, идиоматика, фраземика выступают как синонимы в следующих значениях:

- совокупность основных единиц (фразеологизмов, идиом, фраз) фразеологии данного языка;
- раздел языкознания, изучающий фразеологизмы (идиомы, фраземи).

Фразеология как часть речи ярко проявляет самобытность языка, его специфический колорит, порядок народного мышления, в частности образный.

Корни фразеологии достигают живой речи, поэтому фразеологические средства языка являются ее национальным лицом, национальным духом языка.

Фразеология – это величайшая сокровищница и непреходящая ценность любого языка, которая отражает мир чувств, образов, оценок того или иного народа, она самым непосредственным образом связана с культурой речи.

Предметом изучения фразеологии в первую очередь является ФЕ.

Следует отметить, что на сегодняшний день не существует единого определения понятия «фразеологическая единица». Различные лингвисты употребляют различные термины (фразеологическая единица, фразеологизм, фразема, идиома, фразеологический оборот, устойчивое словосочетание) для обозначения одного и того же понятия.

Как правило, понятие «фразеологическая единица» и «фразеологизм» отождествляются.

В лингвистике известны более 20 определений ФЕ, но ни одно из них не нашло общего признания. Некоторые языковеды справедливо считают, что определение ФЕ такое же сложное, как и определение слова. Эта сложность заключается, прежде всего, в том, что и для слова, и для фразеологизма трудно установить общие черты, которые можно было бы отнести к каждому из них без исключения.

Термин «фразеологическая единица» был введен *В. В. Виноградовым* и должен был использоваться для обозначения тех соединений, которые не образуются в процессе речи, а воспроизводятся по традиции. Воспроизводимость, по мнению ученого, является основным признаком фразеологизма. *Б. А. Ларин* под фразеологическими единицами понимал устойчивые словосочетания, характеризующиеся потерей первоначальных реалий и появлением нового метафорического значения.

*А. М. Бабкин* рассматривает фразеологическую единицу как «такую единицу языка, которой свойственна целостность, возникающая в результате ослабления лексического значения компонентов слова».

*С. Г. Гаврин* считал, что фразеологическая единица – это воспроизводимая общеупотребительная языковая единица, целостная по своему значению и составленная из двух и более знаменательных слов. Похожего мнения придерживается *Н.М.Шанский*, который определяет фразеологическую единицу как воспроизводимую в готовом виде единицу языка из двух и более отмечаемых компонентов дословного характера, фиксированных (постоянных) по своему значению, составу и структуре.

*В. П. Жуков* понимает под фразеологизмом отдельную, самостоятельную единицу языка, способную, как и другие языковые единицы, выражать свою семантику, вступать с другими единицами языка в смысловые и грамматические связи, а значит иметь грамматические категории, выполнять в предложении соответствующую синтаксическую функцию. ФЕ отмечаются рядом признаков, позволяющих считать их самостоятельными единицами языка, отличными от других лингвистических единиц – от слова, обычного словосочетания, предложения. Хотя они имеют с последним немало общего: будучи сложным целым, и те и другие не конструируются каждый раз в процессе речи, а воспроизводятся как готовые смысловые единицы; и те и другие (в большинстве) отличаются устойчивостью состава и структуры. Такими признаками являются:

- выражение на фразеологическом уровне общезыковой закономерности, обусловленные местом фразем в системе языка и характером их взаимодействия с единицами других уровней;
- наличие у фразеологизмов признаков, общих для всех единиц данного класса, которые, выражая их внутренние закономерности, составляют специфику фразеологической подсистемы языка;
- внешние отношения фраземных знаков, служащих проявлением их специального функционально-коммуникативного назначения;

- отличие от других единиц (в пределах класса языковых элементов) развитием внутреннего взаимодействия фразеологизмов, в результате чего они существенно отличаются от других классов языковых явлений;

- специальные внутришние фразеологические связи и отношения, которые, в отличие от других языковых единиц, определяют семантические и грамматические свойства фразеологизмов;

- инвариантные ограничения речевых трансформаций ФЕ, вне которых видоизмененная ФЕ вообще невозможна, поскольку она приводит к их дефразеологизации.

Несколько иные признаки ФЕ подает В. М. Мокиенко. Он пишет: «фразеологизмы определяются тремя постоянными для устойчивых соединений характеристиками: оформленность, относительная устойчивость (воспроизводимость в готовом виде) и экспрессивность».

Выделяя эти характеристики как основные признаки фразеологизма, исследователь отмечает, что первые две из них свойственны языку, а третья – речи, что именно анализом взаимодействия каждой из указанных характеристик можно выявить противоречивую суть фразеологического сообщения и ограничить объем фразеологии.

Фразеологизмы имеют ряд существенных признаков:

- устойчивость,
- воспроизводимость,
- целостность значения,
- раздельнооформленное строение (расчлененность своего состава).

Фразеологическая единица – это устойчивое образование, однако взгляды лингвистов на устойчивость не совпадают.

Вопрос устойчивости фразеологизмов – важнейший во фразеологии.

Согласно определению А.В. Кунина фразеологическая устойчивость – это объём инвариантности различных аспектов ФЕ, обуславливающий их воспроизводимость в готовом виде и тождество при всех узуальных и окказиональных изменениях.

Максимальная степень устойчивости свойственна фразеологизмам, не допускающим никаких изменений:

*as a matter of fact* – фактически, на самом деле; в сущности, по правде сказать, собственно говоря, по сути (дела);

*fair and square* – честный, справедливый, прямой;

*a sound mind in a sound body* – в здоровом теле – здоровый дух и др.

Фразеологизмам несвойственно образование по поражающей модели, как для переменных словосочетаний, так и предложений. Это один из важнейших показателей устойчивости фразеологизмов. Модель переменного сочетания слов – это регулярное образование однотипных переменных сочетаний слов по определенной структурно-семантической схеме вокруг опорного знаменательного слова, иными словами понятие «переменного сочетания слов» можно определяется понятием «свободного словосочетания», распадающегося сразу же после употребления. Путь, который проходит оборот, ставший фразеологизмом, – это становление его устойчивости. Самые устойчивые ФЕ – это идиомы. Они могут быть представлены как **единствами** (*all is not gold that glitters* (носл.) – не всё то золото, что блестит; *to show one's true colours* – показать своё истинное лицо). Так и **сращениями** (*to send smb. to Coventry* – бойкотировать кого-либо, прекратить общение с кем-либо, *go west* разг. – умереть; *отправиться к праотцам*).



Идиомы всегда несут эмоциональную, экспрессивную окраску.

В состав фразеоматики входят устойчивые обороты с осложнённым значением: обороты, значения которых не являются суммой значения их компонентов, а новыми значениями (*good morning* – разг. 1) *доброе утро! здравствуйте!* 2) *до свидания! всего хорошего!* (при расставании утром)).

- обороты с прибавочно-уточнительным значением (*an affair of honour* – дело чести, дуэль; *fresh (new) blood* «свежая (или новая) кровь», новые члены семьи, общества, партии и т.п.; люди со свежими силами, новыми мыслями);

- обороты, обозначающие символические жесты (*shake hands (with smb.)* – пожать друг другу руки (пожать руки кому-либо); *knit one's brows* -нахмуриться);

- пословицы с буквальным значением (*so many people, so many minds* – сколько людей – столько мнений);

- обороты с фразеоматически связанным значением.

В подобных оборотах значение ведущего компонента выводится только из тех образований, в составе которых этот компонент используется (*pay a call (a visit)* нанести визит; *bear smb. a grudge (malice, rencour, spite or an ill-feeling)* – затаить против кого-либо злобу). Природа фразеологизмов и компонентов, входящих в их состав, сложная и противоречивая. С проблемой устойчивости (стойкости) ФЕ связан вопрос фразеологического прототипа. Это для нас представляет интерес, поскольку в исследовании определенное место отведено созданию фразем.

По мнению В.М.Мокиенко, проблема устойчивости фразеологизмов является одной из самых острых. Обобщая исследования различных лингвистов в области фразеологии, украинский языковед М.П.Кочерган отмечает такие признаки ФЕ как структурно-семантическую устойчивость и воспроизводимость.

Фразеологическая устойчивость – это «объем инвариантности, который присущ различным аспектам ФЕ, и обуславливает их воспроизводимость в готовом виде».

Объяснить это определение можно следующим образом: словосочетание становится фразеологизмом только тогда, когда оно регулярно воспроизводится в речи разных людей и встречается во многих контекстах.

Предпосылкой возникновения фразеологизма является иногда неожиданное сочетание слов. С этим связано понятие фразеологического прототипа, под которым мы понимаем языковые единицы, сочетания слов, ставшие основой для образования ФЕ.

В.М.Мокиенко также утверждает, что большинство фразеологизмов изначально были свободными сочетаниями. Внутренняя форма ФЕ определена ее прототипом.

В основе каждого фразеологизма лежит прототип.

**Прототип** – это «различного рода ассоциативные отношения: исторические, фольклорные, текстовые, – фонд общих знаний, связанных с историческими традициями, фактами, реалиями, фольклорными представлениями, религиозными верованиям и их атрибутами...». Внутренняя форма фразеологизма – это значение его прототипа, с которым фразеологическое значение связано этимологически.

В английских фразеологизмах с живой внутренней формой слово *head* ассоциируется с интеллектом, *heart* – с эмоциями, *leg* – с ходьбой, *tongue* – с речью, *drop* – с минимальным количеством и др. (*clear one's head* – внести ясность в мысли; *one's heart's desire* – заветное, сокровенное желание; предмет желаний, вожделений; *stretch one's legs* – размять ноги, прогуляться; *drop by drop* – капля по капле, постепенно).

Не все ФЕ проходят один и тот же путь развития – не все фразеологизмы обозначают познанные человеком объекты вне языковой действительности, в том числе и фантастические, так как в их основе лежат разные прототипы.

А.В. Кунин выделяет четыре основных вида прототипов ФЕ: *речевые, языковые, внеязыковые и смешанные*. Внутренние формы бывают *простыми* или *сложными*.

Речевым и языковым прототипам соответствует простая или сложная внутренняя форма, а внеязыковым и смешанным – сложная.

**Речевые прототипы**, к которым относятся обороты с прозрачной внутренней формой (*get up (rise) in the world* – преуспеть, сделать карьеру; *идти в гору*).

Внутренняя форма ФЕ *doctors differ* – мнения авторитетов расходятся, основана на образном переосмыслении ситуации, в которой доктора не смогли прийти к единому мнению. Многие ФЕ с живой внутренней формой не имеют прототипов и возникли в результате полёта фантазии их создателей (*charge (fight) the windmills* – сражаться с ветряными мельницами, *донкиходствовать* [сражение с ветряными мельницами – эпизод из «Дон-Кихота» М. Сервантеса]).

**Языковые прототипы** – это ФЕ, от которых образованы другие фразеологизмы (от пословицы *make hay while the sun shines* – куй железо, пока горячо образован фразеологизм *make hay* – использовать удобный момент; *the milk is spilled* – дела уже не поправишь [происходит от пословицы *there is no use crying over spilt milk* – слезами горю не поможешь, потерянного не воротишь, что с возу упало, то пропало]).

**Внеязыковые прототипы** восходят к легендам, традициям и историческим фактам (*have kissed the Blarney stone* – быть льстецом (по традиции каждый, поцеловавший камень, находящийся в замке Бларни в Ирландии, получал дар лживой речи)).

**Смешанные прототипы** восходят к тексту, как к первоисточнику (*a girl Friday* – помощница, «правая рука», надёжный работник (особ о девушке-секретаре) образовано по аналогии с *a man Friday* – Пятница, верный, преданный слуга [по имени верного слуги в романе Д. Дефо «Робинзон Крузо»]). Чтобы определить фразеологический образ (внутреннюю форму фразеологического оборота) необходимо иметь некоторые этнокультурные сведения, и, обращаясь уже к ним, можно образно мотивировать и значения фразеологизмов. Путь, который проходит оборот, становясь фразеологизмом, – это становление его устойчивости.

Понятие «целооформленности» и «нарезнооформленности» были предложены А.И. Смирницким, что является внешним признаком, отличающим слово и ФЕ.

Под разнооформленностью следует понимать особое строение синтаксического единства, которое заключается в том, что его составляющие являются отдельными словами. Целооформленность заключается в общем грамматическом оформлении всех составляющих элементов. Чаще всего придется сослаться на эту теорию при анализе системных связей, а в частности при рассмотрении фразеологических вариантов.

От компонентного состава фразеологизмов зависит его значение. Сравнивая морфемный состав слова и структуру ФЕ, В.П.Жуков отмечает, что морфемы в составе слова носят более специализированный характер, чем компоненты фраземы.

На природу компонентов ФЕ существуют два противоположных взгляда. Одни лингвисты рассматривают составляющие фразеологических оборотов как образования вне слов.

А те, которые составляют подавляющее большинство, признают дословную природу компонентов. «Несмотря на то, что компоненты фразеологизма, в силу своей деактуализации лишены основных признаков слова, но участвуют в образовании фразеологического значения. Вследствие этого они наделены определенной долей семантической самостоятельности».

Словами, но специфически принятыми, считает компоненты ФЕ и А.И.Смирницкий.

Механизм потери словом в составе ФЕ своего первоначального значения и процесс деактуализации можно описать следующим образом: «выступая составной частью свободного словосочетания, слово представляет собой самостоятельную лексическую единицу, тогда как в структуре фразеологизма оно теряет связь со своей сферой семантических и синтаксических функций, лишается самостоятельного значения и, становясь компонентом ФЕ, деактуализуется в результате метафорического переосмысления выражения в целом». В целом компоненты не имеют своего реального номинативного значения.

Впрочем, они не полностью теряют свою семантику и в «какой-то степени влияют» на общее значение фразеологизма.

Второй признак ФЕ – это воспроизводимость устойчивых сочетаний в неизменном виде, где ФЕ не порождаются в речи говорящим, а уже воспроизводятся в готовом виде.

**Воспроизводимость** – регулярная повторяемость языковых единиц разной степени сложности:

- *поговорки, поговорки (let well enough alone – от добра добра не ищут);*
- *крылатые изречения (happiness takes no account of time – счастливые часов не наблюдают);*
- *составные термины и наименования (sulphuric acid – серная кислота);*
- *собственно фразеологизмы (at any price – любой ценой, во что бы то ни стало; as black as thunder разг. – мрачнее тучи, туча-тучей).*

**Целостное значение** (третий постоянный признак любого фразеологизма) – это единое значение фразеологизма, которое трудно или невозможно вывести из значения образующих его составляющих частей, то есть компонентов (*to pull the wool over smb's eyes – втирать очки*). Оно достигается полным или частичным переосмыслением компонентов с последующим образованием совершенно нового значения.

Особый акцент следует сделать на толковании фразеологического значения.

Это достаточно сложное явление «обусловлено специфическим отношением к означаемым предметам или явлениям действительности, характером внутренней образной основы, зависимостью между лексическими компонентами ФЕ и полностью или частично переосмысленным их значением».

Некоторые авторы склонны приписывать фразеологизмам лексическое значение или рассматривать фразеологическое значение на уровне слова.

Как отмечает Л.Г.Авксентьев, «ФЕ и слово могут быть близкими семантически, то есть выражать общее понятие», однако такая общность является относительной.

Фразеологизм и слово качественно отличаются. Это отличие заложено в их разной природной основе. «Значение фразеологизма может соотноситься со значением слова, исключает их тождество». Здесь мы непосредственно сталкиваемся с теорией эквивалентности.

С одной стороны, и слово, и ФЕ являются языковыми знаками.

Языковой знак, в свою очередь, связывает понятие и акустический образ.

Следовательно, изменяя акустический образ, языковой знак меняется лишь частично, ведь понятие остается неизменным.

Швейцарский лингвист *Ш.Балли* утверждал, что признаком фразеологического оборота является возможность или невозможность подставить слово-идентификатор.

*В.В.Виноградов* также склоняется к мнению, что слова и ФЕ тождественны.

Подтверждение этому находим в определениях типов ФЕ: «основным признаком фразеологического сращения является его семантическая неделимость, оно представляет собой семантическую единицу, однородную со словом».

Существует еще один аргумент в подтверждение теории эквивалентности.

Как слова, так и фразеологизмы вносятся в речь в готовом виде.

Но с другой стороны, отождествляя слово и фразеологизм, мы невольно относим последний в сферу лексикологии. Но, как выяснилось выше, ФЕ принадлежат скорее к суперсинтаксичному уровню. Это определяется специфическими свойствами их семантики и ее обобщенно-абстрагируемым характером.

Значение фразем формируется в процессе сложной перегруппировки денотативно-конотативных элементов в семантической структуре слов-компонентов фразеологизма и окончательно завершается интеграцией этих переосмысленных лексических значений с грамматическими значениями соответствующих синтаксических моделей.

Как показывает практика, многие ФЕ не имеют слов-идентификаторов, а могут идентифицироваться только с помощью переменных словосочетаний. В то же самое время фразеологизмы придают речи эмоциональную окраску.

*В.М.Мокиенко* особо акцентировал внимание на экспрессивности, как характерном признаке ФЕ. Как правило, редко находится слово-эквивалент, который бы в такой же степени передавало ту выразительность, какая присущая фразеологизмам.

Украинский лингвист *Л.Г.Скрипник* выделяет такую черту ФЕ как «надсловность», что явно противоречит теории эквивалентности.

Таким образом, термин «соотнесенность фразеологизма и слова», предложенный *А.В.Куниним*, лучше передает специфику фразеологических оборотов.

Говоря о значении ФЕ, нельзя не затронуть понятие **внутренней** и **внешней формы**, которые *А.А.Потебня* различал в слове. Эти две формы имеются и у фразеологизмов. Внешняя – это отдельный звук, а внутренняя – это и есть значение.

Содержание внутренней формы фразеологизма подробнее раскрывает *Л.Г.Авксентьев*: она «представляет собой взаимодействие семантики свободного соединения с семантикой переосмысленного на ее основе фразеологизма и обусловленной семантической структурой выражения в целом».

*А.В.Кунин* предлагает следующее определение внутренней формы: «внутренняя форма – это мотивирующая образность языковой единицы, которая базируется на деривационных связях ее значения со значением прототипа».

Соответственно, объясняя понятие «*значение фразеологизма*», лингвисты принимают во внимание различные аспекты плана содержания и функционирования фразеологизмов и слов. Общеизвестно, что понятием «внутренняя форма» наша наука обязана лингвистической концепции *В. фон Гумбольта*, считавшего внутреннюю форму явлением многогранным, вытекающим из духа народа или национальной духовной силы.

Подобное определение внутренней формы получило в дальнейшем различные толкования. Прежде всего, возникло противопоставление внутренней формы языка внутренней форме языковых единиц, причем внутренняя форма языковых единиц понимается разными лингвистами по-разному.

Одни ученые (*Потебня, Гвоздарев*) определяют внутреннюю форму как ближайшее этимологическое значение языковых единиц, другие (*Гак, Мелерович*) считают внутренней формой «контрастный признак, связывающий название с его источником».

По словам *В.В. Виноградова*, «внутренняя форма слова, образ, лежащий в основе значения и употребления слова, может уменьшиться только на фоне той материальной и духовной культуры, той системы языка, в контексте которой возникло или преобразовалось данное слово или сочетание слов».

Внутренняя форма направлена на воссоздание некоторой существенной связи для цели вторичной номинации или передачи системы связей (целостной ситуации), она также способствует возникновению в сознании ассоциативных связей.

Кроме того, типизированная ситуация, выражаемая внутренней формой, несет в себе «определенную целостную ориентацию, закрепленную за ней над индивидуальным сознанием предшествующих поколений, выработанную общественной практикой в процессе исторического развития данного общества».

Под внутренней формой ФЕ понимается «*диахроническая связь фразеологического значения с его этимологическим значением*».

Несомненно, что внутренняя форма фразеологизма является также и элементом содержательной стороны в синхронном аспекте семантики».

Весьма удачным представляется расширенное определение внутренней формы ФЕ, предложенное *В.П. Телия*: «*внутренняя форма идиом – это ассоциативно-образный мотивирующий комплекс, организующий содержание в языке*».

Внутренняя форма может быть живой, то есть осознаваться на современном этапе развития языка, и мертвой, которая когда-то была живой, то есть свойственной ФЕ в диахроническом плане. К забвению внутренней формы, иначе говоря, демотивации, приводит нарушение деривационной связи между ФЕ и ее прототипом вследствие исчезновения обозначаемой термином реалии или искажения компонентов.

Наряду с понятием «внутренняя форма» для формирования фразеологического значения важным представляется также понятие «фразеологическая образность».

По определению *А.А. Кораловой*, лингвистический образ – это созданное средствами языка двуплановое изображение, основанное на выражении одного предмета через другой.

Два плана изображения описываются у многих исследователей:

- это определяемый и определяющий компоненты (*А.К. Долинин*);
- определяемая и определяющая части (*А.М. Мелерович*);
- характеризуемый и характеризующий компоненты образности (*А.А. Леонтьевич*).

Некоторые ученые (А.А. Леонтевич) включают в структуру фразеологического образа и общий признак, объединяющий фразеологическое значение одноименного сочетания слов – *tertium comparationis*. В самом фразеологическом значении имеются две стороны: план содержания (десигнант), где различают сигнификативный, денотативный и коннотативный аспекты, и план выражения – материальная оболочка ФЕ. Этот двуаспектный характер значения представляет собой единство содержания и формы.

**Денотативный компонент** значения – это часть знака, отражающая в обобщенной форме предметы и явления внеязыковой действительности.

**Сигнификативный компонент** значения соотносится с комплексом признаков, составляющих непосредственно содержание понятия.

**Коннотативный аспект** – это «стилистическая окраска ФЕ, их эмоционально-экспрессивная сторона, то есть отношение носителя языка к внеязыковым сущностям, или усиление эффективности языкового воздействия, лишено оценочного элемента».

Коннотативный аспект особенно важен для фразеологической семантики, что объясняется двуплановостью семантической структуры всех ФЕ, построенных на образном переосмыслении. Коннотацию можно рассматривать как дополнительную информацию по отношению к сигнификативно-денотативному значению, как совокупность семантических наслоений, включающих в себя оценочный, экспрессивный, эмоциональный и функционально-стилистический компоненты.

В настоящее время принято отмечать такую важную функцию фразеологического значения как коннотативно-культурологическую. Содержанием последней является отношение, существующее между образно-мотивированной формой языковых единиц и включенной в нее культурно-значимой ассоциации. Выделение этой функции связано с пониманием ФЕ как «народных стереотипов»: «фразеологизмы возникают в национальных языках на основе такого образного представления действительности, отражающей обиходно-импирический, исторический или духовный опыт языкового коллектива.

Он, безусловно, связан с его культурными традициями, ибо субъект номинации и речевой деятельности – это всегда субъекты национальной культуры».

В целом фразеологическое значение – феномен исключительно сложный и, разумеется, его нельзя рассматривать как механическую сумму составляющих его компонентов. Семантическую структуру ФЕ можно представить как микросистему, все элементы которой в тесной связи и взаимодействуют между собой.

Внутренняя форма понимается как исходно-этимологическое значение слова или как образные элементы в его значении. Внутренняя форма ФЕ значительно более стойкая, чем внутренняя форма слова, что объясняется преобразованным характером фразеологического значения, преобладанием мотивированных ФЕ, их раздельнооформленностью, а также спецификой их взаимоотношений с прототипами.

В отличие от значения слова, «фразеологическое значение – это инвариант информации, выражаемой семантически осложненными, разнооформленными единицами языка, не образуются согласно структурно-семантическим моделям переменных соединений слов».

**Расчлененное строение** является важным и последним признаком фразеологизма.

Фразеологизм *втирать очки* и свободное словосочетание *читать газету* построены по одному образцу «гл. + сущ. в вин. п.». И устойчивые и свободные сочетания слов являются раздельно-оформленными единицами.

Они не различаются по внешним грамматическим признакам. Фразеологизм всем своим составом сочетается в речи со знаменательным словом. В стилистическом отношении фразеологизмы резко отличаются от слов.

Основная масса слов стилистически нейтральна, чего нельзя сказать о фразеологизмах.

Основное их значение – выражение разного рода оценок и отношение говорящего к высказываемому, которые являются существенным элементом фразеологического значения.

Текст, состоящий из одних фразеологизмов, существовать не может.

Таким образом, приведенные и другие существующие в языкознании определения ФЕ свидетельствуют о том, что учеными выделяются различные их признаки:

- *семантическая целостность* или *семантическая неразложимость* (В. В. Виноградов, В. Л. Архангельский, В. П. Жуков, М. М. Шанский, Л. А. Булаховского);
- *метафоричность* (Б. А. Ларин, А. В. Кунин, В. П. Жуков, А. М. Бабкин);
- *оформленность врозь* (В. П. Жуков, М. М. Шанский, С. Г. Гаврин, Л. Г. Скрипник);
- *воспроизводимость* (В. В. Виноградов, В. Л. Архангельский, М. М. Шанский, С. Г. Гаврин, В. П. Жуков, Л. Г. Скрипник);
- *наличие не менее двух знаменательных слов* (С. Г. Гаврин, Н. М. Шанский);
- *непереводимость на другие языки* (Л. А. Булаховский).

ФЕ языка могут изучаться в разных аспектах, но определяющими всегда те, которые будут способствовать раскрытию основных признаков, что делает фразеологизм фразеологизмом, что выделяет его в отдельную единицу языка.

По мнению В. Д. Юрченко, фразеологизм как самостоятельная языковая единица характеризуется соответствующими *дифференциальными признаками*, а именно:

- фразеологическое значение;
- компонентный состав;
- грамматические категории.

Поэтому определение дифференциальных признаков ФЕ позволяет рассматривать фразеологизмы как отдельные самостоятельные единицы языка, отличные от слова, словосочетания и предложения, а вместе с тем и как имеющие с последним много общего.

Кроме того, большое количество ФЕ сближается с отдельными словами, а также и особенностями – ФЕ (как и слово) характеризуется наличием своей семантики.

Имея свое значение и свободно реализуя грамматические особенности, ФЕ сближаются с лексемами и функционально. Они могут вступать в синонимические отношения со словами и выполнять, как и слова, соответствующие синтаксические функции, например: *not to give a red cent – not to prise somebody* – набить руку; научиться легко что-то делать; сбить с толку; дезориентировать кого-то, вызвать замешательство. ФЕ и слово могут быть близкими по своему значению, то есть выражать общее понятие, тождество. Но и эта общность понятия каждой из этих языковых единиц будет выражать относительную общность. ФЕ и слово является качественно отличными единицами языка.

Это отличие заложено в их разной природной основе. Значение фразеологизма может соотноситься со значением слова, исключая их тождество между собой.

Кроме того, следует иметь в виду, что «*фразеологическое значение*» в отличие от лексического, не осложнено словообразовательным значением, и составляет существенную особенность фразеологической семантики.

Говоря об общих и отличительных чертах ФЕ и слова, неоднократно подчеркивалось, что фразеологизмы имеют общность со словосочетаниями, которая проявляется в том, что фразеологизм и словосочетание – раздельно оформленные единицы. Но если свободные словосочетания каждый раз строятся в процессе речи по соответствующим законам грамматики, то ФЕ воспроизводятся как готовые, цельные единицы автоматически.

Значение обычных синтаксических единиц появляется в процессе общения, волей говорящего по правилам семантической сочетаемости слов и словосочетаний.

Отметим, что фразеологизмы следует изучать не сами по себе, не изолированно, а в тесной связи с другими единицами языка. Соединяясь в процессе речи со словами, словосочетаниями, они выступают органическими элементами целостной коммуникативной единицы. Они активно участвуют в формировании ее содержания, придают особую выразительность, яркую стилистическую окраску.

Фразеология неразрывно связана с психологией. Ведь возникновение фразеологизмов обусловлено особенностью человеческой психики. Кроме того, нас интересуют названия цветов в составе этих языковых единиц. А цвет, как известно, имеет специфическое отражение в человеческой психике. В современном обществе прослеживается тенденция заинтересованности именно психологическими процессами в мозге человека (об этом свидетельствует развитие парапсихологии, экстрасенсорики). Поэтому научный поиск в области психолингвистики достаточно актуален.

Наше внимание будет сосредоточено на компонентах фразеологизмов, а именно тех лексемах, денотативным значением для которых является признак цвета. Такие лексеммы мы будем называть колоронимами (от лат. *color* – цвет, гр. *onima* – имя).

Фразеологизм как языковое явление рассматривается нами не только в лингвистическом, но и в психологическом контексте. Такой подход не случаен.

Труды *В. Гумбольта*, *Ф. де Соссюра* и *А. А. Потебни* ярко свидетельствуют, что природу языковых явлений следует искать в психике человека.

По мнению *А. А. Потебни*, сближение языкознания с психологией дает возможность «искать решение вопросов о языке в психологии, и, наоборот, ожидать от исследований языка новых открытий в области психологии».

Рассматривая язык как систему знаков, *Ф. де Соссюр* отмечает, что языковой знак, в свою очередь, является «двусторонней психической сущностью».

«Обе стороны языкового знака психические и связываются в нашем мозгу ассоциативной связью». Рассматривая ФЕ и колоронимы (входящие в их состав), мы имеем дело с различными видами речевых знаков.

Как правило, фразеологический уровень рассматривается в языке как промежуточный.

Он находится на стыке лексико-семантического и синтаксического уровней.

Как отмечает *М. Ф. Алефиренко*, фразеологизмы, «с одной стороны, характеризуются всеми основными свойствами, присущими единицам языка, а с другой – отличаются от других языковых единиц только им присущими признаками».

По его мнению, объединять лексеммы и фраземы в один языковой уровень нельзя из нескольких соображений: «потому что синтагматические связи фразем и лексем имеют не языковой, а речевой характер, и во-вторых, потому что фраземы могут вступать в синтагматические отношения с синтаксическими единицами, и тогда следовало бы выделять и несуществующий синтаксический фразеологический уровень».



Фразеологизм, или ФЕ – устойчивое по составу и структуре, лексически неделимое и целостное по значению словосочетание, выполняющее функцию отдельной лексической единицы. Фразеологизм употребляется как целое, готовое сочетание слов, не подлежащее дальнейшему разложению и обычно не допускающее внутри себя перестановки своих частей. К фразеологизмам относят словосочетания следующих типов:

- *идиомы* (*drink till all's blue* (допить до зелёного змия), *drink smb. under the table* (перепить кого-л.), *burn the candle at both ends* (прожигать жизнь));
- *коллакации* (проливной дождь, принимать решение, зерно истины, ставить вопрос);
- *поговорки* (тише едешь – дальше будешь, не в свои сани не садись);
- *поговорки* (вот тебе, бабушка, и юрьев день; лед тронулся!);
- *грамматические фразеологизмы* (едва не; чуть не; как бы там ни было);
- *фразеосхемы* (... он и в Африке ...; всем ...-ам ...; ... как ...).

Круг исследований фразеологии трактует понятие ФЕ тоже по-разному.

В Большом энциклопедическом словаре языкознания дается следующее определение:

«Фразеологизм (ФЕ) – общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава».

Одни исследователи (*В.П. Жуков, В.Н. Телия, Н.М. Шанский*) включают в состав фразеологии устойчивые сочетания, другие (*Н.Н. Амосова*) – только определенные группы. Так, некоторые лингвисты (*В.В. Виноградов*) не включают в разряд фразеологизмов поговорки, крылатые слова, считая, что они по своей семантике и синтаксической структуре отличаются от ФЕ. В общем, фразеологизм, или ФЕ – устойчивое по составу и структуре, лексически неделимое и целостное по значению словосочетание или предложение, выполняющее функцию отдельной лексемы (словарной единицы).

Наиболее интересными и сложными представляются идиоматические выражения. Идиомы – самый крепкий орешек для языкознания.

**Идиома** (гр. *Idioma*-своеобразное выражение) – присущий только данному языку и не переводимый на другие языки устойчивый оборот речи, значение которого не вытекает из суммы значений составляющих его элементов.

С этой точки зрения ФЕ являются аналогичными единицами лексическими (словами), так и фразеология как наука тем самым сближается с лексикологией.

*В.В.Елисеева* отмечает, что, несмотря на то, что ФЕ представляют собой сочетание слов, они рассматриваются лингвистами с позиции не синтаксиса, как свободные сочетания, а лексикологии. Причина этого, во-первых, в том, что в свободном словосочетании возможна замена любого компонента в рамках этой модели, а в фразеологическом сочетании связь между компонентами жесткая и замена одного из них невозможна без разрушения смысла всей единицы.

Другая причина, по которой ФЕ относятся к объектам лексикологического исследования, является наличие у такого сообщения общих черт со словом.

Как и слово, ФЕ не образуется в процессе речи из единиц более низкого уровня, а воспроизводится готовым блоком. Этот признак указывает на то, что в ФЕ, как и в слове, содержится единственное лексическое значение. ФЕ представляет собой немоделированное сообщение, связанное семантическим единством. Но фразеология – это к тому же и зеркало, отражающее особенности системной организации языка, его структуры.

С другой стороны, само понятие структуры языка, его строя, определение его типологических характеристик должно включать в себя и данные его фразеологии. Необходим предварительный этап накопления и инвентаризации фразеологического материала.

Рассматривая тождественную задачу, относительно лексики, в плане общей типологии, американский лингвист *Р. Уэллс* отмечает, что научно-обоснованные свойства языка могут быть представлены тремя видами:

- *количественными*, так как они поддаются измерению, подсчету;
- *серийными*, которые не поддаются измерению, но могут быть сгруппированы в серии определенных рангов;
- *качественными*, которые могут быть классифицированы в терминах «часто встречающиеся» и «нечасто встречающиеся».

Такая неоднородность наблюдаемых явлений и свойств в еще большей степени характерна для фразеологии, что находит отражение в использовании различных, подчас противоположных, методов типологического анализа. Вместе с тем, наличие в них двух значений позволяет характеризовать их как многозначные единицы.

В англо-американской лингвистике термин «*фразеологизм*» не употребляется вообще. Английский лингвист *Л.П.Смит* использует слово «*idiom*», которое принимает в его узком смысле, «для определения таких особенностей языка, которые являются речевыми аномалиями, нарушающих или правила грамматики, или законы логики».

«Оксфордский словарь» представляет толкование термина «*idiom*» следующим образом: совокупность последовательно связанных слов, которые необходимо заучить как единство, общее значение которого трудно понять, исходя из содержания каждого слова. В «Вебстерском словаре» данная лексема также многозначна:

- «*idiom*» – язык народа, страны, класса, сообщества или реже – личности;
- структура обычных моделей выражений языка;
- конструкция, выражение, которое имеет значение, отличное от буквального, или не соответствует обычным моделям языка;
- характерно авторское употребление.

*М.Ф.Алефиренко* предпочитает понятие «фразера».

*В.М.Мокиенко* под ФЕ понимает «относительно устойчивое, воспроизводимое, экспрессивное сочетание лексем, которое имеет целостное значение».

Как видим, термин многозначен. Именно им пользуются английские и американские лингвисты. Английский и французский термин «идиома» иногда употребляется для обозначения своеобразных черт и особенностей того или иного языка.

В условиях большой терминологической дублентности удобными наименованиями для обозначения языковой единицы, которая является первоэлементом фразеологии, считаются термины «фразеологическая единица» или «фразеологизм».

Этим понятием пользуются многие языковеды, включая *А.В.Кунина*, *И.К.Билодида*, *М.И.Мостового*, *В.Д. Ужченко* и другие.

Переосмысление значения, устойчивость состава, раз и навсегда установленное значение являются характерными особенностями фразеологических единиц.

Один из этих факторов – в частности, частичное или полное переосмысление значений компонентов ФЕ является необходимым (хотя и недостаточным) условием наличия в них образности.

Именно благодаря этому фактору можно говорить об образности как о характерной черте большинства фразеологизмов.

Как отмечалось, лексемы, становясь составной частью фразеологизмов, теряют свое номинативное значение вследствие переосмысления.

В ходе процесса переосмысления достаточно весомую роль играет прототип ФЕ, предшествующий появлению фраземы. Если прототип отсутствует, то переосмысливаются лексемы, входящие в состав данного фразеологического оборота. Такое явление обусловлено лингвистическими и экстралингвистическими факторами.

Фразеологическое переосмысление – это полное или частичное образное преобразование значения прототипа фразеологизма (фразеологического варианта), основанное на семантическом сдвиге. Важнейшие типы переосмысления – это *сравнение*, *метафора*, *метонимия* (включая перифраз и эвфемизм).

Сравнение и метафору *В.М.Мокиенко* считает лингвистическим фактором создания образности. Общность сравнения и метафоры заключается в создании фразеологических ассоциаций на основе сходства предметов или явлений.

Однако их разницу следует видеть, прежде всего, в выражении содержания.

Сравнение, как простой способ описания образа, более эксплицитное, чем метафора.

**Метафора** выражает сходство содержания имплицитно, с необходимым опущением основы для сравнения и показателя сравнения».

Метафорический тип переосмысления является наиболее распространенным: «... много слов приобретает метафорическое значение; то же касается и словосочетаний».

В английском языке много выражений приобрело переносное значение, и употребляются при описании действий или обстоятельств, которые более или менее аналогичны тем, которые вызвали их к жизни.

Нередко бывшее неметафорическое значение идиом более или менее понятно.

Метафорическое переосмысление – это «перенос наименования с одного денотата на другой, ассоциируется с ним на основе реальной или мнимой схожести».

Другим типом переосмысления является **метонимия**. Она также служит для создания образности. Метонимически перенос осуществляется на основе смежности двух денотатов. Среди проанализированных нами ФЕ встречаются и **перифразы**.

Достаточно подробно механизм возникновения таких оборотов в сфере фразеологии объясняет *В.М.Мокиенко*: «Расширение фразеологизма стимулируется недостаточностью семантики, необходимостью усилить утраченную словосочетанием экспрессию, восстановить мотивацию. Это стремление можно назвать принципом избыточности. Типичным явлением, отражающим этот принцип, является перифраз».

**Эвфемизацию** следует рассматривать как явление иного классификационного уровня, чем метафору и метонимию. В лингвистическом плане эвфемизацию «можно считать разновидностью перифразы, что оправдывает ее отнесение к эксплицитному типу образования фразеологизмов». А с другой стороны – это явление социальное, что обусловлено стремлением людей избежать неприятных для упоминания вещей.

Уровень переосмысления приводит мотивированность или немотивированность ФЕ. Если между фразеологическим значением и семантикой прототипа существует синхронная связь, то такой оборот можно считать мотивированным. Если же такая связь отсутствует, то речь идет о немотивированности значения.

Рассматривая фразеологизмы, нельзя не затронуть их основные черты – *образность* и *экспрессивность*, ведь в большинстве случаев эти характерные особенности и стали отличать обороты от слов.

По выражению *В.М.Мокиенко*, основой этого феномена является «способность создавать предметно-чувственные образы предметов и явлений. Сила образа заключается в его конкретности, тесной связи с контекстом в широком смысле слова.

Наибольшую склонность к фразеологизации проявляют те свободные сочетания слов, которые отражают конкретные явления материальной действительности, связанные с жизнью человека».

Фразеологизмы, подлежащих анализу в данном исследовании, достаточно образные.

Как объясняет *М.П.Кочерган*, данная классификация основывается на критерии семантической спайности и аналитичности фразеологизма.

Во фразеологии каждого языка в той или иной степени находят свое отражение и преломление основные, характерные черты других уровней.

Способы и степень реализации этих черт во фразеологии обуславливают специфику фразеологических систем в разных языках.

Принимаются во внимание такие особенности сопоставительного анализа фразеологии, как: а) опосредованность, б) многоплановость, в) аппроксимативность.

В качестве **типологических признаков** фразеологии называем следующие:

- структурная организация ФЕ;
- характер лексического состава ФЕ;
- характер морфологического оформления компонентов ФЕ;
- тип зависимости компонентов ФЕ;
- степень устойчивости ФЕ;
- корреляция семного состава компонента со значением ФЕ;
- тип смысловой модификации ФЕ;
- характер транспарентности внутренней формы ФЕ;
- отношение ФЕ к структурно-семантической моделированности;
- уровень фразеологической абстракции.

Поскольку все «слишком универсальное» не дает возможности выявить характерологические (*В. Матезиуса*) признаки языков, наибольший интерес для науки о языке представляют не всеобщие, абсолютные, а общие для той или иной группы языков универсалии.

При этом особое внимание обращаем на возможность формулирования импликаций, так как импликационные универсалии дают возможность установить сумму признаков, на основании которых определяется типологическая принадлежность исследуемого языка.

Фразеологизм – неотъемлемый и особо выделенный компонент языка, самый яркий, своеобразный, необычный, «индивидуальный», культурно значимый и национально специфический, способный концентрированно выразить не только особенности данного языка, но и его носителей, их мироощущение, склад ума, менталитет, национальный характер и стиль мышления. Тщательное изучение фраземного состава конкретных языков показало, что фраземика составляет систему, то есть совокупность взаимообусловленных или определенным образом упорядоченных элементов, образующих единство.

Фразеологизмы – это языковое богатство, в котором запечатлено этнокультурное лицо нации. Языковое сознание, индивидуальное языковое мышление, трудно поддается объяснению, часто оперирует фразеологизованными соединениями.

Проблема отображения внеязыковой действительности во фразеологии, в частности элементов материальной и духовной культуры, особенно актуальна сегодня, когда семасиология уделяет большое внимание культурной обусловленности содержательной стороны языковых единиц, их исторической, социальной, этнической соотнесенности с нормами определенной национальной культуры, когда исследования языка становятся невозможными вне историко-культурного контекста, а язык является одним из основных средств сохранения этноса. В языке сказывается ментальность народа, поскольку жизнь народа действует через уникальную душу определенной культуры (личности).

Это обуславливает специфику мироощущения и мировосприятия личности.

В свою очередь, это привлекает исследователя к изучению фразеологии по тематическим группам, каждая из которых имеет специфические особенности.

Наиболее удачным определением ФЕ, по нашему мнению является определение А.В. Кунина: «ФЕ – это устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением». Фразеологическим единицам присущи определенные особенности.

Н.Н.Амосова указывает на такие характерные особенности У. Дж. Болла:

- ФЕ не допускает осязаемые изменения в порядке и составе слов за исключением грамматических изменений (преимущественно в категории рода и времени) или тех случаев, когда существуют определенные общеупотребительные ее вариации;
- ФЕ не могут формироваться на основе ложной аналогии;
- ФЕ имеет раз и навсегда заданную структуру.

За исключением тех случаев, когда контекст способен показать содержание ФЕ, ее содержание преимущественно нельзя угадать. Понятие идиоматичности также не является четко определенным. Идиоматичность понимается как недостаток мотивации с точки зрения тех, для кого данный язык является родным. В английском языке к фразеологии относятся только те словосочетания, которые считаются англичанами немотивированными, например: *red tape, to kick the bucket* и подобные.

Такой подход, как отмечено, называют *интралингвистическим*. Иначе говоря, судить о идиоматичности следует в пределах языка, а не за его пределами.

У ФЕ есть определенная «программа» функционирования, которая предопределена самой их сущностью. Функция – это роль, которую выполняет элемент в деятельности той структуры, часть которой он составляет. Одни функции являются *константными* – присущими всем ФЕ в любых условиях их реализации, другие же – *вариативными*, свойственными только некоторым разрядам фразеологизмов.

#### **Константные функции фразеологических единиц:**

- *Коммуникативная функция* – назначение ФЕ служить средством общения или сообщения. Общение предполагает взаимный обмен высказываниями, а сообщение – передачу информации без обратной связи с читателем или слушателем.
- *Номинативная функция* – соотнесенность ФЕ с объектами реального мира, замена этих объектов в речевой деятельности их фразеологическими наименованиями.

Для этой функции характерно заполнение лакуны в лексической системе языка.

Разновидностью номинативной функции являются:

а) нейтрально-назывная функция, которая служит основой для ФЕ, например: *brown paper* – оберточная бумага; б) назывная функция, характерная для переосмысленных фразеологизмов является *стилистически маркированной*.

▪ *Познавательная (когнитивная)* функция тесно связана с номинативной, это опосредованное сознанием социально детерминированное отображение объектов реального мира. Социальная детерминированность проявляется в том, что, индивиды являются частью общества, и осуществление ими познавательной функции возможно только на основе предшествующих знаний.

▪ *Волюнтаривная функция* – это функция волеизъявления, например: *I wish to God...– Господи, как бы мне хотелось...wish somebody well – желать кому-либо удачи, доброжелательно относиться к кому-либо.*

▪ *Дейктическая функция.* Дейксис – это указание на пространственную или временную локализацию действия, явления, события относительно точки отсчета, релевантной в рамках той или иной речевой ситуации. Выделяют три типа дейксиса:

▪ *личный дейксис*, где точкой отсчета считается лицо: *At second hand* – из вторых рук, где в этом примере точкой отсчета является сам говорящий. *If I would govern this country wisely, I must be posted in the details of its life, and not at second hand, but by personal observation and security (M. Twain);*

▪ *пространственный дейксис*, где точкой отсчета является место: *Show a clear pair of heels* – убраться, удрать; *пуститься наутек*, где в данном случае *the strange ship* – точка отсчета. *It was evident Captain Butler feared the worst, for he crowded on all canvas and it seemed for a time that he would show the strange ship a clean pair of heels (Gr. Greene);* *The others never know what you English will do. You always wait to see which way the cat jumps (J. Galswothy).*

▪ *временной дейксис.* *Wait to see which way the cat jumps* – ждать, как развернутся события; *держать нос по ветру*, в данном примере наблюдается временная отнесенность фразеологической единицы к будущему.

▪ *Результативная функция* – обозначение причины, вызвавшей действие или состояние, которое выражается ФЕ: *come a cropper* – потерпеть неудачу, попасть в беду. *Gerald: I may as well tell you at once that I've had very bad luck. I wanted to make money and I've come an absolute cropper (W.S. Maugham).*

▪ *Прагматическая функция* – целенаправленное воздействие языкового знака на адресат. Прагматическая направленность свойственна любому тексту, что оказывает влияние на используемые в нем фразеологизмы, чему способствует их значительный прагматический потенциал. Фразеологизмы усиливают прагматическую направленность текста или его части – контекста. Разновидности прагматической функции:

**Стилистическая функция** – это особая, по сравнению с нейтральным способом выражения, целенаправленность языковых средств достижения стилистического эффекта при сохранении интеллектуального содержания высказывания.

Эта функция реализует в речи коннотативные особенности фразеологизмов.

Развивая на русском материале теорию фразеологии в функционально-семантическом аспекте, *С.Г. Гаврин* рассматривает несколько функций фразеологизмов, свойственных и английским фразеологизмам:

- экспрессивно-образная функция (*catch at a straw* – хвататься за соломинку; *the Gordian knot* – Гордиев узел);
- эмоционально-экспрессивная функция (*damn your eyes* – будьте вы прокляты!, *go to the devil* – идите к черту!);
- функция лаконизации речи путем усечения некоторых компонентов (*don't count your chickens* вместо *don't count your chickens before they are hatches* (посл.) цыплят по осени считают). Пословицы, особенно краткие, даже не в усеченном виде выполняют функцию **лаконизации речи**:

*prevention is better than cure* – action taken to prevent an illness, dangerous event, from taking place to reduce is wiser and more useful than any action that is taken to reduce its harmful effect. В данном случае дефиниция почти в пять раз длиннее пословицы.

Следует также отметить, среди разнообразия ФЕ существуют *общие* и *индивидуально-авторские* фразеологизмы.

Если первые включены в словари, то вторые, как правило, в словари не попадают.

Некоторые лингвисты считают целесообразным создать словари индивидуально-авторских употреблений ФЕ. Страноведческая ценность английских фразеологизмов очень велика, потому что знакомясь с иностранным языком, усваивая, изучая его, человек одновременно проникает в новую национальную культуру, получает огромное духовное богатство, хранимое изучаемым языком.

В частности, русский школьник, студент, простой обыватель, осваивая иностранный язык (английский), получает высокоэффективную возможность приобщиться к национальной культуре и истории народа Великобритании.

Фразеология, как неотъемлемая часть и своеобразная сокровищница любого языка мира, может особенно сильно способствовать этому приобщению.

Фразеологизмы и фразеологические сочетания отражают многовековую историю английского народа, своеобразие его культуры, быта, традиций.

Поэтому фразеологизмы высоко информативные единицы английского языка.

В своем большинстве идиоматические выражения создавались народом, поэтому они тесно связаны с интересами и повседневными занятиями простых людей. Многие фразеологизмы связаны с поверьями и преданиями. Однако большинство английских фразеологизмов возникло в профессиональной речи. Все народы, все люди должны беречь и сохранять в целостности фразеологизмы, потому что они являются настоящим сокровищем, которое помогает постичь все тайны и загадки языка.



Пример фразеологизмов со словом «heel»



## 2.3. ПРОЦЕСС ПРОИСХОЖДЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Немалую роль в образовании фразеологизмов играет историко-культурологический аспект. И почти в каждом случае этот процесс рождения любого фразеологического оборота – процесс особенный. Фразеологизмы существуют на протяжении всей истории существования языков. Они возникали в процессе развития языков, в них отражался многовековой опыт трудовой и духовной деятельности, нравственные ценности, воззрения и религиозные верования. Изучение фразеологического аспекта языков позволяет понять язык как развивающуюся систему.

Уже с конца XVIII века они объяснялись в специальных сборниках и толковых словарях русского языка под различными названиями (крылатые выражения, афоризмы, идиомы, пословицы и поговорки).

Еще *М. В. Ломоносов*, составляя план словаря русского литературного языка, указывал, что в него должны войти «фразесы», «идиоматизмы», «речения», то есть обороты, выражения. Процесс образования фразеологизмов в любом языке длительный и неповторимый.

В обычном предложении со временем исчезает или изменяется какое-то слово.

Это то, что приводит, с одной стороны, к некоторому изменению в значении всего сочетания, а с другой стороны – это слово обогащает (в смысловом отношении) это выражение и создает образное выражение – фразеологизм, где скрыт намек на очень многие ситуации.

Особое внимание происхождению фразеологизмов уделяет английский лингвист *Л.П.Смит*. Основным источником возникновения идиом жизнь и деятельность людей: «в большинстве образные и идиоматические выражения создавались народом и тесно связаны с интересами и повседневными занятиями простых людей.

Новые слова и идиоматические выражения являются, как правило, результатом языкового творчества неграмотных людей; наши лучшие идиомы, наиболее яркие образные выражения возникли не в библиотеках и гостиных, а в мастерской, на кухне или в подвале».

Английский ученый выделяет те сферы жизни, откуда берут начало ФЕ.

Это различные области человеческой деятельности (выражения, присущие носителям разных профессий, идиомы, связанные с сельским хозяйством, бытом, животным миром, спортом), предметы повседневного обихода.

В особый разряд идиом *Л.П.Смит* выделяет такие, источником которых является человеческое тело, и еще группу фразем, в состав которых входят так называемые «фразеологические глаголы» – словосочетания, состоящие из глаголов и наречий или предлогов. К тому же он выделяет заимствованные идиомы, библейские идиомы и шекспиризмы. Как видим, у *Л.П.Смита* отсутствует единый подход к классификации ФЕ (наличный и структурный, и по источнику происхождения).

Однако ему удалось отразить все многообразие фразеологизмов английского языка и объяснить характер этих языковых единиц: «Поскольку наши идиомы берут начало в народной речи, вряд ли можно ожидать, чтобы они содержали абстрактные суждения, выводы научного характера, эстетические оценки или тонкий психологический анализ. Все это почти никогда не встречается в идиомах.

Их внутреннее содержание отражает жизнь людей в их простых проявлениях ... в английских идиомах много юмора, но мало романтики и красоты.

Без историко-этимологического комментария, по мнению *А.М.Мелеровича* и *В.М.Мокиенко*, невозможно установить мотивацию. «Объяснения возникновения ФЕ, их образной мотивации поможет глубже вникнуть в смысловое содержание ФЕ, наглядно представить различные грани фразеологического образа, оценить изобразительные возможности ФЕ».

Источники происхождения фразеологизмов в современном английском языке очень разнообразны. Условно все фразеологизмы можно разделить на две группы: *исконно английские* и *заимствованные*. Заимствования в свою очередь подразделяются на межъязыковые и внутриязыковые. Таким образом, можно вычленить три группы ФЕ:

- *исконно английские* ФЕ;
- *межъязыковые заимствования*, то есть ФЕ, заимствованные из иностранных языков путем того или иного вида перевода;
- *внутриязыковые заимствования*, то есть ФЕ, заимствованные из американского и других вариантов английского языка.

В большинстве своем фразеологизмы английского языка являются *исконно английскими оборотами*, авторы которых неизвестны. Такие ФЕ связаны с обычаями и традициями английского народа или с реалиями и историческими фактами.

ФЕ *первой группы* в свою очередь подразделяются на несколько подгрупп:

- **ФЕ, отражающие традиции и обычаи английского народа:**

*dance attendance on somebody* – *увиваться, бегать за кем-либо, ухаживать* (особенно за женщиной) [по старому английскому обычаю на свадебном вечере невеста должна была танцевать с любым гостем, пригласившим ее на танец];

*show the white feather* – *стыдиться, смалодушничать* (белое перо в хвосте бойцовского петуха считалось признаком плохой породы).

В Англии и Австралии получение белого пера означает обвинение в трусости. Его обычно присылают людям, уклоняющимся от военной службы).

*put on the black cap* – *выносить обвинительный приговор* (в Англии, оглашая смертный приговор, судья надевал черную шапочку);

*ride the goat* – *вступить в члены тайного общества* [в Англии было распространено представление, будто каждая масонская ложа держит козла, на котором непосвященный должен проехать верхом];

*wooden spoon* – *последнее место (в состязании)*; *wooden-spoonist* – *занявший последнее место в состязании* [в Кембридже существовал обычай дарить деревянную ложку студенту, получившему самую низкую оценку на экзамене по математике];

*nail to the counter* – *разоблачить (ложь или клевету)* [выражение связано со старым обычаем лавочников прибавлять фальшивые монеты к прилавку];

*catch (seize или take) time (occasion, opportunity) by the forelock* – *воспользоваться случаем, использовать удобный, благоприятный момент, не зевать, не терять времени* [в Англии принято изображать время в виде лысого старика с прядью волос на лбу).

- **ФЕ, связанные с английскими реалиями:**

*touch wood* – *пытаться умилистить судьбу, предотвратить дурное предзнаменование* [выражение из детской игры, в который прикоснувшийся к чему-либо деревянному считается ускользнувшим от догоняющих его];

*wardour-street English* – английская речь, уснащенная архаизмами [по названию Лондонской улицы, на которой расположено много антикварных магазинов];

*eat for the bar* (или *eat one's dinners* или *terms*) – готовиться к адвокатуре, учиться на юридическом факультете [в Англии студенты юридического факультета обязаны несколько раз в каждом семестре обедать в столовой юридической корпорации];

*By George!* – Ей-богу! Боже мой! Честное слово! Черт возьми! Вот так так! Вот те на! (выражает удивление, досаду) [св. Георгий считается покровителем Англии];

*drop one's h's* – не произносить «h» там, где не следует [одна из особенностей Лондонского говора *Cockney*];

*bank holiday* – неприсутственный день для английских служащих [помимо воскресений в английских учреждениях имеется шесть неприсутственных дней в году (*bank holiday*): страстная пятница, рождество, пасхальный понедельник, духов день, первый понедельник августа и 26 декабря, так называемый *Boxing Day*];

*at latter Lammas* – никогда [Lammas – праздник урожая, только раз в году – 1 августа];

*the land of the rose* – Англия [роза – национальная эмблема Англии];

*Queer Street* – трудности; финансовые затруднения [*Queer Street* – «Улица не состоятельных» – воображаемая улица, населенная нуждающимися];

*red tape* – волокита, бюрократизм, канцелярский формализм [красной тесьмой прошивают документы в английских государственных учреждениях] (отсюда *red-tapish* – бюрократический; *red-tapist* – бюрократ).

#### ▪ **ФЕ, связанные с поверьями:**

*lead apes in a hell* – урон. умереть старой девой [согласно старому английскому поверью старым девам суждено после смерти нянчить обезьян в аду];

*Care killed a (или the) cat* – «заботы и кошку морят» [по английскому народному поверью у кошки девять жизней; выражение популяризировано В. Шекспиром];

*medical (или middle) finger* – безымянный палец [по старинному поверью через безымянный палец проходит нерв, соединяющий его с сердцем, и поэтому человек, растирая лекарство безымянным пальцем, мог сразу почувствовать, является ли оно вредным для здоровья или нет];

*have seen (или see) a wolf* – лишиться дара речи, язык прилип к горлу [согласно старинному поверью, человек при виде волка лишался дара речи].

#### ▪ **ФЕ, связанные с астрологией:**

*be born under a lucky star* – родиться под счастливой звездой [лженаука астрология считает, что расположение небесных светил влияет на судьбу человека];

*believe in (или trust to) one's star* – верить в свою звезду, в свою судьбу;

*be through with one's star* – испытывать неудачи (после успеха); утратить популярность;

*bless (thank) one's lucky stars* – благодарить свою счастливую звезду;

*curse one's stars* – проклинать свою судьбу;

*have one's star in the ascendant* – преуспевать, идти в гору; звезда восходит;

*the stars were against it* – сама судьба была против.

#### ▪ **ФЕ, взятые из сказок и басен:**

*fortunatus's (или wishing) cap* – «шапка Фортуната» [шапка, выполняющая все желания владельца, *Fortunatus* – сказочный персонаж];

*beauty and the beast* – шутл. «красавица и чудовище», то есть интересная женщина и некрасивый мужчина [из сказки о девушке, полюбившей безобразное чудовище, оказавшееся заколдованным принцем];

*bite a file (gnaw или lick)* – сделать попытку, которая может закончиться только плачевно, предпринять безнадежное дело [в старой сказке рассказывается о кошке, которая лизнула напильник];

*the sandman is about* – шутл. детям пора (идти) спать [sandman – сказочный человечек, который сыплет детям в глаза песок, чтобы им захотелось спать];

*shoes of swiftness* – сапоги-скороходы [сказка о Джеке – победителе великанов];

*Tom Thumb* – мальчик с пальчик; карлик, пигмей [по имени крошечного человека, героя старинной сказки в стихах].

▪ **ФЕ, связанные с карикатурами:**

*the curate's egg* – редк. нечто скверное, но имеющее некоторые положительные стороны [в английском юмористическом журнале «Панч» в 1895 г. был помещен анекдот о помощнике приходского священника, получившем от епископа гнилое яйцо и заявлявшего, что часть этого яйца была великолепна].

▪ **ФЕ, связанные с преданиями:**

*the naked truth* – голая истина, чистая, неприкрашенная правда [согласно легенде, после купания Ложь украла одежду Правды, которая предпочла остаться нагой, но не надевать одежду Лжи];

*a man (или a wise man) of Gotham* – недалекий человек, про-стак, глупец; беспросветно отсталый захолустный обыватель [Готам – по преданию, захолустная английская деревня, известная простодушием своих обитателей].

▪ **ФЕ, связанные с историческими фактами:**

*Read the Riot Act* – приказать толпе разойтись (прочитав «закон против мятежа») [the Riot Act – закон об охране общественного спокойствия и порядка, действующий с 1715]; сделать выговор, нагоняй кому-либо, отчитать кого-либо, устроить разнос кому-либо;

*When Adam delved and Eve span who was then a (the) gentleman?* – Когда Адам пахал и пряла Ева, где родословное тогда стояло древо? [один из лозунгов крестьянской войны 1381, приписываемый сподвижнику Уота Тайлера монаху Дж. Болу; говорится иронически человеку, кичащемуся своим происхождением];

*a depressed area* – район Англии, особенно пострадавший от мирового экономического кризиса 1929-1933 гг.; район экономического бедствия;

*adversity (misery или poverty) makes strange bedfellows (также misery или poverty acquaints men with strange bedfellows)* – посл. в нужде с кем не поведешься [в Англии в средние века, также в XVI и XVII вв. отдельные кровати были редкостью. Лица одного пола часто спали вместе и в середине XVII века];

*a sealed (или closed) book* – книга за семью печатями [в 1662 г. вышло официальное издание «The Book of Common Prayer» с большой государственной печатью, эту книгу было приказано хранить в соборах, и любой ее экземпляр называется *a Sealed Book*];

*a whipping boy* – «мальчик для битья», козел отпущения [ист. мальчик, воспитывавшийся вместе с принцем и подвергавшийся порке за провинности принца];

*The Star Chamber* – «Звездная палата» [тайный гражданский и уголовный суд в Англии в XV – XVII вв. Был распущен в 1641 г., так называлась палата в Вестминстерском дворце, стены и потолок которой были украшены звездами];

*The King's (или Queen's) Bench* – суд королевской скамьи (до 1873) [получил свое название потому, что на заседаниях председательствовал король; этот суд сопровождал короля в поездках. В настоящее время он является отделением Высокого суда в Великобритании – the King's или Queen's Bench Division of the High Court of Judicature];

*The Black and Tans* – ист. «черно-пегие» [английские карательные отряды, принимавшие участие в подавлении ирландского движения шинфейеров в 1920, по цвету формы].

**Вторая группа** исконно английских ФЕ имеет терминологическое происхождение, их источником является профессиональная речь. Большое число подобных фразеологизмов вышли за пределы профессионального использования и стали употребляться метафорически.

▪ **ФЕ, пришедшие из военной сферы:**

*be (keep) on the alert* – (быть) настороже, наготове [воен. в боевой готовности];

*lay down (one's) arms* – складывать оружие, сдаваться, капитулировать;

*turn somebody's battery against himself* – бить врага его же оружием;

*work one's ticket* – воен. пытаться добиться увольнения со службы (симулируя болезнь или под каким-либо другим ложным предлогом); разг. симулировать (особенно для того, чтобы отделаться от какой-либо работы);

*up in arms* – готовый к борьбе, к бою, сопротивлению; резко, решительно возражающий, протестующий против чего-либо, принявший в штыки что-либо; ополчившийся против чего-либо [этим. воен. в полной боевой готовности].

▪ **ФЕ морского происхождения:**

*be all adrift* – растеряться, быть сбитым толку, (букв. мор. дрейфовать);

*weigh anchor* – возобновить прерванную работу (мор. сниматься с якоря);

*tidal wave* – 1) приливная волна; 2) перен. взрыв общего чувства (проявление всеобщего негодования, восхищения, энтузиазма и т.п.); волна увлечения;

*plain (plane)* – плавание по локсодромии; простой путь, удачное продвижение вперед;

*ride out (или weather) the storm* – 1) успешно бороться со штормом, (о корабле); 2) перен. выдержать бурю, преодолеть трудности, испытания;

*between wind and water* – 1) ниже ватерлинии; 2) перен. в наиболее уязвимое место; не в бровь, а в глаз [часть корпуса ниже ватерлинии, наиболее уязвима];

*how the land lies* – 1) где (находится) земля?; 2) перен. как обстоят дела.

▪ **ФЕ спортивного происхождения:**

*go to the bat for somebody* – разг. прийти на помощь кому-либо, защитить, поддержать кого-либо, вступить за кого-либо (бейсбол);

*take something in one's stride* – 1) спорт. легко взять препятствие, (о всаднике, лошади); 2) преодолеть трудности, легко добиться своего, сделать что-либо в порядке своей повседневной работы; 3) перен. считать что-либо естественным;

*be (down) on one's back* (мж. *lie on one's back*) – 1) быть положенным на лопатки; быть беспомощным (*be flat/ thrown on one's bac*); 2) заболеть, слечь (в постель);

Также можно встретить фразеологизмы, пришедшие из других сфер жизни:

*draw the badger* – заставить кого-либо проговориться, открыть свои карты;

*strike a balance* – 1) *подводить итоги* [этим. ком. *подводить баланс*]; 2) *принять компромиссное решение, пойти на компромисс*;

*sweep the board* – 1) *карт. сорвать банк, забрать все ставки*; 2) *преуспеть, добиться полного успеха; стать хозяином положения*.

В исторической судьбе Великобритании сыграли важную роль два фактора:

- географический (оторванность её от Европы);
- психологический (способность вбирать в себя бесчисленных захватчиков и переселенцев, переплавляя их в нацию, энергия которой создала империю, включавшую четверть населения планеты).

Первыми обитателями острова были кочующие семьи охотников и собирателей.

5000 лет назад пришли неолитические племена с Пиренейского полуострова. Они уже умели возделывать землю, строить дома, держали скот.

Следующей волной иммигрантов были кельты. Кельтское переселение началось около 700 г. до н.э. и не прекращалось долгое время. Они быстро заняли господствующее положение на островах благодаря более высокому уровню цивилизации.

Они умели обрабатывать железо, строили дома из дерева и плетеных прутьев, покрывали их для защиты от непогоды слоем глины, осушали болота. Кельтские племена стали прародителями ирландцев и шотландских горцев.

После кельтов на британские острова накатилась новая волна завоевателей, римлян. Они сохраняли власть над Британией около 400 лет.

Римляне разрабатывали природные ресурсы Британии; добывали свинцовые, железные и оловянные руды; строили бани, храмы, амфитеатры, роскошные дворцы.

Римляне принесли в страну латынь и новую религию – христианство. Как только римские завоеватели покинули страну, следы их культурного влияния стали быстро исчезать.

История британского народа все же начинается с V века н.э., когда произошло вторжение на острова западногерманских племен англов, саксов и ютов.

Англосаксы были воинственными, постоянно враждующими между собой племенами, однако они заложили основы английской государственности.

Англосаксы разделили страну на области – ширь (*shires*), которые при нормандах стали называться графствами. Они разработали чересполосную трехпольную систему земледелия, просуществовавшую до сельскохозяйственной революции XVIII века. Они также основали систему маноров, феодальных поместий, владельцы которых сами собирали налоги и создавали военные отряды.

Англосаксы создали Витан – Королевский Совет, прообраз Тайного Совета.

Пока англ, саксы и юты продолжали оттеснять кельтов на север и на запад, у восточного побережья появилась новая волна завоевателей – скандинавские викинги.

Эти профессиональные мореходы внесли в английский характер еще одну существенную черту – страсть к приключениям. Англичанин всегда чувствует манящий зов моря, романтическую тягу к дальним берегам. Вся история Англии, её торговля, политика, искусство пронизаны морем. Норманское завоевание (1066) способствовало завершению феодализации страны и принесло с собой на Британские острова французский язык.

В результате этого завоевания французский язык на два с лишним века стал языком правящих классов, королевского двора, парламента, судопроизводства, церкви и школы, отодвинув английский язык на второй план.

Поворотной вехой в истории английского народа стала «елизаветинская эпоха» (XVI-XVII вв.). Это время, когда Англия, преодолевая сопротивление внутреннее и внешнее, становилась централизованным государством и начинала борьбу за мировое первенство.

До триумфа в этой борьбе было ещё очень далеко, не одно столетие, но все же патриотические, национальные чувства англичан оказались вдохновлены окончательно узаконенной независимостью от католического Рима, внушительными победами на море над испанцами, окрепшей способностью держать на расстоянии вытянутой вооруженной руки своего ближайшего и очень честолюбивого соседа – Францию.

Победы бывали непрочными: порт Кале переходил из рук в руки и, в конце концов, англичане его лишились. Волнами прокатывались по стране вместе с эпидемиями и прочими стихийными бедствиями волнения на религиозной, национальной, социальной и политической почве. Все же для Англии XVI век был веком сравнительной устойчивости.

Это было время подъема. Взору англичан как бы открывался весь мир. Они совершили свое первое кругосветное плавание, достигли Нового Света, основали там, как и в Африке, первые колонии, искали золото на берегах Амазонки и Ориноко.

Энергичное движение шло внутри страны. Население Лондона достигло 200 тыс. человек. Пусть некоторые города зачахли, утратив государственное и хозяйственное значение, но торговля и ремесла росли и распространялись по всей стране, и не только из-за притока умельцев-иностранцев, искавших на Британских островах убежища от религиозных преследований.

Эпоху правления Елизаветы английские историки называют «золотым веком», спеша добавить, что не весь век был из золота и не все золото, что блестит.

В XVI веке в Англии говорили, что «овцы пожирают людей». Цены на шерсть непрерывно росли, так как увеличивалось производство сукна. Для расширения ткацкого дела, ради овечьих пастбищ богатые и родовитые землевладельцы урезали крестьянские участки, полностью присваивали угодья, считавшиеся общими; а то и вовсе сгоняли сельское население с насиженных мест. Крепостная зависимость в Англии была отменена в XIV веке, однако, вместо рухнувших ограничений возникали новые преграды, вместо старой феодальной крепости – новое наемное рабство.

Обезлюдившие огороженные поля стали источником прекрасного шерстяного сырья, обездоленные люди пополняли ресурсы наивыгоднейшей, дешевой рабочей силой.

Литературная норма английского языка сформировалась в конце XVII века, когда появились первые словари и грамматики. Существенный вклад в ее становление внесли многие знаменитые литераторы своего времени, и в первую очередь *Вильям Шекспир*.

В XVII веке с экспансией британского колониализма началось проникновение английского языка в другие регионы земного шара: в XVII веке – в Северную Америку, XVIII – Индию, XIX – Австралию и XX – Южную Африку. Сейчас английский язык является национальным языком более 300 миллионов человек во всем мире, а в качестве своего второго языка его признает во много раз большее число людей.

Каждая волна завоевателей вложила свой капитал в быт и культуру английского народа. Все они перемешались. Ни одна из них не исчезла.

Ни одна из них не сдалась безоговорочно. Все они остались живыми по сей день, сосуществуя и борясь друг с другом. Общеизвестно, что Британские острова населяют не один, а четыре народа.



Кроме англичан, там живут шотландцы, ирландцы и уэльсцы, национальное самосознание которых весьма обострено.

Образ жизни народов Великобритании проник во все уголки земли, английский язык и английское право распространились по всему свету.

Фразеологизмы – это результат длительного развития языка, они фиксируют и передают общественный опыт от одного поколения к другому, поэтому они важны не только как средство общения, но и как источники различных общественно значимых сведений. Происхождение ФЕ – это наличие некоторых этнокультурных сведений, которые помогают человеку, изучающему иностранные языки, понять образ того или иного ФО.

Веками такие страны как Англия и Шотландия зависели от овцеводства.

В XIV веке страну постигло страшное бедствие – чума. Опустели целые деревни, и нехватка рабочих рук вынудила землевладельцев заняться разведением овец.

Их шерсть стала главным предметом торговли.

Пастухи употребляли такой термин как «барашек, отнятый у матери» (до первой стрижки). Шерсть этих барашков была короткой, поэтому пастухи прилагали немало усилий, чтобы аккуратно подстричь их. Позже производители шерсти стали использовать выражение «*to go the whole hog*», которое вошло в обиходную речь и сейчас употребляется в значении «*делать что-либо тщательно*». В XI веке, после того как французские завоеватели покорили остров, люди низшего класса стали плохо питаться. Сельское хозяйство пришло в упадок, и дикие животные стали основным источником добывания пищи.

Норманские правители незаконно захватили огромную часть лесов и запретили крестьянам охотиться на оленей и кабанов. Охота на большинство диких птиц также была запрещена для бедного населения страны, поэтому они довольствовались грубой и непригодной пищей. Отчаявшись, крестьяне стали охотиться на ворон. Главной задачей было ощипать птицу до единого перышка. Обычно два человека выполняли эту работу.

Ощипывать ворону было делом неприятным, так как оно сопровождалось производством большого количества мукора и отходов. Если их не убирали, то соседям приходилось наводить порядок самим и выполнять работу за других.

Данное обстоятельство способствовало появлению выражения «*a crow to pick*», которое стало общеизвестным и сейчас означает «*сводить счеты с кем-либо*».

Военный морской флот Англии претерпевал организационные преобразования, таким образом, появилось подразделение королевской морской пехоты.

Зачастую солдаты морской пехоты занимались лишь военной подготовкой и редко выходили в море на судах. Имея поверхностные знания о навигации и мореплавании, они стали предметом шуток и насмешек моряков, поэтому, когда моряк сомневался в правдивости истории, которую ему рассказывал товарищ, он, как бы насмехаясь, советовал тому поведать ее солдату морской пехоты.

По общепринятому мнению, только солдат морской пехоты был так наивен, что мог поверить в эту сказку. Выражение «*tell it to the marines*» («*скажите это кому-либо другому; расскажите это своей бабушке*») вошло в обиходную речь как выражение недоверия.

В настоящее время законы о земельных правах более сложные, чем несколько веков назад. Существовало много законодательных актов парламента, которые определяли порядок наследования земли без права отчуждения недвижимости и временного владения.

Среди этих законов были законы о правах мужа на собственность, которые касались семьи его жены.

Он не получал право на собственность, но пользовался ей, пока жил с супругой. Такое право на владение было названо «завязка на фартуке».

Женщины напоминали мужьям об этом, когда их семейная жизнь заканчивалась разводом. Бывшие мужья должны были отказаться от прав владения собственностью своих жен, в противном случае им грозил суд.

Человек, «привязанный завязками на фартуке своей жены», был не в состоянии оспаривать закон, отсюда и происходит выражение *«to be tied to apron strings»* (быть под каблуком у жены), которое означает нетрадиционное, противоречащее общественным нормам того времени подчинение жене или матери.

Современные женщины проводят много времени у зеркала и тратят много денег на украшения по сравнению с мужчинами. Но когда-то все было иначе. В век рыцарства короли, рыцари и светские люди гордились своей внешностью, также как и своей доблестью.

Они не скупились на использование гусиного жира в парфюмерных целях.

Древесный уголь применялся для того, чтобы сделать кожу более темной. Это считалось модным в те времена. Позже жир стали использовать в качестве «подарка», чтобы получить желаемое. Возможно, сначала, всё оборачивалось шуткой.

Человек, который хотел, чтобы ему пошли на уступку, предлагал чиновнику «мазь для ладони», которая подразумевала подарок в виде золотых или серебряных монет.

В XVI веке появляется выражение *«to grease smb's palm»* (дать кому-либо взятку, «подмазать» кого-либо), которое указывало на явление взяточничества внутри общества.

В начале века машин механики и ремесленники взяли за привычку носить с собой мешок с инструментами, а для удобства они оставляли его на рабочем месте.

В ту эпоху работодатели заранее не предупреждали служащего о предстоящем увольнении. Они могли в любое время, когда им вздумается, уволить его. Работодатель вручал бывшему служащему мешок с инструментами и отдавал заработанные деньги.

Выражение *«to get the sack»* стало употребляться в значении «быть уволенным».

Современные домохозяйки считают электрический утюг как само собой разумеющееся, но во времена бабушек утюг необходимо было разогреть, поместив его среди тлеющих угольков в камине. Он сохранял тепло на короткое время, поэтому привычным делом было использовать несколько утюгов, гладя одним, в то время как остальные разогревались.

Такая процедура требовала много времени и умения, чтобы сохранить нужную температуру утюгов. Ленивые хозяйки, которые пытались выполнить работу побыстрее, пользовались пятью или шестью утюгами. К своему несчастью, они понимали, что не могут справиться сразу со всеми. Если утюг оставался долго на угольках, то он так разогревался, прожигал одежду, поэтому выражение *«to have too many irons in the fire»* стало означать «иметь слишком много дел одновременно; браться за много дел сразу».

Пилы появились в конце каменного века. Самые первые образцы были изготовлены из раковин моллюсков и костей животных. До века машин металлические лезвия в те времена были редкостью. В конце XVIII века специалист, использовавший тесло, был вынужден обрабатывать тяжелое бревно вручную.

Для строительства красивых зданий бревнам требовалось придать определенную прямоугольную форму. Чтобы приготовить материал для строительства, ремесленнику необходимо было натянуть шпагат вдоль среза ствола дерева и трением спилить его.

Такая работа была утомительной и трудоёмкой.

В результате о человеке, который выполнял работу по всем правилам и стандартам, стали говорить «*to hew to the line*» («*делать работу по стандартам*»).

Неизвестно, когда и где возник теннис, однако до XV века английские спортсмены увлекались игрой, которую они заимствовали из Франции. Для игры требовались только натянутая сетка и мяч. Отличие данной игры от тенниса заключалось в том, что игроки использовали свои руки, чтобы отбивать мяч. Этот вид спорта постепенно стал популярным, но в начале XIX века крикет вытеснил его, и вскоре был признан национальной игрой англичан. В то время ещё не было точных размеров площадки, поэтому игроки просто выбирали ровное место и отмеряли одинаковое расстояние по обеим сторонам от сетки.

Затем каждый из них проводил линию, обозначающую границу, за которую нельзя вы ходить. Таким образом, выражение «*to draw the line*» приобрело значение «*ставить предел, положить конец; ставить точку*».

Для больных, которые испытывали нервное напряжение, необходим был какой-нибудь метод лечения. Кто-то предложил воду в качестве основного средства успокоения нервов. Холодный душ действовал на пациентов наилучшим образом и снижал душевное раздражение. Данный метод лечения на время получил общественное признание.

Таким образом, выражение «*to throw cold water*» стало общеупотребительным и сейчас означает «*охладить чей-либо пыл*».

Источники появления фразеологизмов в современном английском языке очень разнообразны. Условно фразеологизмы можно разделить на две группы: исконно английские и заимствованные. Истинно английские связаны с обычаями и традициями или реалиями или историческими фактами. Например, *blue stocking* – синий чулок. «Собранием синих чулок» был назван адмиралом Босковеном один из литературных салонов середины XVIII века салон в Лондоне. Причиной этому послужило появление известного ученого Бенджамина Спеллинг Фоита в этом салоне в синих чулках. Сейчас так принято называть женщину, слывущую сухой педанткой, лишенной женственности.

*At the thin red line* – небольшая группа отважных людей, защищающих местность или принципы, не уступающие своих позиций.

Этот фразеологизм был впервые использован в 1877 году *В. Расселом*. Имелись в виду британские войска в период крымской войны, носившие красную форму.

Английский язык, как и любой другой постоянно развивается и меняется и поэтому иногда трудно проследить происхождение той или иной идиомы. Обратим внимание на происхождение некоторых идиом. При упоминании собственности, требующей разорительного ухода, но не несущей никакой пользы англичане используют выражение «*white elephant*». Легенда гласит, что король Сиам дарил своим врагам, которых хотел разорить, слона.

А в Индии и на Цейлоне слон считается священным животным, которое нельзя было использовать как рабочее. Содержание такого слона обходилось очень дорого: во-первых, надо было кормить его большим количеством хорошей пищи, во-вторых, нужно было обеспечить доступ к животному людям, поклонявшимся «святыне». Одариваемый не мог избавиться от слона, ведь это был подарок самого короля! Зачастую белый слон разрушал жизнь получателя. Идиома «*to show one's true colours*» – «показать истинное лицо». Это выражение пришло от мореплавателей. Торговцы часто попадали в ловушки пиратов, так как те поднимали флаги мирных государств. Смысл ФЕ очень часто не совпадает со значением его компонентов, поэтому бывает неясно, как его употреблять.

Знание происхождения фразеологизмов облегчает процесс их усвоения, делает его интересным и познавательным для людей, изучающих иностранный язык.

Фразеологизм может многое рассказать о том, как жили люди в давние времена, какие факторы повлияли на значение того или иного фразеологического оборота.

Важнейшим литературным источником ФЕ является **Библия**.

Библейские ФЕ (*библеизмы*) полностью ассимилированы заимствованиями.

Библия является главнейшим литературным источником ФЕ. Это величайшее произведение обогатило фразеологизмами не только английский язык, но и многие другие языки мира. Она оказала значительное влияние на формирование мироощущения и языкового сознания разных народов мира. «Книга книг» стала источником бесконечного числа цитат, аллюзий, множества ФЕ, устойчивых выражений, символических обозначений.

В последнее время исследователи стали проявлять больше интереса и внимания к библеизмам. Появляются словари-справочники, где объясняется происхождение многих библеизмов, работы, посвященные им, как в отдельных языках, так и в нескольких языках.

Однако целостного многоаспектного описания данных ФЕ, а также сопоставительного анализа библеизмов в таких родственных, но разноразличных языках, как английский, испанский и русский, до сих пор не было предпринято. Исследование фразеологизмов библейского происхождения в нескольких языках представляет особый интерес благодаря их специфике: с одной стороны, **библеизмы** обладают всеми свойствами ФЕ, а с другой, представляют собой фразеологическую микросистему, основанием для объединения в которую является общий источник – Библия.

Не только отдельные слова, но и целые идиоматические выражения (часто буквальные переводы древнееврейских и греческих идиомов) вошли в английский язык со страниц Библии. Например, *a whited sepulcher* – гроб повапленный (в современном языке означает «лицемер, двуличный человек»). *The golden rule* – «золотое правило», т. е. мудрое правило, помогающее всегда и всем. В первоначальном варианте звучало так: «Как хотите, чтобы с вами поступали, так поступайте и вы с ними».

На протяжении столетий Библия являлась самой широко читаемой и цитируемой в Англии книгой. Число библейских оборотов и выражений, вошедших в английский язык, настолько велико, что собрать и перечислить их было бы весьма нелегкой задачей.

«О колоссальном влиянии, которое оказали на английский язык переводы Библии, говорилось и писалось много». «...не только отдельные слова, но и целые идиоматические выражения вошли в английский язык со страниц Библии». К выражениям, используемым в современной английской речи и библейское происхождение которых твердо установлено, принадлежат следующие:

*the apple of Sodom* – красивый, но гнилой плод; обманчивый успех;

*the beam (the mote) in one's eye* – «бревно» в собственном глазу; собственный большой недостаток;

*the blind leading the blind* – слепой ведет слепого;

*by the sweat of one's brow* – в поте лица своего;

*the camel and the needle's eye* – намек на евангельское изречение, получившее такой вид в переводе с латинского: «Легче верблюду пройти сквозь игольное ушко, чем богатому войти в царствие небесное».

*Can the leopard change his spots?* (букв. может ли леопард переокрасить свои пятна?) – Горбатого могила исправит.

*a crown of glory* – венец славы;

*daily bread* – хлеб насущный, средства к существованию;

*a drop in the bucket* – (букв. капля в ведре); капля в море;

*a fly in the ointment* – (букв. муха в мази); ложка дегтя в бочке меда;

*loaves and fishes* – земные блага (хлебцы и рыбы, которыми Христос, по евангельскому преданию, накормил сотни людей, собравшихся слушать его);

*no man can serve two masters* – двум господам не служат;

*the promised land* – земля обетованная;

*a prophet is not without honor, save in his own country* – нет пророка в своем отечестве.

Помимо этих выражений, в число которых входят целые предложения-поговорки и различные именные (с главным словом существительным), атрибутивные и наречные обороты, в английский язык вошло из Библии еще много глагольных оборотов:

*to condemn oneself out of one's mouth (bear one's cross)* – нести свой крест;

*to escape by the skin of one's teeth* – еле-еле спастись, едва избежать опасности;

*to kill the fatted calf* – заклать упитанного тельца (для угощения блудного сына) (встретить радушно, угостить лучшим, что есть дома);

*to laugh to scorn* – презрительно осмеивать;

*to sit under one's vine and fig-tree* – сидеть под своей лозой и смоковницей (спокойно и безопасно сидеть дома);

*to sow the wind and reap the whirlwind* – посеять ветер и пожать бурю; жестоко поплатиться;

*to worship the golden calf* – поклоняться золотому тельцу (выше всего ценить богатство, деньги);

*to cast pearls before swine* – метать бисер перед свиньями;

*a voice crying in the wilderness* – глас вопиющего в пустыне;

*a wolf in sheep's clothing* – волк в овечьей шкуре;

*to beat swords into ploughshares* – перековать мечи на орала;

*flesh and blood* – плоть и кровь (близких людей – «They are my flesh and blood»);

*like a lamb to the slaughter* – как агнец на заклание (безропотно покоряться);

*to keep as the apple of one's eye* – беречь как зеницу ока (в английском «the apple of my eye» чаще употребляется как обращение к дорогому человеку – «свет очей моих»).

Фразеологизмы библейского происхождения часто во многом расходятся с их библейскими прототипами. Это связано с тем, что библейский прототип со временем был переосмыслен, изменен порядок слов или архаические формы слов отброшены.

Например, оборот *to kill the fatted calf* – в притче о блудном сыне употребляется в буквальном значении «заклать упитанного тельца». Позднее этот оборот приобрел новое значение «угостить лучшим, что есть дома».

В фразеологизме *gall and wormwood* – «нечто ненавистное, отвратительное» изменен порядок слов по сравнению с библейским прототипом и отброшены артикли (*the wormwood and the gall*). В выражении *whatever a man sows, that shall he reap* – «что посеешь, то и пожнешь» отброшена архаическая форма глагола *to sow (whatever a man soweth, that shall he reap)*. Существуют случаи, когда библейский оборот употребляется в положительном смысле, а в современном языке он переосмыслен и является ФЕ с отрицательной оценкой, например: *Not to let one's left hand know what one's right hand does* – левая рука не ведает, что делает правая (совр. вариант). *When thou doest alms let not thy left hand know what thy right hand doeth* – «У тебя же, когда творишь милостыню, пусть левая рука твоя не знает, что делает правая» (библейский прототип).

Некоторые ФЕ восходят к библейскому сюжету. Библейские образы и понятия мы находим в таких фразеологизмах, как *forbidden fruit* – *запретный плод*; *Job's comforter* – *горе-утешитель*; *Juda's kiss* – *поцелуй Иуды*; *a prodigal son* – *блудный сын*; *a dead letter* – *мертвая буква, потерявший свое значение закон, лозунг*.

**Третьей группой** исконно английских фразеологизмов являются **шекспиризмы**.

Как отмечает А.В. Кунин, по числу фразеологизмов, обогативших английский язык, произведения В. Шекспира занимают второе место после Библии. Число их свыше ста.

Большинство шекспиризм встречается в произведениях лишь один раз, и форма их является фиксированной. Примеры шекспиризм:

*a fool's paradise* – призрачное счастье («Ромео и Джульетта»);

*the green eyed monster* – чудовище с зелеными глазами, ревность («Отелло»);

*to have an itching palm* – брать взятки, быть жадным человеком («Юлий Цезарь»);

*midsummer madness* – безумие, умопомрачение («Двенадцатая ночь»);

*to pain the lily* – пытаться разукрасить то, что и так красиво; *that's flat* – решено;

*dissapear (melt, vanish) into thin air* – растаять, раствориться в воздухе.

**Prospero:**

Our revels now are ended: these are our actors. As I foretold you, were all spirits, and Are melted into air, into thing air... (W. Shakespeare, «The Tempest», act IV, sc. 1).

Просперо: Окончен праздник

В этом представленья Актерами, сказал я, были духи.

И в воздухе, и в воздухе прозрачном, свершив свой труд, растаяли они...

*make assurance double (или doubly) sure* – вдвойне себя застраховать.

**Macbeth:**

*Then live, Macduff: what need I fear of thee?*

*But yet I'll make assurance double sure,*

*And take a bond of fate: thou shall not live;*

*That I may tell pale-hearted fear it lies,*

*And sleep in spite of thunder. (W. Shakespeare, «Macbeth», act IV, sc. 1).*

**Макбет:**

Тогда живи, Макдуфф: ты мне не страшен. И все же, чтоб верней была порука, Возьму с судьбы залог: ты жить не будешь.

И бледный страх я назову лжецом

И буду спать назло громам. (Пер. М. Лозинского).

В трагедии «Гамлет» насчитывается 61 шекспиризм. Следовательно, остальные шекспиризмы приходятся на все другие произведения драматурга, среди которых, можно сделать вывод, по количеству крылатых выражений «Гамлет» занимает первое место.

Вероятно, объясняется это тем, что произведение это является наиболее читаемым из всех творений В.Шекспира: эту трагедию охотнее всего переводили, о ней чаще, чем о других шекспировских драмах, высказывались писатели, критики и театральные деятели, ее гораздо больше ставили и ставят на сцене.

Необходимо отметить, что в приложении издания «The Folger Library General Reader's Shakespeare. The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark by William Shakespeare» есть список «Famous Lines and Phrases», но он неполный. причем не все указанные в нем шекспиризмы зафиксированы в словарях крылатых выражений, среди них:

*The morn, in russet mantle clad.* – «Вот и утро в розовом плаще»;

*Oh, if this too solid flesh would melt.* – Б. Пастернак: «О если б этот грузный куль мясной мог испариться».

*Oh, what a rogue and peasant slave am.* – В переводе М. Лозинского: «О, что за дрянь я, что за жалкий раб!».

*Sweets to the sweet!* – В переводе Б. Пастернака: «Прекрасное прекрасной».

В то же время нет в списке таких известных крылатых выражений, как:

*Borrowing dulls the edge of husbandry* – долги наносят ущерб хозяйству.

*More honored in the breach than the observance* – чаще нарушается, чем соблюдается.

*Our withers are unwrung* – хула нас не задевает.

*I must to be cruel only to be kind* – чтоб добрым быть, я должен быть жестоким.

*What is a man, if his chief good and market of his time be but to sleep and feed? A beast, no more* – что человек, когда он занят лишь сном и едой? Животное, не больше.

Имя Гамлета тоже зафиксировано в словаре крылатых выражений и стало нарицательным для человека, всегда во всем сомневающимся, погруженного в размышления, неспособного действовать решительно. Само же слово «*hamlet*» произошло, как пишут исследователи от древне-скандинавского слова «*Amlodi*». Оно означало человека, который был или притворялся сумасшедшим. Гамлету в трагедии принадлежит наибольшее количество крылатых выражений (40 из 61). Речь принца ярка, показательна, часто двусмысленна, так как в ней проявляется тонкая игра слов, каламбурность.

Действительно, В.Шекспир создал уникальный речевой портрет героя, ведь недаром о языке Гамлета написаны десятки работ и статей. В основном, шекспировские выражения являются афористическими, относятся к универсальным высказываниям:

*Neither a borrower nor a lender be.* – В долг не бери и займы не давай.

*Brevity is the soul of wit.* – Краткость – сестра таланта.

*There is nothing either good or bad but thinking makes it so.* – Нет ничего ни хорошего, ни плохого, это размышление делает все таковым.

*What a piece of work is a man!* – Что за мастерское создание – человек!

*Suit the action to the word, the word to the action.* – Подкрепляйте слово делом.

*There's a special providence in the fall of a sparrow.* – И в гибели воробья есть особый смысл.

*Frailty, thy name is woman* – Слабость, имя тебе – женщина.

*Leave it an understanding but no tongue.* – Всему давайте смысл, но не язык.

*This above all: to thine oneself be true.* – Но главное – будь верен сам себе.

*Something is rotten in the state of Denmark.* – Неладно что-то в Датском королевстве.

*Leave her to heaven.* – Судья ей Бог!

*There are more things in heaven* – И в небе, и в земле сокрыто больше, чем снится вашей мудрости!

*Some must go off!* – Кто-то должен умереть.

*I'm Fortune's fool* – Кто я? Игрушка в руках судьбы...

*Give thy thoughts no tongue, nor any unproportioned thought his act* – Держи подальше мысль от языка, а необходимую мысль от действий.

*When sorrows come they come not single spies, but in battalions!* – Несчастье не приходит в одиночку как лазутчики, а целыми батальонами.

*Pound of flesh* (букв. «фунт плоти») – законное, но непомерное требование; плата, безжалостно взимаемая с должника.

*A plague on both your houses* – «чума на оба ваших дома».



*To wear one's heart upon one's sleeve* (букв. «носить свое сердце на рукаве») – не сдерживать эмоции, не скрывать чувств. Возможно, это выражение связано с традициями рыцарских турниров, когда рыцари в знак преданности своей даме сердца повязывали на руку шарф, подаренный ею. Однако первое употребление этой фразы в фигуральном смысле зафиксировано именно у В. Шекспира.

*Applaud to the echo* – шумно, восторженно аплодировать.

*At one fell swoop* – одним ударом, одним махом.

*Vanish into thin air* – растаять как дым, исчезнуть без следа.

*Fair play* – честная игра. Это вполне современно звучащее выражение первым тоже употребил В. Шекспир и использовал его в нескольких своих произведениях.

В современном английском языке в шекспировские фразеологизмы могут вноситься некоторые изменения. Примером такого случая может служить ФЕ *buy golden opinions* – заслужить благоприятное, лестное мнение о себе, вызвать восхищение или уважение.

Иногда вместо глагола «buy» употребляется глагол «win». В современный язык данные ФЕ вошли в результате переосмысления их метафорического значения.

**Четвертая группа** ФЕ берет свое начало в других литературных источниках.

Кроме В. Шекспира много писателей обогатили английский фразеологический фонд. Среди них главным образом следует отметить Александра Попа, Вальтера Скотта, Джеффри Чосера, Джона Мильтона, Джонатана Свифта и Чарльза Диккенса.

#### **Александр Поп:**

*Fools rush in where angels fear to tread* («*An Essay on Criticism*») – дураки бросаются туда, куда ангелы и ступить боятся, (дуракам закон не писан).

*Break a butterfly on the wheel* («*Epistle to Dr. Arbuthnot*») – осуждать, делая вид, что хвалишь, (стрелять из пушек по воробьям).

*Who shall decide when doctors disagree?* («*Moral Essays*») – что же делать смертному, когда мнения знатоков расходятся.

#### **Вальтер Скотт:**

*To catch smb. red-handed* («*Ivanhoe*») – застать кого-либо на месте преступления.

*Beard the lion in his den* («*Marmion*») – напасть на опасного врага в его собственном жилище.

*Laugh on the wrong side of one's mouth* («*Rob Roy*») – приуныть после веселья, перейти от смеха к слезам.

*On one's native path* («*Rob Roy*») – на родной земле, у себя на родине.

*A foeman worthy of smb.'s steel* («*The Lady of the Lake*») – достойный противник.

#### **Джеффри Чосер:**

*Through thick and thin* («*The Canterbury Tales*») – решительно, стойко, несмотря ни на какие препятствия.

*Murder will out* («*The Canterbury Tales*») – всё тайное становится явным.

*He needs a long spoon that sups with the devil* (мж. *He who sups with the devil should have a long spoon*) («*The Canterbury Tales*») – «когда садишься за стол с чертом, запасись ложкой подлиннее», связался с чертом, пеняй на себя.

#### **Джон Милтон:**

*Fall on evil days* («*Paradise Lost*») – впасть в нищету, влачить жалкое существование.

*Heaven on Earth* (мж. *Paradise on Earth*) («*Paradise Lost*») – рай земной.

*Confusion worse confounded* («*Paradise Lost*») – путаница, полный хаос.

*The light fantastic toe* («*L'Allegro*») – танец.

*More than meets the ear* («*Paradise Lost*») – больше, чем кажется на первый взгляд.

### **Джонатан Свифт:**

*The land of Nod* («*Polite Conversation*») – «страна сновидений», царство сна.

*A sight for sore eyes* («*Polite Conversation*») – приятное зрелище, сердцу отрада (особенно о желанном госте).

*All the world and his wife* («*Polite Conversation*») – 1) все без исключения, много народу; 2) всё светское общество, весь «высший свет».

*To quarrel with one's bread and butter* («*Polite conversation*») – бросить занятие, дающее средства к существованию.

*All in the day's work* («*Polite Conversation*») – в порядке вещей.

*To rain cats and dogs* («*Polite Conversation*») – лить как из ведра (о дожде).

*Someone is walking over my grave* («*Polite Conversation*») – что-то меня дрожь пробирает.

### **Чарльз Диккенс:**

*King Charles's head* («*David Copperfield*») – навязчивая идея, предмет помешательства (выражение связано с увлечением полоумного мистера Дика Карлом I).

*Never say die* («*David Copperfield*») – не отчаивайтесь;

*A bag of bones* («*Oliver Twist*») – истощенный, изможденный человек, (кожа да кости).

*An Artful Dodger* («*Oliver Twist*») – прохвост (прозвище карманника Джона Докинса).

*Barkis is willing* («*David Copperfield*») – «Баркис не прочь», мне очень хочется (возчик Баркис начал свое предложение руки и сердца служанке Пеготти).

*The Circumlocution Office* («*Little Dorrit*») – «министерство околичностей» (по названию бюрократического учреждения в романе).

*Prunes and prism* («*Little Dorrit*») – жеманная манера говорить, жеманство, манерность.

*How goes the enemy?* («*Nicholas Nickleby*») – как движется наш враг – время? Который час?.

*In a Pickwickian sense* («*Pickwick Papers*») – в безобидном значении.

*Not to put too fine a point on it* («*Bleack House*») – говоря напрямик, попросту говоря, если называть вещи своими именами.

Высказывания других английских писателей обычно остаются цитатами и лишь в редких случаях пополняют фразеологический фонд английского языка, входя в разговорную речь. Приводим примеры таких высказываний (ФЕ классифицированы по времени создания произведения, в котором употребляется данный фразеологизм).

В романе «Айвенго» впервые встречается фразеологизм *catch/take somebody red-handed* – «застать кого-либо на месте преступления, поймать с поличным».

### **XVIII век**

Дж. Арбетнот: *John Bull* – «Джон Буль» (насмешливое прозвище англичан). Оборот впервые употреблен придворным врачом Дж. Арбетнотом в сатирическом памфлете «*Law is a Bottomless Pit*» (1712), переизданном под названием «*The History of John Bull*».

Р. Бёрнс: *John Barleycorn* – Джон Ячменное Зерно (олицетворение виски, пива и других спиртных напитков), («*John Barleycorn*»).

Дж. Гэй: *(as) cool as a cucumber* – совершенно невозмутимый, спокойный; в ус не дует, и глазом не моргнет («*Poems on Several Occasions*»).

Д. Дефо: *man Friday* – Пятница; верный преданный слуга (по имени верного слуги в романе «Robinson Crusoe»).

У. Купер: *a cup that cheers but not inebriates* – «напиток веселящий, но не пьянящий», чай («The Task»).

С. Т. Колридж: *an albatross about one's neck* – постоянное напоминание о чьей-либо вине; печальное обстоятельство (в поэме Колриджа «The Ancient Mariner» говорится о моряке, убийством альбатроса накликавшем беду на свой корабль и вынужденном носить как наказание мертвого альбатроса на шее).

*A gentleman's gentleman* – «джентльмен, прислуживающий джентльмену», слуга («Everybody's Business»).

К. Марло: *to clip smb.'s wings* – подрезать крылья кому-либо.

Т. Мортон: *what will Mrs. Grundy say?* – «Что скажет миссис Гранди?», т. е. Что скажут люди? Выражение употребляется в комедии «Speed the Plough». Миссис Гранди – воплощение ходячей морали (ср. что станет говорить княгиня Марья Алексеевна?).

Т. Смоллетт: *fly off at a tangent* – неожиданно отключиться от темы разговора («Humphrey Clinker»).

*Fit like a glove* – быть как раз впору, подходить («Humphrey Clinker»).

Л. Честерфилд: *small talk* – разговор о пустяках, о погоде («Letters to his Son»).

### **XIX век**

Дж. Г. Байрон: *(as) merry as a marriage-bell* – очень веселый, жизнерадостный, полный жизни («Child Harold's Pilgrimage»).

У. Вордсворт: *the child is father of the man* – уже в ребенке заложены черты взрослого человека.

Т. Кемпбелл: *few and far between* – редкие, редко встречающиеся («Pleasures of Hope»).

Дж. Пул: *Paul Pry* – человек, сующий нос в чужие дела, чрезмерно любопытный человек (главное действующее лицо комедии «Paul Pry»).

Р. Л. Стивенсон: *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* – «доктор Джекилл и мистер Хайд», человек, воплощающий в себе два начала – доброе и злое (по имени героя повести «The Strange Case of Dr. Jekyll and Mr. Hyde»).

А. Теннисон: *a little rift within the lute* – начало разлада или безумия; червоточина, «трещина» («Idylls of the King, Merlin and Vivien»).

А.О. Шонесси: *mover and shaker* – влиятельный человек, лидер общественного мнения, делающий политику.

### **XX век**

Дж. Берри: *little Mary (разг. шутл.)* – желудок, «животик» (по названию пьесы).

Р. Киплинг: *the tail wags the dog* – «хвост виляет собакой», подчиненный командует начальником («The Conundrum of the Workshops»).

Ч. Сноу: *corridors of power* – коридоры власти (название книги).

Многие ФЕ не были созданы самими писателями, но лишь благодаря последним получили широкое распространение в современном английском языке, например: выражение *John Barleycorn* было известно еще с первой половины XVII века и приобрело особую популярность благодаря балладе Р. Бёрнса «John Barleycorn». Поговорка *to be on the side of the angels* (букв. быть на стороне ангелов) – «настаивать на традиционной (антинаучной) точке зрения» приобрела популярность благодаря Б. Дизраэли.

Фразеологизм *vanity fair* – «ярмарка тщеславия» – название знаменитого романа У. Теккерея, встречается в книге Дж. Беньяна «*Pilgrim's Progress*» (1678-1684).

Фразеологизм *a skeleton in the closet* – «семейная тайна, скрываемая от посторонних», введенный У. Теккереем в литературу, был также известен до него.

Сравнения *grin like a Cheshire cat* – «ухмыляться, улыбаться во весь рот».

(*As*) *mad as a hatter* и (*as*) *mad as a March hare* – «не в своем уме, спятивший, совсем ума лишился» популяризированы Л. Кэрролом в книге «*Alice in Wonderland*».

*Cut to the chase* – перейти к сути дела. Старые кинофильмы не отличались насыщенностью действия, и зачастую самой увлекательной частью фильма была погоня.

Помните, как в фильме «Человек с бульвара Капуцинов» главный герой объяснял, что такое монтаж? Тут имеется в виду то же самое – вырезать ненужные рассуждения и перейти к самому интересному.

*Fly by the seat of one's pants* – действовать, не имея плана, ориентироваться на ходу. Эта довольно курьезная фраза имеет вполне серьезную предысторию. Она связана с ранней авиацией, когда в самолетах почти не было приборов, и летчикам приходилось прислушиваться к поведению самолета и полагаться на свои ощущения. А место, где летчик имеет наибольший контакт с самолетом – кресло, в котором он сидит.

*Backseat driver* – непрошенный советчик; человек, который критикует, но ничего не делает. Тем, кто водит машину, возможно, знаком этот тип пассажиров – которые любят постоянно давать советы и считают, что лучше водителя знают, как нужно рулить.

Эта идиома английского языка возникла именно благодаря им.

*Smoke and mirrors* – сокрытие правды, пускание пыли в глаза. Особенно часто эта фраза употребляется в политическом контексте. Происхождение ее достаточно простое – дым и зеркала часто использовались в трюках иллюзионистов.

Большое число английских ФЕ связано с античной историей и культурой.

В английском языке есть идиомы, которые имеют религиозный характер, например, «*a crown of glory*» – «венец славы»; «*daily bread*» – «хлеб насущный»; «*to bear one's cross*» – «нести свой крест»).

Существуют идиомы, которые заимствованы из художественной литературы Древней Греции и Древнего Рима, например, «*the golden age*» – «золотой век», «*the apple of discord*» – «яблоко раздора», «*Pandora's box*» – «ящик Пандоры».

Одна из версий происхождения следующей идиомы «*to paint the town red*» – «уйти в загул» принадлежит Оскару Уальду.

Он считал, что идиома появилась из «Божественной комедии» Данте, в аду говорили примерно следующее: «Мы те, кто красит мир грехами в красный цвет».

В английском языке, как и в языках других европейских народов, являющихся наследниками античной культуры, существует много пословиц, афоризмов и образных выражений, возникших у древних греков и римлян.

**Фразеологизмы взяты из античной мифологии:**

*the golden age* – золотой век;

*the apple of discord* – яблоко раздора;

*Pandora's box* – ящик Пандоры;

*Achilles' heel* – Ахиллесова пята;

*Augean stable(s)* – Авгиевы конюшни;

*a labor of Hercules* – Геркулесов труд.

С поэмами Гомера «Илиада» и «Одиссея» связаны выражения:

*Homeric laughter* – гомерический хохот (с описанием Гомером смеха богов);

*an Iliad of woes* – повесть о бесчисленных несчастьях;

*a sardonic laugh* – сардонический, язвительный смех;

*Penelope's web* – тактика оттягивания;

*winged words* – крылатые слова;

*on the knees of the Gods* – одному богу известно;

*on the razor's edge* – в опасном положении, на краю пропасти;

*the Trojan Horse* – Троянский конь, скрытая опасность.

Следующие выражения идут из басен Эзопа и древнегреческих сказок и басен:

*to blow hot and cold* – колебаться, делать взаимоисключающие вещи, занимать двойственную позицию (в одной из басен Эзопа путешественник одновременно дул на свои пальцы, чтобы согреть их, и на суп, чтобы остудить его);

*to add insult to injury* – усугублять оскорбления;

*to kill the goose that laid the golden eggs* – убить курицу, несущую золотые яйца;

*to cry wolf too often* – поднимать ложную тревогу;

*the lion's share* – львиная доля;

*to nourish a viper in one's bosom* – пригреть змею на груди.

Некоторые фразеологизмы восходят к произведениям древнеримских писателей:

*a snake in the grass* – змея подколотная, коварный, скрытый враг (Вергилий);

*the golden mean* – золотая середина (Гораций);

*anger is a short madness* – гнев – недолгое безумие (Гораций).

ФЕ, пришедшие в английский язык из Древней Греции и Древнего Рима, наделены необыкновенной красочностью и экспрессивностью, что объясняет их распространенность не только в английском, но и других языках мира.

Французская художественная литература произвела немалый вклад во фразеологический фонд английского языка. ФЕ французских писателей были переведены на английский язык и до сих пор пользуются широкой популярностью в Англии. В этом отношении следует выделить таких французских писателей, как: Франсуа Рабле, Жан Батист Мольер, Жером д'Анже, Лафонтен и др.

ФЕ, заимствованные из французской художественной литературы, являются переводами и представлены в английском языке, так как в своей оригинальной форме эти фразеологизмы не употребляются в современной английской речи:

*appetite comes with eating* – аппетит приходит во время еды (впервые в сочинении «О причинах» (1515) Жерома д'Анже, епископа города Ле Ман; популяризовано Франсуа Рабле в «Гаргантюа и Пантагрюэль»);

*buridan's ass* – буриданов осел (о человеке, не решающемся сделать выбор между двумя равноценными предметами, равносильными решениями).

Французскому философу XIV в. Буридану приписывается рассказ об осле, умершем от голода, так как он не решался сделать выбор между двумя одинаковыми охапками сена.

Этот рассказ был якобы приведен Буриданом в качестве примера в рассуждениях о свободе воли. К этому же рассказу восходит фразеологизмы:

*an ass (a donkey) between two bundles of hay*);

*castles in Spain* – воздушные замки (средневековый героический эпос, герои которого, рыцари, получили в личное владение еще не завоеванные замки в Испании);

*let us return to our muttons* – вернемся к теме нашего разговора (выражение из средневекового фарса Бланше об адвокате Патлене, позднее путем обратного образования возник инфинитив *to return to one's muttons*);

*to pull smb.'s (или the) chestnuts out of the fire (for smb.)* – таскать каштаны из огня для кого-либо; бессмысленно, с риском для себя трудиться для выгоды другого (в басне Лафонтена «Обезьяна и кот» – обезьяна Бертран заставляет кота Ратона таскать для себя каштаны из огня). Следует отметить, количество ФЕ, заимствованных из французской художественной литературы в английский язык, невелико, но, несмотря на это, они часто используются английскими писателями для усиления образности, например: «*You tried to use me as a cat's paw to pull chestnuts out of the fire for Stanley Rider*» (U. Sinclair) и широко распространены в современной английской речи.

Фразеологические заимствования из немецкой и датской художественной литературы немногочисленны. Но во многих случаях совпадение английских и немецких фразеологизмов не означает, что английский оборот является переводом с немецкого.

Скорее, наоборот, так как английская литература оказала большое влияние на немецкую литературу: *speech is silver, silence is golden* – слово – серебро, молчание – золото; поговорка впервые встречается у немецкого писателя Томаса Карлейла: *As the Swiss Inscription says: Sprechen ist silbern, schweigen ist golden (speech is silver, silence is golden)* («Sartor Resartus»);

*storm and stress* – буря и натиск (течение в немецкой литературе 70-80 годов XVIII века); период беспокойства, волнения; напряжение (в общественной или личной жизни), стремительный натиск (нем. *Sturm und Drang* – по названию пьесы Ф. Клингера);

*between hammer and anvil* – между молотом и наковальней (по названию романа (1868) немецкого писателя Ф. Шпильгагена);

*the emperor has (или wears) no clothes* – а король-то голый (выражение из сказки датского писателя Г.Х. Андерсена «Новое платье короля»).

Наконец, в английском языке имеется всего несколько фразеологизмов, пришедших из испанского языка и культуры: *blue blood* – голубая кровь, аристократическое происхождение.

Первоначально так называли себя аристократические семьи испанской провинции Кастилии, гордившиеся тем, что их предки никогда не вступали в смешанные браки с маврами и другими народами со смуглым оттенком кожи.

В современном английском языке существует всего несколько фразеологизмов, заимствованных из испанской художественной литературы. В этом отношении следует выделить одного из наиболее знаменитых испанских писателей Мигеля Де Сервантеса Сааведра, прославившегося на весь мир произведением «Дон Кихот».

Он является автором следующих фразеологизмов: *the knight of the Rueful Countenance* – (книжн.) рыцарь Печального Образа, Дон Кихот. Так назвал Дон Кихота его оруженосец Санчо Панса); *tilt at windmills* – сражаться с ветряными мельницами, «донкихотствовать». Сражение с ветряными мельницами – один из эпизодов в романе «Дон Кихот»).

В настоящее время в английском языке существует много ФЕ испанского происхождения, приведенные выше, имеют литературные корни.

Из арабской литературы из сказок «Тысячи и одной ночи» в английский язык пришло несколько выражений: *Aladdin's lamp* (книжн .) – волшебная лампа Аладдина (талисман, выполняющий все желания своего владельца). С этой же сказкой связана ФЕ *to rub the lamp* – легко осуществить свое желание;

*the old man of the sea* – человек, от которого трудно отделаться, навязчивый человек (намек на эпизод в одной из сказок, в которой рассказывается, как Синдбад-мореход никак не мог избавиться от старика, усевшегося ему на плечи);

*an open Sesame* – «Сезам, откройся!», быстрый и легкий способ достижения чего-либо (магические слова, с помощью которых открывалась дверь в пещеру разбойников в сказке «Али-Баба и сорок разбойников»). Тот факт, что выражения, заимствованные из арабского фольклора, стали ФЕ современного английского языка, свидетельствует о метафоричности и выразительности этих ФЕ.

Аналогичные понятия существуют и в других языках мира, в этом случае можно говорить об интернациональности фразеологизмов, заимствованных из арабской литературы.

Прочие источники межъязыковых заимствований:

латинский язык: *the golden age* – золотой век, период расцвета (культуры, искусства); в истории Англии золотым веком называют XVIII в. – период расцвета классического направления в искусстве;

*the horn of plenty* – рог изобилия;

*lily of the valley* – ландыш;

датский язык: *an ugly duckling* – «гадкий утёнок» (позднее превратившийся в прекрасного лебедя) [персонаж одноименной сказки Х.К. Андерсена];

голландский язык: *forlorn hope* – 1) воен. отряд, обреченный на гибель; 2) безнадежное, гиблое дело, последняя надежда;

итальянский язык: *every dog is a lion at home* – всяк кулик в своём болоте велик;

китайский язык: *lose face* – потерять престиж – быть униженным, обесчещенным;

русский язык: *the Sick Man of Europe* – «больной человек Европы» (так назвал царь Николай I Турцию в 1853 г., в настоящее время любая европейская страна, находящаяся в тяжелом экономическом положении). Неудивительно, что многие из них носят интернациональный характер и встречаются в ряде языков. Обращает на себя внимание и тот факт, что, например, античные понятия по-разному оформлены в различных языках. То, что в английском, французском и испанском языках в большинстве является словосочетанием, в немецком языке зачастую выражается одним сложным словом.

Много ФЕ пришло в Англию из США. Такие заимствования относятся к **внутриязыковым**.

Некоторые из таких фразеологизмов настолько ассимилировались, что в английских словарях после них снята пометка, указывающая на их американское происхождение.

К подобным «американизмам» относится, например, выражение *a/ the green light* – зеленая улица, свобода действий; *to paint the town red* – предаваться веселью, кутить.

Во многих других фразеологизмах американского происхождения, нет чисто американских слов. Их можно легко принять как исконно английские. Их американское происхождение устанавливается на основании лексикографических данных и анализа источников.

Совершенно естественно, что в состав некоторых других ФЕ входят американские слова: *a red cent* – медный грош. Некоторые из этих фразеологизмов настолько ассимилировались, что в словарях снята пометка, об их американском происхождении.



К таким «американизмам» относятся, например:

*bark up the wrong tree* – охот. «лаять на дерево, на котором нет дичи», напасть на ложный след, ошибиться, обратиться не по адресу;

*to cut no ice* – не иметь влияния, значения;

*to do one's level best* – сделать все возможное, не щадить усилий;

*to sell like hot cakes* – раскупаться как горячие пирожки, нарасхват.

Пометы типа *chiefly US* указывают на частичную ассимиляцию американизма *off limits* – вход запрещен; *out of sight* – великолепно; *small potatoes* – «мелкая сошка».

**ФЕ американского происхождения:**

*like a house on fire (позднее afire)* – быстро и легко; энергично, с энтузиазмом;

*look like a million dollars* – шикарно выглядеть;

*the name of the game* – разг. суть дела, самое основное;

*put on an act* – разг. разыграть сцену, действовать неискренне, притворяться;

*search me!* – разг. почём я знаю!, понятия не имею! и др.

Большинство американизмов относится к бизнесу, политике, юриспруденции:

*to cut no eyes* – не иметь влияния, не иметь значения;

*to take a back seat* – занимать скромное положение;

*to face the music* – расхлебывать кашу;

*to be all ears* – внимательно слушать;

*to beat round the bush* – ходить вокруг да около;

*the green light* – свобода действий;

*like a house on fire* – быстро как молния;

*to put on an act* – претворять в жизнь;

*the name of the game* – суть дела.

Существуют обороты известных авторов: **политиков, бизнесменов, писателей:**

Б. Франклин (1748): *Time is money*. – Время – деньги.

А. Линкольн: *to swap horses while crossing the stream* – лошадей на переправе не меняют.

Вашингтон Ирвинг: *the allmighty dollar* – всемогущий доллар.

Ф. Купер: *the last of the Mihicans* – необычный человек.

Г. Лонгфеллоу: *ships that pass in the night* – разошлись как в море корабли.

Дж. Лондон: *the call of the wild* – зов природы.

Т. Рузвельт: *the big stick* – политика силы, большой дубинки.

Большинство американизмов вошли в состав фразеологии низкого стилистического тона, а именно жаргонизмов, коллоквиализмов и сленга.

К последней группе заимствований относятся ФЕ в иноязычной форме. Многие из них являются интернациональными оборотами:

*ad hoc* – для данного случая;

*bon ton* – хороший тон, благовоспитанность;

*terra incognita* – нечто неизвестное, неисследованное, неизведанная область.

В английском языке особенно многочисленны латинские и французские обороты, начинающиеся с предлогов:

*per (sub) rosa* – секретно, тайно; отсюда англ. *under the rose*);

*de (bonne) grace* – охотно;

*de trop* – лишний;

*en masse* – в массе, в целом, целиком.

Среди иноязычных оборотов встречаются выражения как более общего типа:

*eau de Cologne* букв. – кельнская вода;

*embarras de richesses* – затруднения от избытка;

*enfant terrible* – ставящий других в неловкое положение своей непосредственностью;

*cherchez la femme* – ищите женщину.

Обороты, распространенные в специальных отраслях знания и являющиеся **терминами**:

*argumentum a contrario* – аргумент от противного (термин логики);

*corpus delicti* – состав преступления (юр. термин);

*charge d'affaires* – поверенный в делах;

*status quo* – существующее положение дел;

*per capita* – на душу населения;

*per interim* – тем временем.

Другие фразеологизмы, заимствованные в иноязычной форме:

*coup d'état* фр. – государственный переворот;

*persona (non) grata* – «персона (нон) грата» (дипл.) лат. (не) угодное лицо;

*terra incognita* – лат. нечто неизвестное и многие другие.

В целом фразеологизмы в английском языке, так же как и в другом языке, – это создание народа, проявление его мудрости и лингвистического чутья.



Денежные идиомы английского языка



## 2. 4. СТИЛИСТИЧЕСКОЕ РАССЛОЕНИЕ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Стилистикой называют одну из самых древних и интересных наук, систематизирующая особые понятия языка и способы его употребления.

Появление различных стилей в разных языках, так или иначе, связано с историей, ведь каждый из них возникал в результате какого-либо исторического события.

Например, газетный стиль появился в период становления первых печатных изданий, а научно-технический стиль был следствием научно-технического прогресса.

Знание стилистики совершенно необходимо при осуществлении разных типов переводов и является одним из важных аспектов культуры речи. Литературные нормы также относятся к сфере изучения стилистики, ведь правильное употребление слов и их значений необходимо любому человеку. Исходя из этого, можно сделать вполне логичный вывод: **стилистика английского языка** необходима не только лингвистам и переводчикам, но тем людям, которые желают познать этот предмет в полной мере.

Взаимодействие значений компонентов в составе устойчивых оборотов при создании художественных образов издавна изучается в стилистике под общим названием **тропы**.

Тропами, называются лексические изобразительно-выразительные средства, в которых слово или словосочетание употребляется в преобразованном значении.

Как изобразительно-выразительные средства языка тропы привлекали к себе внимание со времен классической древности и были детально описаны в риторике, поэтике и других гуманитарных науках. Издавна разработана их довольно детальные классификации.

Суть тропов состоит в сопоставлении понятия, представленного в традиционном употреблении лексической единицы, и понятия, передаваемого этой же единицей в художественной речи при выполнении специальной стилистической функции.

Большое многообразие тропов и их функций вызвало к жизни и множество их классификаций.

Многие понятия и термины стилистики заимствованы из риторики и мало изменились на протяжении веков. Мнения о предмете, содержании и задачах стилистики крайне разнообразны и во многих случаях оказываются несовместимыми.





Объясняется это отчасти многообразием связей стилистики с другими частями филологии и различием ее возможных применений, а также некоторой инерцией, то есть живучестью устарелых представлений.

**Фразеологическая стилистика** изучает употребление в речи сложных по составу языковых единиц, имеющих устойчивый характер (*ломать голову, сгущать краски, кот заплакал, на вес золота, прожиточный минимум, шоковая терапия*).

При этом главное внимание уделяется стилистическим свойствам и выразительным возможностям фразеологизмов, а также их преобразованию в художественной и публицистической речи. Рассматриваются различные приемы фразеологического новаторства писателей.

В центре внимания фразеологической стилистики предупреждение речевых ошибок при употреблении фразеологизмов.

Писатели обращаются к фразеологическим богатствам родного языка как к неисчерпаемому источнику речевой, экспрессии. В художественной и публицистической речи фразеологизмы часто употребляются в их обычной языковой форме с присущим им значением. Введение в текст фразеологизмов, как правило, обусловлено стремлением журналистов усилить экспрессивную окраску речи.

Присущая фразеологизмам образность оживляет повествование, нередко придает ему шутливую, ироническую окраску: *Дело не в новой метле, а в том, как она метет*.

Незнание точного значения фразеологизма, его лексико-грамматического состава, экспрессивно-стилистических особенностей, сферы употребления, сочетаемости, невнимательное отношение к образной природе фразеологизмов приводят к речевым ошибкам.

При употреблении фразеологизмов ошибки могут быть не связаны со спецификой фразеологических единиц как воспроизводимых устойчивых оборотов.

Неудачный выбор фразеологического синонима, употребление фразеологизма без учета его семантики, нарушение сочетаемости фразеологического оборота со словами окружающего контекста – все эти ошибки, по существу, не отличаются от аналогичных речевых ошибок при использовании отдельных слов. Употребление фразеологизма без учета его семантики искажает смысл высказывания.

**Контаминация** элементов различных фразеологизмов может стать причиной комического звучания речи (*тертый воробей, стреляный калач, не все коту похмелье, в чужом пиру масленица*). Рассматривая стилистические ошибки, связанные с неправильным употреблением фразеологизмов, следует коснуться и тех случаев, когда в речи возникают невольные каламбуры, из-за того, что говорящий использует слова в их прямом значении, но слушатели воспринимают их сочетание как образное выражение фразеологического характера, так что высказыванию придается совершенно неожиданное значение.

Ставшая причиной ошибки так называемая внешняя омонимия фразеологизмов и свободных сочетаний может привести к самым неожиданным каламбурам, придавая речи неуместный комизм.

Анализ языка художественных произведений издавна осуществлялся с подразделением стилистических средств на *изобразительные* и *выразительные*.

Изобразительными средствами языка при этом называют все виды образного употребления слов, словосочетаний и фонем, объединяя все виды переносных наименований общим термином «тропы». Изобразительные средства служат описанию и являются по преимуществу лексическими:

- метафора;
- гиперболы;
- литота;
- метонимия;
- синекдоха;
- антономасия;
- ирония;
- олицетворение;
- перифраз;
- эпитет;
- оксиморон и другие.

Выразительные средства, или фигуры речи, не создают образов, а повышают выразительность речи и усиливают ее эмоциональность при помощи особых синтаксических построений: *инверсия, риторический вопрос, параллельные конструкции, контраст* и так далее. Тропы играют важную, хотя и вспомогательную роль в толковании и интерпритации текста; разумеется, стилистический анализ должен приводить к синтезу текста и никак не может быть сведен только к распознаванию тропов.

Основами фразеологической номинации считаются метафора (метонимия) и символ.

Метафора (метонимия) путем переосмысления выражает языковое значение, выполняя характеризующую функцию.

Фразеологическая метафора является средством параморфной модели, позволяющей представить систему языковых знаков с помощью модели, принадлежащей к иной сфере опыта, где данный элемент представлен более очевидно. Рождение метафоры связано с понятийной системой носителей языка и всегда опирается на ассоциативно-образные представления о мире, принятые среди членов того или иного языкового сообщества.

**Метафора** (от др.-греч. μεταφορά – «перенос», «переносное значение») – слово или выражение, употребляемое в переносном значении, в основе которого лежит сравнение неназванного предмета с каким-либо другим на основании их общего признака.

Термин принадлежит *Аристотелю* и связан с его пониманием искусства как подражания жизни. Метафора *Аристотеля*, в сущности, почти неотличима от гиперболы (преувеличения), синекдохи, простого сравнения или олицетворения и уподобления.

Во всех случаях присутствует перенесение смысла с одного слова на другое.

В лексикологии – смысловая связь между значениями одного полисемантического слова, основана на наличии сходства (структурного, внешнего, функционального).

Метафора часто становится эстетической самоцелью и вытесняет первоначальное исходное значение слова. У В. Шекспира, например, часто важен не исходный житейский смысл высказывания, а его неожиданное метафорическое значение – новый смысл.

Это приводило в недоумение Л. Толстого, воспитанного на принципах аристотелевского реализма. Проще говоря, метафора не только отражает жизнь, но и творит её.

Например, Нос майора Ковалёва в генеральском мундире у Гоголя – это не только олицетворение, гипербола или сравнение, но и новый смысл, которого раньше не было.

Футуристы стремились не к правдоподобию метафоры, а к её максимальному удалению от изначального смысла.

В 1970-е годы появилась группа поэтов, начертавших на своём знамени «метафора в квадрате» или «метаметафора» (термин К. Кедрова).

Отличительной чертой метафоры является её постоянное участие в развитии языка, речи и культуры в целом. Это связано с формированием метафоры под воздействием современных источников знаний и информации, использованием метафоры в определении объектов технических достижений человечества.

В современной теории метафоры принято различать *диафору* (резкую, контрастную метафору) и *эпифору* (привычную, стертую метафору).

- *Резкая метафора* представляет собой метафору, сводящую далеко стоящие друг от друга понятия. Модель: начинка высказывания.

- *Стёртая метафора* – общепринятая метафора, фигуральный характер которой уже не ощущается. Модель: ножка стула.

- *Метафора-формула* близка к стёртой метафоре, но отличается от неё ещё большей стереотипностью и иногда невозможностью преобразования в нефигуральную конструкцию. Модель: червь сомнения.

- *Развёрнутая метафора* – это метафора, последовательно осуществляемая на протяжении большого фрагмента сообщения или всего сообщения в целом.

Модель: Книжный голод не проходит: продукты с книжного рынка всё чаще оказываются несвежими – их приходится выбрасывать, даже не попробовав.

- *Реализованная метафора* предполагает оперирование метафорическим выражением без учёта его фигурального характера, то есть так, как если бы метафора имела прямое значение. Результат реализации метафоры часто бывает комическим.

Модель: Я вышел из себя и вошёл в автобус.

Среди других тропов метафора занимает центральное место, так как позволяет создать ёмкие образы, основанные на ярких, неожиданных ассоциациях.

В основу метафор может быть положено сходство самых различных признаков предметов: цвета, формы, объёма, назначения, положения и т. д.

Согласно классификации *Н. Д. Арутюновой* метафоры разделяются на:

- *номинативные*, состоящие в замене одного дескриптивного значения другим и служащие источником омонимии;

- *образные метафоры*, служащие развитию фигуральных значений и синонимических средств языка;

- *когнитивные метафоры*, возникающие в результате сдвига в сочетаемости предикатных слов (переноса значения) и создающие полисемию;

- *генерализирующие метафоры* (конечный результат когнитивной метафоры), стирающие в лексическом значении слова границы между логическими порядками и стимулирующие возникновение логической полисемии.

Примеры метафор:

*floods of tears* – потоки слез;

*a storm of indignation* – шторм негодования;

*a shadow of a smile* – тень улыбки;

*pancake/ball* → *the sun* – блин/шар → солнце.

Подробнее рассмотрим метафоры, способствующие созданию образов.

В широком смысле термин «образ» означает отражение в сознании внешнего мира.

В художественном произведении образы – это воплощение мышления автора, его уникальное видение и яркое изображение картины мира.

Создание яркого образа основано на использовании сходства между двумя далекими друг от друга предметами, практически на своеобразном контрасте.

Чтобы сопоставление предметов или явлений было неожиданным, они должны быть достаточно непохожими друг на друга, и иногда сходство может быть совсем незначительным, незаметным, давая пищу для размышлений, а может отсутствовать вовсе.

Границы и структура образа могут быть практически любыми: образ может передаваться словом, словосочетанием, предложением, сверхфразовым единством, может занимать целую главу или охватывать композицию целого романа.

Однако существуют и другие взгляды на классификацию метафор.

К примеру, Дж. Лакофф и М. Джонсон выделяют два типа метафор, рассматриваемых относительно времени и пространства: *онтологические*, то есть метафоры, позволяющие видеть события, действия, эмоции, идеи как некую субстанцию (*the mind is an entity, the mind is a fragile thing*), и *ориентированные*, или *ориентационные*, то есть метафоры, не определяющие один концепт в терминах другого, но организующие всю систему концептов в отношении друг к другу (*happy is up, sad is down; conscious is up, unconscious is down*).

Дж. Лакофф в своей работе «*The Contemporary Theory of Metaphor*» говорит о способах создания метафоры и о составе данного средства художественной выразительности.

Метафора, по теории Дж. Лакоффа, является прозаическим или поэтическим выражением, где слово, являющееся концептом, используется в непрямом значении, чтобы выразить концепт, подобный данному. Дж. Лакофф пишет, что в прозаической или поэтической речи метафора лежит вне языка, в воображении, ссылаясь на М.Редди, его работу «*The Conduit Metaphor*», в которой он подмечает, что метафора лежит в самом языке, в повседневной речи, а не только в поэзии или прозе. Также М.Редди утверждает, что «говорящий помещает идеи (объекты) в слова и отправляет их слушающему, который извлекает идеи/объекты из слов». Эта идея находит отражение и в исследовании Дж. Лакоффа и М. Джонсона «*Метафоры, которыми мы живём*».

Метафорические понятия системны, «метафора не ограничивается одной лишь сферой языка, то есть сферой слов: сами процессы мышления человека в значительной степени метафоричны. Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют метафоры в понятийной системе человека».

Метафора часто рассматривается как один из способов точного отражения действительности в художественном плане. Однако И.Р. Гальперин говорит, что «это понятие точности весьма относительно. Именно метафора, создающая конкретный образ абстрактного понятия, даёт возможность разного толкования реальных сообщений».

Как только метафора была осознана, вычленена из ряда других языковых явлений и описана, сразу возник вопрос о её двоякой сущности: быть средством языка и поэтической фигурой. Первым, кто противопоставил поэтической метафоре языковую, был Ш. Балли, который показал всеобщую метафоричность языка.

Метафорические выражения являются реализацией концептуальных метафор.

Явление метафоризации обычно изучается на материале готовой лексики, а значит, зарегистрировано в словарях английского языка и, часто представлено ФЕ разного типа.



Метафора обычно определяется как скрытое сравнение, осуществляемое путем применения названия одного предмета к другому и выявляющее, таким образом какую-нибудь важную черту второго, например:

*eye of day* – дневное светило, солнце;

*the dogs of war* – ужасы войны, силы войны (часть Шекспировского выражения);

*to be true to one's salt* – служить своему хозяину верой и правдой;

*a dead dog* – ненужная, бесполезная вещь; человек, от которого нет пользы;

*a dirty dog* – дрянь, подлец, свинья.

Традиционными метафорами называют метафоры, общепринятые в какой-либо период или в каком-либо литературном направлении. Так, английские поэты, описывая внешность красавиц, пользовались такими традиционными, постоянными метафорическими эпитетами, как *pearly teeth, coral lips, ivory neck, hair of golden wire*.

Сравнение и метафору В. М. Мокиенко считает лингвистическим фактором создания образности. Общность сравнения и метафоры заключается в создании фразеологических ассоциаций на основе сходства предметов или явлений. Однако их разницу следует видеть, прежде всего, в выражении содержания.

Метафорический тип переосмысления является наиболее распространенным, много слов приобретает метафорическое значение, то же касается и словосочетаний.

В английском языке много выражений приобрело переносное значение, и употребляются при описании действий или обстоятельств, которые более или менее аналогичные тем, которые вызвали их к жизни

**Гиперболой** называется заведомое преувеличение, повышающее экспрессивность высказывания и сообщающее ему эмфатичность, например:

*like fury* (разг. усил.) – как безумный, отчаянно, неистово;

*fine and...* – очень, чрезвычайно, крайне;

*rare and...* – исключительно, крайне, очень, на редкость;

*as hell* – адски, дьявольски, чертовски, ужасно, до чертиков;

*make the best of one's way* – неистово, во весь опор;

*cost a pretty penny* – стоить уйму денег, обойтись в кругленькую сумму;

*good as gold* – чрезвычайно ценный, исключительный, на вес золота; порядочный;

*I have told you it a thousand times.* – Я говорил тебе это тысячу раз.

**Литота** подразумевает нарочитое преуменьшение и выражается отрицанием противоположного: *not bad = very good*. Нарочитое преуменьшение может принять форму обратной гиперболы (*we inched our way along the road*) или подчеркнутой умеренности выражения (*rather fine = very fine*).

*not to have a dry stitch on* – промокнуть до нитки, промокнуть насквозь;

*not a penny the worse* – не пострадав, быть в выгодном положении;

*a cat-sized horse* – лошадь размером с кошку.

*Her face isn't a bad one.* – У неё неплохое лицо (вместо «хороше» или «красивое»).

**Метонимия** – троп, основанный на ассоциации по смежности, в отличие от метафоры, основанной на ассоциации по сходству. Она состоит в том, что вместо названия одного предмета употребляется название другого, связанного с первым постоянной внутренней и внешней связью.

Эта связь может быть между

- предметом и материалом, из которого он сделан;
- местом и людьми, которые в нем находятся;
- процессом и его результатом;
- действием и инструментом и так далее.

*A big heart* – 1) благородный человек, человек большой души; 2) великодушие;  
*dear heart* – душа моя, сердце мое, милый, милая.

**Метонимия** – это перенос названия по смежности, а также само переносное значение, которое возникло благодаря такому переносу.

В отличие от переноса метафорического, который обязательно предполагает сходство предметов, действий, свойств, метонимия основана на соположении, смежности предметов, понятий, действий, ничем друг на друга не похожих.

Такие разные «предметы», как промышленное предприятие и работники этого предприятия, могут быть названы одним и тем же словом «завод» (ср.: «строится новый завод» и «завод выполнил план»); одним словом мы именуем страну, государство и правительство страны (ср.: «народ Франции» и «Франция заключила договор»).

В зависимости от того, какой именно смежностью связаны предметы (понятия), действия, различают метонимию *пространственную, временную и логическую*.

**Пространственная метонимия** основана на пространственном, физическом соположении предметов, явлений. Распространенный случай пространственной метонимии – перенос наименования помещения (части помещения), учреждения на людей, живущих, работающих в этом помещении, на этом предприятии.

(Например, «многоэтажный дом», «просторная изба», «огромный цех», «тесная редакция», «студенческое общежитие», где слова дом, изба, цех, редакция, общежитие использованы в прямом значении для именованя помещения, предприятия, и «весь дом вышел на субботник», «избы спали», «цех включился в соревнование», «вся редакция была «за», «общежитие погрузилось в сон», где те же слова, именуя людей, выступают в метонимическом значении. Пространственную метонимию представляют собой также примеры переноса названия сосуда, вместилища на его содержимое. Так, говоря «чайник уже закипает» «самовар клопочет», «сковорода шипит», мы имеем в виду не чайник, самовар, сковороду, а то, что налито в чайник, самовар, что жарится (тушится) на сковороде.

При **временной метонимии** предметы, явления смежные, «соприкасаются» во времени их существования, «появления». Такой метонимией является перенос названия действия (выраженного существительным) на результат – на то, что возникает в процессе действия. Например: «издание книги» (действие) – «роскошное, подарочное издание» (результат действия); «художника затрудняло изображение деталей» (действие) – «на скале высечены изображения зверей» (рисунки, а значит, результат действия).

Подобные метонимические переносные значения, появившиеся на основе временной смежности, имеют и слова

- вышивка («платье с вышивкой»);
- набор («иметь набор инструментов»);
- нарезка («нарезка стерлась»);
- перевод («сдать перевод вовремя»);
- переписка («включить в издание переписку писателя»);

- полировка («полировка поцарапана»);
- редакция («текст последней редакции повести»);
- резьба («украсить резьбой»);
- чеканка («коллекционировать грузинскую чеканку»);
- шитье («древнерусское шитье») и многие другие.

Очень распространена **метонимия логическая**:

- перенос названия сосуда, емкости на объем того, что содержится в сосуде, емкости. Ср. "разбить чашку, тарелку, рюмку, кувшин", "потерять ложку", "закоптить кастрюлю", "завязать мешок", где слова чашка, тарелка, рюмка, кувшин, ложка, кастрюля, мешок употреблены в прямом значении как названия вместительности, и "попробовать ложку варенья", "выпить две чашки (чая)", "съесть целую тарелку каши (кастрюлю супа)", "израсходовать мешок картошки", где те же слова имеют переносное метонимическое значение, называя объем, количество соответствующего вещества, содержимого;

- перенос названия вещества, материала на изделие из него: "выставка фарфора", "выиграли золото, бронзу" (золотую, бронзовую медали), "собирать керамику", "передавать нужные бумаги" (документы), "разбить стекло", "писать акварели", "полотно кисти Левитана" ("холст Сурикова"), "ходить в капроне, в мехах" и т.д.;

- перенос имени автора, создателя чего-либо на его творение: "любить Левитана" (картины Левитана), "перечитывать Гоголя", "пользоваться Ушаковым" (словарем под редакцией *Д.Н. Ушакова*) и т.д.;

- перенос названия действия на вещество (предмет) или на людей, с помощью которых осуществляется это действие; например: замазка, пропитка (вещество, которым производят замазку), защита, (группа людей, осуществляющих защиту, нападение, смену);

- перенос названия действия на место, где оно происходит; например: вход, выход, объезд, остановка, переход, поворот, проход, переправа (место входа, выхода, объезда, остановки, перехода, поворота, прохода, переправы, т.е. место совершения этих действий);

- перенос названия свойства, качества на то или того, что или кто обнаруживает, имеет это свойство, качество. (ср.: "бестактность, грубость слов", "глупость человека", "бездарность проекта", "нетактичность поведения", "колкость реплик", "банальность замечания"); (выделенные слова обозначают отвлеченное свойство, качество) и "совершить бестактность" (бестактный поступок), "говорить грубости, глупости" (грубые, глупые слова, фразы), "его окружают бездарности" (бездарные люди), "допустить нетактичность" (нетактичный поступок или нетактичное замечание), "позволять себе колкости" (колкие слова, замечания), "произносить банальности" (банальные слова, фразы), "все они таланты, все они поэты";

- перенос названия географического пункта, местности на то, что в них производится (ср. цинандали, саперави, гавана, гель).

Смежность предметов, понятий может вызвать и перенос наименования признака, выраженного прилагательным. Так, многие качественные прилагательные кроме прямого значения "обладающий каким-то качеством", относящегося непосредственно к живому существу (ср. "глупый человек", "коварный враг", "смелый наездник", "умная женщина"), имеют и переносные, метонимические значения.

Иллюстрацией употребления прилагательного в метонимическом значении может служить такое сочетание, как "глупая физиономия" (физиономия глупого человека).

Смежность предметов "человек" и "физиономия" послужила основанием для переноса признака глупый с человека на физиономию как бы в результате сокращения сочетания: "физиономия глупого человека" – "глупая физиономия".

Примеры метонимического употребления можно привести и для других качественных прилагательных: "коварная улыбка" (улыбка коварного человека), "смелый ответ, поступок" (ответ, поступок смелого человека), "умный совет" (совет умного человека).

Аналогичным образом вследствие переноса определения на основании смежности предметов, появились метонимические значения у прилагательных лазурный – "лазурное утро" (утро с ясным лазурным небом), сумасшедший – "сумасшедший дом" (дом для сумасшедших людей). Метонимическое значение у прилагательных может появиться и иначе, не путем переноса определения. Рассмотрим прилагательные в таких сочетаниях, как "весенние каникулы" (каникулы, бывающие весной), "дорожный костюм" (костюм, предназначенный для дороги); "зимняя спячка" (спячка, в которую впадают зимой), "печальная встреча"\* (встреча, вызывающая печаль).

Об этих прилагательных нельзя сказать, что в приведенных сочетаниях они являются определением, перенесенным с одного смежного предмета на другой, поскольку совершенно очевидно, что такие сочетания не есть сокращение сочетаний "каникулы весенних дней", "костюм дорожного времени", "спячка зимней поры", "встреча печальных людей" или т.п. (подобные сочетания реально явно не существуют).

Поэтому о прилагательных "весенний, дорожный, зимний", многих других (ср. желудевый в сочетании "желудевый кофе", золотой в "золотые очки", "золотой перстень").

Можно сказать, что эти прилагательные в метонимическом значении возникли как бы заново, вторично (по сравнению с теми же прилагательными в их прямых значениях) от того существительного, называющего один из смежных предметов, от которого в свое время образовалось прямое значение. [ср.: "весенние каникулы" – каникулы, бывающие весной (разрядкой выделены смежные предметы, понятия), "дорожный костюм" (костюм, предназначенный для дороги), "желудевый кофе" (кофе, приготовленный из желудей)].

Наконец, есть и еще один довольно своеобразный тип образования переносного, метонимического значения прилагательных (качественных). Обратимся сначала опять к примеру. Есть у *М. Зощенко* рассказ "Слабая тара".

Слабый в этом названии – не "выполненный слабыми руками или слабым человеком", слабый здесь – "такой, который слабо затянут, скреплен." То есть прилагательное "слабый" оказывается связанным не с существительным, а с наречием ("слабо").

А если говорить о смежности, то она обнаруживается между понятиями, одно из которых выражено существительным (в приведенном примере это "тара"), другое – глаголом или причастием (в нашем примере это "затянут", "скреплен").

Аналогичным путем образовались такие характерные для языка современной газеты сочетания, как "быстрая вода", "быстрая дорожка", "быстрая трасса", "быстрые маршруты" (где "быстрый" – "такой, по которому можно быстро проплыть, пробежать, проехать"), "быстрые секунды" (быстрый здесь – "такой, который показывает быстро бегущий, плывущий спортсмен"). И в этих случаях очевидна смежность понятий, выраженных существительным ("вода", "дорожка", "секунда"), с одной стороны, и глаголом или причастием – с другой ("проплыть", "пробежать", "показывает"), а прилагательное "быстрый" в метонимическом значении явно связано своим образованием с наречием.

*Метонимический перенос* наименования свойственен и глаголам, основанный на смежности предметов [ср.: "выколотить ковер" (ковер вбирает в себя пыль, которую и выколачивают), "вылить статую" (выливают металл, из которого получается статуя)].

Другие примеры: "кипятить белье", "ковать меч (гвозди)", "нанизать ожерелье" (из бисера, ракушек), "намести сугроб"].

*Метонимическое значение* может возникать и благодаря смежности действий.

Например: "магазин открывается (начинается торговля) в 8 часов" (открытие дверей служит сигналом начала работы магазина).

Как и метафоры, метонимии различны по степени распространенности и выразительности.:

- *общеязыковые невыразительные;*
- *общепэтические (общелитературные) выразительные;*
- *общегазетные выразительные;*
- *индивидуальные (авторские) выразительные.*

*Общеязыковыми* являются *метонимии*: литье, серебро, фарфор, хрусталь (в значении "изделия"), работа (то, что сделано), замазка, пропитка (вещество), защита, нападение, завод, фабрика, смена (когда этими словами называют людей), вход, выход, переезд, переправа, поворот (в значении место действия), лисий, норковый, заячий, беличий и т.п. (как признак, изделия) и многое другое. Как и общеязыковые метафоры, метонимии сами по себе абсолютно невыразительны, подчас не воспринимаются как переносные значения.

*Общепэтические (общелитературные) выразительные метонимии* – это лазурь (о безоблачном голубом небе): "Последняя туча рассеянной бури! Одна ты несешься по ясной лазури"; "Под мирной лазурью, на светлом холму стоит и растет одинока".

Прозрачный: "Был солнечный, прозрачный и холодный день"; "В прозрачном холоде заголубели доли"; свинец: "Невольник чести беспощадной, вблизи видал он свой конец. На поединках твердый, хладный, /Встречая гибельный свинец"; "Из чьей руки свинец смертельный / Поэту сердце растерзал..?"; синий: "Пусть порой мне шепчет синий вечер, что была ты песня и мечта"; "Толпы нищих – и те разомлели в такой синий день на паперти под колокольный звон"; юность: "Пусть юность растет весело, беспечно и счастливо, пусть будет у нее одна забота: учиться и развивать в себе творческие силы"; "Перед ним сидела юность, немножко грубая, прямолинейная, какая-то обидно нехитрая" и т.д.

К *общегазетным метонимиям* можно отнести такие слова, как "белый" (ср. "белая страда", "белая олимпиада"), быстрый ("быстрая дорожка", "быстрая вода", "быстрые секунды"), зеленый ("зеленый патруль", "зеленая жатва"), золотой (ср. "золотой прыжок", "золотой полет", "золотой клинок", где золотой – "такой, который оценен золотой медалью", или "такой, с помощью которого завоевана золотая медаль").

Примеры *индивидуальных (авторских) метонимий*: "Только тройка мчит со звоном в снежно-белом забытьи"; "Тихой сказкой усыплю, Сказку сонную скажу"; "И в бриллиантовых мечтах даже покойница теща показала ему милее"; "Среди зеленой тишины нахлынувшего лета не все вопросы решены. Не все даны ответы" (Ас.); "Из прохладной деревянной чистоты дома нехотя вышли мы на улицу"; "Ведь ихнее меню в рот не взять"; "И странный стебель, что до плеч в травинку трубчатую вложен ...со свистом шелковым извлечь"; "Соседей наших клавиши сердили"; "Уходит двадцать пятый в бой. Шагнул в огонь двадцать шестой".

**Концептуальные метонимии**, как и метафоры, структурируют не только язык, но и наше восприятие, отношение, мысли и действия, их «корни – в нашем опыте».

Основа концептуальных метонимий зачастую оказывается более прозрачной, чем основа значения некоторых метафорических концептов, поскольку обычно в ней отражены наши физические, произвольные ассоциации. **Символ**, как основа фразеологической номинации, передает общие идеи, имеющие широкую соотнесенность.

В отличие от метафоры, символ создается за счет фоновых знаний и определяется социальными, национальными, культурологическими, религиозными и другими факторами.

**Концептуальная интеграция**, лежащая, по мнению Ж. Фоконье и М. Тернера, в основе всех когнитивных процессов, применяется к очень широкому спектру явлений – от грамматических конструкций, фразеологизмов и метафор до дизайна, живописи, музыки, математики, социальных явлений и даже теории эволюции.

По их мнению, языковое значение строится не из готовых стереотипных когнитивных моделей, а из структур знаний, возникающих в режиме реального времени.

Метафора и метонимия, как основа образования фразеологического значения, являются одним из частных проявлений концептуальной интеграции.

Метафорический (метонимический) бленд представляет совершенно новую самостоятельную структуру. При этом в значении ФЕ, являющихся результатом метафоризации или метонимизации, некоторые элементы исходного пространства подавляются, а другие выдвигаются на первый план, становятся основным значением ФЕ.

Кроме того, за любой ФЕ стоит своя абстрактная концептуальная структура – **фрейм**, в которой аккумулируются знания человека о мире и образование значения ФЕ связано с целым комплексом преобразований в концептуальных структурах.

Составляющие фрейма представлены в виде слотов, которые могут быть заполнены различными в каждом конкретном случае данными. На основе концептуальных преобразований во фреймах и слотах происходит формирование нового значения идиомы.

**Синекдоха** – это разновидность метонимии, состоящая в замене одного названия другим по признаку портативного количественного отношения между ними.

Примеры: «Покупатель выбирает качественные продукты».

Слово «Покупатель» заменяет всё множество возможных покупателей.

«Красная Шапочка» замещает образ «девочка в красной шапочке».

Синекдоха – это стилистический прием, обозначающий употребление слова в переносном значении, когда предмет или группа предметов обозначается через наиболее заметную часть этого предмета (лат. «часть взамен целого»): «белый воротничок» – работник умственного труда. Частым случаем употребления синекдохи в русском языке является обозначение целого ряда идентичных предметов этим предметом в единственном числе: «Сегодняшний выпускник уже не желает работать только за опыт, он претендует на достойную оплату труда» (выпускники в целом).

Например, название целого заменяется названием его части, общее – названием частного, множественное число единственным и на оборот: насекомое залетело (могло любое); орудие выстрелило (тоже любое); сто голов скота (туда может входить и разный скот); в роте осталось 10 штыков (конечно не самих голых штыков); еда стоит на столе (разная). Все эти примеры – синекдоха, проще – обобщение.

Таким распространенным в поэзии типом синекдохи является употребление слов *ear* и *eye* в единственном числе: *bow down one's ear to smb.* – благосклонно внимать кому-либо. Синекдоха иногда рассматривается как разновидность метонимии.

Не мало случаев, где трудно дифференцировать оба эти тропа.

Одно и то же выражение определяется одним и тем же автором то как синекдоха, то как метонимия в зависимости от точки зрения на него. Так, пушкинское «Все флаги в гости будут к нам» трактуется в одной статье и как синекдоха: флаги, вместо корабли, и как метонимия: флаги вместо «купцы разных стран. Обычно в синекдохе употребляется:

- Единственное число вместо множественного: «Всё спит – *и человек, и зверь, и птица*»;
- Множественное число вместо единственного: «Мы все глядим в *Наполеонь*». (Пушкин);
- Часть вместо целого: «Имеете ли вы в чём-нибудь нужду? – *В крыше* для моего семейства». (Герцен);
- Целое вместо части: «Разнонаправленно открылась *Япония*». (Биржевые новости) (вместо: *акции на Токийской бирже*); «*Германия избежала поражения в матче с Австралией*». (Спорт) (вместо: *сборная Германии по футболу*);
- Родовое название вместо видового: «Ну что ж, садись, *светило*». (Маяковский) (вместо: *солнце*);
- Видовое название вместо родового: «Пуще всего береги *копейку*». (Гоголь) (вместо: *деньги*).

Многие классические художественные произведения наполняются литературными приёмами с целью сделать текст более ярким, красочным, выразительным и легко читаемым.

Предложения с синекдохой встречаются не только в поэтической, но и в прозаической речи. Существуют наиболее популярные тропы, используемые практически каждым автором.

К таковым речевым оборотам относятся:

- «родной кров» и «очаг» вместо слова «дом»;
- «парус» вместо слов «лодка, корабль»;
- «волна» вместо слов «море, океан».

Часто используется отличительная черта человека для обозначения его целиком.

Например, у Гоголя в «Мертвых душах» есть фраза: «*Эй, борода! А как проехать отсюда к Плюшкину?*» Разумеется, персонаж, окликающий «бороду», обращается вовсе не к этой части человека, но к её обладателю.

В первую очередь все тропы используются в художественной литературе, будь то рассказ или роман, стихотворение или эссе. В устной речи синекдоха также может употребляться. Иногда она уместна и в публицистике, но перебарщивать с ней в данном жанре не желательно. Нельзя использовать этот литературный троп в научной речи.

К сожалению, понимание синекдохи у современных людей усложняется узостью мышления и отсутствием воображения, поэтому изучение хороших классических произведений может помочь юным читателям понять глубину и мощь родного языка, его богатство и стилистическое разнообразие.

At last he was seen sighted like the first sail of the Armada – первая ласточка.

Метонимия, как и синекдоха, послужила основой образования многочисленных ФЕ: (*under one's roof* – в гостях; *not to lift a foot* – и пальцем не пошевелить; *to one's finger-ends* – до кончиков ногтей). Метонимия используется с целью придать описанию выразительность; дает писателю возможность выразить свое отношение к объекту.



**Антономазия** (*antonomasia*) – вид метонимии. Вместо собственного имени ставится описательное выражение. The Iron Lady – Железная леди; Casanova – Казанова; Mr. All-Know – Мистер всезнающий.

Термином «антономазия» называется особое использование собственных имен: переход собственных имен в нарицательные (Дон-Жуан), превращение слова, раскрывающего суть характера, в собственное имя персонажа, как в комедиях Р. Щеридана, или замена собственного имени названием связанного с данным лицом события или предмета.

Например: Joe Bloggs (*тж. Joe Doakes, Joe Blow*) – заурядный, обычный человек; средний американец;

A Jimmy Woodser – человек, пьющий в одиночку;

Good-time Charlie – гуляка, повеса, прожигатель жизни;

Sally Lunn – сладкая булочка (по имени женщины кондитера, жившей в конце XVIII в.).

**Инверсия** (*inversion*) – полное или частичное изменение прямого порядка слов в предложении. Инверсия налагает логическое напряжение и создаёт эмоциональную окраску. Rude am I in my speech. – Грубый я в своей речи.

**Повторение** (*repetition*) – выразительное средство, используемое говорящим в состоянии эмоционального напряжения, стресса. Выражается в повторении смысловых слов. Stop! Don't tell me! I don't want to hear this! I don't want to hear what you've come for. – Прекрати! Не говори мне! Я не хочу слышать этого! Я не хочу слышать то, для чего ты вернулся.

**Анадиплосис** (*anadiplosis*) – использование последних слов предыдущего предложения в качестве начальных слов следующего. I was climbing the tower and the stairs were trembling. And the stairs were trembling under my feet. Я на башню всходил, и дрожали ступени. – И дрожали ступени под ногой у меня.

**Эпифора** (*epiphora*) – использование одного и того же слова или группы слов в конце каждого из нескольких предложений. Strength is given to me by fate. Luck is given to me by fate. And failures are given by fate. Everything in this world is given by fate. – Силы даны мне судьбой. Удача дана мне судьбой. И неудача дана мне судьбой. Всё в мире вершится судьбой.

**Анафора** (*anaphora*) – *Единоначатие* повторение звуков, слов или групп слов в начале каждого речевого отрывка.

What the hammer? What the chain? – Чей был молот, цепи чьи?

In what furnace was thy brain? – Чтоб скрепить мечты твои?

What the anvil? What dread grasp? – Кто взметнул твой быстрый взмах?

Dare its deadly terrors clasp? – Ухватил смертельный страх? («The Tiger» by William Blake. Перевод Бальмонта)

**Полисиндетон** (*polysyndeton*) – *Многосоюзие* намеренное увеличение количества союзов в предложении обычно между однородными членами. Данный стилистический приём подчеркивает значимость каждого слова и усиливает выразительность речи.

I will either go to the party or study up or watch TV or sleep. – Я или пойду на вечеринку или буду готовиться к экзамену или буду смотреть телевизор или лягу спать.

**Антитеза** (*antithesis / contraposition*) – *Противопоставление*. Сопоставление противоположных по смыслу образов и понятий либо эмоций, чувств и переживаний героя или автора.

Youth is lovely, age is lonely, youth is fiery, age is frosty. – Молодость прекрасна, старость одинока, молодость пламенна, старость морозна. Важно: Антитеза и антитезис – два разных понятия, но в английском языке обозначаются одним и тем же словом *antithesis*.

Тезис – это суждение выдвинутое человеком, которое он доказывает в каком-либо рассуждении, а антитезис – суждение противоположное тезису.

**Эллипсис** (*ellipsis*) – намеренный пропуск слов, не влияющих на смысл высказывания. Some people go to priests; others to poetry; I to my friends. – Одни люди идут к священникам, другие – к поэзии, я – к друзьям.

**Апозиопезис** (*aposiopesis*) – внезапная остановка в речи, делающая ее незаконченной; прерывание одного предложения и начало нового. I if only could I ... But now is not the time to tell it. Если бы я только мог, я ... – Но сейчас не время об этом говорить (вместо многоточия в английском языке может употребляться тире).

**Риторический вопрос** (*rhetoric/rhetorical questions*) – вопрос, на который не требуется ответа, так как он уже заранее известен. Риторический вопрос используется для усиления смысла высказывания, для придания ему большей значимости.

Have you just said something? – Ты что-то сказал? (Как вопрос, задаваемый человеком, который не расслышал слов другого).

Данный вопрос задается не для того, чтобы узнать сказал ли что-то человек вообще или нет, так как это итак известно, но с целью узнать что именно он сказал.

**Каламбур** (*pun*) – *Игра слов*; шутки и загадки, содержащие игру слов.

What is the difference between a schoolmaster and an engine-driver? (One trains the mind and the other minds the train.) – В чём разница между педагогом и машинистом? (Один ведёт наши умы, другой умеет водить поезд).

**Междометие** (*interjection*) – слово, которое служит для выражения чувств, ощущений, душевных состояний и др., но не называет их.

O! Oh! Ah! – O! Ax! Ой! Ох! Aha!(Aga!) Pooh! –Тьфу! Уф! фу!

Gosh! – Черт возьми! О черт! Hush! – Тише! Тс! Цыц! Fine! – Хорошо!

Yah! – Да ну? Gracious Me! Gracious! – Батюшки!

Christ! Jesus! Jesus Christ! Good gracious! Goodness gracious! Good heavens! Oh my god! – (Господи! Боже мой!

**Клише** (*cliche*) – *Штамп* – выражение, которое стало банальным и избитым.

Live and learn. – Век живи – век учись.

**Иронией** называется выражение предмета путем употребления слова в значении, прямо противоположном его основному значению, притворное восхваление, за которым в действительности стоит порицание. Противоположность коннотации состоит в перемене оценочного компонента с положительного на отрицательный, ласковой эмоции на издевку в употреблении слов с поэтической окраской по отношению к предметам тривиальным и пошлым, чтобы показать их ничтожество, например:

*The Big Daddy* – важная персона, важная птица, «шишка»; важнейшая вещь, самый большой предмет, самое большое животное;

*Where's the fire?* – Что вы торопитесь как на пожар?;

*There's nothing like leather.* – Всяк свое хвалит.

Ирония – стилистический приём, где содержание высказывания несёт в себе смысл отличный от прямого значения этого высказывания.

Главная цель иронии состоит в том, чтобы вызвать юмористическое отношение читателя к описываемым фактам и явлениям: *She turned with the sweet smile of an alligator.* – Она повернулась со сладкой улыбкой аллигатора. Но ирония не всегда бывает смешной, она может быть жестокой и оскорбительной: *How clever you are!* – Ты такой умный! (Подразумевается обратное значение – глупый.)

**Олицетворением** называется троп, который состоит в перенесении свойств человека на отвлеченные понятия и неодушевленные предметы, что проявляется в валентности, характерной для существительных – названий лица. Это значит, что слова, так употребленные, могут заменяться местоимениями *he* и *she*, употребляться в форме притяжательного падежа и сочетаться с глаголами речи, мышления, желания и другими обозначениями действий и состояний, свойственных людям.

Иногда олицетворение маркируется заглавной буквой, например: *laws catch flies, but let hornets go free* (мж. *Laws are like cob-webs which may catch small flies, but let wasps and hornets break through*) – «закон что паутина – шмель проскочит, а муха увязнет»;

*love lives in cottages as well as in courts* – «любовь живет в лачугах так же, как и во дворцах»; *love will creep where it may not go* – для любви нет преград, любовь все побеждает.

**Аллегория** – выражение отвлеченной идеи в развернутом художественном образе с развитием ситуации и сюжета. Особенно известным примером аллегории в английской литературе является религиозно-дидактическое произведение Дж. Бэньяна «Путь паломника», в мировой литературе – «Божественная комедия» Данте.

Примером аллегории могут служить также басни и сказки, где животные, явления природы или предметы наделяются человеческими свойствами и попадают в ситуации, символизирующие разные жизненные положения.

**Перифраз** – художественное описание, замена слова или выражения на более новое, актуальное словосочетание или предложение. Перифраз используется для того, чтобы создать уникальный образ героя, его характеристику и настроение, для образа живых существ, природы. Перифраз – троп, состоящий в замене названия предмета описательным оборотом с указанием его существенных, характерных признаков, а именно:

*a drug in the market.* – 1) неходкий товар, товар на который нет спроса, залежалый товар; 2) человек, который не может найти применение своим способностям;

*tailor's dummy* – франт, пижон;

*the long green* – доллары, деньги.

Понятный перифраз – языковое синонимичное выражение в силу обиходности.

*an affair of honor* – дуэль;

*gentlemen of the long robe* – юристы;

Перифраз повышает выразительность – обычно в юморе, сатире и пародии.

*a strange specimen of human race* – таксист.

Иногда перифраз выражает возвышенность.

*that punctual servant of all work* – сонце.

Понимание смыслового и образного перифраза требует особого знания.

Логический перифраз: *the author of Hamlet; the swan of Avon* – В. Шекспир.

Образный перифраз сродни метафоре как словосочетание со значением одного понятия.

Однако его иносказательное описание не предполагает прямую схожесть и часто требует разъяснения. Примеры перифраз и их перевод.

- Gangartuan soldier named Dahoud picked Ploy by the head and scrutinized this convulsion dungarees and despair whose feet thrashed a yard above the deck. – Гигантскому солдату по имени Даход пришла в голову идея, осмотреть бьющиеся в иступлении конечности (ноги человеческие), с безысходностью и осторожностью смотрел он на судороги. Метонимический тип перифраза.

- His face was red, the back of his neck overflowed his collar and there had recently been published a second edition of his chin. – Лицо его имело красный оттенок, над воротником тяжело нависал второй подбородок. Эвфемистический перифраз.

- «But Pickwick, gentlemen, Pickwick, this ruthless destroyer of, this domestic oasis in the desert of Goswell Street!» – «Но Пиквик, господа, господин Пиквик – безжалостный разрушитель домашнего оазиса пустынной улицы Госвель!» Метафорический тип перифраза (С. Dickens).

- He would make some money and then he would come back and marry his dream from Blackwood. – Он мог бы скопить денег, вернуться и осуществить свою мечту – взять в жены девушку из Блеквуд. Аллюзивный тип перифраза.

- The villages were full of women who did nothing but fight against, dirt and hunger and repair the effects of friction on clothes. – Деревни были переполнены женщинами, которые толком ничем не занимались, только дрались и спорили друг с другом, голодали, штопали, латали свои лохмотья (приводили в порядок свою одежду). Аллюзивный тип перифраза.

- The habit of saluting the dawn with a bend of the elbow was a hangover from college fraternity days. – Привычка встречать рассвет с друзьями пьяными, появилась еще с дней братства в колледже. Эвфемистический перифраз (Joan Barth).

- I took my obedient feet away from him. – 1) Я убежал от него на моих крепких ногах. 2) Я забрал у него свои послушные ножки (ножницы). Псевдообъяснение.

- I got away on my hot adolescent feet as quickly as I could. – Улепетывал так быстро, как мог на своих молодых быстрых ногах. Метонимический тип перифраза.

- I am thinking an unmentionable thing about your mother. – Я много думаю о вашей матери, то о чем я думаю очень неприлично. Псевдообъяснение.

- Jean nodded without turning and slid between two vermilion-coloured buses so that two drivers simultaneously used the same qualitative word. – Джейн кивнул, не оборачиваясь, скользнул между двумя автобусами, выкрашенными в матово-красный цвет. Именно по этому, у двух водителей с уст сорвалась одна и та же характерная реплика (матерились водители). Эвфемистический перифраз.

- During the previous winter I had become rather seriously ill with one of those carefully named difficulties which are the whispers of approaching age. – В прошлую зиму, я до некоторой степени захандрил одной из той аккуратно называемой проблемой, которая по слухам приближается с годами. Псевдообъяснение.

- When I saw him again, there were silver dollars weighing down his eyes. – Когда я видел его снова, он был ужасно угнетен. Метафорический тип перифраза (Paul Case).

- A child had appeared among the palms, about a hundred yards along the beach. He was a boy of perhaps six years, sturdy and fair, his clothes torn, his face covered with a sticky mess of fruit.

His trousers had been lowered for an obvious purpose and had only been pulled back half-way. – Около пальм появился ребенок, в ста метрах от пляжа. Это был мальчик лет пяти, крепкий и белокурый в порванной одежде, лицо его было липким от фруктов. Он только успел надеть наполовину свои недавно спущенные штанишки. Аллюзивный тип перифраза

▪ She was still fat after childbirth; the destroyer of her figure sat at the head of the table. – Она все еще оставалась полной после родов, разрушитель ее фигуры сидел во главе стола. Аллюзивный тип перифраза.

▪ His huge leather chairs were kind to the femurs. Его большие кожаные кресла были такими комфортными. Метонимический тип перифраза.

Необходимо подчеркнуть, что поскольку материалом литературного произведения является язык, а лексическая система языка уже сама по себе содержит образность, то в литературном произведении образность создается взаимодействием узуальной и контекстуальной образности слов. Метафоры, метонимии и синекдохи являются чисто лексическими выразительными средствами.

**Эпитет** – троп лексико-синтаксический, поскольку он выполняет функцию определения (*a silvery laugh*), обстоятельства (*to smile cuttingly*), обращения (*my sweet!*).

Он отличается необязательно переносным характером выражающего его слова и обязательным наличием в нем эмотивных или экспрессивных и других коннотаций, благодаря которым выражается отношение автора к предмету.

*evil eye* – 1) дурной глаз; 2) недоброжелательный взгляд;

*the bird of Jove* – орел;

*the black magic* – черная магия (по средневековым суеверным представлениям, чародейство с помощью «адских сил», дьявола;

*white magic* – белая магия (по средневековым мистическим представлениям, чародейство с помощью «небесных сил», ангелов);

*green room* – артистическая (стены артистических уборных были зеленого цвета).

Эпитет – определение при слове, выражающее авторское восприятие:

*silvery laugh* – серебристый смех;

*a thrilling tale* – волнующий/захватывающий рассказ;

*a sharp smile* – острая улыбка.

Эпитет всегда обладает эмоциональным оттенком. Он характеризует объект определённым артистическим способом, раскрывает его особенности.

*a wooden table* (деревянный стол) – лишь описание, выражающееся в указании на материал, из которого сделан стол;

*a penetrating look* – (проникающий взгляд) – эпитет.

Свойство быть эпитетом возникает в слове только в сочетании с названием предмета или явления, которые он определяет. Особенно часто в функции эпитетов выступают имена прилагательные и причастия.

Несмотря на то, что термин «эпитет» является одним из самых древних терминов стилистики, а может быть, именно поэтому, единства в его определении нет.

В.М. Жирмунский, разграничивая эпитет в широком и узком смысле слова, понимает под первым всякое определение, выделяющее в понятии существенный признак, а под эпитетом в узком смысле слова – определение, которое не вводит нового признака, а повторяет признак, уже заключенный в той или иной степени в определяемом слове.

Существует несколько разновидностей эпитета применительно к народной поэзии, где теория и терминология эпитетов наиболее подробно разработаны.

Различают *постоянные эпитеты* (conversational or standing epithet): *green wood, lady gay, fair lady, fair England, salt sea, salt tears, true love*.

**Постоянный эпитет** может быть *тавтологическим*, – указывать на необходимый для данного предмета признак: *soft pillow, green wood*, или *оценочным*: *bony boy, bonnie young page, bonnie ship или false steward, proud porter*, или, наконец, *описательным*: *silk napkin, silver cups, long tables*.

Экспрессивность эпитета повышается благодаря взаимодействию с другими стилистическими средствами, за счет создания цепочки эпитетов, помещения в постпозицию, смещения и переподчинения, голофразиса, специальной метафорической атрибутивной конструкции с переподчинением и другими способами.

**Оксюморон** (оксиморон) – троп – соединение двух контрастных по значению слов (с антонимичными семами), раскрывающий противоречивость описываемого: это создание противоречия путем сочетания слов с противоположным значением.

*The suffering was sweet!* – Страдание было сладким!

*A Fool's paradise* – нереальный мир, мир иллюзий, призрачное счастье;

*two negatives make an affirmative* – два отрицания соответствуют утверждению.

Употребление этой формы в тексте оказывается для читателя значимым, поскольку он сравнивает с употреблением других форм во встречающихся ему текстах.

Оксюморон и метафору относят к классу полуотмеченных структур.

В разговорных оксюморонах типа *terribly smart, awfully beautiful* семантическое согласование может полностью отсутствовать, поскольку первый компонент вообще утратил лексическое денотативное значение, сохраняя и усиливая коннотацию экспрессивности.

**Зевзма** (*zeugma*) – опускание повторяющихся слов в однотипных синтаксических конструкциях для достижения юмористического эффекта.

*She lost her bag and mind.* – Она потеряла свою сумку и рассудок.

Художественный текст характеризуется сложными коррелятивными связями, благодаря которым осмысленными становятся сочетания, которые в изоляции кажутся совершенно лишены смысла. К фразеологизмам высокого стилистического тона относятся *поэтизмы, архаизмы, варваризмы, иностранные, книжные слова*.

**Поэтизмы** определяют как устойчивые обороты, употребляющиеся преимущественно в языке поэзии. Учитывая функциональные и стилистические особенности поэтизмов, их следовало бы рассматривать наряду с терминами как фразеологизмы, имеющие только функционально-стилистическое значение и определенную сферу употребления.

Единственным признаком, который объединяет всю эту группу, является тот факт, что они в XVII-XVIII веках употреблялись в поэзии как синонимы нейтральных слов:

*enough to make the angels weep* – невольно слезы наворачиваются, хоть кого заставить расплакаться («Measure for Measure»);

*laugh like little Audrey* – «смеяться как малышка Одри», от души смеяться (находясь в тяжелом положении) – лицо в комедии В.Шекспира «Как вам это понравится?»;

*carry authority* – быть влиятельным, пользоваться авторитетом («King Henry VIII»);

*chronicle small beer* – заниматься пустяками («Othello»);

*get (have) the key of the street* – быть выставленным за дверь на ночь глядя, остаться ночью без крова, без ночлега (Ch. Dickens, «Pickwick Papers»);

*a lady in the case* – в этом деле замешана женщина (английский поэт и драматург Дж. Геам (1685-1732)). По своему составу поэтизмы весьма разнородны – сюда входят

- *архаизмы*: *affright – alarm, coil – distur-bance, commix – to mix, delve – to dig*;
- *архаические формы слов*: *betwixt/ between, vale/valley, quoth/said, adown/down*;;
- *историзмы*: *argosi – large merchant ship, casque – helmet*;
- *чистые поэтизмы*: *Albion, alien, anarch, babe, brine* и др.
- *второстепенные лексико-семантические варианты слов*: *adore – to worship as a deity, delicate – delightfull, depart – to go away*.

Некоторые авторы к архаизмам относят устаревшие фразеологизмы, особенно архаизмы, архаические формы и историзмы, которые все вместе противопоставляются неологизмам. Устаревшие ФЕ, архаизмы, архаические формы и историзмы объединяются в одну группу искусственно, потому что при таком объединении смешиваются два разных понятия – старение формы и денотата, который выражается данной формой:

*knight of the Round Table* – рыцарь Круглого стола (легендарного короля Артура);

*the New Learning* – культура эпохи Возрождения (в Англии XVI в.);

*the squaw campaign* – «война с женщинами» (о карательных экспедициях против индейского гражданского населения);

*angry young man* – «сердитые молодые люди» (об английских молодых писателях 50-х годов XX столетия, критиковавших буржуазное общество), термин возник в связи с постановкой в 1956 году пьесы Дж. Осборна «Оглянись во гневе» («Look Back in Anger»);

*the bloody chasm* – непримиримая вражда между Севером и Югом (в результате гражданской войны 1861-1865 гг.);

*grandfather clause* – «пункт о предках»;

*a blue coat* – солдат армии северян во время гражданской войны 1861-1865 гг.

**Неологизмы**, или устойчивые обороты, возникшие для обозначения новых понятий, по своему характеру также неоднородны, и эта неоднородность обусловлена различием новизны формы фразеологизма и денотата, который воплощен в данную форму. Исходя из этого, неологизмы можно подразделить на:

- *лексические* – ФЕ, которые обозначают новые понятия или новые объекты:

*free for all ( free-for-all)* – всеобщая драка, свалка, потасовка;

*go-go fund* – инвестиционный фонд для рискованных спекуляций на фондовой бирже;

*press-button war* – «кнопочная» война;

▪ *стилистические* – новые фразеологизмы или новые значения старых устойчивых оборотов, которые обозначают уже существующие понятия и объекты (*напряженка, застойная спячка, врубиться/вырубиться, колеса – наркотики, wimp, ageism, off-the wall – absurdly or amusingly eccentric*).

Историзмы противопоставляются неологизмам как старые ФЕ, обозначающие устаревшие или несуществующие понятия, обозначающим новые понятия. Историзмы и лексические неологизмы, как правило, не имеют синонимов и, следовательно, не образуют стилистических парадигм и не имеют стилистического значения:

*the blanket code* – закон президента Рузвельта Ф.Д., регулирующий зарплату и продолжительность рабочего дня во всех отраслях промышленности;



*a fair deal* – «справедливый курс» (политический курс президента Т. Трумена);  
*new deal* – «новый курс» (система экономических мер президента Ф.Д. Рузвельта);  
*carpet-bag (carpet-begger) governments* – «правительство саквояжников» (в южных штатах с участием северян (1861-1865) – презрительный термин в исторической науке.

Стилистические функции архаизмов заключаются в том, чтобы придать тексту стилистическую окраску, сделать его отличным от текстов обыденной речи.

В любом языке в процессе его исторического развития неизбежно появляется значительное количество заимствованных ФЕ.

Среди заимствованных фразеологизмов можно выделить лишь некоторые определенные виды устойчивых оборотов, хотя границы между ними довольно условны: *иностранные выражения, варваризмы, экзотизмы, заимствованные фразеологизмы.*

**Иностранные выражения** – это единицы другого языка, которые употребляются окказионально главным образом в сфере литературно-обработанной речи. Иностранные выражения не являются выразительными средствами языка, поскольку они не входят в систему стилистических оппозиций языка-реципиента, но могут употребляться для создания различных стилистических приемов в речевых и ситуативных контекстах, например:

*(as) hard (rought) as goat's knees* – очень выносливый (австр.);

*cloud cuckoo land* – сказочная страна, мир грез (греч.);

*still life (still lives)* – натюрморт (голл. – stilleven);

*live and let live* – сам живи и другим жить не мешай (нем. – leben und leben lassen).

**Варваризмы** – словосочетания, заимствованные из других языков, но в определенной степени «приспособленные» к нормам языка-реципиента и употребляемые узуально, хотя их иноязычное происхождение ощущается весьма отчетливо: *a propos* – кстати (франц.); *bon mot* – остроумное выражение (франц.); *bon vivants* – любители хорошо пожить (франц.); *beau monde* – высший свет (франц.); *alter ego* – другое «я» (лат.).

**Экзотизмы** – заимствованные иностранные ФЕ, входящие в систему языка-реципиента, но обозначающие явления и объекты, характерные только для языка-источника (виг-вам, фьорд, спагетти, бистро, шнапс, вельд, матадор и др.).

Они, естественно, не имеют парадигмы и поэтому не являются выразительными средствами данного языка, но могут быть использованы для создания тех или иных стилистических приемов, например:

*dumb crambo* – «немое крамбо» (шарада – пантомима, в которой кто-либо загадывает слово и сообщает остальным играющим другое слово рифмующиеся с загаданным; отгадывающие, пантомимой выражают значение слова, пока не отгадают задуманное;

*Basic English* – «бейсик инглиш» (упрощенный английский язык сведенный к 850 словам) (Создан Ч. Огненом; Basic – British, American, Scientific, International, Commercial);

*Pidgin English* – «пиджин инглиш» (англо-китайский гибридный язык).

Употребление варваризмов и иностранных выражений может свидетельствовать о стремлении говорящего к своеобразной изысканности в речи или о его речевой манерности.

Обширную часть словарного состава современного английского языка составляют ФЕ *сниженного стилистического тона* или нелитературные устойчивые обороты.

Сюда входят разговорные фразеологизмы, или *коллоквиализмы*, устойчивые обороты интержаргона (общего сленга), выражения профессиональных и социальных жаргонов (специальных сленгов), диалектизмы и вульгаризмы.

Разграничение понятий «сленг» и «жаргон» нецелесообразно, поскольку границы между ними зыбки и неуловимы, а стилистическое различие – минимально.

ФО сниженного стилистического тона («сниженности») разбиты на три группы:

- *литературно-разговорные* (literary colloquial), естественное ситуативное снижение;
- *фамильярно-разговорные*, интержаргонные и жаргонные (familiar colloquial),

характеризующиеся намеренным снижением;

- *вульгаризмы* (low colloquial), которым присуще эмоционально подчеркнутое снижение.

Слово «сленг» весьма популярно, и его проблеме посвящено большое количество работ как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике.

Под «сленгом» понимают просторечные ФЕ, диалектизмы, неологизмы, жаргонизмы, шуточные словообразования, и многое другое.

Следует отметить, что сленг или интержаргон. имеет определенную тематическую и этическую направленность, например:

*an ambulance chaser* – адвокат, навязывающий свои услуги лицам, пострадавшим от несчастных случаев;

*an accomodation collar* – арест без достаточных оснований;

*bend (turn) the crab* – делать мост(ик);

*get (go to) the chair* – быть казненным на электрическом стуле;

*the Organic Act* – закон об образовании «территории» или «территории» в штат;

*advance agent* – агент, представитель, посылаемый для заключения контракта;

*hatting average* – личные достижения (в каком-либо деле).

Разновидностью специального сленга, или жаргона, являются социальные жаргоны, или слои лексики, используемые определенными социальными группами, в том числе и жаргоны деклассированных элементов: воровской жаргон *cant* в Англии, «блатная музыка» в царской России, воровское арго во Франции.

Особенностью данного слоя лексики, в отличие от профессионализмов, является отсутствие экспрессивности, хотя переосмысление обычных устойчивых оборотов, которые здесь используются, может основываться на метафорических переносах.

Основная функция этих фразеологизмов – скрыть смысл некоторых понятий от непосвященных, например: *Peck's Bad Boy* – человек, ставящий других в неловкое положение своей простодушной бестактностью; *yellow dog* – подлый трусливый человек; презренное существо, прохвост.

Под **вульгаризмами** понимают выражения, которые не принято употреблять в обществе вследствие их грубости и непристойности:

*take smb. for an airing* – убить, ужокошить кого-либо (увезя жертву за город);

*a hot (warm) baby* – легкомысленная девица.

Фразеологизмы сниженного стилистического тона используются в различных речевых сферах: бытовая разговорная речь, язык газеты, поэзии и художественной литературы.

К фразеологическим оборотам, не имеющим лексико-стилистической парадигмы (нейтральный стилистический тон), относятся *термины*, *номенклатурные фразеологизмы*, *историзмы*, *экзотизмы*, *лексические неологизмы*.

**Термины** – это словосочетания, обозначающие научные понятия, отражающие существенные свойства и характеристики объекта.

Отметим одно весьма существенное обстоятельство: термины в различных областях знаний очень часто образуются в результате метафорического переноса:

*the American Dream* – 1) «американская мечта» (о демократии, равенстве и свободе в Декларации независимости 1776 г.); 2) американский образ жизни;

*the Hermetic art* – Алхимия (древнегреч. бог Гермес, которому приписывали искусство делать сосуды воздухонепроницаемые при помощи магической печати);

*The Black Belt* – «черный пояс», южные районы США, где преобладает негритянское население (*the Black Belt* простирается от штата Виржиния через штаты Северная и Южная Каролина, Джорджия, Алабама, Миссисипи до штата Техас).

В теоретической физике употребляются такие термины, как «голый электрон», «мезонная шуба», «электронное облако», «магические ядра», «очарованность кварков».

Кстати, само слово «кварки» заимствовано физиками из романа Дж. Джойса «Поминки по Финнегану», «странные частицы», «пенообразная структура пространства», но их метафоричность в специальном употреблении не осознается, например:

*conditioned reflex* – условный рефлекс;

*finger language* – язык жестов, дактилология (разговор глухонемых при помощи условных знаков);

*double (single) rhyme* – женская (мужская) рифма;

*liberal arts* – гуманитарные науки.

К терминам примыкают **номенклатурные фразеологизмы**, которые обозначают специфические предметы и объекты, относящиеся к определенной области человеческой деятельности, чаще всего профессиональной: названия мышц и костей человеческого тела, образцов флоры и фауны, минералов, химических элементов, типов машин, станков, автомобилей, например:

*the roof of the mouth* – нёбо;

*a cog in a machine* – винтик машины, мелкая сошка;

*to the backbone* – до мозга костей, насквозь;

*black gold* – «черное» золото;

*red lane* – горло.

Сходны с номенклатурными словами историзмы и экзотизмы.

**Историзмы** – ФЕ, обозначающие предметы, явления, понятия, относящиеся к далекому прошлому: *the Old Thirteen* – старый государственный флаг США (с изображением 13 звезд и 13 полос по первоначальному числу штатов);

*break on the wheel* – колесовать;

*little Englander* – англичанин, являющийся противником имперской политики.

**Экзотизмы** – устойчивые обороты, обозначающие малоизвестные, редко встречающиеся объекты реальной действительности, например:

*listen for the wings of Azrael* – чувствовать приближение смерти (Азраил – ангел смерти у мусульман);

*one's evil genius* – злой гений;

*the blind god* – бог любви, Купидон, Эрот, Амур;

*king's (royal) evil* – золотуха.

Несколько упрощая, историзмы можно определить как ФЕ, обозначающие денотаты, отдаленные от нас во времени.

**Экзотизмы** – как выражения, обозначающие денотаты, отдаленные от нас в пространстве. Естественно, что экзотизм определяется как таковой только с точки зрения определенного языкового коллектива – то, что воспринимается англичанином как экзотизм реальной действительности, не является экзотизмом для русского и наоборот.

Если лексикализованные сочетания традиционно относимые в качестве названия к определенному явлению, событию далекого прошлого, начинают вновь входить в речевой оборот и получать другую предметную отнесенность, воспринимаются как «неологизмы», обладающие яркой выразительностью новизны, хотя новым является лишь объект номинации. В специальной литературе данные выражения не обладают стилистической значимостью – их употребление детерминировано номинативной функцией – четко и недвусмысленно обозначить предмет речи.

В художественной речи они могут приобретать стилистическую значимость благодаря тому, что они вступают в синтагматические отношения с оборотами иных стилистических слоев или с оборотами нейтрального стиля.

В языке художественной литературы их обычная функция – характерологическая, они как бы «привязывают» описываемые события к определенному месту и времени.

Такую же функцию выполняют и экзотизмы: I had a glass of Prune Magic in a *bistro* (маленькое парижское кафе) and reflected on my lot (L. Durrell); That evening after supper – they had *dolmas* (голубцы из виноградных листьев) – her father had a taste for Middle Eastern food (D. Garnett); The *prahu* (малайская лодка) was to start at dawn on Thursday (W. Maugham).

Характерологическую функцию выполняют и **историзмы**. В том случае, когда историзм употребляется в контексте, который является для него нехарактерным (стилистический прием, основанный на констелляции), он может служить средством создания юмористического, иронического или саркастического эффекта: «Here I am beside myself with troubles and that *manu-mitted mooncalf* sends people to spy on me» (L. Durrell), где сочетание историзма *manumit* – отпускать на волю, давать вольную, освобождать от рабства с грубовато-разговорным *mooncalf* – идиот, создает юмористический эффект.

Функционально закрепленные фразеологизмы стилистически неоднородны: их парадигмы отличаются степенью экспрессивности, выразительностью эмоциональных свойств. Самый большой стилистический пласт фразеологии составляет разговорная фразеология, использующая преимущественно в устной форме общения, а в письменной речи в художественной литературе: *up one's sleeves* – *спустя рукава*; *to live in clover* – *как сыр в масле кататься*. Принадлежащие к ней фразеологизмы часто даются в толковых словарях без стилистических помет.

Однако, они все же выделяются на фоне общеупотребительных фразеологизмов яркой разговорной окраской, чуть сниженным, фамильярным оттенком в звучании.

Разговорные фразеологизмы, как правило, образны, что придает им особую экспрессию, живость, яркость. Употребление их в речи служит своеобразным противодействием речевым штампам, канцеляризмам.

Просторечная фразеология, в целом близкая к разговорной, отличается большей сниженностью, например: *to peek up one's nose* – *задирать нос*; в ее состав входят бранные устойчивые сочетания, представляющие грубое нарушение языковой нормы.

Другой стилистический пласт образует книжная фразеология. Она употребляется в книжных функциональных стилях, преимущественно в письменной речи.

В составе книжной фразеологии выделяется:

- научная, представляющая собой составные термины: *center of gravity* – центр тяжести; *school-leaving certificate* – аттестат зрелости;
- публицистическая: *people of good will* – люди доброй воли;
- официально-деловая: *take place* – иметь место; *presumption of innocence* – презумпция невиновности; *put into operation* – ввести в эксплуатацию.

Книжных фразеологизмов в английском языке гораздо меньше, чем разговорных (из 5000 фразеологизмов в «Фразеологическом словаре английского языка» Джона Блэкмора, 60 имеют пометку «книжное»). В их числе не только собственно фразеологизмы, но и фразеологизированные выражения из научно-терминологических и профессиональных систем, употребляемые в переносном значении: *bring to naught/nothing* – сводить к нулю; *lay it on thick* – сгущать краски.

Книжную окраску имеют и фразеологизмы, пришедшие в язык из общественно-политической, публицистической и художественной литературы: *spirit of the law* – дух закона. Особого внимания заслуживает стилистическая характеристика ФЕ с точки зрения эмоционально-экспрессивной. Вся фразеология делится на две группы:

- нейтральная, то есть не обладающая коннотативными значениями;
- экспрессивно-окрашенная.

Нейтральных фразеологизмов немного: *open meeting* – открытое собрание; *New Year* – новый год; *each other* – друг друга. Они входят в состав общеупотребительной фразеологии.

Кроме того, специальные фразеологизмы (научные, официально-деловые), имеющие четкую функциональную прикрепленность, также лишены дополнительных коннотативных значений: *Adam's apple* – Адамово яблоко; *punctuation marks* – знаки препинания; *length of service* – трудовой стаж. Метафорическое употребление многих терминологических сочетаний, которое сопровождается их детерминологизацией, изменяет их стилистическое качество: они становятся экспрессивными, как и всякие образные выражения: *If speaking about success in this region it is not a proper time to draw a line.* – Если говорить об успехе в этом деле, то еще не время подводить итоги.

Большой стилистический пласт составляют фразеологизмы с яркой эмоционально-экспрессивной окраской, которая обусловлена их метафоричностью, использованием в них разнообразных выразительных средств. Фразеологизмы разговорного стиля окрашены в фамильярные, шуточные, ироничные, презрительные тона: *like a bolt from the blue* – как снег на голову; *a chicken-heart* – мокрая курица, в то время как книжным фразеологизмам присуще возвышенное, торжественное звучание: *to leave this world* – уйти из жизни, покинуть бренный мир; *to blow up the bridge* – сжечь мосты.

Английская фразеология отличается богатством функционально-стилевых и эмоционально-экспрессивных синонимов. Стилистическая окраска фразеологизмов, как и слов, обуславливает закрепление их в определенном стиле речи: две группы ФЕ:

- общеупотребительные фразеологизмы, не имеющие постоянной связи с тем или иным функциональным стилем;
- функционально закрепленные ФЕ.

К первым можно отнести такие, как: *from time to time* – время от времени; *far and away* – намного, значительно, гораздо. Они находят применение в книжной и разговорной речи.

В отличие от общеупотребительной лексики, представляющей весьма значительную часть английского языка и словаря, общеупотребительная фразеология по количеству единиц занимает скромное место во всей массе английских фразеологизмов.

Функционально закрепленные фразеологизмы стилистически неоднородны: их парадигмы отличаются степенью экспрессивности, выразительностью эмоциональных свойств. Самый большой стилистический пласт составляет разговорная фразеология, которая используется преимущественно в устной форме общения.

Принадлежащие к ней фразеологизмы часто даются в толковых словарях без стилистических помет, выделяются на фоне общеупотребительных фразеологизмов яркой разговорной окраской, чуть сниженным, фамильярным оттенком в звучании.

Разговорные фразеологизмы, как правило, образны, что придает им особую экспрессию, живость, яркость. Употребление их в речи служит своеобразным противодействием речевым штампам, канцеляризмам. Употребление фразеологизмов придает речи живость образность, именно поэтому фразеологизмы используются не только в живой разговорной речи, но часто служат средством выражения мыслей журналистов, писателей, юмористов, сатириков.

Испытанным стилистическим приемом обновления семантики фразеологизмов является изменение в них количества компонентов. Оно выражается в расширении состава фразеологизма за счет употребления слов с тем или иным компонентом, что может изменить фразеологизм до неузнаваемости, придав ему новую образную форму.

Например: *to foam at the mouth* – доказывать что-либо с пеной у рта. *I've never seen him so angry. He foamed, white-foamed at the mouth.* – повышенная стилистическая окраска достигается, прежде всего, расширением количества компонентов.

Это позволяет придать высказыванию особую эмоциональную экспрессивность.

В иных случаях наблюдается редукция (сокращение) состава фразеологизма, что также связано с его переосмыслением, например: *not be beauty but be born happy* – не родись красивой, а родись счастливой. В речи часто используется отсеченная первая часть этого фразеологизма, что создает новый афоризм «красота – источник несчастья».

Замена словарных компонентов ФЕ также используется для их иронического переосмысления. Подобное преобразование ФЕ приводит к коренному изменению их значения, что создает сатирический эффект. Своеобразным стилистическим приемом в использовании фразеологизмов является *контаминация нескольких выражений* (использование двух различных по значению фразеологизмов в одном предложении).

Такое «скрещивание» возвращает фразеологическим компонентам первоначальное лексическое значение, а сами фразеологизмы вовлекает в новую образную систему, что придает особую семантическую емкость и экспрессивность подобным каламбурам.

Одним из наиболее ярких стилистических приемов обновления фразеологизмов является разрушение их образного значения, при этом внешне фразеологизм не изменяется, не утрачивает свое метафорическое значение и воспринимается буквально.



## 2.5. СИСТЕМНЫЕ СВЯЗИ В СФЕРЕ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеология английского языка представляет собой стройную систему.

Она обладает автономностью, поскольку фразеологизмы принципиально отличаются, с одной стороны, от отдельных слов, с другой – от свободных словосочетаний, и в то же время входит в более сложную систему общенационального языка, находясь в определенных отношениях с разными его уровнями. Процент наличия фразеологизмов в языке тесно связан показателем развития культуры того или иного народа, поскольку фразеологизмы и их этимология являются выражением этой самой культуры. Традиции и обычаи считаются негласными основоположниками возникновения фразеологизмов в речи. Однако, нельзя продолжать употреблять в живой разговорной речи все фразеологизмы без исключения.

Многие из них с течением времени устаревают, и их употребление может показаться смешным, особенно это касается тех, кто изучает иностранный язык.

Английский язык с точки зрения наличия в его обширной системе фразеологизмов и фразеологических оборотов является, пожалуй, одним из самых богатых.

Фразеологизмы занимают огромный пласт в его структуре. Все события, происходящие в Великобритании, отражаются во фразеологии: политическая жизнь, спорт, культурные события, повседневная жизнь.

Как и слова, фразеологизмы состоят из фонем, которые выполняют смысло-различительную функцию; это определяет системные связи фразеологии с фонематическим уровнем языка.

Фразеологизмы по-разному соотносятся с различными частями речи, что характеризует их системные связи на морфологическом уровне. Выполняя определенные синтаксические функции в предложении; фразеологизмы находятся в системных отношениях с другими языковыми единицами на синтаксическом уровне.

В составе фразеологической системы английского языка выделяются разнообразные парадигмы (группы) фразеологизмов, объединяемых по их характерным признакам.

Кроме уже упомянутых групп фразеологизмов, можно рассмотреть и ряд других, исходя из собственно лингвистических признаков: *однозначные и многозначные, омонимичные, синонимичные, антонимичные* и некоторые другие. По стилистическим особенностям различаются фразеологизмы *стилистически маркированные и нейтральные*, причем первые позволяют выявить в своем составе различные пласты, существенно отличающиеся по стилистической окраске и стилевой принадлежности.

Синтагматические отношения фразеологизмов характеризуются возможностями их сочетаемости с определенным кругом лексических единиц.

Одни фразеологизмы отличаются ограниченной сочетаемостью, фразеологизм *into the public eyes* – *статья достоянием общественности* сочетается с глаголом *to come, to be*, но не сочетается с глаголами *to take, to become, etc.*

Иным фразеологизмам свойственна единичная, замкнутая сочетаемость, их можно употребить лишь с одним единственным словом, однако среди фразеологизмов немало и таких, которые обладают разнообразием синтагматических связей. Остановимся более подробно на системных связях ФЕ, определяемых лингвистическими особенностями.



Фразеологизмы, обладающие близким или тождественным значением, вступают в синонимические отношения, например; *to know one which side one bread is buttered, to know what's what, to know how many beans make fire* – *разбираться в чем-либо*.

Подобно лексическим единицам такие фразеологизмы образуют синонимические ряды, в которые могут входить соответствующие лексические синонимы одного ряда, например: *grasp all, lose all, If you run after two hares you will catch neither* – *потерять все, погнаться за двумя зайцами и в итоге потерять все*.

Богатство фразеологических, как и лексических синонимов создает огромные выразительные возможности английского языка. Фразеологические синонимы могут отличаться друг от друга стилистической окраской, например: *далеко* – *far away* (*общеупотребительное*), *where the devil lives* (*разговорное*).

Как отмечает *М.П.Кочерган*, в конце 50-х годов XX века начинает практиковаться системный подход к проблемам структурно-семантической организации фразеологизмов.

Проблемы системности связаны с изучением явлений фразеологической вариативности, синонимов, антонимов, полисемии и омонимии. В этом природа ФЕ очень близка к природе слов. Синонимия настолько распространенное явление, что существуют словари синонимов в английской фразеологии.

*Н.М.Амосов*, например, различает **синонимичные** ФЕ двух типов:

- *синонимичные* ФЕ, имеющие одинаковое строение и тот же лексический состав, за исключением одного вариативного компонента;
- *синонимичные* ФЕ, имеющие в основе различные образы и, соответственно, построены с помощью разной лексики.

Большинство лингвистов склоняется к мысли, что те фраземи, которые *Н.М.Амосов* относит к первой группе, не являются синонимами, а примерами фразеологической вариативности. На разграничении этих двух явлений настаивает составитель словаря синонимов английских фразеологизмов *Н.Л.Каменецкайте*: «от фразеологических синонимов четко отмежевываются лексико-структурные варианты фразеологизмов, между последними нет ни семантических, ни стилистических различий».

Автор словаря определяет синонимы как таковые «фразеологизмы, которые, отвечая той же части речи, имеют хотя бы одно общее значение наряду с различиями или в оттенках этого общего значения, или в стилистической окраске».

Сложность этой проблемы, по мнению *П.О.Редина*, связывается с тем, «что фразеологизм варьируется с большим размахом, чем слово: в состав фразеологизма обычно входит большее количество компонентов, и каждый из них в принципе предполагает варианты».

Явление вариативности и синонимии также непосредственно касается проблемы формального и семантического варьирования фразеологизма.

Синонимичные фразеологизмы, имея общее значение, построенные на разной образной основе (*семантический признак*) и не предполагают замены слов-компонентов в своем составе (*формальный признак*). Сходство в семантике именно синонимических ФЕ «основывается на том, что они принадлежат к одному денотату».

Но они по-разному называют его, то есть в них совпадает предмет обозначения, а не понятие; фразеологические синонимы представляют разновидность синонимии за денотатом.

**Денотат** – это объект мысли, отражающий предмет или класс предметов действительности и обозначаемый языковым выражением или языковой единицей – именем.

Денотат представляет собой предметное значение объекта, устанавливаемое в процессе его обозначения в имени и тем самым образующее его понятийное содержание.

Указывая на объект его именем, денотат в то же время представляет его как объект мысли; при этом денотат – это именно *представление* об объекте, а не сам объект.

Денотативный процесс есть отношение имени к предмету безотносительно к его свойствам – «означение», в отличие от коннотативного процесса – «соозначение», не только с указанием на предмет, но и обозначением его отличительных свойств.

Указанное понимание термина «денотат», восходящего к термину *denotation* Дж. С. Милля (1843), соответствует понятию в *традиционной логике* «объём понятия», носящего это имя, а в терминологии Р. Карнапа – *экстенсионалом*.

В этом случае денотат противопоставлен *сигнификату* – «содержанию понятия» традиционной логики, а в терминологии Р. Карнапа – *интенсионалу*, представляющему признак или совокупность признаков, характеризующих данное имя.

Количество представленных нарицательным именем объектов – *десигнатов* – находится в зависимости от признаков или смысла имени – от одного до бесконечности.

В зависимости от количества десигнатов имена делятся на три группы:

- нулевые – не имеющие ни одного десигната;
- единичные – имеющие один десигнат;
- общие – имеющие более одного десигната.

Денотат имени определяется также как множество десигнатов, которые актуально обозначены данным именем в конкретном контексте. В денотате объём имени репрезентирован полностью, частично или отдельным десигнатом, что определяется *контекстом*, в котором употребляется имя. Денотат может употребляться как *денотативное значение* – понятийное ядро значения, семантический компонент абстрагированный от различных оттенков – *коннотации*.

Иногда денотат отождествляют *со значением*, однако такое отождествление далеко не всегда правомерно, так как денотат представляет собой лишь одну сторону значения языковых выражений; помимо денотата в значение входит *смысл*, под которым понимается содержание языкового выражения – информация, которая усваивается при понимании языкового выражения, благодаря чему мы узнаем о его денотате.

Понятие «денотат» как «предметное значение имени» ввёл в логический тезаурус Г. Фреге в статье «О смысле и значении» (1892). Осуществляя радикальную абстракцию с целью формализации дедуктивных систем, он структурировал понятие знака (будь то слово, словосочетание или графический символ).

Он может мыслиться не только в связи с обозначаемым, то есть с тем, что можно назвать денотатом знака (Г. Фреге), но и в связи с тем, что можно назвать его смыслом.

Каждое собственное имя (слово, знак, соединение знаков, выражение), согласно его утверждению, имеет значение и смысл. Значение, или денотат имени он отождествлял с предметом (номинатом), обозначаемым данным именем и смысл имени он трактовал как информацию, которая содержится в имени.

Два выражения могут иметь одно и то же значение, но разный смысл, если эти выражения различаются по структуре.

Наиболее важными принципами теории именования Г. Фреге являются:

- *Принцип взаимозаменяемости* (замещения), который утверждает, что выражения, обозначающие один и тот же объект, могут взаимозаменяться во многих контекстах (имена «Утренняя звезда» и «Вечерняя звезда» оказываются взаимозаменяемыми при обозначении планеты Венера). Данный принцип носит экстенциональный характер, так как тождество имён основано на одинаковых денотатах.

- *Принцип однозначности*, выражающий требование, согласно которому каждое имя обозначает только один предмет.

- *Принцип предметности*, который утверждает, что сложное имя выражает связи между предметами, а не между именами, составляющими сложное имя.

«Денотатом знака является определённая вещь (в самом широком смысле слова), но не понятие или отношение» (Г. Фреге).

На этой методологической основе Г. Фреге формализовал экстенциональную («объёмную») логику. Он отождествил понятия «логическое значение высказывания» и «денотат высказывания». Если денотатом высказывания является истина или ложь, то все содержательно-познавательное (интенциональное) многообразие устраняется.

Именно такой фундаментальный вывод сделал Г. Фреге. «Поэтому, денотат сам по себе нас не интересует; однако суждение, взятое в отрыве от денотата, то есть смысл сам по себе, тоже несёт в себе нового знания. Этим свойством обладает только соединение суждения и его денотата (истинностного значения)» (Г. Фреге).

Дальнейшая экспликация термина «денотат» была осуществлена А. Чёрчем в созданной им логике смысла и денотата: «Денотат есть функция смысла имени, то есть если дан смысл, то этим определяется существование и единственность денотата».

Концепция А. Чёрча строится как простая теория типов (теория синтаксических и семантических категорий), позволяющая стратифицировать экстенциональные (объёмные, /предметные) сущности, с единственным разветвлённым предикатом «быть концептом».

Фразеологизмы, обладающие близким или тождественным значением, вступают в синонимические отношения, например; *to know one which side one bread is buttered, to know what's what, to know how many beans make fire – разбираться в чем-либо.*

Подобно лексическим единицам такие фразеологизмы образуют синонимические ряды, в которые могут входить соответствующие лексические синонимы одного ряда, например: *grasp all, lose all, If you run after two hares you will catch neither – потерять все, погнаться за двумя зайцами и в итоге потерять все.* Богатство фразеологических, как и лексических синонимов создает огромные выразительные возможности английского языка. Фразеологические синонимы могут отличаться друг от друга стилистической окраской: *далеко – far away (обще употребительное), where the devil lives (разговорное).*

Фразеологические синонимы, как и лексические, могут отличаться и степенью интенсивности действия, проявления признака, например: *to cry over and over – лить слезы, to cry one's eyes – обливаться слезами, to cry all through – утонать в слезах.*

Каждый последующий синоним из этого примера называет более интенсивное действие по сравнению с предыдущим. У отдельных фразеологических синонимов могут повторяться некоторые компоненты (если в основе фразеологизмов лежат разные образы, мы вправе называть их синонимами).

От фразеологических синонимов следует отличать фразеологические варианты, структурные различия которых не нарушают семантического тождества фразеологизмов.

Например: *to go in for sport, to take up some sport* – *заниматься спортом*.

Такие варианты отличаются так называемыми «*вариативными компонентами*».

Не синонимируются и фразеологизмы, сходные в значениях, но отличающиеся сочетаемостью и потому употребляемые в разных контекстах, например: *as fast as a hare, full tilt*. Оба означают «*очень быстро*», но в речи используются по-разному: первый сочетается с глаголом *run*, а второй – *go, resume, run, etc.*

Синонимы за сигнификатом являются «*фразеологическими вариантами*».

Варьированию, как правило, подлежит план выражения. План содержания должен сохраняться, иначе мы будем иметь дело не с фразеологическими вариантами, а с различными оборотами. При рассмотрении вариантов в сфере фразеологии на содержание и форму обращает внимание и В.П.Жуков: «в явлении вариантности обнаруживается противоречие между формой и содержанием фразеологизма».

Идеально фразеологическое значение, отработано и закреплено языковой традицией, должно однозначно передаваться форме, но такое соответствие постоянно нарушается.

Дело в том, что значение фразеологизма имеет тенденцию приобретать различные формы выражения, и наоборот: одна и та же фразеологическая форма стремится обслуживать различные речевые функции». Вот как это раскрывает явление фразеологической синонимии: «собственно фразеологические синонимы следует отличать от фразеологизмов, охваченных явлением вариантности, от семантически сближенных фразеологических оборотов и от фразеологизмов, имеющих такое типичное значение, которое проявляется при различных словах свободного употребления».

Если замена компонентов приводит к изменению внутренней формы, то возникают фразеологизмы-синонимы, а не варианты одного и того же фразеологизма».

Л.Г.Скрипник дает следующие определения фразеологических вариантов и синонимов: «фразеологические варианты – это сосуществующие в языковой системе, утвержденные традиции разновидности ФЕ, имеют то же значение, но различаются между собой одним или несколькими компонентами лексического состава или определенными элементами грамматической структуры».

«Фразеологическими синонимами считаются ФЕ, обозначающие тот же предмет действительности, выражающие тоже понятие, оттеняя разные стороны его, и при разной внутренней форме и неодинаковом лексическом составе имеют однотипное категориальное значение, равное семантической сочетаемости со словами окружения».

На первый взгляд, такие определения выдаются четкими и понятными, и «разделение между фразеологическими синонимами и вариантами может быть проведено при наличии семантических и формальных признаков в варьировании ФЕ».

Однако из-за того, что фразеологические варианты и синонимы тесно связаны в рамках парадигматических группировок, существует определенная диффузная зона переходности между этими явлениями». Ее существование может привести к превращению вариантов ФЕ в самостоятельные фразеологические синонимы (ФС).

Такой переход будет происходить в лексических вариантах при взаимозаменяемости всех слов-компонентов. Синонимия фразеологизмов настолько распространенное явление, что существуют попытки классифицировать фразеологизмы-синонимы.

*М.Т.Демский* выделяет следующие группы ФЕ-синонимов:

- равнозначные или дублеты;
- семантические или идеографические;
- стилистические;
- экспрессивно-эмоциональные;
- семантико-стилистически эмоциональные.

Классификация, предложенная *А.В.Куниным*, приближенная к той, что используется к словам-синонимам. Он выделяет *идеографические, стилистические и стилистико-идеографические* синонимы. В рамках фразеологической синонимии и вариантности особый акцент будет делаться на взаимозаменяемых компонентах.

*А.В.Кунин* разделяет взаимозаменяемые компоненты на такие, которые являются синонимами за пределами данной фраземы.

«Взаимозаменяемые компоненты, которые являются идеографическими синонимами, относящиеся к одному стилистическому ряду, но отличаются оттенками значений, могут выражать свои различия в составе ФЕ».

Это явление можно объяснить потерей данными синонимами своего номинативного значения в составе ФЕ. Очень часто взаимозаменяемые компоненты не являются синонимами вне данной фраземы. «Таковыми компонентами преимущественно выступают глаголы, существительные и прилагательные». Подобные лексемы в составе синонимических фразеологизмов или фразем-вариантов называются *контекстуальными синонимами* (понимая под контекстом совокупность лексем данной ФЕ).

Как видно, синонимия фразеологизмов очень близка к лексической синонимии.

Они не только могут быть стилистическими или смысловыми дифференцированными, но образовывать синонимические ряды не только из двух, но и из трех, четырех и более фразеологизмов. Явление фразеологической *антонимии* менее изучено, чем синонимия.

Антонимия фразеологизмов часто поддерживается антонимическими связями их лексических синонимов, например: *to be down and out – быть разбитым, to be all health – чувствовать себя превосходно*. В особую группу выделяются антонимические фразеологизмы, частично совпадающие по составу, но имеющие компоненты, противопоставленные по значению: *with a light heart – с легким сердцем, with a heavy heart – с тяжелым сердцем, a heart of gold – золотое сердце, a heart of stone – каменное сердце*.

Компоненты, придающие таким фразеологизмам противоположное значение, часто являются лексическими антонимами (light – heavy), но могут получить противоположное значение только в составе фразеологизмов.

Как отмечает *М.Т.Демский*, при исследовании явления антонимии «прежде всего, необходимо обращать внимание на наличие противоположности в денотативных компонентах семантической структуры сопоставимых фразем.

Существует два вида противоположности: внутри одной сущности и между сущностями.

Общим определением фразеологических антонимов может служить следующее: «фразеологические антонимы – это минимум две ФЕ, которые ассоциируются в сознании как такие, что при сопоставлении исключают друг друга по значению и характеризуют явления и предметы действительности с разных, но смежных сторон».

*А.В.Кунин* обращает внимание на то, что обязательный признак антонимов – это хотя бы частичное совпадение сочетаемости.

В современном английском языке ученый выделяет несколько семантических типов фразеологических антонимов; на основе семантических типов лексических антонимов.

В явлении фразеологической антонимии наблюдается максимальное различие тех же смысловых признаков.

Что касается фраземной **полисемии**, то она признается не всеми фразеологами.

Это объясняется «во-первых, тем, что во многих случаях значения многозначных фразем, как и многих слов, имеет диффузный характер.

Во-вторых, тем, что многозначительных фраз сравнительно мало».

Если в полисемантических словах выделяются прямые и переносные значения, то в фраземах – основное и производное значение, возникающее вследствие переноса.

По мнению А.И.Алехиной, о полисемии фразеологизма «можно говорить в тех случаях, когда одна и та же единица в одном и том же звуковом составе и структуре имеет значения, семантически связанные с другими ее значениями.

Большинство фразеологизмов характеризуется однозначностью: они имеют лишь одно значение, их семантическая структура достаточно монолитна, неразложима.

Например: *from the first look – по первому впечатлению; to daydream – предаваться бесплотным мечтам*, но есть фразеологизмы, обладающие несколькими значениями: *to play fool – ничего не делать, вести себя несерьезно, дурачиться, делать глупости*.

Многозначность возникает обычно у фразеологизмов, сохранивших в языке частичную мотивированность значений, она легче развивается у фразеологизмов, которые имеют целостное значение и по своей структуре соотносительны со словосочетаниями.

Еще реже полисемия во фразеологии оказывается явлением **омонимии**.

«Примером омонимии во фразеологии можно считать тот факт, когда значение фразеологизмов несовместимы между собой». Причин возникновения фразем-омонимов может быть несколько:

- в результате параллельной метафоризации той самой деривационной базы;
- благодаря метафоризации свободных синтаксических конструкций, имеющих в своем составе омонимические составляющие;
- в результате столкновения заимствованной фраземы и фраземы, возникшей на национальной языковой почве.

Омонимические отношения фразеологизмов возникают тогда, когда одинаковые по составу фразеологизмы выступают в совершенно разных значениях, например:

*dry as dust – 1. высохши; 2. скучный; 3. скука смертная, тоска зеленая;*

*the end of the line – 1. тупик, конец карьеры, печальный финал, 2. вышедшая из моды, устаревшая модель;*

*far gone – 1. тяжелобольной (в последней стадии), 2. безумный, сумасшедший; 3. мертвецки пьяный; 4. нуждающийся в ремонте; 5. далеко зашедший в чем-либо.*

Омонимические фразеологизмы могут появляться в языке, если в основе образных выражений оказываются разные признаки одного и того же понятия, например: *as fast as a hare (в основе – заяц, который бежит быстро)*.

Такая омонимия является результатом случайного совпадения компонентов, образующих фразеологические обороты. В иных случаях источником фразеологических омонимов становится окончательный разрыв значений многозначных фразеологизмов.

Например, значение фразеологизма *tip-toe* – *ходить на цыпочках* – «ходить на кончиках пальцев ног» – послужило основой для появления его образного омонима *ходить на цыпочках* – *заискивать, всячески угождать кому-либо*. В подобных случаях трудно провести границу между явлением многозначности фразеологизма и омонимией двух ФЕ.

Особо следует сказать о так называемой «внешней омонимии» фразеологизмов и свободных словосочетаний. Например, фразеологизм *to break the ice* – «пробить лед» означает «сделать первый шаг, уничтожить натянутость в отношениях», а семантика свободного сочетания *to break the ice* полностью мотивировано значениями входящих в него компонентов: *It's necessary to break the ice to walk easily.* – *Нужно разбить лед, чтобы ходить было легко.*

Некоторые лингвисты выделяют еще **фраземи-паронимы**, к которым относятся «близкие по компонентному составу, но не тождественные семантические фраземи с характерным признаком – невозможностью взаимозаменяться в речи.

Системные связи в сфере фразеологии свидетельствуют о значительной близости фразеологизмов и слов, а с другой стороны, свидетельствуют о специфике определенных явлений в фраземиции. Поскольку наше исследование касается психолингвистики, нелишним будет отметить связь фразеологии с психологией.

Как отмечает *В.Г.Гак*, «лингвисты стремятся видеть в языке, прежде всего, отражение социальных сторон жизни народа, его психологии. Настоящее творческое начало усматривается ими в создании новых значений, переосмыслений, новых средств номинации.

В одном разделе языкознания «связь языковых форм с мышлением и одновременно культурой и историей народа не проявляется так ярко и наглядно, как в фразеологии».

Анализируя «Словарь образных выражений» *А.Рея* и *С.Шантро*, *В.Г.Гак* говорит о том, что его составители, показывая символизацию слов в фразеологизмах, связывают это с «народной психологией» или социальной историей народа.

*Л.П.Смит* подчеркивает выразительность идиом, называя их «бессодержательными сообщениями», и объясняет это тем, что «в самом человеческом уме есть определенная неустроенность, некая предрасположенность к нелогичному и абсурдному, нежелание подчиниться здравому смыслу, что находит свое выражение в идиоматической речи.

Нам надо, чтобы слова имели определенное значение, чтобы наше вещание было понятным и доходчивым; в то же время мы охотно принимаем слова в необычном смысле, зная, что необычность и новизна влияют на воображение и добавляют речи живости и обаяния». Таким образом, фразеология и предмет ее изучения – чрезвычайно сложные явления, далекие от однозначного решения. Противоречивые взгляды на природу компонентов способствуют разностороннему подходу к их рассмотрению.

Анализ работ, посвященных данной проблеме, ярко показал, что возникновение и употребление ФЕ в речи, а также их природа – все связано с человеческой психикой.

При рассмотрении социальных факторов, влияющих на функционирование и формирование новых ФЕ современного английского языка, остановимся подробнее на основных видах влияния социального фактора на лексико-семантическую систему языка.

Вслед за *Л.П.Крисиньим*, мы выделяем следующие виды социальных факторов:

- влияние изменений в социальной и культурной жизни общества на изменения в количественном составе словаря;
- влияние социальной дифференциации общества на социальную и функционально-стилистическую дифференциацию лексики;



- отражение профессиональной, территориальной и любой другой – в широком смысле социальной – дифференциации общества в тематической классификации слов;
- влияние социальных факторов на системную организацию лексики в целом и отдельных ее участках.

Результатом влияния социальных факторов на лексико-семантическую систему языка имеются значительные количественные изменения в ее словарном составе.

А именно появление неологизмов, среди которых отдельной группой выделяются фразеологические инновации.

Относительно новой фразеологии современного английского языка считается целесообразным классифицировать основные социальные факторы, повлиявшие на возникновение и функционирование новых ФЕ следующим образом:

- разработка и внедрение новейших информационных технологий (*alpha geek, computer gap, face time, lunch box, mouse potato, smart phone, stores with doors, technology butler, teleworkaholic syndrome, virtual pet, wallet computers, word of mouse* и другие);
- изменения в экономической политике, как англоязычных стран мира, так и других стран мира (например, *business-to-business, clicks and bricks, defense dividend, new paradigm, return on talent, street spam, third way* m.n.);
- изменения в общественно-политической жизни англоязычных стран (*diversity fatigue, diversity training, hate crime, majority minority, racial profiling* m.n.);
- наличие большого количества негативных событий мирового масштаба (войн, терактов, массовых беспорядков и т.д.). Приведем следующие примеры: *Desert Storm, friendly fire, green ammunition, Gulf war, Gulf war syndrome, Terrible Tuesday, women of cover, World Trade Center cough* и другие.
- Повышение интереса к проблеме защиты окружающей среды (например, *acid rain (yellow rain), biodiversity crisis, bottle bank, deep ecologist, Earth Summit, ecological footprint, greenhouse gas, light green, ozone fatigue, soil remediation, zero-emission vehicle, zero waste*);
- бурное развитие биологических наук (генетики, биотехнологии, геномики).

Приведем следующие примеры: *Frankenstein food, gene cuisine, gene food, cloning pregnancy, handmade cloning, reproductive cloning, quantum cloning, cell bank, copy cat, genetic donor* и другие. Социальные факторы, связанные с основными сферами человеческой деятельности, имеют большое влияние на формирование и функционирование новых ФЕ современного английского языка.



## 2.6. КЛАССИФИКАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Классификацию ФЕ осуществляют ученые на основе различных признаков.

Фразеологизмы отражают многовековую историю английского народа, своеобразие его культуры, быта, традиций, поэтому – это высоко информативные единицы английского языка.

Фразеологизм – фразеологическая единица, идиома, устойчивое сочетание слов, которое характеризуется постоянным лексическим составом, грамматическим строением и известным носителям данного языка значением (в большинстве случаев – переносно-образным), не выводимым из значения составляющих фразеологизм компонентов. Это значение воспроизводится в речи в соответствии с исторически сложившимися нормами употребления. Различают следующие типы фразеологических единиц:

**фразеологические сращения** – это фразеологизмы с полностью переосмысленным составом и немотивированным значением: *back the wrong horse* – *сделать плохой выбор*; *bite the bullet* – *мужественно терпеть*.

Фразеологические сращения – это устойчивые сочетания, обобщенно-целостное значение, которое не выводится из значения составляющих их компонентов, то есть не мотивировано ими с точки зрения современного состояния лексики.

Этимологический анализ помогает прояснить мотивировку семантики современного фразеологического сращения, однако, корни которых порой уходят в столь отдаленные времена, что лингвисты не приходят к однозначному выводу об их происхождении.

*kick the bucket* (разг.) – *загнуться, умереть; протянуть ноги*;

*send smb. to Coventry* – *бойкотировать кого-либо, прекратить общение с кем-либо*;

*at bay* – *загнанный, в безвыходном положении*;

*be at smb.'s beck and call* – *быть всегда готовым к услугам; быть на побегушках*;

*to rain cats and dogs* – *лечь как из ведра (о дожде)*;

*be all thumbs* – *быть неловким, неуклюжим*;

*Kilkenny cats* – *смертельные враги*.

Фразеологические сращения возникли на базе переносных значений их компонентов, но впоследствии эти переносные значения стали непонятны с точки зрения современного языка. Фразеологические сращения могут включать в свой состав устаревшие слова и грамматические формы, что также способствует семантической неразложимости оборотов.

Фразеологические сращения являются абсолютно неделимыми, нераскладными словосочетаниями, значение которых не зависит от их лексического состава. Они имеют полностью затемненную семантическую мотивацию.

В их значении нет никакой, даже потенциальной, связи со значением их компонентов, например: *бить баклуши* – *ничего не делать*; *точить лясы, болтать* – *вести пустые беспредметные разговоры*; *the black dog is on one's back* – *томиться*.

Фразеологические сращения обычно на украинский язык не переводятся – в другом языке добиваются соответствия с его фразеологическим составом.

Семантическая неделимость поддерживается во фразеологических сращениях рядом фактов:

- наличием в составе ФЕ устаревших слов, непонятных для общественности: сбить с толку; взять на цугундер; попасть в переplet;
- наличием грамматических архаизмов: притча во языцах;
- потерей в пределах ФЕ живой синтаксической связи.

Образность фразеологических сращений раскрывается только исторически.

Например, слова «bay», означающее «тупик», и «beck» – «взмах руки» являются архаизмами и нигде кроме данного выше фразеологизма не употребляются. Или, например, выражение *to be all thumbs* исторически сложилось из выражения *one's fingers are all thumbs*. Подобное наблюдаем во фразеологизмах *Kilkenny cats* (которое, по видимому, восходит к легенде об ожесточенной борьбе между городами Kilkenny и Irishtown в XVII веке, что привело к их разорению).

Во фразеологических сращениях утрачена связь между прямым и переносным значениями, переносное для них стало основным. Именно поэтому фразеологические сращения сложно переводить на другие языки.

Фразеологические сращения обладают рядом **характерных признаков**:

- в их состав могут входить так называемые некротизмы – слова, которые нигде, кроме данного сращения, не употребляются, непонятны вследствие этого с точки зрения современного языка;
- в состав сращений могут входить архаизмы;
- они синтаксически неразложимы;
- в них невозможна в большинстве случаев перестановка компонентов;
- они непроницаемы – не допускают в свой состав дополнительные слова.

Утрачивая свое самостоятельное лексическое значение, «...слова, входящие в структуру фразеологического сращения, превращаются в компоненты сложной лексической единицы, которая приближается по значению к отдельному слову». Поэтому многие ФС синонимичны словам: *kick the bucket – to die; send smb. to Coventry – to ignore u m.д.*

**Фразеологические единства** – это фразеологизмы с полностью переосмысленным составом и мотивированным значением: *the bottom line – конечный результат; to break the ice – растопить лед*. Это такие устойчивые сочетания слов, где при наличии общего переносного значения сохраняются признаки семантической отдельности компонентов:

*to spill the beans* – выдать секрет;

*to burn bridges* – сжигать мосты;

*to have other fish to fry* – иметь дела поважнее;

*to throw dust into smb.'s eyes* – заговаривать зубы;

*to burn one's fingers* – обжечься на чем-либо;

*to throw mud at smb.* – поливать грязью;

*to be narrow in the shoulders* – не понимать шуток;

*to paint the devil blacker than he is* – сгущать краски;

*to put a spoke in smb.'s wheel* – вставлять палки в колеса;

*to hold one's cards close to one's chest* – держать что-либо в секрете, не разглашать что-либо, помалкивать, ~ держать язык за зубами;

*to gild refined gold* – золотить чистое золото, стараться улучшить, что-либо и без того достаточно хорошее;

*to paint the lily* – подкрасить цвет лилии, пытаться улучшить или украсить что-либо не нуждающееся в улучшении.

В отличие от фразеологических сращений, переносность осознается с точки зрения современного языка. Устойчивые сочетания, обобщенно-целостное значение которых отчасти связано с семантикой составляющих их компонентов, употребленных в образном значении, например: *swim against the current* – *плыть против течения, то есть делать то, что не свойственно другим, быть в оппозиции к другим*.

#### **Характерные признаки фразеологических единств:**

- яркая образность и возможность совпадения с параллельно существующими словосочетаниями (*to throw dust into smb.'s eyes, to be narrow in the shoulders, to burn one's fingers, to burn bridges*);
- сохранение семантики отдельных компонентов (*to put a spoke in smb.'s wheel*);
- невозможность замены одних компонентов другими (*to hold one's cards close to one's chest*);
- эмоционально-экспрессивная окрашенность играет решающую роль (*to throw dust into smb.'s eyes, to paint the devil blacker than he is*);
- способность вступать в синонимические отношения с отдельными словами или другими фразеологизмами (*to gild refined gold = to paint the lily*).

Фразеологическое единство – это семантически неделимый фразеологизм, целостное значение которого мотивировано значением компонентов, например: *a shot in the blue* – ошибка, промах. Мотивированность фразеологических единств опосредованная.

Большинство из них являются образными выражениями, причем образный стержень, на котором они возникают, может ощущаться более или менее определенно: *держать камень за пазухой; выносить сор из избы; вывести на чистую воду*.

Семантическая замкнутость фразеологических единств может создаваться также евфоничными или формально-грамматическими средствами – рифмой, аллитерациями: *всякой твари по паре и тому подобное*.

ФЕ могут возникать и в результате синтаксической специализации фразы, употребление ее в определенной грамматической форме: *ноль внимания; дело табак*; вследствие наличия экспрессивных оттенков значения: *плакали наши деньги*. Такие ФЕ могут иметь «внешние омонимы», то есть совпадающие с ними по составу словосочетания, употребленные в прямом (неметафорическом) значении, например: *It was very tiresome as I had to swim against the current.* – *Было очень утомительно плыть против течения*.

В отличие от фразеологических сращений, утративших в языке свое образное значение, ФЕ всегда воспринимаются как метафоры или другие тропы. Так, среди них можно выделить *устойчивые сравнения* (*to stick like a lurch – прилип как банный лист*); *метафорические эпитеты* (*mortal grip – железная, мертвая хватка*); *гиперболы* (*the gold mountain – золотые горы*); *пуноты* (*catch at a straw – попасться на крючок*).

Есть также и фразеологические единства, которые представляют собой перифразы, то есть описательные образные выражения, заменяющие одно слово (*broad shoulders – косая сажень в плечах*). Некоторые ФЕ обязаны своей экспрессивностью шутке, каламбуру, положенным в их основу: *the hole of the bublik – дырка от бублика*. Выразительность иных строится на игре антонимов, например: *more or less – более или менее*; или на столкновении синонимов: *out of the frying pan into the fire – из огня да в полымя*.

**Фразеологические сочетания**, включающие в свой состав слово или ряд слов с фразеологически связанным значением: *deep silence* – *глубокая тишина*; *iron nerves* – *железные нервы*. Это устойчивые обороты, значение которых мотивировано семантикой составляющих их компонентов, один из которых имеет фразеологически связанное значение: потупить взор (голову), в языке нет устойчивых словосочетаний потупить руку или ногу. Глагол «потупить» в значении «опустить» имеет фразеологически связанное значение и с другими словами не сочетается.

Фразеологические сочетания – это устойчивые обороты, в состав которых входят слова и со свободным, и с фразеологически связанным значением:

*a bosom friend* – закадычный друг;

*a pitched battle* – ожесточенная схватка;

*(to have) a narrow escape* – спастись чудом;

*to frown one's eyebrows* – насупить брови;

*Adam's apple* – адамово яблоко;

*a Sisyfean labor* – Сизифов труд;

*to rack one's brains* – ломать голову (усиленно думать, вспоминать);

*to pay attention to smb.* – обратить на кого-либо внимание.

В отличие от фразеологических сращений и единств, обладающих целостным неразложимым значением, фразеологические сочетания характеризуются смысловой разложимостью. В этом отношении они сближаются со свободными словосочетаниями.

#### **Характерные признаки фразеологических сочетаний:**

- в них допустима вариантность одного из компонентов (*a bosom friend* – *закадычный друг*, *a bosom buddy* – *закадычный приятель*);
- возможна синонимическая замена стержневого слова (*a pitched battle* – *ожесточенная схватка*, *a fierce battle* – *свирепая схватка*);
- возможно включение определений (*he frowned his thick eyebrows* – *он насупил густые брови*);
- допустима перестановка компонентов (*a Sisyfean labor* – *Сизифов труд*, *a labor of Sisyphus* – *труд Сизифа*);
- обязательно свободное употребление одного из компонентов и связанное употребление другого (*a bosom friend* – *закадычный друг*: *закадычным не может быть враг или кто-либо другой*).

Фразеологические соединения образуются из слов со скованными, связанными значениями, возникающие как переносные на базе основного значения.

Фразеологические сочетания – устойчивые выражения, в состав которых входят слова со свободным и фразеологическим значением. В них целостное значение следует из семантики отдельных слов: одержать победу, деликатный вопрос, насупить брови, принять меры; *to drink till all is blue* – допиться до белой горячки.

Фразеологически связанное значение компонентов таких фразеологизмов реализуется только в условиях строго определенного лексического окружения. Мы говорим *The Indian summer* – *бабье лето*, но никогда не скажем *The Indian month*, *The Indian autumn*, etc.

Фразеологические сочетания нередко варьируются, например: *to be in one's blood*, *to have something in one's blood* – *быть наследственным*; *to be (hit, operate, run) on all (four, six, etc.) cylinders* – *быть в прекрасной форме, работать не покладая рук*.

**Фразеологические выражения** – сочетания слов с непереосмысленным, но постоянным составом и значением. Многие фразеологические выражения имеют принципиально важную синтаксическую особенность: не словосочетания, а целые предложения.

Стремление отделить фразеологические выражения от собственно фразеологизмов побуждает лингвистов искать более точное для них наименование.

Иногда их называют фразеологизированными сочетаниями, выражениями.

Уточняя понятия, иногда к сочетаниям этого типа предлагают относить не все пословицы и поговорки, а только те, которые приобрели обобщенно-переносный метафорический смысл и воспринимаются как единицы, близкие к собственно фразеологизмам, например: *starry hour* – *звездный час*.

В выделении четвертой, последней из рассмотренных, группы фразеологизмов ученые не достигли единства и определенности.

Различия объясняются многообразием и неоднородностью самих языковых единиц, которые по традиции зачисляют в состав фразеологии.

Существуют и другие классификации, берущие за основу разграничения типов фразеологизмов характер ограничений в выборе переменных элементов их структуры, материально единичный или переменный состав слов – компонентов, степень устойчивости структуры и ее элементов и другие признаки. Совокупность различных по характеру значения и структуре фразеологизмов образует фразеологический состав языка.

Фразеологизмы всегда сложны по составу, они образуются соединением нескольких компонентов, имеющих, как правило, отдельное ударение, но не сохраняющих при этом значение самостоятельных слов, например: *hold one's hand* – *воздержаться от чего-либо*; *Honest to God!* – *Видим Бог!*

Фразеологизмы семантически неделимы, они имеют обычно нерасчлененное значение, которое можно выразить одним словом: *to lose one's head* – *растеряться*; *to lose one's heart* – *влюбиться*; *to make a poor mouth* – *прибедняться*.

Однако, эта особенность свойственна не всем фразеологизмам, можно найти и такие устойчивые сочетания, которые приравниваются к целому описательному выражению, например: *to have a green thumb* – *золотые руки (о садоводах)*; *to give all one's goods in the shop window* – *выставлять напоказ*; *to have a lot on the ball* – *быть очень способным*.

Такие фразеологизмы возникают в результате образного переосмысления свободных словосочетаний. Фразеологизмы в отличие от них характеризуются постоянством состава.

Тот или иной компонент фразеологизма нельзя заменить близким по значению словом, в то время как свободные словосочетания легко допускают такую замену, например: вместо *a ladies' man* – *дамский угодник, ловелас* нельзя сказать *a gentlemen' women*, а вместо *lady luck* – *госпожа удача* нельзя сказать *man luck*.

При этом можно сравнить свободные словосочетания такого типа, как: *to read a book*, *to read a novel*, *to read a story*. Некоторые фразеологизмы могут иметь варианты, например *with all one's heart*, *with all one's soul* – *от души*, однако, существование вариантов не означает, что в таких фразеологизмах можно произвольно обновлять состав.

Фразеологизмы также отличает *воспроизводимость*. В отличие от свободных словосочетаний, которые строятся говорящим непосредственно в момент речи, фразеологизмы употребляются в готовом виде, такими, какими они закрепились в языке, какими их удерживает наша память.

Так, сказав «*a bosom*», мы обязательно произнесем «*friend*» (не *pal*) – *a bosom friend* – близкий, сердечный друг.

Большинству фразеологизмов свойственна непроницаемость структуры: в их состав нельзя произвольно включать какие-либо элементы, например, когда употребляют фразеологизм *lares and penates* – домашний очаг нельзя сказать *very lares and penates*.

Исключение составляют фразеологизмы, которые допускают вставку некоторых уточняющих слов: *to learn one's lesson* – извлечь урок; *to learn good lesson from something* – извлечь урок из чего-либо. Структурной особенностью отдельных фразеологизмов является наличие у них усеченной формы наряду с полной, например: *a friend in need* – закадычный друг; *a friend in need is a friend indeed* – друг познается в беде.

Сокращение состава фразеологизма в подобных случаях объясняется стремлением к экономии речевых средств, но иногда приводит к полному переосмыслению и изменению значения фразеологизма.

Фразеологизмам присуща устойчивость грамматической формы их компонентов: каждый член фразеологического сочетания воспроизводится в определенной грамматической форме, которую нельзя произвольно изменять, то есть нельзя заменять формы множественного числа единственным и наоборот, сравнительные степени имени прилагательного и так далее. Однако, в некоторых случаях возможны вариации грамматических форм в составе отдельных фразеологизмов: *to gather up the thread (s)* – возобновить какое-либо дело; *to get into deep water* – попасть в затруднительное положение.

Для большинства фразеологизмов характерен строго закрепленный порядок слов, например: *a lay figure* – манекен /не *figure lay*, в то же время фразеологизмы глобального типа, то есть состоящие из глагола и зависящих от него слов, допускают перестановку компонентов. Неоднородность структуры ряда фразеологизмов объясняется тем, что фразеология объединяет довольно пестрый языковой материал, причем границы некоторых ФЕ очерчены недостаточно определенно. По классификации ФЕ, ученые предложили ряд классификационных схем, используемых в теоретической и методической литературе.

### **Семантическая классификация В.В.Виноградова**

Широкое признание в языкознании получила семантическая классификация В.В.Виноградова. Она базируется на мотивации ФЕ, то есть на отношениях, которые существуют между значениями целого и компонентов.

Степень мотивации зависит от возможности изменения формы или порядка компонентов и замены целого одним словом. Работы В.В.Виноградова имели огромное влияние на исследования в области английской фразеологии. Семантическая классификация фразеологизмов В.В.Виноградова широко распространена. Он предлагает три типа ФЕ:

#### **Фразеологические сращения**

Это немотивированные единицы, выступающие как эквиваленты слов:

*to be careless, inattentive* – снустя рукава;

*to twiddle one's thumbs (fingers), to sit picking one's nose* – бить баклуши;

*to act (play) the fool* – валять дурака; *to rush headlong* – очертя голову;

*to be (live) in the back of beyond* – у черта на куличках;

*to play a mean (dirty) trick on smb, to do the dirty on smb* – подкладывать свинью;

*and that was the last that was seen (heard) of smb* – поминай как звали;



Они представляют наивысшую степень слияния. Это оборот, который давно сложился в языке и является обычно эмоционально окрашенным.

Значение целого полностью поглотило значение компонентов своими экспрессивными и эмоциональными свойствами. Приведем примеры фразеологических сращений: *to rain cats and dogs; to bell the cat; to cry wolf; a fine kettle of fish.*

Общий смысл выражения никогда не равен сумме значений его элементов.

Однако одна и та же ФЕ может оказаться мотивированным для одного человека (в таком случае она будет рассматриваться как фразеологическое единство) и немотивированно для другой (тогда она бы считалась фразеологическим сращением).

Чем глубже знание истории, тем меньше фразеологических сращений человек обнаружит в языке. Только глубокое этимологическое исследование может помочь раскрыть механизм становления фразеологических сращений и выяснить, почему именно эти слова-компоненты побудили появление целостного значения.

### **Фразеологические единства**

Это немотивированные единицы, выступающие как эквиваленты слов:

Их в языке гораздо больше. Они являются семантически неделимыми ФЕ, но их целостное значение мотивировано значением компонентов. В этот разряд *В.В. Виноградов* привлекает фразовые штампы, клише, типичные для различных литературных стилей и литературные цитаты, крылатые выражения, народные пословицы и поговорки:

*when the cows come home – до бесконечности;*

*as well be hanged for a sheep as for a lamb – семь бед – один ответ;*

*to lock the stable door after the horse is stolen – после драки кулаками не машут.;*

*to look a gift horse in the mouth – дарёному коню в зубы не смотрят;*

*a fish out of water – человек не в своей стихии.*

### **Фразеологические сочетания**

Они не только мотивированные, но и содержат один компонент в его прямом значении, а другой употреблен метафорически, например: *to meet the requirement.*

В ФС возможны замены, которые не разрушают значение метафорического элемента: *to meet the necessity, the demand.* Эти замены не являются синонимичными и значение целого меняется, тогда как значение глагола остается неизменным.

Как объясняет *М.П.Кочерган*, данная классификация основывается на критерии семантической аналитичности фразеологизма.

*П.Г.Ерченко*, например, классифицирует фразеологизмы по смысловозначительной функции компонента ФЕ с нормативным смыслом, промежуточные и иллюстративные ФЕ с идиоматическим смыслом.

В классификации *В.В.Виноградова* отсутствует единый принцип классификации ФЕ. Сращения и единства отделяются друг от друга по признаку мотивированности ФЕ, фразеологические сочетания – по признаку ограниченной сочетаемости слова.

Лингвист *З.Н.Анисимова* выделяет три группы ФЕ (прил. + сущ.):

- *ФЕ классифицирующего характера.* Сюда относят обороты, обозначающие более частные, видовые понятия по отношению к понятиям, обозначаемым вторым компонентом (существительным) вне ФЕ. Первый компонент (прилагательное) имеет классифицирующее значение, указывая на признаки обозначаемых понятий, отличающие эти понятия от подобных им: *a little finger – мизинец; hard money – твердые деньги.*

Часто сопоставляются ряды ФЕ с одинаковым существительным и различным прилагательными: *white bread, brown bread, black bread*;

- фразеологические единства – типа *blind alley* – тупик;
- фразеологические сращения – типа *brown study* – мрачное раздумье, размышление; *hot air* – болтовня.

Существуют различные критические замечания по классификации З.Н. Анисимовой.

А.В. Кунин считает, что в основу классификации З.Н. Анисимовой не положен единый принцип классификации. В основе выделения фразеологических единств и сращений лежит степень семантической слитности их компонентов. В ФЕ классифицирующего характера один компонент классифицирует другой.

Т.Н. Дербукова предлагает новый вариант классификации ФЕ. Она указывает на то, что семантически связанным оказывается то из значений слова, для реализации которого необходимо наличие одного строго определенного слова.

Т.Н. Дербукова утверждает, что одна ограниченная сочетаемость не является обязательным признаком его фразеологической связанности и делит ФЕ на две группы:

- ФЕ, семантическая связанность которых вызывается подчиненностью лексических значений компонентов целостному значению словосочетания: *leading article* – передовая статья; *age of consent* – брачный возраст;
- ФЕ, семантическая связанность которых обуславливается фразеологической связанностью одного из компонентов: *dead failure* – полный провал, *dead language* – язык, вышедший из употребления; *dead loss* – чистая потеря.

В своей работе Т.Н. Дербукова не опирается на исследования других лингвистов.

Автор не пользуется терминами «единство» или «сращение». Она выделяет группу с целостным значением, зависящим от подчиненности лексических значений компонентов целостному значению словосочетания.

По мнению А.В. Кунина, эта классификация является неудачной.

Н.Н. Амосова выделяет два типа ФЕ – фраземы и идиомы.

Фразема – это единица постоянного контекста, в которой указательный минимум, требуемый для актуализации данного значения семантически реализуемого слова, является единственно возможным, постоянным: *black frost* – мороз без снега.

Второй компонент является указательным минимумом для первого.

Фраземы легко переходят в переменные сочетания слов, так как единичная сочетаемость в них является неустойчивой.

В отличие от фразем, идиомы – единицы постоянного контекста, в которых указательный минимум и семантически реализуемый элемент составляют тождество и оба представлены общим лексическим составом словосочетания.

Идиомы характеризуются целостным значением: *red tape* – бюрократизм, волокита; *play with fire* – играть с огнем.

В основу деления ФЕ на данные типы положена классификация Т.Н. Дербуковой.

В классификации Н.Н. Амосовой существуют некоторые недостатки – не выдержан единый принцип классификации.

Фраземы выделяются по принципу наличия фразеологически связанного значения, обусловленного единичной сочетаемостью одного из компонентов.

**Идиомы** – по принципу наличия целостности значения, основанного на ослаблении лексического значения компонентов.

Одна группа выделена на основе структурно-семантического принципа, другая – на основе семантического принципа. С точки зрения принципов, положенных в основу классификации *Н.Н. Амосовой*, она может быть признана неудачной. Выделение только двух типов значения в английской фразеологии недостаточно.

Примеры, приводимые *Н.Н. Амосовой* в качестве фразем, неоднородны.

*Н.Н. Амосова* считает, что фразема не имеет структурно-семантической модели.

Несмотря на это, многие обороты, приводимые *Н.Н. Амосовой* в качестве фразем, образованы по структурно-семантической модели. К таким оборотам она относит те, в которых нет единичной сочетаемости семантически реализуемого слова: *old boy, old girl – старина*. Обороты этого типа образуют структурно-семантическую модель (*old boy, old girl, old man*) и не являются фраземами.

*White bear – белый медведь* в значении *белый цвет* (о животных, рыбах, птицах) употребляется со многими существительными: *white ant, fox, heron, pelican, perch*.

Прилагательное *white* в этих сочетаниях обозначает только один признак (белый цвет), другие признаки могут не совпадать. Это структурно-семантическая модель, которую можно назвать частичной структурно-семантической моделью.

Обороты, образующие такую модель, не являются фразеологизмами, а словосочетаниями, входящими в группу переменено-устойчивых сочетаний слов.

*А.И. Смирницкий* по структурному принципу делит ФЕ на *одновершинные, двухвершинные, многовершинные*.

По его мнению, одновершинные ФЕ – обороты, подобные производным словам, в которых имеется один семантически полнозначный элемент: *to give up – бросить какую-либо привычку; to ring up – звонить, вызывать по телефону*. Двухвершинные и многовершинные ФЕ – обороты, подобные сложным словам, где таких полнозначных компонентов два и более: *first night – премьера; black art – черная магия*.

Помимо структурного деления, *А.И. Смирницкий* делит ФЕ по стилистическому принципу. Он различает ФЕ и идиомы. ФЕ – стилистически нейтральные обороты, лишенные метафоричности или потерявшие ее: *to fall in love – влюбиться; to get up – вставать*. Идиомы основаны на переносе значений, метафоре, которая осознается говорящим.

Яркая стилистическая окраска, отход от обычного нейтрального стиля являются их характерной чертой: *to take the bull by the horns – брать быка за рога; as dead as doornail – без признаков жизни*.

В свою классификацию *А.И. Смирницкий* не включает фразеологические сращения, фразеологические выражения, фразеологические сочетания.

В пределах устойчивых оборотов *А.И. Смирницкий* различает ФЕ (стилистически нейтральные обороты, лишенные метафоричности или потерявшие их) и идиомы (основанные на переносе значения, на метафоре).

По мнению *А.И. Смирницкого*, ФЕ, типа *to fall in love, to get up*, повседневно употребляются в речи англичан, то есть они являются неотъемлемой и необходимой частью языка, а идиомы – это украшение языка. Подобное замечание вызвало критику *А.В. Кунина*. Он считает, что можно прекрасно говорить на любом языке, не пользуясь образными средствами. Фразеология делает речь яркой и образной.

Деление ФЕ по источнику происхождения и сферам деятельности человека является традиционным способом классификации ФЕ.

*Н.М.Амосов* выделяет фраземы и идиомы. Идиомы, по его мнению, характеризуются целостным значением, которые в отличие от фразем, являются единицами постоянного контекста. Толкование идиомы *В.В.Виноградовым* очень близко к вышеупомянутому. Он утверждает, что идиомы характеризуются семантической неделимостью, абсолютной несхожестью значения целого и его компонентов.

Профессор *Л.П.Смит* в своей работе дает группы идиом, используемые моряками, охотниками, военными, объясняет их происхождение, дает группы идиом, которые связаны с домашними и дикими животными, сельским хозяйством, спортом и др.

*Л.П.Смит* выделяет группу словосочетаний, которая связана с морем и жизнью моряков. Примеры, приводимые *Л.П.Смитом*, приобрели переносное значение и уже никак не связаны с морем: *in deep water* – в беде; *to sink or swim* – была не была.

Классификация хотя и нашла практическое применение, в ней есть один существенный недостаток – в ней не учитываются структурные особенности. Иногда этот принцип классификации называют этимологическим.

*Л.П. Смит* изучал идиомы, заимствованные из других языков, хотя они составляют очень малую часть его классификации. Общий принцип деления ФЕ по *Л.П.Смиту* не может быть назван этимологическим.

Профессор *Г.Б. Антрушина* считает, что согласно этимологическому принципу необходимо учитывать является слово исконным или заимствованным, и если оно заимствованно, то каков источник заимствования.

*А..В. Кунин* выделяет три раздела в составе фразеологии – *идиоматика, идиофразеоматика, фразеоматика*. Это деление основано на различных типах значения фразеологизмов – от более сложных до менее сложных. Эта классификация включает классификацию *В. В. Виноградова* и дополняет ее.

*А.В. Кунин* впервые была выделена идиофразеоматика и ряд групп, входящих во фразеоматику (фразеоматизмы с прибавочно-уточнительным значением *short story* – рассказ, новелла; *brown paper* – оберточная бумага).

В раздел идиоматики входят ФЕ, или идиоматизмы – устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением. Подобные ФЕ бывают различных типов и могут быть мотивированными и немотивированными (*a nigger in the fence* – ложка дегтя в бочке меда, *the narrow bed* – могила).

В раздел идиофразеоматики входят идиофразеоматические единицы – устойчивые словосочетания, у первых фразеосемантических вариантов, компоненты которых имеют буквальные, но сложные значения, у вторых компонентов идиоматических вариантов – полностью переосмысленные: *double cross* – спорт «двойная игра»; *перенос* обман.

Второй вариант несет в себе переносный характер.

В раздел фразеоматики входят фразеоматические единицы, или фразеологизмы неидиоматического характера с сложным значением. Существуют обороты, которые изучаются не фразеологией, а лексикологией: *fail in one's duty* – не выполнить свой долг; *hope for the best* – надеяться на лучшее. Здесь семантическая структура не осложнена.

Обороты с терминологическим значением также изучаются лексикологией: *visual navigation* – визуальное судовождение; *measuring instrument* – измерительный прибор.

## Структурная классификация А.В.Кунина

Проблемой структурной классификации ФЕ занималось много ученых. Среди них И.В.Арнольд, И.Н.Покровский, А.В.Кунин, Т.И.Арбекова, Е.Ф.Арсентьева, J.Seidl, W.McMordie.

Некоторые классификации перекликаются, другие являются специфическими и присущими только тому или иному автору.

А.В.Кунин разделяет ФЕ на четыре структурно-семантические классы:

- **Номинативные ФЕ** – обороты, выполняющие функцию называния, обозначения предметов, действий, явлений, состояний, качеств. ФЕ свойственна функция осложненной номинации. В образных ФЕ сочетаются образность, экспрессивность, эмотивность, интенсивность, оценочность. Обороты этого типа называют экспрессивами, поскольку экспрессивность является их общим свойством.

В состав номинативных ФЕ входят фразеологизмы различных структурных типов: обороты с одной знаменательной лексемой и одной или двумя незнаменательными лексемами, фраземы (обороты со структурой словосочетания, обороты со структурой придаточного предложения, как с определяемым им словом, так и без него). В состав одновершинных ФЕ входят в основном адвербиальные и адъективные обороты.

Например: *the last straw that broke the camel's back*. Сюда же относятся обороты с предикативной структурой типа *as the case stands*, а также соединения типа *wear and tear*, *well and good*. В номинативные ФЕ входят субстантивные ФЕ (называют предметы и явления), адъективные ФЕ (признаки предметов и явлений), адвербиальные (образ действий этих предметов и явлений) и предложные ФЕ.

**Номинативно-субстантивные ФЕ** представлены тремя подвидами:

- *идиоматика*: *a weak sister* – маленький сынок; *a tower of strength* – кормилец, опора в семье; *a girl Friday* – правая рука босса; *a golden girl* – популярная девушка; *a bitter pill to swallow* – горькая пилюля; *a dead duck* – конченый никчемный человек; *a bull in a china shop* – слон в посудной лавке; *a pill to cure an earthquake* – жалкие усилия исправить ситуацию; *a storm in a tea cup* – буря в стакане; *a break in the clouds* – луч надежды.

По эмотивному значению во фразеологии английского языка больше всего ФЕ с негативной эмоциональной окраской. Также среди субстантивных ФЕ встречаются ФЕ с именами собственными: *Jack Frost* – мороз красный нос; *Father Thames* – старушка Темза; *Father Time* – дедушка Время; *Mother Earth* – Мать сыра Земля;

- *идиофразеоматика*: *the high-water mark* – 1) высшая точка прилива, 2) вершина, чего-либо; *plain sailing* – 1) удачное плавное плавание, 2) все идет как по маслу; *a change of scene* – 1) смена декораций, 2) перемена обстановки;

- *фразеоматика*: *a short story* – рассказ; *a magnifying glass* – увеличительное стекло (луна); *brown paper* – оберточная бумага.

Особого внимания заслуживают обороты с компонентом Dutch, такие ФЕ имеют, как правило, резко отрицательное значение. Это связано с конкуренцией на море Британского и Голландского флота и с войнами в XVII веке:

*a Dutch bargain* – односторонне выгодная сделка;

*a Dutch concert* – кошачий концерт;

*Dutch courage* – пьяная удаля;

*Dutch feast* – пирушка, где хозяин напивается первым.

**Номинативно-адъективные ФЕ** как правило содержат сравнения и главный компонент представлен прилагательным. Также делятся на три раздела:

- **идиоматика:** *alive and kicking* - жив и здоров, цел и не-вредим; *dead and gone* – исчезнувший без следа; *as good as gold* – золотой (хороший) человек; *more dead than alive* – смертельно уставший; *as plain as a nose on your face* – понятно как дважды два; *as ugly as a sin* – страшен как смерть; *as cool as a cucumber* – спокойный, невозмутимый;

- **идиофразеоматика:** *cut and dried* – 1) травы собранные, порезанные и высушенные, 2) в готовом виде; *high; and dry* – 1) корабль на мели, 2) быть в беде, на мели;

- **фразеоматика:** *null and void* – недействительный, потерявший законную силу; *hale and hearty* – бодрый, здоровый.

**Адвербиальные ФЕ** – это устойчивые обороты, компоненты которых могут быть представлены различными частями речи, но они выполняют функцию обстоятельства в предложении и отвечают на вопрос «как?» и «каким образом?» и также представлены в трех основных разделах фразеологии:

- **идиоматика:** *from A to Z* – от А до Я; *out of the blue* – свалился как гром среди ясного неба; *time and again* – снова и снова; *rain or shine* – при любых обстоятельствах; *by fits and starts* – спустя рукава, урывками; *as swift as a thought* – молниеносно, быстро.

Также встречаются одновершинные адвербиальные ФЕ: *by heart* – наизусть; *by the way* – между прочим; *out of the question* – вне обсуждения;

- **идиофразеоматика:** *between wind and water* – 1) ниже ватерлинии, 2) в наиболее уязвимое место, не в бровь, а в глаз; *neck and neck* – 1) голова в голову, 2) затылок в затылок, один за другим;

- **фразеоматика** представлена одновершинными оборотами: *at last* – наконец; *at least* – по крайней мере; *at vjst* – самое большее; *at the worst* – на худой конец.

В предложных ФЕ выделяют только идиоматику. Они состоят из одновершинных оборотов с двумя полупредлогами – начальным и конечным: *at the head of* – во главе; *in view of* – в виду чего-либо; *for the sake of* – ради кого-либо.

Номинативные фразеологизмы обладают следующими эвфоническими признаками:

- **аллитерация** – симметричное повторение одинаковых или сходных согласных звуков в начале и в середине слов: *Jack and Jill* – парень и девушка; *hide and hair* – спрятался с потрохами;

- **рифма:** *the butcher, the baker, the candlestick maker* – люди разных профессий;

- **ассонанс** – симметричное повторение одинаковых или сходных гласных звуков: *as snug as a bug in a rug* – хорошо пристроился.

**Номинативно-коммуникативные ФЕ** – глагольные ФЕ, трансформирующиеся в предложения при употреблении глагола в пассивном состоянии. Например: *to break the ice* – *the ice is broken*; *to cross the Rubicon* – *the Rubicon is crossed*. Однако существуют и такие ФЕ, глагол которых может использоваться только в пассивном состоянии (*to be reduced to a shadow*) или только в активном (*to smell a rat*; *to chatter like a magpie*).

Глагольные ФЕ относятся к классу номинативных и номинативно-коммуникативных ФЕ, вследствие того, что одни из них являются словосочетаниями, а другие, как словосочетаниями, так и предложениями. Например: *to burn one's fingers* – обжечься; *to be in hot water* – быть в беде. Глагольные ФЕ могут быть полностью или частично переосмысленными мотивированными и немотивированными оборотами.

Основными типами переосмысления являются **метафора** (*be in smooth water – преодолеть трудности*), **метонимия** (*to make a clean breast of smth. – во всем признаться*), **сравнение**. Метафорические ФЕ часто бывают гиперболическими (*hitch one's wagon to a star – занестись в мечтах*) или эвфемистическими (*to go to one's account – покончить счеты с жизнью*). Немотивированность ФЕ вызывается лингвистическими и экстралингвистическими факторами.

Большинство глагольных ФЕ относится к человеку, действиям, совершаемым человеком, состоянию, в котором он находится: *to get up in the world – идти в гору*; *to put one's foot in it – сесть в лужу*; *to sell smb a rip – обвести кого-либо вокруг пальца*.

Глагольные ФЕ подразделяются на **компаративные** (содержащие сравнение) и **некомпаративные** (не содержащие сравнение): *to get up in the world – сделать карьеру*; *to kill two birds with one stone – убить двух зайцев одним выстрелом*; *to play smb false – обмануть кого-либо*; *to hate smb like poison – сильно не любить кого-либо*; *to get on like a house on fire – не ладить с кем-то*; *to die like flies – мрут как мухи*.

Наиболее частой структурой глагольных ФЕ является двух или трехкомпонентность:

▪ **двухвершинные ФЕ:**

*to drop a brick – допустить бестактность*; *to clear the air – разрядить обстановку*; *to be in the clouds – витать в облаках*; *to bark at the moon – nonусту тратить время*;

▪ **трехвершинные:** *to be all ears – внимательно слушать*; *to show the white feather – струсить*.

**Междометия и модальные ФЕ**, то есть физическое лицо, выражает эмоции, волеизъявления, но не обладает предметно-логическим значением: *by George! I'll bet my boots! I could eat a horse!*

В результате экспрессивного переосмысления междометные ФЕ превращаются в обобщенные выразители эмоций и волеизъявления. Для междометных ФЕ характерно полное экспрессивное переосмысление, поэтому они могут быть только идиоматизмами.

Междометия относятся к эмотивным и оценочным образованиям.

Экспрессивность, оценочность, интенсивность составляют коннотативный аспект междометия. Междометия выражают личностное отношение человека к объектам внешнего мира, иногда к самому себе. Один и тот же объект может выражать различные эмоции у различных людей.оборот *by the Lord Harry* употребляется для усиления высказывания и выражает негодование, раздражение, возмущение.

Междометные ФЕ не могут сочетаться со словами или сочетаниями слов.

Междометные ФЕ отличаются от всех остальных фразеологизмов тем, что у них нет единого четкого значения, их значение определяется контекстом. Они выражают личное эмоциональное отношение говорящего к речи собеседника или к происходящему:

*Sakes alive! – Ну да! Вот те на! Черт подери!*

*Hear, hear! – Правильно, правильно (в знак одобрения).*

*Like hell! = My foot! – Черт подери!*

*My eyes! Oh, my eyes! – Вот это да! Подумать только!*

*Good heavens! Good gracious! – О, Боже! О, Господу! Bless me! = Bless my heart and soul! = Bless my life! – Честное слово! Видит Бог! May God.... – Пусть Бог.....*

Во фразеологии модальность – это выражение ФЕ утверждения и отрицания, обозначение ими отношения к высказыванию с точки зрения его достоверности, предположения.



А также соотнесенность ФЕ с модальным словом.

Модальные ФЕ немеждоментного характера могут быть *компаративными*:

*as sure as fat* – неизбежно;

*as sure as a gun = as sure as death* – ясно как дважды два; *as sure as I'm alive = as sure as I am standing here = as plain*

*as a nose on your face* – ясно как божий день;

некомпаративными: *any day* – бесспорно;

*by long odds* – решительно, наверняка;

*I'll bet my life (last dollar) = you bet* – даю руку на отсечение, как пить дать.

Иногда встречаются единичные примеры в виде вопросов:

*Will a duck swim?* – Неужели вы сомневаетесь?

ФЕ с модальным значением в синтаксическом отношении представляют собой вводный член предложения, стоящий в начале, середине, конце предложения. Они могут употребляться как самостоятельные предложения.

Междоментные ФЕ в результате переосмысления превращаются в обобщенные выразители эмоций и волеизъявления, а иногда и того и другого вместе, вследствие чего значение подобных междоментных образований является немотивированным.

Модальные ФЕ немеждоментного характера выражают утверждение и отрицание, обозначают отношение к высказыванию с точки зрения его достоверности, желательности.

Например: *a pretty kettle of fish* – неразбериха; *on the face of it* – на первый взгляд.

**Коммуникативные ФЕ** со структурой простого и сложного предложения.

Различаются два типа коммуникативных ФЕ: *поговорки* и *пословицы*.

Сложные предложения встречаются только среди пословиц.

Примеры коммуникативных ФЕ: *why keep a dog and bark yourself; there are other fish in the sea; if you run after two hares, you will catch neither* и др.

К коммуникативным ФЕ относятся фразеологизмы, являющиеся предложениями, причем не частично-предикативными (*strike while iron is hot* – куй железо пока горячо), а цельнопредикативными (*war is the sport of kings* – война забава королей).

В контексте пословицы употребляются как самостоятельные предложения или как часть сложного предложения. Назначение пословицы – выражать суждения и умозаключения по разнообразным жизненным проблемам, поэтому пословицы имеют назидательный характер. Они являются продуктом народного творчества и выражают культуру, быт, традиции и ценности народа языковыми средствами.

В рамках темы фразеологизмы, как отражение социально-культурной деятельности человека, можно найти достаточное количество пословиц, которые учат людей трудиться:

*as you make your bed, so you must lie on it* – как постелешь, так и поспишь; что посеешь, то и пожнешь (как сам поступишь, как поведешь себя, таковы будут и последствия твоего поведения);

*it dogged that does it* – терпение и труд всё перетрут (терпение и настойчивость в работе победят все препятствия);

*he that would eat the fruit must climb the tree* – без труда не выловишь и рыбку из пруда (без усилий и старания никакого дела не сделаешь).

Пословица – это афористически сжатое изречение с назидательным смыслом в ритмически организованной форме. Пословица всегда является предложением, часто сложным.

В контексте она может выступать в качестве самостоятельного предложения или части сложного предложения: *the proof of the pudding is in the eating* – чтобы судить о пудинге, надо его попробовать, все проверяется на практике; *the speech is silver, but silence* – слово – серебро, молчание – золото.

**Пословицы** – это выраженный структурой предложения народное выражение поучительного содержания, которое формулирует определенную жизненную закономерность или правило, которое является широким обобщением многовековых наблюдений народа, его общественного опыта.

Например: *хорошее начало – половина дела; община – великий человек; every cloud has a (или its) silver lining* – нету худа без добра.

Большинство пословиц – краткие, лаконичные высказывания. Для пословиц характерна устойчивость лексемного состава и неизменяемость порядка лексем

*Slow and steady wins the race* – тише едешь, дальше будешь; *Don't count your chickens before their hatched* – цыплят по осени считают.

Английские пословицы очень разнообразны по своему содержанию, охватывают все стороны жизни английского народа. Пословицы высмеивают пороки людей и восхваляют их положительные качества и затрагивают практически все сферы деятельности человека:

*the law for rich, and another for the poor* – для бедных один закон, для богатых другой; *he who is born a fool is never cured* – дураком родился, дураком помрешь; *fools rush in where angels fear to tread* – глупцы лезут туда, куда ангелы ступить боятся (дуракам закон не писан); *ildeness is the root of all evil* – праздность – мать всех пороков; *a penny saved is a penny gained* – не потратил деньги – считай что заработал.

Значение пословиц может быть полностью и частично переосмысленным: *fight fire with fire* – клин клином вышибают.

Однозначность является характерной чертой пословиц.

Пословицы бывают повествовательными, побудительными, вопросительными предложениями. Восклицательные предложения среди пословиц не встречаются.

**Поговорка** – коммуникативная ФЕ непословичного характера.

Большинство поговорок носит разговорный характер. В английском языке поговорок меньше, чем пословиц. В основном поговорки являются оценочными оборотами. Они выражают оценочную (*more power to your elbow* – желаю успеха!) и отрицательную оценку (*does your mother know you are out?* – у тебя молоко на губах не обсохло).

Поговорка – народное выражение, близкое к пословице, но лишенная обобщающего, поучительного характера, например: *that's another pair of shoes* – это совсем другое дело.

Поговорки бывают повествовательными (*the cost is clear* – путь свободен; *it stands to reason that* – совершенно очевидно; *the world is a small place* – мир тесен; *one's days are numbered* – его дни сочтены; *one's fingers are all thumbs* – руки – крюки; *one's hair stands on end* – волосы дыбом встали), побудительными (*put that in your pipe and smoke it!* – зарубите это себе на носу; *more power to your elbow!* – Желаю успеха! *Pull devil, pull baker!* – Валяй! Давай еще!), восклицательными (*Queen Anne is dead!* – открыл Америку!), вопросительными (*what's the good word?* – как дела?).

Основываясь на анализе всех вышеприведенных классификациях, следует отметить то, что учеными не выработано единого принципа классификации ФЕ.

Данные классификации не содержали последовательных критериев в выделении отдельных классов и не отвечали на вопрос о специфике фразеологизмов как особого слоя лексики естественного языка. В настоящее время при исследовании ФЕ, принято использовать классификацию *А.В. Кунина*, так как она считается наиболее полной и отражающей как семантические так и структурные особенности устойчивых оборотов.

У *А.В.Кунина* находим распределение фразем в соответствии с тремя разделами: собственно ФЕ, или идиомы, идиофразеоматизмы и фразеологизмы неидиоматичного характера, но со сложным значением. Все классы, по *А.В.Кунину*, разбиты на подклассы и разряды. К ФЕ добавляются еще фразеологические выражения (*Н.Н. Шанский*).

Классификация *Б.А. Ларина* отражает этапы развития и перестройки первобытных выходных словосочетаний:

- переменные словосочетания;
- устойчивые словосочетания с наличием стереотипности, традиционности и метафорического переосмысления, уходом от первоначального значения;
- идиомы, которые отмечаются по сравнению с устойчивыми метафорическими словосочетаниями более деформированными, сокращенными, далекими от первоначального лексическим и грамматическим составом и заметным ослаблением той семантической делимости, которая обуславливает метафоричность, то есть смысловую двуплановость.

Попытка систематизации устойчивых соединений в функциональном аспекте совершил *С. Говорун*. Ученый выделяет шесть основных типов:

#### **Образно-выразительные стойкие соединения:**

- метафорические единицы: пустить красного петуха; гора родила мышь;
- соединения с метафорическими компонентами: яблоко несогласия, стали сравнения: беречь как зеницу ока;
- эвфонизмы: из грязи в князи;
- постоянные гиперболы и литоты: пушкой не прошибешь;
- тавтологические соединения: свинья свиньей;
- соединения на основе поэтического синтаксиса: правда – хорошо, а счастье – лучше.

Такие экспрессивно-эмоционально окрашенные соединения отличаются известным художественным своеобразием. Они образовались не только вследствие обычного подбора слов, но и проявления фантазии, игры воображения, что выражается в удачном переносном употреблении слов, меткости сопоставления, сравнимые.

*Эллиптические соединения*, объединяющие усеченные устойчивые сочетания слов: *рад не рад; куда никуда; ни пуха, ни пера*.

*Терминологические фразеологизмы*, охватывающие аспекты науки, техники, искусства: *преломление лучей; вещь в себе; коленчатый вал; социалистический реализм; культ личности*. Замена в них одного из компонентов синонимом (цепная реакция – последовательная реакция) не разрушает терминологичность.

*Афористические фразеологизмы*, выражающие обобщающие умозаключения:

*друзья познаются в беде; бытие определяет сознание*.

*Контекстологичные соединения*, которые отождествляются с устойчивыми образованиями; в классификации *В. В. Виноградова* называются фразеологическими сочетаниями. **Идиомы** – все устойчивые словосочетания, потерявшие внутреннюю форму: *собаку съесть; была, не была*.

По мнению С. Гаврина, такого рода систематизация раскрывает природу создания устойчивых соединений, механизм формирования фразеологического состава языка.

Кроме того, она одновременно указывает и на те функции, которые фразеологический состав языка выполняет в речи.

*Образно-выразительные соединения* выполняют образно-выразительную и одновременно эмоционально-экспрессивную функцию; *эллиптические* – лаконизируют язык; *терминологические* – обеспечивают точность; соединения с обобщающими умозаключениями вносят в речь жемчужины народно-авторской мысли; контекстологичная фразеология выполняет функцию облегчения конструирования речи.

А.В. Кунин по типу переосмысления значения разделял фразеологизмы на

- фразеологизмы-сравнения;
- фразеологизмы-метафоры;
- фразеологизмы-метонимии.

Таким образом, различные ученые классифицируют фразеологизмы по самым разным признакам.

П.Г.Ерченко классифицирует фразеологизмы по смыслоразличительной функции компонента: с нормативным смыслом, промежуточные ФЕ, ФЕ с идиоматическим смыслом и иллюстративные ФЕ. Особое внимание следует уделить **идиофразеоматизмам**.

В основном идиофразеоматика английского языка представлена терминами и профессионализмами, которые, в свою очередь, отнесены в состав фразеологии.

Термины употребляются в профессиональной и технической литературе, а профессионализмы в большей степени представлены оборотами, используемыми людьми данной конкретной профессии в разговорной речи. Термины и профессионализмы представляют собой пласт профессиональной речи, однако сфера их употребления различна.

Характерной особенностью идиофразеоматизмов является наличие двух значений, где первое значение является его профессиональным значением, а именно осложненным, а второе семантически связанное значение переосмыслено, не имеет отношения именно к профессиональной сфере деятельности, то есть идиоматично.

В представленном списке выделены фразеологизмы, относящиеся к разным сферам деятельности человека, однако указано их идиоматическое, переосмысленное значение и профессиональная сфера, из которой они пришли:

### **Морское дело:**

- to lay an anchor to windward – принимать необходимые меры предосторожности;
- to clear the decks (for action) – приготовиться к бою (перен. к действиям);
- to set (*или* shape) one's course – держать курс, направляться;
- to lower (to strike) one's flag – сдаваться;
- to hoist (to strike) one's flag – принимать (сдавать) командование;
- to part brass rags with smb. – порвать дружбу с кем-либо;
- to sail against wind – бороться с трудностями;
- to take the helm – взять руководство в свои руки;
- that ship has sailed – поезд ушел; уже поздно.

Для Великобритании огромное значение имело мореплавание, что связано с географическим положением страны. Границы страны омываются морями и океанами, поэтому путь англичан пролегал через водное пространство.

Море позволяло им вести торговлю, открывать и исследовать новые земли, расширять свои владения за счет колоний. *It was hard to pass our driving test, but at least all students were in the same boat.* – Было непросто сдать тест на вождение, но, по крайней мере, все студенты были в одинаковом положении.

*Don't mortgage your house – that would be burning your boats. – that would be burning your boats.* – Не закладывайте свой дом, ведь это может отрезать все пути к отступлению.

*Yesterday I learnt that the course had already finished, so I missed the boat.* – Вчера я узнала, что курс уже закончился, так что я упустила возможность.

*Our parents pushed the boat out for our wedding.* – Наши родители изрядно потратились (потратили большую сумму денег) на нашу свадьбу.

*Our manager is bad-tempered. He tends to rock the boat all the time.* – У нашего менеджера плохой характер, ему свойственно постоянно вносить разлад.

*After working 12 hours each day he ended up becoming a nervous wreck.* – Проработав по 12 часов ежедневно, он превратился в комок нервов.

*I found myself at sea when I had to explain to my child how this device worked.* – Я был в замешательстве, когда нужно было объяснить ребенку, как работает этот прибор.

*Current world economy is in the doldrums.* – Современная экономика переживает период застоя. *The course was challenging, but to our surprise the final test turned out to be plain sailing.* – Курс был труден, но последний тест оказался на удивление проще простого. *I guess we should clear the decks before repairing this room.* – Думаю, нам стоит подготовить эту комнату к ремонту. *Why does your friend put in his oar every time we have an argument?* – Почему твой друг постоянно лезет не в свое дело, когда мы спорим?

*You are sailing a bit close to the wind when you speak to our boss like that.* – Ты рискуешь, когда разговариваешь таким тоном с нашим начальником.

*Welcome to our team. Bill will show you the ropes.* – Добро пожаловать в нашу команду. Билл введет вас в курс дела. *I'd steer clear of this guy if I were you, he is pain in the neck.* – На твоём месте я держался бы от этого парня подальше, он неприятный.

### **Военное дело:**

- to lay down (one's) arms – складывать оружие, сдаваться, капитулировать;
- to rise in (take up) arms (against) – восставать с оружием в руках (против);
- to change one's battery – направить огонь в другую сторону, переменить тактику;
- to mask one's batteries – скрывать, маскировать (свои) враждебные намерения;
- to turn one's battery against himself – воен. бить врага его же оружием;
- to give battle – дать бой, дать отпор;
- to bring down fire – открыть огонь, накрыть огнём;
- to draw fire from smb. (up on oneself) (draw smb.'s fire / the fire of smb. (upon oneself) – стать мишенью нападков, насмешек [вызвать на себя огонь противника]).

Испокон веков Великобритания была монархией, поэтому борьба за власть велась на протяжении всей истории страны. Развитый флот, умение вести военные действия и разрабатывать военную стратегию позволили Великобритании значительно расширить свои границы за счёт освоения новых земель.

В XIX в. такие страны как Канада, Австралия, Индия и множество других стран стали колониями Англии.

#### **Охота:**

- to make a bag – убить много дичи, поймать много рыбы;
- to be in at the death – присутствовать на охоте, убивая затравленную лисицу;
- to ride to hounds – охотиться верхом на лошади;
- to draw amiss – идти по ложному следу;
- to own it – напасть на след.

С древнейших времён люди добывали себе средства существования охотой.

Однако охота являлась не только источником жизни народа, обеспечивая его едой и одеждой, но она также стала развлечением для знатных особ.

#### **Спорт:**

- to be (get) off (one's) base – ошибаться, заблуждаться;
- to catch smb. off first base – застать кого-либо врасплох;
- to be at bat – играть главную роль, стоять у власти;
- to hit (strike, tackle) below the belt – нанести удар ниже пояса (предательский).

Хотя олимпийский факел был впервые зажжен в Древней Греции, именно Англия, по существу, явилась родиной современного спорта. Об этом напоминает вся международная спортивная терминология, которая, можно сказать, от старта до финиша заимствована из английского языка, включая и слово «спортсмен».

#### **Политика:**

- to catch the Speaker's eye – получить слово в палате общин;
- to race (rattle) the bill through the House – протащить, провести законопроект в спешном порядке через парламент;
- to spy (see) strangers – требовать удаления посторонней публики из палаты;
- to lay on the table – отложить обсуждение (о законопроекте);
- to take from the table – вернуться к обсуждению (законопроекта).

По государственному политическому устройству страны Великобритания – это монархия. Однако власть королевы ограничена парламентом, который состоит из двух палат: палаты лордов и палаты общин. В 1215 году взбунтовавшиеся бароны заставили короля Иоанна скрепить своей печатью «Великую Хартию вольностей». Эта охранная грамота была первой успешной попыткой феодалов навязать королю правила игры, обязательные не только для его подданных, но и для него самого. Великую Хартию (договор) считают началом английской демократии. Уже через 50 лет после неё был созван первый парламент – собрание выборных представителей знати, священников и горожан. Так в Англии народ начал принимать участие в управлении страной.

#### **Фразеологизмы о принадлежности человека к определенной профессии:**

- to be raised to the bench – быть назначенным судьёй, получить место судьи;
- to be on (tread or walk) the boards – выступать на сцене, играть, быть актёром;
- to assume (wear) the ermine – стать (быть) членом (верховного) суда;
- to serve (sail) before the mast – служить простым матросом;
- to be sworn of the peace – быть назначенным мировым судьёй;
- to take the King's (or the Queen's) shilling – поступить на военную службу.

В англо-русском фразеологическом словаре *А.В. Кунина* представлены многие профессиональные сферы деятельности человека и профессии Британии прошлых веков.

### **Классификация ФЕ И.В. Арнольд**

И.В.Арнольд детально разработала классификацию ФЕ по их грамматической структуре. Она классифицирует их так:

#### **ФЕ функционируют как существительные:**

N + N: horse sense; flea market; monkey business; road hog; chicken feed;

N's + N (Ns ' + N): cat's paw; ladies'man; cat's pyjamas (or whiskers)

N + prep + N: a bird of passage; birds of a feather; a whale of a time;

N + A: dog tired;

N + and + N: dog and pony; fox and geese.

A + N: a lame duck; a yellow dog; a cool cat; a loan shark / wolf.

N + subordinate clause: the goose that lays golden eggs;

#### **ФЕ функционируют как глаголы:**

V + N: to play horse; to whip the cat;

V + postpositive: to clam up; to wolf down;

V + (prep) + (one's) + N: to hold one's horses; ants in one's pants.

V + Adj + N: to come off the high horse;

V + N + prep + one's + N: to have a worm in one's tongue; to keep the bird in one's bosom.

#### **ФЕ функционируют как прилагательные:**

(As) + A + as + N: as red as a poppy; as red as a beetroot; as red as a turkey-cock; as red as a lobster; as red as fire; as red as blood; as red as a cherry; as red as a rose; (As) free as a bird.

#### **ФЕ функционируют как наречия:**

conj + clause: when pigs have wings

#### **ФЕ функционируют как возгласы:**

I could eat a horse! Hold your horses!

### **Структурные типы ФЕ Е.Ф. Арсентьевой и И.В. Корунця.**

*Е.Ф.Арсентьева* выделила следующие типы ФЕ за их структурой:

#### **ФЕ со структурой словосочетания:**

- глагольные ФЕ;
- субстантивные ФЕ;
- адъективных ФЕ;

#### **ФЕ со структурой словосочетания**

*Глагольными* называют ФЕ с обобщенной семантикой процессуального признака, объективированной в глагольных грамматических категориях вида, состояния, образа, лица, времени. В предложении глагольные ФЕ выполняют синтаксическую функцию сказуемого.

#### **ФЕ со структурой предложения.**

Многочисленным классом *Е.Ф.Арсентьева* считает класс глагольных ФЕ. Далее идут субстантивные и адъективных ФЕ и ФЕ со структурой предложения.

### Основные подклассы:

Многочисленный подкласс составляют ФЕ со структурой V + N: *to shoot (throw) the bull, to play the hog, to see the elephant, to play the bear, to raise / wake snakes, to smell a rat.*

К этому же подклассу относится подвид фразеологизмов с препозитивного расширением существительного притяжательным местоимением: V + pron. + N: *to eat smb's toads, to cook somebody's goose.*

V + adj. + N, постоянным компонентом которых является прилагательное: *to beat / flog a dead horse, to back the wrong horse.*

V + N + prep. + N: *take the bear by the tooth, take the bull by the horns, to let the cat out of the bag.* Также сюда относятся ФЕ расширенные за счет прилагательных или притяжательных местоимений: *to help a lame dog over a stile, to have bats in one's belfry.*

V + N + N: *to die a dog's death, to be bee's knees;*

V + comp. + V: сравнительный компонент «like / as»: *to shrut / swell like a turkey-cock, to act as a chameleon, to run like a deer / hare / rabbit;*

V + and + V, а также сложные ФЕ со структурой V + N + and + V + N с расширением существительных: *to give a dog a bad / ill name and hang him, to run with the hare and hunt with the hounds, to strain at a gnat and swallow a camel.*

Субстантивными называются ФЕ с обобщенно-предметной семантикой, объективированной в грамматических категориях рода, числа и падежа.

В предложении субстантивные ФЕ выполняют синтаксические функции подлежащего, именной части составного сказуемого или приложения.

Выделяются следующие подклассы субстантивных ФЕ:

ФЕ со структурой Adj. + N и атрибутивным связью между компонентами: *an early bird, a fair fish, a lazy / dirty / big dog, a fat cat, a white elephant.*

N + N *An animal spirit, a publicity hound.*

N + prep. + N с возможным расширением за счет прилагательных: *a wolf in sheep's clothing, a jackdaw in peacock's feathers (N + prep. + N + N), a cuckoo in the nest, a beggar on horseback. Part.I (II) + N: a lost sheep, a willing horse.*

Адъективными называются ФЕ, которым присуще категориальное значение атрибутивности, способность выражать статический признак предметов. В предложении они выполняют функции несогласованного определения или именной части составного сказуемого. ФЕ, имеющие в составе **as** (прилагательное является стержневым элементом, а существительное – зависимым): *(as) greedy as a wolf, (as) weak as a cat, (as) cross / savage / sulky as a bear, (as) close as an oyster, (as) cheerful as a lark.*

ФЕ со структурой простого предложения имеют компоненты, которые соотносятся как подлежащее и сказуемое (+ второстепенные члены предложения): *one would not say boo to a goose, one would not hurt a fly.* Как правило, ФЕ по образцу сложных предложений, являются пословицами: *all is fish that comes to his net.* И.Корунец утверждает, что в каждом языке существуют:

- идиомы – предложения (*a leopard can not change its spots; monkey see, monkey do*);
- идиомы – словосочетания (*swan song*);
- идиомы – слова (метафорически обобщающие названия): *Tom Pepper, Mrs.Grundy; John Hancock.*

Существует несколько классификаций по источникам происхождений фразем.



*Л.А.Булаховский* выделяет следующие типы:

- пословицы и поговорки;
- профессионализмы;
- цитаты из Библии;
- переводы иноязычных выражений;
- крылатые выражения писателей;
- меткие выражения выдающихся людей.

*А.В.Кунин* также выделяет несколько групп ФЕ на основе их происхождения, однако эта классификация у данного автора не является доминирующей:

- собственно английские ФЕ;
- межъязыковые заимствования, то есть ФЕ, заимствованные из иностранных языков путем того или иного вида перевода;
- внутриязыковые заимствования, то есть ФЕ, заимствованные из американского варианта английского языка;
- ФЕ, заимствованные в иноязычной форме.

Обобщенной классификацией фразеологизмов по источнику происхождения является распределение *В.М.Мокиенко* фразем на **две группы** – *естественные* и *условные*.

Первая группа – фразеологизмы, возникающие самостоятельно в различных языках и отражающие явления природы, животного и растительного мира, физическое и психическое состояние человека, ко второй относятся сообщения, обусловленные спецификой национального развития и отражающие факты материальной и духовной культуры того или иного народа. Народные прибаутки – шуточные, преимущественно рифмованные высказывания, вставляются в разговор по ситуации или в ответственный контекст, например: здоровые будьте. Каким ветром? Хлеб и соль! Ни пуха ни пера! Кино и немцы.

Крылатые выражения – меткие высказывания выдающихся людей: писателей, ученых, государственных и политических деятелей: в семье вольной, новой; боритесь – поборете! to be or not to be?

Сохранив три основных класса ФЕ по схеме *В.В.Виноградова*, *Н.М.Шанский* выделял четвертый класс – фразеологические выражения, к которым относятся устойчивые в своем составе и употреблении фразеологические обороты, которые не только являются семантически делящимися, но и состоят целиком из слов со свободным значением.

Среди фразеологических выражений *Н.М. Шанский* различает две группы: *фразеологические выражения коммуникативного характера*, представляющие собой предикативные словосочетания, равноценные предложению, являются целым выражением, выражают то или иное суждение, например: человек – это звучит гордо; хрен редьки не слаще; молчание – знак согласия.

*Фразеологические выражения номинативного типа* – это языковые клише, выраженные преимущественно простым словосочетанием: пленарное заседание, рыночные отношения, здравоохранение, золотые руки, трудовые успехи, черное золото. Характером связей слов, входящих в их состав, и общим значением фразеологические выражения ничем не отличаются от свободных словосочетаний и предложений.

Любая языковая система находится в состоянии непрерывного развития.

Изменения, происходящие в ней, всегда представляли большой интерес для лингвистов. Отдельные аспекты языка подвергаются изменениям в различной степени.

Весьма восприимчивой областью к изменениям, имеющим место как в собственно языковой, так и во внеязыковой деятельности является фразеология.

Идиоматика, находясь в постоянном движении, в определенной степени отражает концептуальную картину мира. Разные структурно-семантические типы идиом имеют свои особенности фиксирования внеязыковой реальности и функционирования в речи.

Их совокупность помогает дать более полную картину изменений, произошедших в английской идиоматике XX века. Кроме этого, необходимо отметить важность выбора временных рамок, так как XX век был периодом концептуальных перемен. Мир человека начала XX века в большей степени отличается от мира современного человека не только по политическим, экономическим, историческим и другим, внешним, по отношению к человеку, параметрам, но и по линии мировоззрения и мировосприятия.

Интенсивный технический и интеллектуальный прогресс человеческого общества неизбежно повлиял на восприятие человеком окружающего мира и себя в нем, что, в свою очередь, не могло не найти отражения в языке и, в частности, во фразеологии.

**Идиома** – это устойчивое выражение, которое присуще конкретному языку и не подлежит переводу на другие языки. Другими словами, это фразеологический оборот.

Идиомы есть в любом языке и интересны не только лингвистам, для которых знать такие вещи – это основа их профессии, но и тем, кто изучает английский язык и уважает его, как основу культуры определенного народа.

Проследить закономерности образования идиом практически невозможно. Язык любого народа – это живой организм, который развивается и изменяется под влиянием времени и смены поколений. Поэтому процесс образования фразеологизмов чаще всего представляет собой цепь случайностей. Большой интерес представляют идиомы с названием того или иного цвета. В европейских языках символика цветов часто похожа и это частично помогает понимать «цветовые» идиомы, хотя и тут не все просто.

Идиофразеоматизмы рассматриваются как особый тип идиом, образовавшихся от терминов или профессионализмов. Для идентификации исследуемых фразеологических единиц необходимо выделить определенные критерии, так как границы между группами ФЕ и фразеоматизмами часто размыты и неопределенны. Трудности с атрибуцией ФЕ к той или иной группе возникают в основном в отношении фразеоматизмов и идиом, что связано с неоднородностью идиоматического пласта, имеющего свой центр и периферию.

Необходимо особо подчеркнуть, здесь рассматриваются не только «собственно идиомы» (А.И. Смирницкий), составляющие ядро идиоматики, но и периферийные идиомы.

Учитывая такие базообразующие черты идиом, как устойчивость и воспроизводимость, образность рассматривается как категориальная уровнеобразующая характеристика ФЕ идиоматического характера.

Как отмечает А.В. Кунин, «каждое переосмысление – образное преобразование, но не каждое семантическое преобразование – переосмысление».

Переосмысление означает сдвиг значения, а не его сужение или расширение – семантические процессы, связанные с изменением объема понятия».

В связи с проблемой разграничения идиоматики и фразеоматики, выделяются такие основные характеристики фразеоматизмов.

Отсутствие прототипа, необразное переосмысление значения при наличии семантической сложности (компликативности – термин С.Г. Гаврина).

Образование ФЕ по ограниченной структурно-семантической модели, высокая мотивированность и наличие в большинстве случаев грамматической абстракции, при низком уровне семантической абстракции. Для сопоставления различных периодов развития фразеологии особенно важно выделить фразео-семантические поля, так как понятия языковой картины мира, а также ее подсистемы – фразеологической языковой картины мира. Она является составной частью концептуальной картины мира, эксплицируя ее и в определенной степени отражая, могут быть реализованы именно через выделение фразео-семантических полей. Задача точного определения их состава осложняется тем обстоятельством, что не существует четкой, навсегда установленной закреплённости ФЕ за тем или иным фразеосемантическим полем или группой.

Кроме того, значение ФЕ может модифицироваться в зависимости от контекстного окружения, ее субъектно-объектных отношений. Влияние контекста, играет особенно важную роль при реализации полисемичных ФЕ. При выделении единиц поля надо учитывать как инвариантные, так и дифференциальные признаки. Исходя из целей и задач, наиболее приемлемым представляется следующее определение: фразеосемантическое поле – это совокупность одно- или разноструктурных ФЕ, выражающих в синтагматике семантически сходные понятия. Такое понимание фразеосемантического поля позволяет определить поля, наиболее активные с точки зрения речевой реальности.

Следующим параметром сопоставления является функционально-стилистический аспект – изменения в области стилистических явлений носят довольно динамичный характер.

Исследование идиом XX века в художественной литературе неизбежно ставит вопрос об особенностях языка художественного произведения и роли в нем ФЕ.

Традиционно считается, что текст художественного произведения играет воспитательную роль в плане эстетических и нравственных норм. Однако эти нормы с течением времени подвергаются переосмыслению, модификации, а в отдельных случаях и забвению в широком общественном сознании. В современной художественной литературе наблюдаются тенденции качественных изменений в плане прагматических установок (В. Лютый, Н.Н. Третьяков, Н.П. Михальская).

В эпоху последних десятилетий XX века, определяемой как период пост-модерна, традиционные ценностные установки и нормы пересматриваются, а подчас и пародируются.

По мнению Н.П. Михальской, «весь многовековой опыт подвергается сомнению, переосмыслению, ощущается отказ от любой централизующей идеологии, религии, философии». Мир, изображаемый в произведениях постмодернизма, отмечен кризисом веры во все ранее существовавшие ценности.

Поэтому, вряд ли будет справедливым утверждать, что современная английская литература несет в себе некие воспитывающие функции морально-нравственного характера в той степени, в какой они были представлены во всем литературном процессе Англии предыдущих веков. Скорее она отражает положение вещей в обществе, показывает жизнь такой, какая она есть, без прикрас и эвфемистических умолчаний, зачастую подчеркнуто натуралистично, что проявляется в использовании соответствующих языковых средств, так как читатель воспринимает содержание, идеи произведения через его речевую ткань.

Тенденции в английской художественной литературе подразумевают определенные изменения в литературном языке, являющемся стилеобразующим для художественного жанра, несмотря на стилевую эклектичность используемых языковых средств.

Подобное размывание границ между литературной и различными регистрами разговорной речи свидетельствует об одновременном снижении художественно-эстетического уровня содержательного аспекта и реализующих его языковых средств. Эта тенденция находит яркое отражение и в идиоматической составляющей литературного произведения.

Основные функции ФЕ в сфере художественной литературы – эстетическая, экспрессивно-эмоциональная, оценочная, характерологическая и текстообразующая – обусловлены задачами, стоящими перед автором художественного произведения: создать яркие и убедительные характеры, передать морально-психологическое состояние героев и раскрыть их взаимоотношения таким образом, чтобы донести до читателя главную идею произведения и вызвать у него определенное отношение к событиям, фактам, героям (А.М. Кожина, Н.А. Лукьянова, В.И. Шрайбер).

Идиоматика, как отмечалось выше, имеет довольно неоднородный характер, поэтому степень воздействия идиом, их коммуникативно-прагматическая роль в художественном тексте зависит от актуального типа образности, под которым подразумевается восприятие идиомы с учетом ее синтагматических характеристик.

В первую очередь, это характер восприятия внутренней формы на современном этапе, степень новизны-затертости образа, семантические особенности входящих в ФЕ лексем, степень деформации образа или типа окказионального использования.

Как отмечалось выше, образность лежит в основе идиомы, являясь одним из главных факторов, определяющих «семантическое качество» той или иной ФЕ, а также ее функциональный потенциал. Вопрос о взаимодействии и взаимозависимости семантических и функциональных характеристик довольно сложен, но представляет большой интерес для исследователя. С точки зрения речевой реальности и функций, выполняемых фразеологизмами в тексте вообще и в художественном тексте, в частности, идиома не всегда является ярким образным средством.

Например, такие ФЕ, как – *to keep body and soul together, to be in two minds, one's eyes fell on smth./smb., to catch sb's eyes u walk on air, to sweep smth under the carpet, to get off the high horse* – образны по своей сути, однако, в первых трех примерах двуплановость, присущая идиомам, не кажется явной в силу сложившейся традиционности употребления подобных идиом в художественном тексте.

Образ этих идиом затушеван вследствие их высокой употребительности в художественном тексте, а тип контекстуальной образности определяет их место в художественном произведении: они играют скорее функциональную, номинативную роль, чем экспрессивно-образную.

Кроме того, процесс восприятия идиомы зависит также и от многих других факторов, в том числе и от индивидуального характера восприятия.

Распределение идиом по уровням образности проводится не только на основе характеристик парадигматического порядка: характера компонентов идиомы, внутренней формы, образности, характера семантической связи между исходным значением и конечным результатом переосмысления, – но также и на основе коммуникативно-прагматических условий употребления рассматриваемых единиц, непосредственно влияющих на место ФЕ в образной организации любого текста, в том числе и художественного. Это помогает выявить, какие количественно-качественные изменения произошли во фразеологическом пласте английского языка на протяжении XX века, исходя из речевой реальности: изменения с точки зрения образных характеристик идиом, определяющих функции ФЕ в тексте.

Сопоставление идиом проводится по следующим параметрам:

- фразеосемантические поля,
- семантические особенности,
- количественные параметры,
- степени образности,
- функциональная значимость в тексте.

Также выделяются фразео-неологизмы, возникшие на протяжении XX века, и прослеживается процесс их становления.

Основным макрополем, активно функционирующим в художественной литературе, является макрополе «человек». Ведущими фразеосемантическими полями, формирующими данное макрополе, являются:

- «состояние человека» (психическое, эмоциональное, физическое) – *walk on air, feel at home, go over the edge, lose one's marbles, be at sea, go to seed, get one's wind*;
- «качества и способности человека» – *have (got) one's head screwed on right, be up in the clouds, have one's heart in the right place, be in the blood, have a sharp tongue, rack one's brains, keep one's ears open*;
- «деятельность человека» – *split hairs, wear one's heart upon one's sleeve, nail one's colours to the mast, push one's luck, save one's bacon, put one's oar in, burn one's boats, sow one's wild oats, keep a low profile, bark up the wrong tree*;
- «человек и обстоятельства» – *be in low water, keep body and soul together, roll in money, fall into a trap, play second fiddle, be in a hole, get stuck in a groove, be out of picture, skate on thin ice*;
- «человек в обществе» – *get on like a house on fire, pick sb's brain, dance to sb's tune, see eye to eye with sb, be on the same side of the fence, lock horns, get off on the wrong foot, stand in sb's way, put sb's nose out of joint*.

Номинально основные фразеосемантические поля и многие микрополя, его составляющие, совпадают в обоих периодах. Различия затрагивают как количественный аспект – степень активности в художественном произведении, так и качественный аспект функционирования. К концу века прослеживается весьма четкая тенденция уменьшения объема фразеосемантических полей.

В начале века фразеопотребления идиом каждого из перечисленных полей выше приблизительно от 2 до 2,5 раз по сравнению с концом века. Идиомы, образующие данные поля, более многочисленны, и отличаются большим разнообразием и образной насыщенностью. Фразеосемантические поля каждого из периодов были выделены не только на основе дефиниционного анализа, но и с учетом контекстного фактора, играющего решающую роль.

Например, идиома *open one's heart* может быть отнесена как к полю «состояние человека», так и «качества человека» и «поведение»: "A little wine opened Jim's heart and loosened his tongue." (J. Conrad "Lord Jim") – Вино привело Джима в состояние расслабленности, и он начал говорить то, что, может быть, не стал бы говорить в другом состоянии.

"She, in his place, would have said: "Ich liebe dich" but perhaps it wasn't his habit to open the heart." (E. M. Foster "Howard's End") – В этом примере слово *habit* показывает, что идиома *open one's heart* в данном случае означает качество – привычку человека скрывать свои чувства, а не временное состояние, как в первом примере.

"He might have done it if she had pressed him - as a matter of duty, perhaps; England expects every man to open his heart once..." (E. M. Forster "Howard's End")

В последнем примере от человека ожидается конкретное поведение, выраженное идиомой *open one's heart*.

Фразы *England expects, might have done it* и лексема *once* подчеркивают, что в данном случае эта идиома выражает именно поведение в определенной ситуации, а не качество, присущее человеку, или его состояние. Сопоставительный анализ с точки зрения контекстной реализации показал, что идиомы начала века имеют более сложные семантические отношения с контекстом, чем идиомы конца века.

Наиболее ярким способом функционирования идиом в художественном тексте является прием двойной актуализации, или буквализации фразеологического значения, например: «His boots began to hurt him again for he no longer walked on air.» (P.G. Wodehouse «The Man Upstairs and Other Stories»)

Благодаря контекстному актуализатору *boots began to hurt* фразеологическое значение идиомы *walk on air* буквализируется – первый компонент идиомы начинает восприниматься самостоятельно в своем непосредственном значении передвижения.

Можно привести и другие примеры, такие, как: «Do set off your high horse and sit down in that chair...» (Philips F.C. «Life») «How are you going to find him? It's like looking for a needle in a haystack, and such a needle! A needle which can become a piece of straw or a think-tank when it chooses!» (J. Buchan «Mr. Standfast»)

«The infernal joke was being crammed devilishly down his throat. but look you – he was not going to admit of any sort of swallowins motion in his gullet.» (J. Conrad «Lord Jim»)

В нашем материале общее количество идиом всех структурно-семантических типов начала века превышает конец века по этому параметру в 1,5-2 раза.

Кроме того, в начале века намного чаще встречаются случаи использования двух, а иногда и трех идиом в узком контексте. Как известно, в силу специфики своего значения идиома обладает высокой семантической емкостью, поэтому подобное употребление значительно повышает образность и экспрессивность того или иного отрезка контекста: «...where people lived brazenly in the open, and wore their hearts on their sleeves and proclaimed their opinions from the roof-tops.» (J. Buchan «Mr. Standfast»)

Следующие друг за другом три идиомы являются синонимичными, так как в их семантической структуре можно выделить общую сему «sincerity». Каждая из них несет в себе собственный, неповторимый образ. Совокупность данных метафор дает в результате довольно мощный образный импульс (ср. *people, lived sincerely*).

«Is it possible I have been sailing close to the wind? However I have no alternative but to play my own trump card.» (Philips F.C. «Life») В данном случае общей семой является сема «risk». Эта тенденция снижения активности идиом к концу века, связанной с характером восприятия в английской языковой культуре идиоматических единиц как клише.

Э. Парtridge считает, что добросовестные писатели избегают идиомы-клише, которые, по его мнению, могут рассматриваться как оскорбление эстетического вкуса читателей («*an insult to the intelligence of their audience and public*»). В качестве примеров он приводит следующие идиомы: *have a bee in one's bonnet, run with the hare and hunt with the hounds, be in the same boat, burn one's fingers, draw in the horns, keep the ball rolling, not to let grass grow under one's feet* и многие другие.

В отличие от идиом русского языка, считающиеся украшением речи, изобразительными средствами красочного и образного описания действительности, английские идиомы часто рассматриваются как клише.

В русском языке к клише относят лишь особый вид устойчивых выражений, называемых *канцеляризмами*. Теоретически идиомы в английской культуре бесспорно рассматриваются как сокровищница языка, отражающая историю, традиции, нравы, обычаи народа, однако, когда речь заходит об употреблении идиом в тексте, мы сталкиваемся с различными взглядами на их эстетическую, художественную и прагматическую ценность.

Количество глагольных идиом, встретившихся в обоих периодах, составляет по 25% и 37% от общего количества идиом каждого из периодов соответственно. Это, в основном, наиболее употребительные идиомы традиционных для художественной литературы фразеосемантических полей.

Например, *catch sb's eye, break sb's heart, pull oneself together, throw light on smth., wash one's hands of smth/sb, turn over a new leaf, go far*. Наличие такого процентного соотношения в рамках каждого из периодов свидетельствует о стабильном и устойчивом характере функционирования фразеологической системы английского языка.

В конце XX века у некоторых глагольных идиом наблюдается тенденция к уменьшению степени антропоцентричности. На это указывает изменение сочетаемости некоторых идиом, которые в начале века употреблялись преимущественно с одушевленными субъектами.

Это такие идиомы, как: *go to the dogs, go to pot, open the floodgates, fall flat*.

Например, в начале века во всех встретившихся случаях употребления идиомы *go to the dogs* субъектом является одушевленное существительное: «His son ought under the circumstances to have gone to the dogs.» (J. Galsworthy «The Man of Property»)

Единственное значение этой идиомы, наиболее распространенное в современном языке, связано с неодушевленным, и, более того, абстрактным субъектом: «if an organization goes to the dogs, it is getting much worse and will be difficult to improve».

«A few weeks before, he'd returned home soon after getting to work because he'd left some important papers behind, and found all three children and their mother sound asleep at 9.30 in the morning. No wonder the country is going to the dogs.» (D. Lodge «Nice Work»)

Довольно сложный и длительный процесс образования новых идиом продолжается.

Были зафиксированы идиомы, встретившиеся только в конце XX века, а также изучен процесс их становления – обретение формальной и семантической устойчивости.

Можно выделить различные способы образования новых идиом:

- возникновение идиомы на основе уже имеющейся в языке лексической единицы – *dish the dirt (to tell people unpleasant or shocking personal information about someone); be on the same wavelength (to understand the way another person thinks because you often have the same ideas and opinions as they do);*

- становление новой идиомы, являющейся близким синонимом уже существующей идиомы по структурным и семантическим параметрам – *hit the bottle (to start drinking a lot of alcohol), get on smb.'s tits (used in order to say that someone or smth. annoys you a lot);*

- возникновение совершенно новых идиом – *carry the can (to be the person considered responsible for smth.), be up for grabs (if smth. is up for grabs, it is available and many people are trying to get or win it), ring a bell (smth. that rings a bell is familiar to you, although you cannot remember the exact details).*

С точки зрения образных характеристик соотношение выделенных групп внутри периодов имеет устойчивый характер: 60% глагольных идиом, функционирующих в художественном тексте, обладают достаточно высокой степенью образности.

Однако к концу века количество глагольных идиом, образующих ядро идиоматики, снижается на 25%. Происходят некоторые изменения в центральной части идиоматического пласта конца века, касающиеся характера фразеологизмов, его формирующих, что связано с определенными изменениями в концептуальной картине мира, развитием новых идиом, а также значительным снижением употребления некоторых идиом.

Например, идиомы с соматическими компонентами очень часто встречаются в художественной речи: они составляют 1/3 от общего количества глагольных идиом. Однако, несмотря на стабильность этого соотношения внутри периодов, количество соматических идиом снижается к концу века в 2 раза, особенно с компонентами *nose, head, heart*:

- put one's nose out of joint; poke one's nose into sb's affairs; turn up one's nose at smb; have a nose for smth.; put one's nose out of joint;

- hang one's head; turn smb.'s head; keep one's head; hold up one's head; lose one's head; come into one's head; get smth. out of one's head; put smth. into sb's head; run one's head against a brick wall; hang one's head; go to sb's head;

- lose heart; one's heart sank; one's heart leaps; cut sb. to the heart; touch sb's heart; put one's heart into smth.; keep up heart; take smth. to heart; open one's heart; put heart in smb; one's heart warms towards smb.; take the heart out of smb.; have smth. at heart; lose heart; one's heart sank; break sb's heart; have one's heart in smth.; harden one's heart; have one's heart in the right place.

Субстантивные и адъективные идиомы находятся на периферии идиоматики обоих периодов. Причиной менее активного функционирования субстантивных идиом являются ограничения, накладываемые на их употребление, связанные с их номинативной сущностью, так как фразеологическая номинация покрывает ограниченные отрезки «действительности».

Что касается адъективной идиоматики, то вряд ли можно говорить о сколько-нибудь регулярном употреблении в художественной литературе конца века адъективной фразеологии вообще, и компаративной, в частности, так как наблюдается резкое снижение (в 6 раз) употребления компаративов со структурой (as) + прилагательное + as + существительное, которые составляют ядро адъективной идиоматики начала века.

Вероятно, эта жесткая структура способствует восприятию данных единиц как тривиальных, клишированных, которые следует избегать в речи. Как субстантивные, так и адъективные идиомы обоих периодов, в основном, образуют одни и те же фразеосемантические поля, что свидетельствует об устойчивости традиционных областей функционирования номинативной идиоматики. Наиболее многочисленными являются поля «человек» (*a pair of shoes, a pillar of society, a queer fish, a bag of bones, a dark horse, a pain in the neck*), «качества и состояния человека» (*a yellow streak, a soft spot, the milk of human kindness, (as) fresh as a daisy, (as) fit as a fiddle, down in the mouth, out of the common run*).

Субстантивные и адъективные идиомы начала века более активно функционируют в художественном произведении, что проявляется как в количестве фразеопотреблений, так и характере их окказиональной реализации: «*The two made one crop of wild oats for which he was heartily sorry and he could not see that those oats are of a darker stock which are rooted in another's dishonour.*» (E. Forster «Howard's End»)



В данной ситуации речь идет о сожалении одного из героев о грехах молодости.

Реализация прямого значения компонента «oats» происходит за счет семантики компонентов непосредственного контекста: «crop», «darker stock», «rooted».

На одновременную реализацию и идиоматического значения "грехи молодости" указывают фразы "for which he was sorry" и "dishonour".

«The enterprises to which she lent her name were organized so admirably that by the time the takings were handed over, they were indeed skim milk of all cream of human society.» (J. Galsworthy «The Man of Property») В данном случае мы наблюдаем контаминацию двух идиом: *to skim the cream of smth.* и *the cream of society.*

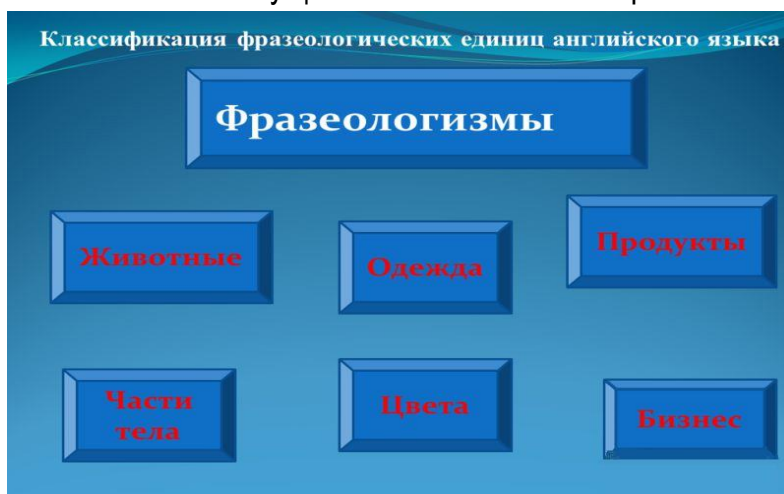
В отношении адъективных идиом можно с уверенностью говорить и о значительно большем семантическом разнообразии и образном потенциале этих идиом начала века.

Несмотря на не столь частое употребление субстантивных и адъективных идиом в художественных произведениях к концу века, тем не менее, возникает ряд номинативных фразео-неологизмов. Это такие идиомы, как

- a mixed bag (a combination of very different types of things);
- a big deal (spoken, used for showing that you do not think that smth. is very good);
- a golden handshake (business, a large amount of money given to a senior manager in a company when they leave their job);
- the name of the game (smth. you must do if you want to be successful at a particular activity or business);
- off the wall (strange often in a funny or interesting way), as high as a kite (confused or excited because you have taken drugs or alcohol);
- solid between the ears (used in order to say someone is stupid); in the can (if a job, an arrangement or a piece of work, especially a film, is in the can, it is finished or made).

На основании данного анализа можно сделать следующие выводы:

- Прослеживается довольно четкая тенденция снижения частотности употребления идиом всех структурно-семантических типов.
- В развитии фразеологии английского языка XX века наблюдается тенденция снижения традиционной роли идиом в художественном произведении, что проявляется как в количественном, так и в качественном отношении.
- Фразеологическая система английского языка носит диалектический характер: одновременное наличие устойчивости и изменчивости различных аспектов, составляющих ее единиц, обеспечивает стабильное существование системы при постоянном изменении.



## 2.7. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ

**Компетентность** – обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностные отношения к ней и предмету деятельности.

Компетенция – включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним.

Применительно к иностранным языкам рассматриваются 2 вида компетенции:

- общие компетенции;
- коммуникативная компетенция;

К общим компетенциям можно отнести способность учиться, декларативные знания, умения и навыки, процедурные знания.

**Коммуникативная компетенция** включает:

- лингвистическую: лексическую, фонологическую, грамматическую, семантическую;
- социолингвистическую;
- прагматическую: функциональную, дискурсивную, компетенцию схематического построения речи.

**Лексические знания** обеспечивают успешное овладение основами всех видов речевой деятельности. Под лексическими знаниями понимается не только совокупность языковых сведений об иноязычном слове, но и знание программ действия со словом, т.е. определенных стратегий обращения с иноязычным словом.

Овладение устной речью (аудированием и говорением) и чтением невозможно без речевых навыков. Особую значимость в этом процессе приобретают лексические навыки.

Ведущая роль лексическому компоненту отводится в структуре содержания обучения иностранному языку в целом. Вместе с процессом развития лексических навыков продуктивного и рецептивного характера происходит становление лексической компетенции – способности учащихся определять контекстуальное значение слова, сравнивать его объем в двух языках, выявлять в нем специфически национальное, характерное для культуры народа, который говорит на данном языке.

В лексической компетенции условно можно выделить несколько уровней. Под уровнем сформированности лексической компетенции понимается способность учащихся решать задачи, связанные с усвоением иноязычного слова при практическом пользовании им в речи на основе приобретенных знаний и соответствующих навыков.

Становление лексической компетенции обеспечивается специальной лексической стратегией, которая имеет два аспекта.

Первый аспект связан с организацией и запоминанием лексического материала на основе специальных приемов, основанных на учете особенностей когнитивной деятельности обучаемых. Второй аспект стратегии обеспечивает усвоение самих лексических единиц, семантической информации о них, отработку практических действий со словом на разных уровнях сложности, выработку навыков по комбинированному использованию лексических единиц в самых разнообразных ситуациях речевого общения.

Результаты использования лексической стратегии и ее аспектов проявляются в лексической креативности и в лексической саморефлексии.

Для лексической компетенции характерны следующие показатели умений (деятельностно-практический компонент):

- осознанно имитировать звуковой образ иноязычного слова;
- быстро находить слова в ментальном лексиконе;
- прогнозировать последующее слово с учетом правил лексической и грамматической валентности;
- ассоциировать словесные пары и целые тематические ряды при порождении высказывания;
- владеть разными аспектами лексической стратегии;
- использовать персональный стиль при усвоении лексического материала;
- выделять предмет говорения и организовывать вокруг него лексические единицы;
- выделять в текстах смысловые вехи и организовывать вокруг них единицы лексического уровня;
- выражать одну и ту же мысль разными лексическими средствами (лексическая гибкость);
- догадываться о значении неизвестных слов по их составляющим;
- добиваться выразительности речи путем подбора специальных лексических единиц;
- решать проблему нехватки лексических единиц разными путями;
- осуществлять лексическую самокоррекцию.

Данные психологии речи показывают, что речевые лексические навыки существенно отличаются от грамматических. Лексические навыки характеризуются большей осознанностью.

В речи мы более всего осознаём её содержание, что проявляется в выборе слов, их правильном сочетании с другими словами в зависимости от целей коммуникации.

Кроме лексических речевых навыков можно выделить языковые лексические навыки оперирования лексическим материалом вне речевой коммуникации:

- навыки операции по анализу слова,
- операции по словообразованию, конструированию словосочетаний.

Совершенное владение лексической стороной речи предполагает наличие у говорящего речевых и языковых лексических навыков. Лексические речевые навыки, формирующиеся у учащихся в процессе овладения иностранным языком, испытывают воздействие со стороны лексических навыков родного языка. Главная задача обучения лексической стороне языка – это овладеть словоупотреблением. Словоупотребление требует не только знание слов, но и умений манипулировать ими в ходе высказывания.

Эта трудоёмкая задача решается в двух аспектах: необходимо не только научиться употреблять лексику в собственной речи, но и понимать её в речи других.

Лексическая правильность иноязычной речи выражается, прежде всего, в правильном словоупотреблении.

Словоупотребление – это правильное использование сочетаний слов изучаемого иностранного языка по его нормам, часто отличается от правил сочетания их эквивалентов в родном языке. Это несовпадение обусловлено расхождением в лексических системах двух языков как проявление расхождения между понятием и значением слов.

Таким образом, для успешного овладения иностранным языком обучаемый должен приобрести два вида языковых компетенций (лексическую и грамматическую), а также речевую (коммуникативную) компетенцию. Формирование лексической компетенции состоит в образовании и закреплении в сознании (ментальном лексиконе) обучаемого устойчивых ассоциативных связей между звуковой (графической) оболочкой иноязычных лексических единиц (слов, устойчивых словосочетаний) и их концептуальным содержанием.

**Лексическая компетенция** – знания словарного состава языка, включающие лексические элементы, и способности их использования в речи. Она состоит из нескольких компонентов. К лексическим элементам относятся слова, регулярные сочетания слов, устойчивые сочетания (фразовые глаголы), сложные предлоги, фразеологические единицы.

Также под лексической компетенцией понимается основанная на лексических знаниях, навыках, умениях, а также личном языковом и речевом опыте способность человека определять контекстуальное значение слова, сравнивать объем его значения в двух языках, понимать структуру значения слова и выделять специфически национальное в значении слова.

*Мотивационный компонент* отвечает за определение целей и мотивов обучения лексике, т.е. поиск эффективных путей стимулирования активности младших школьников и её поддержание в процессе обучения иностранному языку.

*Познавательный, или когнитивный, компонент* предполагает наличие и активизацию знаний о лексических единицах.

Содержание *практического компонента* заключается в умении использовать лексические единицы в процессе коммуникации, распознавать в речевом потоке, самостоятельно строить собственные высказывания.

В понятие *поведенческого компонента* входит формирование умений навыков самостоятельно работать с лексическими единицами.

На основе научной литературы, с учетом образовательных стандартов было уточнено понятие **лексической компетенции**, которое представляет собой

- способность узнавать в устном и письменном тексте лексические единицы;
- работать с текстовым материалом в соответствии с учебной задачей;
- оперировать изученной лексикой в процессе коммуникации;
- выделять простые словообразовательные элементы;
- использовать языковую догадку в сложной текстовой ситуации в процессе чтения и аудирования (интернациональные и сложные слова), что позволяет обеспечить успешное овладение основами всех видов речевой деятельности.

Достижение высокого уровня развития лексической компетенции проявляется в том, что человек с легкостью использует достаточно большой лексический запас как при непосредственном, так и опосредованном общении, адекватно употребляя фразеологические обороты, пословицы, поговорки, типичные для речи носителей языка.

*Erica B. Michael* дополняет определение лексической компетенции, включая в перечень характеристик уверенное знание и использование полисемии изучаемого языка, различных контекстов употребления лексических единиц, идиоматических, сленговых, юмористических выражений и культурно-маркированной лексики.

В свою очередь *А.Н. Шамов* справедливо рассматривает лексическую компетенцию как способность определять контекстуальное значение слова, структуру значения, специфически национальное в значении слова, сравнивать объем значений в двух языках.

Тем не менее, несмотря на разнообразие представленных определений, данное понятие было бы неполным, если бы оно охватывало только лексические знания, навыки и умения, поэтому, несомненно, лексическая компетенция, будучи сложным структурным образованием, в свой состав также включает языковой, речевой опыт и личные качества обучаемых. Иноязычная лексическая компетенция обучающегося оказывается языковой основой его коммуникативной компетенции. Их можно рассматривать как динамическое единство: лексическая компетенция развивается в процессе коммуникативной деятельности индивида, а коммуникативная компетенция совершенствуется по мере становления лексической компетенции – их развитие взаимозависимо, что должно найти свое отражение в применяемой методике обучения иностранному языку.

Лексические знания обеспечивают успешное овладение основами всех видов речевой деятельности. Под лексическими знаниями понимается не только совокупность языковых сведений об иноязычном слове, но и знание программ действия со словом, т.е. определенных стратегий обращения с иноязычным словом.

**Лексический навык** (продуктивный и рецептивный) предполагает владение формальными признаками слова, необходимыми для его оформления в речи, семантикой слова, то есть его значением, и его функциональными признаками, то есть назначением.

Определяющим в цепочке назначение – значение – форма является первое, что обусловлено местом и ролью лексики в речевой деятельности. Сущность лексического отбора состоит в том, что из необозримого множества слов и фразеологических словосочетаний иностранного языка отбираются только те, усвоение которых в первую очередь необходимо для достижения поставленных целей обучения.

Образное значение фразеологизмов рекомендуется раскрывать посредством постепенного перехода от прямого значения слов к переносному, а затем к значению слова в одной из его реализаций в устойчивых словосочетаниях. В современной науке имеется достаточно богатый материал для работы с фразеологией: обоснована необходимость знакомства с устойчивыми оборотами речи; описаны разнообразные подходы к объяснению целостного значения ФЕ, их активизации включения в речь.

Фразеология – сложный и многомерный материал языка; многоаспектное изучение его дает все новые сведения о специфике фразеологических единиц. Овладение фразеологизмами (осознание, понимание их, сознательное использование в речи) у детей начинается позднее, чем овладение другими языковыми единицами.

Одно из условий активного использования фразеологизмов в речи – осознание значений ФЕ и чуткое отношение к слову, что способствует формированию личности учащегося, способной и желающей участвовать в общении на межкультурном уровне.

Образное значение фразеологизмов рекомендуется раскрывать посредством постепенного перехода от прямого значения слов к переносному, а затем к значению слова в одной из его реализаций в устойчивых словосочетаниях.

Практические цели изучения лексики и фразеологии способствует созданию предпосылок для работы по английскому языку в различных направлениях: по орфографии и грамматике, по обогащению словарного запаса учащихся.

Знакомство с лексическими и фразеологическими явлениями создает базу для работы по развитию речи учащихся по обогащению их словарного и фразеологического запаса и овладению лексико-стилистическими нормами.

А также по формированию монологической и диалогической речи. Формирование фразеологической компетенции как составляющей коммуникативной компетенции требует решения задач, связанных с отбором материала для составления фразеологического минимума. В соответствии с декларацией ЮНЕСКО знание иностранных языков представляет собой один из существенных компонентов компетенции гражданина мира.

В современных условиях модернизации общества иностранный язык выступает в таких новых функциях, как средство международного общения, обязательный компонент профессиональной подготовки, средство приобщения к мировой культуре.

Иностранный язык играет значимую роль в университетском образовании, поскольку все его функции нацелены на формирование *поликультурной языковой личности*, которая имеет активную жизненную позицию, обладает развитым чувством эмпатии и толерантности, а также является субъектом полилога культур.

Значительную роль в формировании поликультурной личности играет фразеологическая компетенция. Согласно точке зрения *В.Н.Телия*, фразеологизмы выражают «языковое сознание, где отражается выгравированная, отточенная веками мудрость народа, его жизненный опыт – основные составляющие культуры, менталитета».

Через призму языка можно увидеть и составить картину (модель, образ) мира и всего, что имеет важное значение для конкретной культуры.

Термины «*компетенция*» и «*компетентность*» – основа *компетентностного подхода* в обучении, который был предложен в качестве замены традиционному знаниевому подходу. Основными отличиями этого подхода стали:

- ориентация на практическую составляющую содержания обучения (вместо простого обмена знаниями), которая обеспечивала бы успешную жизнедеятельность;
- продуктивный характер образовательного подхода;
- практика и самостоятельная работа как компоненты процесса обучения;
- комплексный контроль учебных достижений и др.

Термин «компетенция» по отношению к иностранным языкам был принят в рамках исследований по обучению в коммуникативно-ориентированном образовательном пространстве, проводимых Советом Европы в Страсбурге в 1996 году для определения уровня владения иностранным языком. **Коммуникативная компетенция** определялась как способность к выполнению какой-либо деятельности на основе приобретённых в ходе обучения знаний, умений и навыков.

Многие современные методисты описывают разные модели структуры коммуникативной компетенции. В некоторых исследованиях в составе коммуникативной компетенции выделяют четыре отдельные компетенции в соответствии с основными видами речевой деятельности: компетенции в говорении, чтении, аудировании, письме.

Наиболее близкой нам является точка зрения *В.В.Сафоновой*, которая выделяет компоненты иноязычной коммуникативной компетенции, как: языковой (грамматический); речевой (прагматический, стратегический, дискурсивный); социокультурный (социолингвистический и страноведческий).

*Языковой компонент* коммуникативной компетенции проявляется в знаниях о структуре языка как системе и навыках оперирования этими знаниями.

*Речевой компонент* выражается в умении учащегося выбирать необходимые средства общения для определенной речевой ситуации.



Под *социокультурной компетенцией* понимается наличие определенных знаний о национально-культурных особенностях речевого и социального поведения носителей языка (обычаи, этикет, стереотипы, история, культура в целом), а также умение пользоваться ими в процессе общения. В состав этой компетенции включаются *социолингвистический* и *страноведческий* компоненты.

*Страноведческий компонент* подразумевает владение достаточным количеством знаний страноведческого характера о стране изучаемого языка, усвоение экстралингвистической информации, необходимой для адекватного общения и взаимопонимания.

*Социолингвистический компонент* – это «способность осуществлять выбор лингвистической формы и способа языкового выражения, адекватный условиям акта коммуникации, – ситуации общения, целям и намерениям, социальным и функциональным ролям партнёров по общению».

Фразеологическая компетенция, соприкасается со всеми тремя компетенциями (языковой, речевой и социокультурной), и одновременно является производной от этих трех компетенций, которые являются ее компонентами, поскольку фразеология не только соотносится с лексическим составом языка, но и является важным сосредоточением многовековых социолингвистических знаний народа в установленной образной форме.

**Фразеологическая компетенция** (как компонент коммуникативной компетентности) – это способность реализовать языковую, речевую и социокультурную компетенции в различных ситуациях речевого общения, что подразумевает адекватное ситуации восприятие и использование в речи ФЕ иностранного языка в купе со способностью пользоваться знаниями в области лингвистики изучаемого языка, страноведения, социолингвистики и культурологи. Компетенция объединяет знания, умения, навыки, готовность мобилизовать их в конкретных ситуациях, а степень их сформированности может быть диагностирована на основе определенных критериев.





Схема места фразеологической компетенции в структуре коммуникативной компетентности  
Структура фразеологической компетенции

За последние полвека не только определение, но и понимание структуры компетенции подверглось значительным изменениям. На основе классификации коммуникативной компетенции *Н.Д. Гальсковой* выделим следующие компоненты, составляющие структуру фразеологической компетенции:

- знания о фразеологической системе и сформированные на их основе навыки оперирования языковыми (лексико-грамматическими) средствами общения (**лингвистический или языковой компонент**);
- знания, умения и навыки, позволяющие понимать и порождать иноязычные высказывания, содержащие в своем составе элементы единиц или полные фразеологические выражения в соответствии с конкретной ситуацией общения, речевой задачей и коммуникативным намерением (**прагматический или речевой компонент**);
- знания, умения и навыки, позволяющие осуществлять речевое и неречевое общение с носителями изучаемого языка в соответствии с национально-культурными особенностями чужого лингвосоциума (**социокультурный компонент**);
- знания, умения и навыки, позволяющие предвидеть содержание речевого акта, прогнозировать развития взаимодействия, что особенно важно при общении с носителями японской культуры – культуры с высоким уровнем подтекста, контекстуальной культурой (**стратегический компонент**);
- **мотивационно-целевой компонент**, в основе которого лежит формирование мотивационной составляющей учебного процесса, и от которого зависит эффективность построения процесса познания.

В соответствии с предлагаемым определением и структурой фразеологической компетенции в результате её формирования формируются умения:

- узнавать лексическое значение ФЕ, употребленные в контексте;
- толковать лексические значения ФЕ, пользуясь социокультурными знаниями;
- грамотно употреблять в речи изученные ФЕ и единицы паремии.

Формирование фразеологической компетенции, безусловно, должно входить в число задач коммуникативного подхода в обучении иностранному языку.



# ГЛАВА 3.

## ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ В СФЕРЕ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ

### 3.1. СИМВОЛИКА ЦВЕТА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ



Цвет – древнейшая реальность человеческого бытия.

Человек ориентируется в окружающей действительности в большей мере благодаря цвету, который упорядочивает и гармонизирует его связи с миром.

В культуре человечества цвет всегда имел большое значение, он тесно связан с философским и эстетическим осмыслением мира. В связи с тем, что интерес к цвету и цветообозначениям не иссякает, количество исследований в различных областях науки, так или иначе связанных с данной тематикой, огромно. Наибольший вклад в изучение цветообозначений, исследование единых принципов цвета и его оттенков внесли лингвисты. Цветовая лексика изучалась довольно широко – исследовался:

- ее состав (А. П. Василевич, В. А. Москович, Т. А. Михайлова),
- семантическая структура (И. В. Макеенко, А. А. Брагина, С. В. Бекова),
- происхождение слов со значением цвета (Л. М. Грановская, Н. Б. Бахилина),
- функционирование слов-цветообозначений (Н. Ф. Пелевина, С. В. Бобыль, Л. А. Качаева). Термин «картина мира» был введен физиком Г. Герцем, определившим его как совокупность внутренних образов внешних объектов, служащих для выведения логических суждений о поведении этих объектов.

Появление этого термина в гуманитарных науках связано с работой *Л. Витгенштейна* «*Логико-философский трактат*».

В лингвистику он пришел из трудов немецкого ученого *Л. Вайсгербера*. Понятие языковой картины мира восходит к идеям таких ученых, как *В. фон Гумбольдт*, *Э. Сепир*, *Б.Л. Уорф*, *А.А. Потебня*. Сходные идеи высказывались *Г. Гердером*, *Я. Гриммом*, *Ф. Шлегелем*, а также отечественными филологами – *Ф.И. Буслаевым*, *Ф.Ф. Фортунатовым*.

В частности *В. фон Гумбольдт* считал, что язык – это опосредующее звено между человеком и миром. *А. А. Потебня* говорил о том, что поэзия, проза, искусство и наука, то есть мировоззрение народа, обретают жизнь в языке и обусловлены языком.

В России начало изучения картины мира датируется 60-ми годами XX века, и связано оно, прежде всего, с именами таких ученых, как *Г.А. Брутян*, *Г.В. Колшанский*, *Р.И. Павленис*. В отечественной науке картина мира рассматривается как «глобальный образ мира, лежащий в основе мировидения человека, репрезентирующий существенные свойства мира в понимании его носителей и являющийся результатом всей духовной активности человека».

В связи с активными исследованиями роли языка в формировании картины мира возникло две точки зрения на способность языка отражать действительность.

Представители первой точки зрения сходятся во мнении, что язык отражает картину мира. *Г.Г. Почепцов* говорит о том, что «с помощью языка мы отражаем мир.

Именно отражаем, а не описываем, или, точнее, не только описываем, поскольку описание – это лишь одна из форм языкового отражения мира».

Другого взгляда придерживаются *Б.А. Серебрянников* и *С.Г. Воркачев*.

*Б.А. Серебрянников* считает, что «язык не отражает действительность, а отображает ее знаковым способом».

*С.Г. Воркачев* отмечает: «сам язык непосредственно этот мир не отражает, он отражает лишь способ представления (концептуализации) этого мира национальной языковой личностью». Вопрос концептуализации мира через язык интересует многих ученых.

**Картина мира** – двуединый концептуально-языковой феномен, обе части которого взаимозависимы и взаимообусловлены, но обладают в то же время ярко выраженной спецификой. Концептуальная картина мира существует в виде концептов, образующих концептосферу народа, языковая картина мира – в виде значений языковых знаков, образующих совокупное семантическое пространство языка.

*В.А. Маслова* говорит, что языковая картина мира формирует тип отношения человека к миру, то есть природе, животным, самому себе как элементу мира. Она задает нормы поведения человека в мире, определяет его отношение к миру. Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и концептуализации, мира.

*Г.А. Брутян* разграничивает языковую и концептуальную картину мира. Языковая картина мира в его понимании представляется как вся информация о внешнем и внутреннем мире, закрепленная средствами живых, разговорных языков.

**Концептуальная картина** – это не только знание, которое выступает как результат мыслительного отражения действительности, но и итог чувственного познания, в снятом виде содержащийся в логическом познании. В современной науке сложилось три различных взгляда на соотношение понятий концептуальной и языковой картин мира.

Первая точка зрения опирается на идеи *Г.А. Брутяна*, считавшего, что языковая картина мира шире, чем концептуальная.

Согласно его мнению, за пределами концептуальной картины мира остаются периферийные участки, выступающие как носители дополнительной информации о мире.

*Г.В. Колшанский*, рассматривает концептуальную и языковую картину мира как идентичные, полностью совпадающие. Исследователь говорит о том, что «правильно говорить не о языковой, а о языково-мыслительной картине мира».

Согласно третьей точке зрения, концептуальная картина мира имеет более широкие границы по сравнению с языковой. Данной позиции придерживается большинство лингвистов.

«Концептуальная картина мира богаче языковой картины мира, поскольку в ее образовании, по всей видимости, участвуют различные типы мышления».



*В.Н. Телия* считает, что языковая картина мира – «это информация, рассеянная по всему концептуальному каркасу и связанная с формированием самих понятий при помощи манипулирования в этом процессе языковыми значениями и их ассоциативными полями, что обогащает языковыми формами и содержанием концептуальную систему».

*Е.С. Кубрякова* поддерживает данный взгляд на соотношении концептуальной и языковой картин мира: «Картина мира – то, каким себе рисует мир человек в своем воображении, – феномен более сложный, чем языковая картина мира, то есть та часть концептуального мира человека, которая имеет привязку к языку и преломлена через языковые формы».

Сходную мысль встречаем и в работе *В.А. Масловой*, которая считает, что термин *языковая картина мира* – это не более чем метафора, так как в реальности специфические особенности национального языка, в которых зафиксирован уникальный общественно-исторический опыт определенной национальной общности людей создают не какую-то иную, неповторимую картину мира отличную от объективно существующей.

А лишь специфическую «окраску» этого мира, обусловленную национальной значимостью предметов, явлений, процессов, избирательным отношением к ним, которое рождается спецификой деятельности, образом жизни и национальной культурой данного народа.

Концептуальная и языковая картины мира «связаны между собой как первичное и вторичное, как ментальное явление и его вербальное отображение, как содержание понятия и средство доступа исследователя к этому понятию».

Частью языковой картины мира, описанной средствами фразеологии, является фразеологическая картина мира.

«Фразеологический фонд языка – ценнейший источник сведений о культуре и менталитете народа, в нем как бы законсервированы представления народа о мифах, обычаях, обрядах, ритуалах, привычках, морали, поведении.

ФЕ приписывают объектам признаки, ассоциирующиеся с картиной мира, подразумевают целую дескриптивную ситуацию (текст), оценивают ее, выражают к ней отношение».

Фразеологизмы часто носят ярко национальный характер.

С приведенными выше взглядами перекликаются высказывания *Б.А. Ларина* о том, что фразеологизмы в строгом смысле слова всегда косвенно отражают воззрения народа, общественный строй, идеологию своей эпохи..

*Т.З. Черданцева* отмечает значимость фразеологии в аспекте языковой картины мира. «Идиоматика любого языка представляет собой ценнейшее лингвистическое наследие, в котором отражается видение мира, национальная культура, обычаи и верования, фантазия и история говорящего на нем народа. Благодаря фразеологии, а особенно идиоматике, можно проникнуть в далекое прошлое не только языка, но и истории, и культуры его носителей. Говоря о «прошлом», мы имеем в виду факт сохранения в составе фразеологии слов и словосочетаний, вышедших из употребления, и синтаксических структур, не встречающихся в современном свободном синтаксисе.

По мнению *Д.В. Лагоденко*, каждая ФЕ является элементом строгой системы и выполняет определенные функции в описании реалий окружающей действительности.

*Р. Х. Хайруллина* называет следующие отличительные признаки фразеологической картины мира: **универсальность**. В составе всех без исключения языков имеются фразеологизмы, что само по себе является уже универсальным.

Универсальные свойства ФЕ проявляются в плане содержания как выражение универсальных семантических категорий во фразеологии любого языка и в плане выражения как наличие общих законов фразообразования в разных языках, тождественных или сходных фразообразовательных моделей, универсальность тематико-идеографического принципа классификации фразеологизмов.

Согласно *Д.О. Добровольскому, В.Т. Малыгиной, Л.Б. Коканиной*, способ видения мира через систему образов, закрепленную во фразеологии, основывается на общих для всех людей, универсальных логико-психологических и собственно-лингвистических основаниях.

**Антропоцентризм** – это система взглядов, согласно которой человек является центром существующего мира. Антропоцентричность картины мира выражается в ее ориентации на человека, то есть человек выступает как мера всех вещей.

Значение многих ФЕ сформировалось на основе антропоцентрического понимания мира – *leg of the chair, head of the bed, foot of the table*. Такие номинативные единицы создают культурно-национальную картину мира, в которой отражаются быт и нравы, обычаи и поведение людей, их отношение к миру и друг к другу.

*Е.А. Добрыднева* понимает **экспрессивность** как выразительное свойство ФЕ, обусловленное образностью и коннотативной доминантой семантики данного языкового знака. Называя какое-либо явление, народ обязательно давал ему оценку.

Благодаря своей экспрессивной стороне, фразеологизмы доступны восприятию людей, обобщению и переосмыслению. Отмечается также, что существование в языке идиом, значение которых сходно со значением других лексических единиц, не свидетельствует об избыточности языковых средств.

Отличие идиом от слов заключается, прежде всего, в их экспрессивности». Фразеологическая картина мира будет пониматься нами как часть языковой картины мира, описанная средствами фразеологии.

Цвет – это «одно из свойств объектов материального мира, воспринимаемое как осознанное зрительное ощущение».

Цвет «присваивается» человеком объектам в процессе их зрительного восприятия».

Роль цвета в жизни и деятельности каждого отдельного человека и общества в целом велика: в промышленности, транспорте, искусстве, современной технике передачи информации. В быту и на производстве цвета и их сочетания интенсивно используются как символы, заменяющие целые понятия в правилах поведения.

*И.В. Гете* посвятил цвету целый труд. Он пишет: «... так как в ряду изначальных явлений природы цвет занимает столь высокое место, несомненно с большим многообразием выполняя положенный ему простой круг действий, то мы не будем удивлены, если узнаем, что он в своих самых общих элементарных проявлениях, независимо от строения и формы материала, на поверхности которого мы его воспринимаем, оказывает известное действие на чувство зрения, к которому он преимущественно приурочен, а через него и на душевное настроение».

Цвет издавна является объектом изучения во многих отраслях знаний: в физике, физиологии, химии, биологии, истории, психологии, эстетике, культурологии, лингвистике.

Оценки, нормы, установки человека в значительной степени связаны с цветом.

Цвет принадлежит к тем константам культуры, которые могут служить своеобразными моделями ее развития, он представляет собой один из наиболее глубинных пластов этнической когнитивной базы, раньше других наполняясь глубоким ценностно-смысловым содержанием, субъективируется, наделяется национально-культурными качествами, включается в систему ценностей.

*Р.М. Фрумкина* утверждает, что в психике рядового носителя языка существует наивная картина мира цвета, которая фиксируется посредством языка, хотя ни процесс фиксации, ни возникающие при этом связи и отношения самим говорящим не осознаются.

Но не осознаются они говорящим именно потому, что они закреплены в языке, носителем которого он является, и наивная картина мира цвета оказывается одним из элементов наивной картины мира в целом, проявляющейся через язык.

*Т.А. Михайлова*, соглашаясь с этой точкой зрения, полагает, что невозможно при этом ждать строгой идентичности цветовых картин разных, не контактирующих между собой и находящихся на разных стадиях развития народов. В каждой культуре существует свой особый набор цветов – **«основные цвета»**.

В европейской культуре наиболее часто к «основным цветам» относят белый, черный, красный, синий, зеленый, желтый и фиолетовый, хотя этот список может и меняться в зависимости от культуры конкретного европейского народа.

Цветовые обозначения реализуются в лексемах, словосочетаниях, идиоматических выражениях и других вербальных средствах, они органично входят в языковую картину мира любого народа. Цвета играют большую роль в формировании языковых картин мира, поскольку с каждым цветом у разных лингвокультурных общностей связаны определенные ассоциации, те или иные цветовые предпочтения».



В культурной традиции каждого народа, включая и англичан, сложились неосознаваемые соответствия между отдельными цветами и определенными образами, несмотря на относительную универсальность восприятия того или иного цвета всеми людьми. «Социальные стереотипы и этнопсихологические особенности налагаются на «физиологический» смысл цвета, вызывая тем самым определенные ассоциации, характерные только для данной языковой общности». В лингвистике исследования цветообозначений многочисленны; идут по нескольким направлениям.

Анализируются цветовые представления в культурах народов мира на разных уровнях их развития с целью установления базисных цветообозначений (Б. Берлин, П. Кей, В. Тернер). Б. Берлин и П. Кей являлись сторонниками лингвистического универсализма.

Результаты их исследования показали полное совпадение основных цветообозначений во всех современных индоевропейских языках.

В группу основных терминов цвета вошли наименования трех *ахроматических* (черный, белый, серый) и восьми *хроматических* (красный, оранжевый, розовый, желтый, зеленый, синий, фиолетовый, коричневый) цветов. Изучается лингвокультурологический аспект цветообозначений, связь названий цвета и культуры народа.

Слова, обозначающие цвет, рассматриваются как *лингвокультуремы*, в которых соединяется лингвистическое и экстралингвистическое содержание.

На современном этапе развития лингвистики постулат о связи языка и культуры является едва ли не самым популярным. Воздействие культуры на язык проявляется в своеобразии самого процесса общения в разных культурах, это откладывается в лексическом, грамматическом ярусах языка, а также в нормативно-стилистическом укладе языка.

Именно номинативные единицы манифестируют значимость определенных культурных установок для той или иной лингвокультурной общности.

Многие лингвисты, признавая связь языка и культуры, обращаются именно к лексико-семантическому уровню языка, который непосредственно «реагирует на изменения во всех сферах человеческой деятельности».

Изучая лингвокультуремы, появляется возможность выявить особенности восприятия и отражения мира носителями разных языков.

Изучение лингвокультурем английского и русского языков с точки зрения их образования представляет определенную трудность, поскольку сопоставляемые языки имеют совершенно отличное строение.

Английский язык по своей архитектонике является языком аналитическим, русский язык – синтетическим. Однако, как показало наше исследование, несмотря на очевидную разноплановость, оба языка имеют в своем номинативном арсенале много схожего.

Для обозначения нового понятия и в русском и в английском языках могут использоваться разнообразные средства (аффиксация, заимствование, создание нового наименования посредством описания уже имеющегося в языке).

В обоих языках все лингвокультуремы, образованные путем прибавления суффикса к мотивирующей основе, разделяют на три группы лингвокультурем, мотивированные:

- глаголами;
- прилагательными;
- существительными.

Культура как совокупность материальных и духовных ценностей, созданных обществом, ярко отражается в лингвокультурах, в которых аккумулируются языковые и внеязыковые значения слов. Лингвокультура, возникшая в конце XX столетия, изучает диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического содержания слова. Другими словами, объектом её изучения являются слова, обладающие культурными смыслами, коннотативными значениями, духовными ценностями.

Изучение языка в тесной связи с культурой требует особого научного подхода, способа, метода. С этой целью мы выбрали метод лингвокультурологического поля, предложенный *В.В. Воробьевым*: «Лингвокультурологическое поле представляет собой сложную многомерную структуру единиц – лингвокультурем, включающие в себя сегменты не только языка, но и культуры». Единицей изучения стало лингвокультурологическое поле «Фразеологизмы», которые несут в себе богатое культурное наследие наций и народностей.

Характеризуя фразеологизмы, ещё в 1987 году *А.И. Молотков* писал: «Выделение различных типов толкования лексического значения фразеологизмов, по которым они соотносятся, даст возможность более объективно подойти:

- во-первых, к определению лексического значения конкретного фразеологизма в отдельности;
- во-вторых, приблизиться к пониманию качественной природы самого лексического значения фразеологизма, чем природы лексического значения слова».

По высказыванию *А.И. Молоткова*, нетрудно заметить, что фразеологизмы, как потенциальные единицы лингвокультурем, содержат не только лексическое, языковое значение, но и внеязыковое. Такое же определение фразеологизмам мы находим в «Лингвистическом энциклопедическом словаре»: «Значение фразеологизмов-идиом, будучи лексически опосредованным, сохраняет коннотации, связанные как с исходными значениями слов-компонентов, так и с образной основой фразеологизмов.

Поэтому значение фразеологизмов всегда богаче по смысловой структуре, чем лексическое значение слова, и качественно отличается от него». Фразеологизмы любого языка – это неиссякаемая кладовая, объём которой нельзя охватить в пределах одной, даже самой большой научной работы.

*Н.В. Серов* так говорит о цвете: «смена цветов в религии, искусстве, моде способствует самовыражению человечества. Таким образом, цвет практически всегда, везде и во всем является выражением. Однако выражением не количества, и не формы, а качества. Того самого качества, что без цвета невозможно ни представить, ни выразить, ни измерить – качества нашего интеллекта» – имеются попытки дать психологическую характеристику цветов и оттенков, определить специфику воздействия на человека того или иного цвета на физиологических и эмоциональных уровнях.

*У. Бер* утверждает, что отдельно взятые цвета и в сочетаниях между собой выражают совершенно особые значения, основывающиеся на полученном опыте и ведущие к ассоциациям. Цвета действуют не только на глаза, но и на другие органы чувств: мы чувствуем вкус «сладкого розового цвета», слышим «кричаще красный», ощущаем «воздушно-белый», слышим запах «свежей зелени». Итоги подобных исследований отражены в энциклопедиях и словарях символов *Г. Бидерманна* и *Дж. Фоли* – исследуется семантическая структура цветообозначающей лексики на материале русского и английского языков.

*И.В. Макеенко* провела комплексное исследование цветообозначающей лексики на материале русского и английского языков, в котором учитывалась разносторонняя характеристика цветообозначений, в частности, структурные и словообразовательные особенности, семантические, стилистические и функциональные признаки, частотность употребления цветообозначений. По ее мнению, цветообозначения отражают универсальные свойства разноструктурных языков (состав слов, системная организация, функциональные качества). Национальную специфику, связанную с особенностями словообразования, сочетательными свойствами, способностью к развитию полисемии, частотностью разных групп цветообозначающей лексики, ее стилистическими признаками, авторским своеобразием.

Цветообозначения рассматриваются в психолингвистическом плане.

*Р.М. Фрумкина* считает что «мир цвета» – феномен чисто психический.

Этот феномен отражен и структурирован в языке, что проявляется на уровне разных психических процессов, связанных с узнаванием цвета, запоминанием слов, обозначающих цвет, номинацией, категоризацией. В процессе осуществления языком его коммуникативной функции эти процессы экстерииорируются в виде текстов.

Имеются этнолингвистические исследования цветообозначений.

Как отмечает *А. Вежбицкая*, категория цвета как таковая не универсальна в отличие от универсального человеческого понятия «видение». Но фокусы у этих разных семантических категорий могут быть относительно стабильны по языкам и культурам.

В толковании семантики цветообозначений *А. Вежбицкая* опирается на три понятия-универсалии, являющиеся наиболее важными:

- понятие видения, актуализированное различием между временем, когда человек видит (день), и временем, когда он не видит (ночь);
- понятие фона, когда при описании семантики цвета необходимо учитывать типичные черты пейзажа;
- понятие подобия, ибо именно сравнение играет большую роль при передаче зрительных ощущений, особенно при описании категории цвета.

Лексика цвета изучается в сравнительно-историческом направлении.

*Л.М. Грановская*, исследуя наименования цвета в русском языке, пишет, что цветовые оттенки в русском языке обычно выражаются именами прилагательными: голубой, пепельный, медовый. Однако существуют и другие способы их передачи.

В середине XVIII – начале XIX века в результате переводов соответствующих французских цветообозначений в русском языке появились сочетания слова «цвет» с именем существительным: цвет змеиной кожи, кофе с молоком. Эта структура не знала никаких ограничений, что позволяло передавать самые разнообразные окраски.

В России новые, смешанные оттенки цветов получили главным образом в «дамском» языке самые причудливые наименования: цвет коровьего хвоста, морского рака.

Конструкция, усвоенная для выражения различных оттенков, становится привычной в русском языке; создаётся ещё один способ выражения цветовых качеств.

Постепенно такие цветообозначения начинают широко использоваться наряду с обычными прилагательными (цвет морской волны, чайной розы, вороньего крыла, мокрого асфальта, слоновой кости)». В отдельных работах прослеживаются связи цвета и звука которые впервые пытался обосновать *Р.О. Якобсон*.



Он высказал мысль об основном различии в восприятии гласных и согласных: гласные вызывают цветовые ассоциации, согласные – чёрно- белые. Исследовательский интерес вызывает язык цветowych символов.

По мнению *В.И. Щерцля*, названия цветов происходят от названия тех предметов реальной действительности, которым они обычно свойственны. Анализируются средства создания словесной живописности, художественной образности.

*С.Г. Носовец*, изучая цветовую картину мира *В. Набокова*, отмечает, что – это фрагмент его общей поэтической картины мира; система собственно цветowych и эстетических смыслов, выявляемых в процессе художественной коммуникации.

Цветовая картина мира – понятие динамическое. Она формируется и передается в процессе художественной коммуникации в коммуникативно-прагматической цепи «автор – текст – читатель».

Фразеологизмы тесно связанные с другими сферами народного языка как поэзия, проза, дают возможность полностью осознать богатство речи, языковые особенности произведения.

Смысл, содержание, словесная мощь и сила устойчивых сочетаний дают возможность совершенствовать мысль читателя, формировать понятия национальной действительности, помогают в художественном представлении богатства каждого языка.

В этой связи уместно использованные устойчивые словосочетания все более ясно уточняют национальную психологию, национальное своеобразие народа.

Фразеологизмы являются исторической категорией. Они приобрели устойчивость лишь после длительного языкового применения.

Наибольшая часть устойчивых словосочетаний тесно связаны с цветоцветовыми наименованиями. Цветовые наименования – одна из значимых тематических групп, требующих сравнительного, сличительного исследования слова. Главной проблемой при сравнении фразеологии двух разнотипных языков является определение особенностей и различий фразеологических систем данных языков.

Цветовые наименования составляют самую древнюю группу лексики всех языков, входит в состав многих фразеологических сочетаний. Поэтому один из разделов устойчивых словосочетаний, развивающихся в течении нескольких столетий в тесной взаимосвязи с историей человечества, его традициями, жизнью народа, посвящен цветowym наименованиям.

После этого в языке человечества зарождается языковое объединение, связанное с цветами. Это не просто языковое объединение, а искусно созданные, уместно объединенные как в песнях и кюях, интегрированные, дошедшие до сегодняшнего дня в виде наследия от поколения к поколению, образные и впечатляющие словесные обороты – фразеологизмы.

Удачно использованные ФЕ влияют на смысл и содержание слова.

Человек при описании какого-то природного явления или чего-то еще, чаще всего свою мысль выражает образно, сопоставляя, иносказательно сравнивая в ассоциативной форме.

Среди мировых языков встречается много ФЕ, зародившихся в связи с цветowymi наименованиями. Однако основы и истоки многих из них со временем стерлись или просто забылись. У некоторых из них производное значение развивалось наряду с ним, а некоторые, превратившись в компрамитивные элементы, средство описания в связи с общими свойствами, используются для описания внешнего вида человека, его действий, характера, быта и жизни.

В многовековой практике народа проводятся исследования различных явлений, сравнительной речи для образного, художественного доведения своих мыслей слушателю.

В любом из языков встречается огромное количество устойчивых сочетаний, опорным аппаратом которых являются цветовые наименования.

ФЕ, имеющие в своем составе цветовые наименования, существуют во всех языках.

Степень употребления ФЕ, их структурные особенности в каждом языке разные.

Но также существуют и устойчивость состава компонентов ФЕ, их специфическая грамматическая структура, в составе ФЕ имеются основные и вспомогательные элементы.

При отсутствии полного и точного анализа лексического состава и структуры ФЕ, понять их истинное значение будет трудно, так как фразеологизмы находятся в тесной взаимосвязи с формальной структурой, влияющей на их значение.

При сравнительном исследовании фразеологизмов важное значение уделяется их анализу и рассмотрению их со структурно-семантической стороны.

Конечно, у каждого языка есть свои ФЕ, имеющие свойственные только им структурную систему, национальные особенности, частоту употребления и историю развития, также они соответствуют реальной жизненной истине каждой эпохи, древним понятиям народа, его сознанию. В связи общественными, внутренними законами языка меняются *основное, номинативное, производное, коннотативное значение* определенного словосочетания.

Рассматриваются концепты «**цвета**»: белый, красный, черный, зеленый, синий.

*А.Р. Колачева* утверждает, что восприятие цвета человеком обусловлено психическими, лингвистическими и историческими факторами. Названия цвета имеют широкий круг переносных значений и активно участвуют в символизации человеческого опыта.

Цветовые концепты в языковой картине мира приобретают добавочные эстетические и символические смыслы. Белый цвет занимает одно из прерогативных положений в символизации цветовых понятий.

Концепт «**белый цвет**» является универсалией для лингвоцветовой картины мира ряда европейских языков, например, концепт «белый цвет» в поэзии символизма имеет тенденцию к обобщению эстетического образа действительности».

Многие лингвисты занимаются изучением наименований цвета как составляющих процесса вторичной номинации, то есть образования фразеологизмов. В результате таких исследований можно описать фразеологические метафоры цвета, установить цветовые связи и отношения, проявляющиеся во фразеологической картине мира.

В работах, выполненных на фразеологическом материале английского языка проводится мысль о том, что цветообозначения, выражающие жизненно необходимые понятия, являются стержневым компонентом многих фразеологических выражений и отличаются широким употреблением, многозначностью и большим сочетаемостным потенциалом. В силу своей семантической природы они привносят во фразеологизмы эмоционально- экспрессивное качество и образность.

Широкое использование названий цвета в образовании ФЕ связано с переосмыслением самого понятия цвета, с его символическим содержанием. Отрываясь от реальных предметных связей, слова – цветообозначения становятся условными и отвлеченными, определяя самые разнообразные понятия.

*Е.В. Шевченко* в своем исследовании рассматривает символику цветов и ее отображение в устойчивых словосочетаниях как результат выражения мышления человека в языке. В результате анализа символики отдельных цветообозначений исследовательница устанавливает интересные факты.

Поскольку цвет является основным компонентом образования метафорического значения представленных ФЕ, то символика каждого цветообозначения является основной для формирования этого значения.

Основные значения формируются на определенных универсальных прототипах, играющих основополагающую роль для человеческого опыта. Эти прототипы следует рассматривать как точки референции – то, о чем данный цвет заставляет нас думать.

Большинство названий цветов, входящих в состав представленных ФЕ, развивают свое переносное значение на основе тех прототипов, которые издавна вызывает тот или иной цвет в нашем сознании: *black* – темнота, грязь, зло; *blue* – вода, небо, недостижимое.

Л. Р. Гатауллина пытается выявить универсальные и идиозмические особенности ФЕ с цветокомпонентом в английском языке в сравнении с некоторыми другими языками.

Она рассматривает цвет с четырех позиций с:

- антропологической;
- этнокультурной;
- психологической;
- языкового знака.

Л.Р. Гатауллина говорит о цветовом коде, который соотносится с древнейшими архетипическими представлениями человека, несет информацию о культурных нормах, отражает мировоззренческие установки этноса, характеризуется высокой *аксиологичностью*, то есть кодирует, описывает, структурирует и оценивает бытие человека, объединяя и заполняя все ниши концептуального каркаса «мир – человек». Установление и описание цветового кода культуры дает возможность определить структуру этнической картины мира в сопоставлении с другими этническими моделями мира.

Доказано, что зачастую один человек под каким-либо обозначением цвета подразумевает определенный оттенок, при этом другой человек воспринимает информацию по-своему.

Психологи утверждают, что понятия «цвет» вне нашего восприятия не существует.

Группа лексики «цветонаименования» является объектом исследования лингвистов довольно часто. Языковеды и этимологи установили целый ряд одинаковых черт в развитии системы обозначения цветов. При рассмотрении национально-культурной специфики ФЕ, содержащих компонент «цвет», целесообразным представляется исключительно обращение к их плану содержания, так как план выражения у единиц разных языков различен по определению. В плане содержания фразеологизмов выделяют *актуальное значение* и *образную составляющую*. Например, актуальное значение идиом *the Black Country, the black hole of Calcutta, the Blue and the Grey* является не только нагруженными культурно-историческими ассоциациями, но и уникальным относительно других языков.

Но для объяснения этой уникальности нет необходимости обращаться к категории национально-культурной специфики. Поскольку идиомы данного типа являются с функционально-семантической точки зрения именами собственными, они уникальны по определению.

Этот пример показывает, что культурно-исторические ассоциации и национально-культурная специфика – не одно и то же. В результате сравнительного анализа национально-культурной специфики ФЕ, содержащих компонент «цвет», английского и русского языков, выделены следующие типы корреляции этих единиц:

- полностью универсальны – концептуальный компонент и лингвистическое выражение идентичны в обоих языках (*to be red as a beetroot* – покраснеть как свекла);

- основываются на схожих когнитивных схемах, но имеют различные лингвистические формы (*grass is always greener on the other side* – хорошо там, где нас нет);
- имеют одинаковое вербальное воплощение, но различаются по семантическому наполнению и некоторым когнитивным схемам, лежащим в их основе.

*To be in one's black books* – английская идиома толкуется в Collins Cobuild English Dictionary как *a person is annoyed with you*, в то время как в русском языке идиома развивает несколько значений, употребление ее во многом зависит от контекста и от статуса самого говорящего, но эти значения не соответствуют варианту в английском языке.

Быть в чьих-либо черных списках может означать «быть кандидатом на увольнение, исключение из компании», «быть неподходящим человеком для выполнения какого-либо задания», «ваше присутствие нежелательно». В официальном языке «черный список» – список лиц, въезд которых на территорию страны запрещен.

Интересными являются фразеологизмы, в состав которых входит название цвета.

Ведь наша повседневная жизнь полна различных цветов.

Разные цвета по-разному воздействуют на человеческую душу – вдохновляют или угнетают, рождают ощущение тепла или прохлады. Значения цветов во многих языках, особенно европейских, имеют сходства, и это облегчает их понимание. Но существуют и различия в употреблении цветов в идиомах и фразеологизмах.

Как показал анализ литературы по проблеме, интерес к изучению цветообозначений возник в 50–60-е годы XX века. Практически все существующие ныне языки на начальных этапах своего развития включали всего два слова: черный и белый.

Эти два цвета отражали все многообразие цветов спектра. Одним из них обозначались все темные цвета, другим – все светлые. На следующих стадиях развития появлялись названия для других цветов и их оттенков. На последней стадии в основную группу входило уже 11 терминов – белый, черный, красный, зеленый, желтый, синий, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый. В русской и английской фразеологии также получила отражение народная символика цвета.

Как указывают исследователи, с точки зрения целостного значения фразеологизма интерес представляют компоненты, имеющие конвенциональное значение, являясь символами.

Символическое значение в большей части присуще *соматизмам*, *фитонимам*, *космонимам*, а также словам, обозначающим цвет.

На сегодняшний день существует обширнейшая информация относительно цветовой символики. Есть общепринятая конвенциональная классификация цветов по группам, предложенная оптикой и экспериментальной психологией.

Данное исследование посвящено ФЕ с цветовым компонентом, в которых отражена национальная психология русского и английского народа, в частности внутренний мир говорящего. Узнать человека – познать смысл, заложенный в языке.

Такая смысловая аура определяет черты ментальности личности, живущей в определенной культуре и имеет определенную модель поведения.

Фразеологизмы с цветовым компонентом исследовали в своих трудах такие ученые как: А. М. Дзизак, В. И. Крепель, А. П. Пророченко, Т. Б. Парфенова, А. А. Зубач.

Филологические исследования колористики имеют длительную историю и представлены различными подходами, методами и задачами. Анализ лексико-семантической группы цвета проводится на материале многих языков в следующих направлениях:

- связь и взаимодействие между концептуализацией цвета носителями языка и развитием словаря цветообозначений в языке (Б.Берлин, П.Кей);
- цвет в свете психолингвистики (А.П.Василевич, Р.М.Фрумкина);
- структурный и семантический анализ цветовых значений (А.П.Кириченко, Т.В.Пастушенко);
- история возникновения и развития цветовых лексем (М.И.Чикало, О.М.Дзивак);
- цветообозначения в художественной речи (Д.Ален, Г.Елис, А.П.Критенко, И.М.Бабий);
- колоратив-компоненты ФЕ были предметом анализа Т.Б. Парфеновой;
- семантическая парадигма цветовых ФЕ (Т.В. Билоха);
- этнопсихолингвистика и лингвокультурология (В.В. Красных);
- цветообразы как средство выражения антропоцентричности в художественных текстах Адама Мицкевича и их русских переводах (Р.В. Алимпиева);
- этимология цветоименований как зеркало национально-культурного сознания (А. П. Василевич);
- семантико-символическая парадигма цвета в контексте словообразования (Т.И. Вендина);
- цвет, смысл, сходство (Р. М. Фрумкина).

Однако, несмотря на такое разнообразие работ, данная проблема остается актуальной для изучения, так как многие её аспекты всё еще не раскрыты.

В английском языке насчитывается свыше 15000 ФЕ, и для них существуют специальные словари, где фразеологизмы классифицируются по темам.

Каждый цвет имеет определенную символику. ФЕ являются своеобразным зеркалом, отражающим отличительные черты и особенности нации.

Необходимо отметить, что в языковедческих работах по изучению цветообозначений большое внимание ученые уделяют проблеме классификации цветовых слов.

При построении цветовых отношений исследователи находят невозможным определение единого принципа отбора и классификации ФЕ. Согласно семантике цветовых единиц, лингвисты делят цветообозначения на *основные (абсолютные)* и *оттеночные*.

Впервые понятие **основного имени цвета** ввели в научный обиход американские ученые Б. Берлин и П. Кей считавшие, что основное имя цвета обладает качествами:

- состоит только из одной морфемы (red, green);
- не является оттенком другого цвета (к примеру, scarlet – оттенок цвета red);
- не относится лишь к малой группе объектов, которые он называет (например, blond – описывает только цвет волос);
- основное имя цвета широко употребляемо (yellow и saffron).

Природа цвета такова, что выделение нелингвистических аспектов изучения цвета (состав цветовой гаммы, исследование хроматических и ахроматических цветов, теплота, яркость, насыщенность цвета) тесно соотносится с лингвистическими аспектами.

Это связано с тем, что основные цвета и их бесчисленные оттенки воплощены в картине мира не только через абстрактные формулы, но и с помощью номинации слов-цветообозначений. В основном «*дополнительные*» цвета чаще не имеют собственных названий и носят ассоциативный характер (малиновый, кирпичный, салатный).

Но также и некоторые основные цвета имеют не оригинальное, а ассоциативное название (желтый – желчь, оранжевый – от orange – апельсин).

Такое наблюдение свидетельствует о большой роли языка в картине мира – «то, что не нашло номинации как бы и не является существенным».

Э. Рош в области цветообозначений ввела понятие прототипа. Прототип – это член категории, который воплощает характерные для этой категории особенности и свойства. Следовательно, цветообозначения можно классифицировать в зависимости от соотношенности с цветовым прототипом. Например, изумрудный – темно-зеленый, салатный – светло-зеленый, где зеленый – прототип, а оттенки – члены категории.

В. И. Иваровская определяет 10 основных цветов: красный, синий, белый, желтый, коричневый, серый, оранжевый, черный, фиолетовый, зеленый.

Основу классификации составляет полевой принцип: перечисленные цвета способны входить в состав полей цвета. Все цветообозначения в исследовании рассматриваются с позиции немотивированности – мотивированности.



Другой лингвист, Р. М. Фрумкина, на материале русского языка отмечает, что «наивная картина мира» может включать «семь цветов радуги», а также коричневый, розовый и ахроматические цвета. Такие цвета считаются основными у носителей русского языка. Второстепенные цвета, являющиеся менее употребительными, исследователь определяет как «прочие». Выделяются также «базовые» лексемы: алый, бордовый, малиновый, песочный, вишневый, апельсиновый и др.

Ф. Н. Шемякин делит цветочные прилагательные на *общие* и *единичные*.

К *общим названиям* он относит: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый – названия, обозначающие цвет без оттенков. К *единичным* – все остальные как оттенки цвета: лимонный, соломенный, золотой – могут рассматриваться как единичные названия, а общим по отношению к ним будет слово желтый.

А. А. Брагина также подразделяет цветообозначения на две группы – *основные (абсолютные)* и *оттеночные*. Они соответствуют группам общих и единичных цвето-наименований Ф. Н. Шемякиной. Оттеночные наименования цвета А. А. Брагина делит по способу передачи оттенков, выделяя группы слов, передающие оттенки цвета аналитически. Среди них она выделяет такие цветочные прилагательные:

- вторичной номинации (сиреневый, молочный, lemon, rosy, amber);
- без ясной этимологии (бурый, алый, crimson, russet, scarlet);
- с ограниченной сочетаемостью (белокурый, карий, hazel, blonde, fair);
- заимствованные (индиго, bordeaux);
- неологизмы и архаизмы (смарагдовый, кубовый);
- терминологические (кобальт, ультрамарин, basalt, ochreous);
- окказионализмы.

Стоит заметить, именно оттеночные или вторичные цветовые наименования вызывают интерес в нашем исследовании, так как показывают предпочтительные ассоциативные названия в цветовой картине мира носителей языка. В то время как общие (основные) цвета спектра не образованы от названия какого-либо объекта действительности и не могут выступать в качестве выбранного носителем языка эталона наименования.

Под мотивированными понимаются слова со значением цвета, образованные от наименований различных объектов действительности.

Небольшую группу немотивированных слов в русском языке составляют (18 %) единицы, таких как: белый, голубой, желтый, зеленый, коричневый, красный, серый, синий, черный, карий, рыжий. (Особая группа сложных слов: бело-, желто-, указывающая на оттенок цвета, не входит в анализ мотивированных и немотивированных единиц).

В английском языке эта группа включает в себя (16 %) единиц, а именно: black, blue, brown, green, grey, pink, red, white, yellow, navy, beige, scarlet. Примечательно, что данную группу преимущественно составляют основные (абсолютные) цветообозначения.

В рассматриваемых нами прилагательных наибольший интерес для исследования представляют именно семантически мотивированные слова, так как эта группа позволяет увидеть предпочтения носителей языка разных лингвокультур в выборе мотивации цвета. Группы слов, образованные по этому признаку, довольно обширные: в русском языке это 69 % единиц, в английском языке в эту группу входит 84 % единиц.

В обоих языках встречаются ФЕ, у которых слова, мотивирующие прилагательные цвета, обозначают один и тот же объект. Их насчитывается 64 % единицы в русском языке и 62 % единиц в английском (количественное различие объясняется синонимами, например *rose, roseate u rose-coloured*). Например: amber – янтарный (прозрачно-желтый, цвет камня янтаря), flame – огненный (оранжево-желтый, цвет огня). Однако в каждом из языков есть такие единицы с семой «цвет», которые образованы от наименований объектов, не использованных в другом языке в качестве мотивирующей базы.



В английском языке таких наименований 38 %, в русском языке – 36 %.

В русском языке такие слова чаще называют *объекты природы*:

- наименования растений (48 %): мареновый – мареновый цвет (ярко-красный); образован по цвету ярких красящих веществ, добываемых из кустарникового растения марены; рябиновый – по цвету зрелых ягод рябин, фисташковый – светло-зеленый, по цвету ядра фисташки;

- камни, минералы (16 %): малахитовый образовано по цвету камня малахита, свинцовый от существительного свинец;

- природные красящие вещества (3 %): наименование красителя пурпур, извлеченного из морских моллюсков, стало основой для прилагательного пурпурный – от багряного до пурпурно-фиолетового цвета.

Значительно меньшим объемом в русском языке представлены такие цветочные слова, которые произошли от названий:

- цвета шерсти животных (3 %): верблюжий – серовато-желтый;

- артефактов – продуктов или предметов, созданных людьми (10 %): бутылочный – темно-зеленый цвет – цвет бутылочного стекла; от сахара образовано цветочное значение сахарный (чисто-белый);

- веществ (3%): молоко стало основой цветочного значения «молочный», обозначая голубовато-белый цвет;

- явлений (7%): существительное «дым» легло в основу прилагательного дымчатый – светло-серый, цвета дыма; от существительного «пепел» образовано цветочное значение пепельный – светло-серый, цвет пепла.

Объектом для цветочного наименования может выступать сам человек (10 %): мертвенно-бледный образовано от сложения слов мертвенный + бледный (типичный цвет кожи мертвецов – синий) и бледный, что в совокупности дает значение *бледный до синевы*. В английском языке цветообозначения, образованные от различных объектов действительности, отличаются не качественно, но количественно.

Довольно часто такими объектами выступают природные явления:

- растения (24 %): цветочное наименование *aubergine* обозначает темно-пурпуровый цвет, само наименование образовано от слова *aubergine* – баклажан; от яркого пурпурно-красного цвета цветков фуксии образовано цветочное наименование *fuchsia*; существительное *hazel* (лесной орех) дало название цветочному наименованию *hazel* – красновато-коричневый цвет;

- наименования камней, минералов (16%): цветочное значение *magenta* образовано от названия красной анилиновой краски; по цвету нефритового камня получает цветочное значение слово *jade*; цветочное значение *platinum* образовано от цвета платины;

- природные красящие вещества (10%): слово *ultramarine* образовано от названия пигмента *ultramarine* с ярко-синим цветом.

По сравнению с русским языком, в английском более значительно представлены наименования, образованные по признаку сходства с цветом животных (18 %):

- цветочное значение слова *salmon* образовано от существительного, обозначающего рыбу, на том основании, что ее мясо имеет оранжево-розовый цвет, поэтому составное наименование *salmon-pink* означает оранжево-розовый цвет (цвет мяса лосося);

- наименование *buff* значит желтовато-коричневый цвет, цвет буйволовой кожи;



- слово *fawn* образовано от наименования молодого оленя (*fawn*), имеющего шкуру светлого желтовато-коричневого цвета.

Объектами действительности, давшими цветовые наименования, выступают:

- артефакты (8%): слово *burgundy* – темно-красный цвет – образовано от наименования бургундского вина, аналогично и в слове *wine*: его цветовое значение – темно-красный – образовано от присущего цвета самой жидкости – вину (*wine*);

- явления (8 %): наименование *midnightblue* значит очень темный синий цвет, этот оттенок создается за счет компонента *midnight* – темное, почти черное время суток; *seagreen* – прилагательное, означающее светлый голубовато-зеленый цвет, такой оттенок формируется за счет первого компонента – *sea*, имеющего зеленоватый цвет (цвет моря, морской волны).

В образование цветовых наименований могут вовлекаться объекты, связанные с человеком, детьми (16 %):

- наименование *babypink* обозначает светлый оттенок розового. Именно компонент *baby* в сочетании с цветовым компонентом создает этот оттенок, так как кожа ребенка светлая, нежная, имеющая легкий розоватый оттенок;

- наименование *cardinal* берет свое цветовое значение от ярко-красного цвета одежды, которую носят сановники Римской католической церкви;

- слово *tan* имеет цветовое значение, относящееся к загорелой коже.

Выявленные данные можно представить в виде двух графиков, показывающих предпочтения в выборе объектов цветовой номинации русских и англичан.

Проанализировав все «цветные» выражения в английских словарях и справочниках можно сказать, что цветная фразеология английского языка характеризуется преобладанием лексемы *black*, вторым по частоте употребления выступает концепт *blue*. *Red* занимает третье место. Такие цвета, как *white*, *green*, представляют среднюю ступень употребительности в английской фразеологии.

Менее ярко представлены ФЕ с компонентами *yellow*, *grey* и *brown*, это говорит о том, что они не являются основными в перцепции человеком окружающего мира.

Можно заметить, что преобладающими являются компоненты *black* и *blue*. Черный цвет традиционно рассматривается как символ зла, несчастья, колдовства, отсутствия удачи и чистоты. Синий является цветом спокойствия, но в большинстве своих значений он ассоциируется с тоской и грустью. Возможно, такое превалирование темных цветов зависит от того факта, что плохое человек запоминает лучше, нежели хорошее.

Говоря о ФЕ, нельзя не упомянуть об их классификациях. На основе учета значений ФЕ, была составлена тематическая классификация ФЕ с компонентом-цветообозначением:

ФЕ, связанные с различными сферами жизни человека (38%). Подобные ФЕ

- описывают психологическое состояние человека, его настроение, эмоции: *be in the pink*, *black-affronted*, *be green with envy*;

- характеризуют внешний вид человека: *be red as a beetroot*, *black as a raven*;

- обозначают группу людей, например: *men in blue* или черты характера: *white feather*, *yellow-livered*.

- ФЕ, называющие действия, поступки (14%): *to paint town red*, *to sing the black psalm*.

- ФЕ, называющие абстрактные понятие (12%): *a white lie*, *red alert*

- ФЕ, обозначающие признак по действию (7,3%): *till all is blue*, *yellow-bellied*.

- ФЕ, называющие посуду и продовольствие (5,7%): *brown sugar, blue plate*.
- ФЕ, обозначающие место (5%): *a green-belt area, a black hole, white Africa, blue earth*.
- ФЕ, обозначающие интенсивный цветовой признак предмета (4,8%): *as red as a cherry, white as the driven snow, as black as night*.
- ФЕ, связанные со временем (4%): *the blackest day of the life, a red letter day*.
- ФЕ, обозначающие понятия, связанные с прибылью (3%): *green stuff, black money, grey market*.
- ФЕ, называющие конкретный предмет (2,2%): *a black flag, a green glass, a white elephant, black diamond*.
- Прочее (4%): *white magic, a blue, a purple heart, black Maria*.

На основании данной классификации можно прийти к выводу о том, что больше половины ФЕ с наименованием цвета относятся к человеку, отражая множество сторон его жизни. Проведенный анализ фразеологизмов в составе литературных произведений и в словарях, позволяет сделать вывод о том, что самыми распространёнными являются «тёмные» фразеологизмы, а фразеологизмы «светлых» тонов имеют преимущественно отрицательное значение. Преобладающим цветом картины мира английского народа является черный. Следует отметить национальные черты англичан, для которых самообладание является главным достоинством человеческого характера.

С рождения английских детей учат не проявлять своих истинных чувств и подавлять любую несдержанность, чтобы кого-нибудь случайно не обидеть. Этот народ скупится на эмоции и считает, что человек должен оставаться невозмутимым, если не внутренне, то хотя бы внешне. Можно отметить, что погода в Англии также редко радует своих граждан ярким солнцем – очень часто небо над страной пасмурное, льют дожди.

Всё это отражается красками на жизни англичан: на сдержанных тонах одежды, на преимущественно серых зданиях, на речи. До появления идей *Б. Берлина* и *П. Кея* (1969) изложение истории возникновения и развития цветоименований носило чисто описательный характер и выглядело примерно так. Вначале цвет передается опосредованно, путем указания на цвет соответствующих распространенных предметов или объектов природы: «как молоко», «как снег» (*белый*), «как сажа» (*черный*), «как кровь» (*красный*) и т. д.

Затем появляются слова, используемые специально для обозначения цвета (*белый, черный, красный*). Некоторые из них становятся названиями основных категорий, на которые делится цветовое пространство в данной культурно-языковой общности людей.

Если говорить точнее, никаких новых слов не появляется: просто слова, ранее существовавшие в языке, обретают значение цвета. Этот процесс можно считать языковой универсалией. В большинстве языков слова со значением «белый» этимологически восходят к индоевропейской основе – быть ярким, светлым, сиять, блестеть или «свет, светлый, белый», а со значением «черный» – к словам с резко отрицательной коннотацией (*темный, мрачный, грязный, гнить, тухнуть* и т. п.).

Параллельно с процессом развития основных терминов в языке появляются слова, передающие отдельные оттенки цвета. Число этих слов непосредственно связано с уровнем цивилизованности общества. Некоторые бесписьменные языки современных так называемых примитивных культур до сих пор содержат не более 10-20 терминов цвета. Источниками появления новых слов могут стать:

✚ **Названия окружающих предметов и объектов природы** с характерной окраской (вместо первоначального «как молоко», «как пепел», «как кровь» появляются обычные речевые формы *молочный, пепельный, кровавый*).

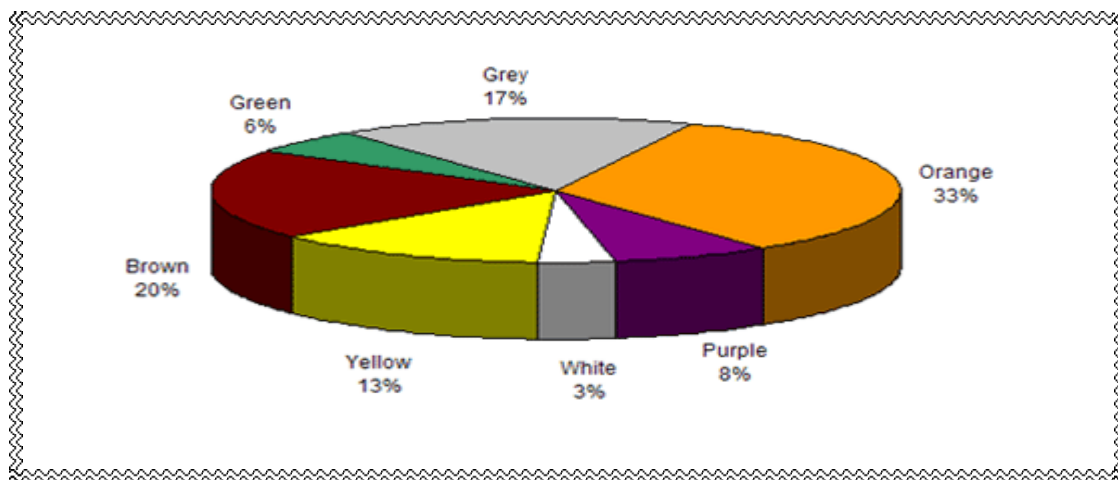
Некоторые слова постепенно утрачивают изначальную этимологическую связь и начинают восприниматься как абстрактные (*коричневый, малиновый, сиреневый, болотный*).

Возникает модель «цвета.» (*цвета слоновой кости, цвета мха*) и ее эмоционально отмеченные разновидности (особенно в литературе – *цвет давленной земляники, цвета мокрого асфальта*).

✚ **Заимствования** – процесс обогащения языка за счет иноязычных заимствований обычно протекает не хаотично, а «волнами». Так, известно, что французский язык XVII в. «снабдил» многие европейские языки словами культурного слоя, включающими и термины цвета. В русском языке «французская экспансия» проявилась в XIX в. под влиянием французской моды: *бордо, шамуа, солитеровый*.

✚ **Развитие собственного арсенала лексико-морфологических средств** (появление двусоставных слов типа *фиолетово-красный, небесно-голубой* или модификаторов для передачи оттенков – *темно-..., бледно-..., интенсивно-...*).

✚ Развитие у терминов цвета новой смысловой **функции** – рекламной.



Психология цвета в маркетинге

Последняя появилась в начале XX века, а в конце века становится важнейшей.

Все чаще возникает потребность не столько назвать точный цветовой оттенок данного предмета, сколько привлечь к нему внимание. Воплощается это двумя способами.

С одной стороны, активно порождаются лексические сочетания типа *агрессивный красный, монастырский белый, лиловый шик, сиреневая элегия*. С другой стороны, все большее распространение получают сочетания, связанные с собственно цветом лишь чисто ассоциативно (*Багамы, восточный сад, поляна Куинджи*).

В теории *Берлина-Кея* все эти разные формы развития лексики игнорируются и к анализу привлекается только десяток так называемых «основных» цветоименований.

Столь резкое сужение объема материала позволило оперировать сопоставимыми данными по колоссальному числу языков и в результате открыть те самые универсальные закономерности, которые и принесли данной теории такую известность.

Зачастую один человек под каким-либо обозначением подразумевает определенный оттенок, а другой человек воспринимает информацию по-своему.

Это объясняется тем, что цветовое зрение формируется в разных климатических условиях и при разном образе жизни. Овладевая языком, человек усваивает определенное отношение к миру, отраженное в структурах родного языка. Поэтому английские ученые Берлин и Кей пришли к выводу, что 95% цветов происходит от названий предметов.

И лишь 5% не имеют таких корней. Например, коричневый – цвет корицы.

В русском языке в свою очередь существуют различные обозначения для синего цвета: «синий» и «голубой». На ранней стадии развития языка понятия «черный» и «синий» не различались и обозначали «темный, черный», хотя слово «синий» обозначало водные источники и некоторые природные явления. А вода ассоциировалась издревле со смертью и загробным миром поэтому и слово «синий» долго носило негативный подтекст.

По этой причине сфера его применения была довольно ограничена. Светлый же оттенок был весьма распространен и требовал нового термина. Версии появления слова «голубой» различны, но ясно одно: оно носило положительный подтекст.

Основную массу употребляющихся в настоящее время ФЕ составляют устойчивые сочетания слов исконно русского происхождения. Они возникли в русском языке или унаследованы из более древнего языка.

Главным источником русской фразеологии являются свободные словосочетания, которые, употребляясь в переносном значении, становятся фразеологизмами.

Некоторые фразеологизмы образовались на основе переноса значения слов, например, «прийти к общему знаменателю».

Другие возникли в результате переосмысления некоторых выражений, например, «по стойке смирно». Существуют и такие фразеологизмы, которые пришли из устного народного творчества, художественной литературы, фильмов.

Например, «в тридевятом царстве», «тришкин кафтан», «медвежья услуга», «как белка в колесе», «на деревню дедушке», «Москва слезам не верит».

Как в английском языке, так и в русском есть фразеологизмы, которые являются заимствованными. Пришедшими из церковных старославянских книг являются следующие фразеологизмы – «бисер метать» значение в значении «напрасно тратить силы», «корень зла» – выражение, которое употребляется в значении: «основа, первоисточник зла».

Существуют фразеологизмы из античной мифологии: «нить Ариадны», «путеводная нить». Приведём пример, откуда произошли некоторые фразеологизмы в русском языке: «водить за нос». Раньше цыгане развлекали народ на ярмарках, выступая вместе с медведями. Они заставляли животных проделывать разные фокусы, при этом обманывая обещанием подачки. Цыгане водили медведя за кольцо, продетое в нос. Именно с тех времён «не води меня за нос» означает «не обманывай».

А выражение «знать всю подноготную» связано со старинной пыткой, когда обвиняемым загоняли под ногти гвозди или иглы. Целью этого довольно неприятного действия было добывание признания.

«Не ко двору пришелся». Когда занимаешься изучением пословиц и поговорок, удивляешься, из какой старины они иногда происходят. «Не ко двору пришёлся» – у этой поговорки есть интересная мифологическая основа. Согласно ей на подворье (на дворе) будет жить только то животное, которое понравится домовому. А если не понравится, то или убежит, или заболеет. Что делать... не ко двору.

В психологии разработкой характеристик основных цветов занимался *М.Люшера*.

Нас будет интересовать восприятие цвета различными народами и психологическая его трактовка. Богатство красок окружающего мира своеобразно отражается в языке.

Как отмечает в своей статье А.Порожнюк, не во всех языках существует одинаковое количество названий для обозначения цвета.

Даже некоторые основные цвета спектра не всегда носят отдельные названия.

В английском языке существует одна лексема «*blue*» для обозначения синего и голубого цветов. А красный, оранжевый и желтый в языках африканских народов в основном имеют только одно название. Каждый язык имеет свой способ «членения» спектра.

Символизму цветов А.А.Потебня посвятил несколько страниц в своем исследовании «О некоторых символах в славянской народной поэзии».

«Исследованием языка поэтических произведений установлено, что основу палитры красок составляют живописные определения: черный – красный – белый».

Исследование фразеологизмов, в состав которых входят колоронимы, также подтверждает мнение о том, что лексемы для обозначения красного и белого цветов встречаются чаще.

Черный, как и белый, не входит в цвета спектра, поэтому некоторые психологи (М.Люшера) их игнорируют. Однако И.В.Гете придает им особое значение, отождествляет их со светом и мраком. Они являются первоосновой образования всех других цветов: «для возникновения цвета необходимы свет и мрак».

Предположительно, под влиянием природной смены дня и ночи у человека на бессознательном уровне свет ассоциируется с «белым», а ночь с «черным».

Нужно отметить, «черный» и «белый» не симметричны в языках мира, и «черный» встречается гораздо чаще.

Например, С. Харгрейв пишет, что в австралийском языке отсутствует основной термин для обозначения белого цвета. Смысл даже основных цветов, которые воспринимаются в первую очередь после рождения человека, не может быть универсальным, поскольку в ряде случаев обозначение цвета отсутствует в языке. А исторические прототипы цветов, связанных с той или иной частью спектра, придали свои оттенки значению цветообозначения.

Остановимся на значении **черного цвета** в английских и русских идиоматических выражениях. У большинства народов отношение к черному цвету сходно. И это нетрудно понять, ведь черный цвет – это цвет ночи. Отсюда и связь черного цвета со злом.

Как в русских фразеологизмах, так и в английских идиомах, черный цвет имеет значения плохой, злой в таких выражениях «как черная неблагодарность», «*to put on a black list*» («занести в черный список»), «*black looks*» («злые взгляды»), «*a black dog*» («дурное настроение», «уныние»), «*black in the face*» («почернеть от злости»).

Черный цвет имеет еще и значение «грязный», это видно на примере английской идиомы «*black as ink*» (черный как сажа). Значение черного цвета магии наблюдается и в английских и в русских фразеологизмах «*black art*» («черная магия», «темные дела»).

Значение прибыли в бизнесе «*in the black*» – «быть в прибыли».

Черный, как правило, символизирует несчастье, горе, траур, гибель. Отсюда и связь черного цвета со злом. Среди ФЕ с элементом цвета *black* преобладает группа, обозначающая негативные эмоциональные состояния человека: *black mouth* – сплетня; *black in the face* – быть багровым от злости; *to be on the black list* – быть в черном списке; *get a black look* – посмотреть злобно, недружелюбно; *blackmail* – шантаж.

Символическое значение черного цвета, отождествляется с мраком, встречаем в О.О.Потебни: «Подобно тому, как мороз, приближаясь к огню, противостоит ему с некоторым символическим значением, черный цвет, образующийся от огня, имеет значение беспорядка, ненависти, печали, смерти, противоположно переносным значениям света».

Характерной особенностью черного цвета является то, что для всех народов он символизирует «плохое». В западной традиции это смерть, траур, скорбь, меланхолия, унижения, разрушения. В восточной – Ворота Ада. В черном цвете есть завершенность. Черный – «верхушка» темноты – агрессивная настойчивость, протест против своей судьбы, абсолютный отказ. Как правило, черный цвет вызывает страх (черный человек, черный дьявол, черная богиня Кали – у индусов, черные флаги пиратов, черная кошка). Этот цвет символизирует тьму и тайну. А в темноте – отрицание света.

Однако, не всегда черный – символ зла. Известно, что в некоторых восточных странах этот цвет означает траур. Это и цвет покаяния. Доказано, что черный, как и белый, защищает от воздействия вредной энергетики.

Вот почему представители духовенства разных стран и верований носят черную одежду. «Цветом слово ... назвал черный цвет ... китайский император Цинь Шихуан».

Среди толкований данного цвета преобладают имеющие отрицательный смысл.

Так как мы рассматриваем фразеологизмы английского языка, то во внимание будут приниматься традиции западной культуры.

Полной противоположностью черного цвета является **белый цвет**. У славян белый происходит от света и огня. Белье – символ красоты, любви.

На западе этот цвет означает святость, чистоту, открытость, спокойствие, триумф духа над плотью. В то время в восточной традиции белый – символ неба, траур.

Вообще, этот цвет – это конечный пункт яркости и света, господство добрых сил.

Белый цвет в физическом смысле представляет собой полное слияние всех цветов спектра и потому в разных этнических культурах является символом полноты физического бытия, соединения всех сторон физического мира в духовном.

Белый флаг – эмблема капитуляции, дарования жизни через смерть.

В христианстве белый цвет символизирует совершенство Бога, неделимость и поэтому чистоту, невинность, девственность, спасение.

Белый цвет – это совершенный цвет, цвет соединяющий в себе все остальные цвета. Его главное качество и особенность – это равенство.

*white as snow* – белый как снег, белоснежный;

*a white crow* – белая ворона, редкое явление – противоречивый символ инаковости, непохожести, отличности, избранности;

*a whited sepulchre* – гроб повапленный, ханжа, лицемер; то, что прикрывается наружным блеском, а на самом деле ничтожно, пусто, никуда не годно; внешне привлекательный, но гнусный, отвратительный человек;

*as white as a sheet* – белый как полотно, как смерть, белый как мел (от испуга);

*white as a ghost* – белый как призрак (от страха, испуга или болезни);

*white slave traffic* – торговля живым товаром; *a white lie* – невинная ложь;

*a white-collar worker* – «белый воротничок» (работник офиса, служащий, клерк).

В биржевой практике известно выражение «белый слон» как обозначение операции, при которой расходы превышают прибыль от сделки. Русский аналог: «чемодан без ручки»).

В русском языке: дела как сажа бела – неважные, плохие дела, белая ворона, сказка про белого бычка – докучная сказка, повторение одного и того же; белый свет – мир, белая кость – барская, дворянская порода, черным по белому – ясно.

В арабском языке в большинстве случаев положительные ассоциации с белым цветом – счастье, радость, мирное разрешение конфликтов. Также белый ассоциируется с пустотой и бедностью. Напротив, с белым цветом существует большое количество идиом как в русском так и в английском языке.

Так белый цвет как цвет чистых помыслов проявляется в идиомах: *to be whiter than white* – быть предельно честным, нравственным; *lily-white reputation* – незапятнанная репутация; *white man*- благородный человек, *white hands* – честность, незапятнанность, невинность; *white lie* – ложь во благо.

Белый цвет употребляется и в значении «бледный». Например, «*to turn white*» – «побледнеть»; «*white as a sheet*», «*white as a ghost*», «*white as snow*» – «бледность от испуга, от страха». Белый цвет ассоциируется и с чем-то неизученным, неисследованным.

В русском языке существуют фразеологизм «белое пятно» (малоизведанная территория).

Белый – цвет благородства, знатности, величия. Быть может, поэтому в русском языке существует выражение «белая кость», что означает человека знатного происхождения.

У белого цвета мы можем наблюдать и отрицательные значения. Английские идиомы (*to be white-hot* – быть разъяренным, доведенным до белого каления, *white feather* – трус, *white elephant* – бессмысленная, бесполезная вещь, *to bleed white* – обобрать до нитки, выкачать деньги) *white slave traffic* – торговля живым товаром, работорговля и русские фразеологизмы (дела как сажа бела; шито белыми нитками) наглядно демонстрируют отрицательные значения белого цвета.

В русском языке мы говорим о человеке, резко выделяющемся среди окружающих людей – белая ворона, английский вариант – *white crow*.

Также белый цвет обладает и нейтральным значением: «белые мухи» – падающий снег, «белый свет» – окружающая нас действительность; земля, мир, вселенная; жизнь со всеми радостями и горестями. Из приведенных примеров видно, что белый цвет в английских идиомах и русских фразеологизмах, в основном находит одинаковый смысл и очень часто отражает положительные эмоции. Белый цвет символизирует чистоту, незапятнанность, невинность, добродетель, радость:

В первую группу включены теплые, «стимулирующие» цвета, связанные с процессами ассимиляции, активности и напряжения (красный, оранжевый, желтый).

*Д. Тресиддер* дает следующую характеристику этим цветам.

**Красный цвет** является амбивалентным, с одной стороны он связан с активным мужским началом, это цвет жизни, энергии, импульса, эмоций, страсти, любви, радости, праздничности, жизненной силы, здоровья, физической силы и молодости.

С другой стороны он является символом огня, войны, агрессии, опасности.

Одно из значений красного цвета связано, во-первых, с чисто физиологической реакцией организма (из-за стыда или смущения, а иногда – гнева), а во-вторых – с психологическим признаком, ассоциирующимся с чем-либо недостойным, неприличным, безнравственным, позорящим (*red faced, red as a beetroot/fire, go/blush red, have a red face, give someone a red face*).

Красный цвет связан с активным мужским началом, цвет жизни, огня войны, энергии, агрессии, опасности, импульса, эмоций, страсти, любви, радости, праздничности, жизненной силы, здоровья, физической силы и молодости.

Красный цвет присутствует во фразеологических сочетаниях как символ опасности (*red alert, red flag, red light, Red List, give a red light, see the red light*), отрицательных эмоций (*red flag, red flag (red) before a bull, red-hot, see red*). В символизме красного цвета присутствует и негативный аспект – этот цвет иногда связывали со злом, особенно в египетской мифологии, где красный цвет был цветом бога войны Сета.

Как цвет возбуждения, он также связан со сферой секса, например с фаллическим культом Приана в Древней Греции и с «блудницей в багряном» (*scarlet woman*).

Более часто, однако, символизм этого цвета носит позитивный характер.

Красный возбуждает, а потому импонирует зрителю. Поэтому одежда королей, кардиналов была красной. В одежде духовенства этот цвет символизировал могущество Бога-Отца. Возбуждающие качества красного цвета связаны с тем, что он ассоциируется со страстью. Будучи солнечным, теплым, огненным цветом, он не только греет, но и обжигает. Багровый цвет символизировал отчаянное самозабвение, любовь. Хотя невинности в этом было мало – красные платья, как правило, носили куртизанки.

Красные фонари во всем мире указывают путь туда, где предлагается сексуальное возбуждение. С точки зрения психологии красный означает желание и разнообразные склонности и стремления. Это также стремление получать результаты, добиваться успеха. Это жадное желание всего того, что может способствовать насыщенности бытия и полноте опыта. Это все формы жизненности и силы.

В первобытных ритуалах охра (красная минеральная краска) использовалась, чтобы «вписать жизнь» в мертвых, изобразить умерших людей полными жизни и энергии.

Даже в христианстве, где красный цвет – в основном символ самопожертвования Христа, он был также цветом эмблемы воинов Господа – крестоносцев, кардиналов (*red hat*) и паломников Праздники и дни святых отмечены в календаре красным цветом, что стало основанием для появления выражения *red letter day* – «красный» является символом радости (*red letter day, to paint the town red*) Также «red» выступает также как символ коммунизма (*better red than dead, to redbait, reds under beds*).

В английской культуре красный цвет имеет немаловажное значение.

Красный флаг в Британском военно-морском флоте существует с XVII века и символизирует «вызов на бой». Национальная эмблема Англии – красная или алая роза.

Автобусы и телефонные будки в Англии красные, мундиры английских солдат красного цвета (*red coat*). Для всего общества в целом, красный цвет является, пожалуй, наиболее значимым и символическим цветом

Красный, рядом с синим и зеленым, с точки зрения физики – основной цвет света.

Цвет огня, или же красный, действует на человека возбуждающе, волнительно.

Некоторых он просто раздражает. Однако в большинстве случаев люди хорошо относятся к красному цвету. Для украинского народа, как и для других, издавна были и оставались любимыми цвета красной гаммы. Символическое использование красного цвета можно испытать в повседневной жизни: красный свет светофора заставляет водителей остановиться; на предприятиях этот цвет означает запрет и непосредственную опасность.





Обобщая толкование красного цвета – означает: огонь, кровь, жизнь, страсть, любовь, экстаз, мученичество, честь.

Красный цвет во фразеологизмах обоих языков имеет как сходства, так и различия в значениях. В русских фразеологизмах он встречается в таких значениях как красивый, например, «красная девица»; хороший, погожий, например, «красный денек»; остроумие – «красное словцо». В английских же идиомах красный цвет чаще имеет значение опасности, например, «*to see the red light*», «*a red-light district*» («опасный район»), «*to be caught red handed*» – быть застигнутым на месте преступления.

Совпадает красный цвет в английских идиомах и русских фразеологизмах в значении смущения, стыда. Например, «покраснеть как рак», «краснеть до корней», «*as red as a turkey cock*» и «*as red as a lobster*». Выражения с таким значением встречаются как в русском, так и в английском языках. Например:

- *Не красней, девка, коров доючи, красней, девка, с парнем стоючи!*
- *to get/have a red face* – покраснеть от смущения;
- *to give someone a red face* – вогнать кого-либо в краску, смутить кого-либо;
- *red in the face* – покрасневший, смущенный;
- *to blush/go red* (букв. вспыхнуть докрасна) – покраснеть от смущения;
- *to become red in face* – побагроветь от стыда, смущения, гнева и т.п.

В русском языке реализуются в основном такие символические значения ФЕ с компонентом цвета «красный», которые связаны с молодостью, красотой. Например:

- *красный молодец, красная девица* – о молодом человеке, здоровом, красивом, пользующемся симпатией у окружающих;
- *красное солнышко* (в значении праздничности момента, а также как привет, доброжелательное отношение к окружающим);
- *красный денек* (ведряной, солнечный, поднимающий настроение);
- *красное словцо* (острота, острая шутка, метко сказанное слово);
- *красить* (украшать): *печаль не красит, горе не цветит*.

В английском языке также встречаются как положительное, так и отрицательное значения прилагательного «красный» во фразеологизмах и пословицах. Красный цвет присутствует в следующих фразеологических сочетаниях как символ **опасности**:

- *to see the red light* (букв. видеть красный свет) – предчувствовать приближение опасности, беды и т.п.;
- *a red-light district* (букв. район красного фонаря) – опасный район.

#### Отрицательных эмоций:

- *red lamp/ light (slang)* (букв. красный фонарь/свет) – публичный дом;
- *like a red rag (to a bull)* (букв. красная тряпка) – нечто приводящее в бешенство (как быка красный цвет);
- *to be in reds* – быть в долгах;
- *red lights* – квартал публичного дома;
- *to be one's face red* – оскандалиться;
- *to catch red-handed* – поймать с поличным.

#### Формализма:

- *red-tape* (букв. красная лента) – бюрократизм, волокита, формализм;
- *a red letter day* – знаменательный день.

На основе сопоставительного анализа цветовых символов рассматриваемых языков делается вывод о том, что одни и те же символические цветоопределения, будучи частью этноязычной системы символов, могут по-разному интерпретироваться в разных языках. Цветовые этноприоритеты и этностереотипы в одном языке могут не иметь колористической окраски в другом. Красный цвет в русских фразеологизмах несет положительную и перфектную функции:

красная девица – красивая девушка;

красный угол – наиболее почетное место в избе;

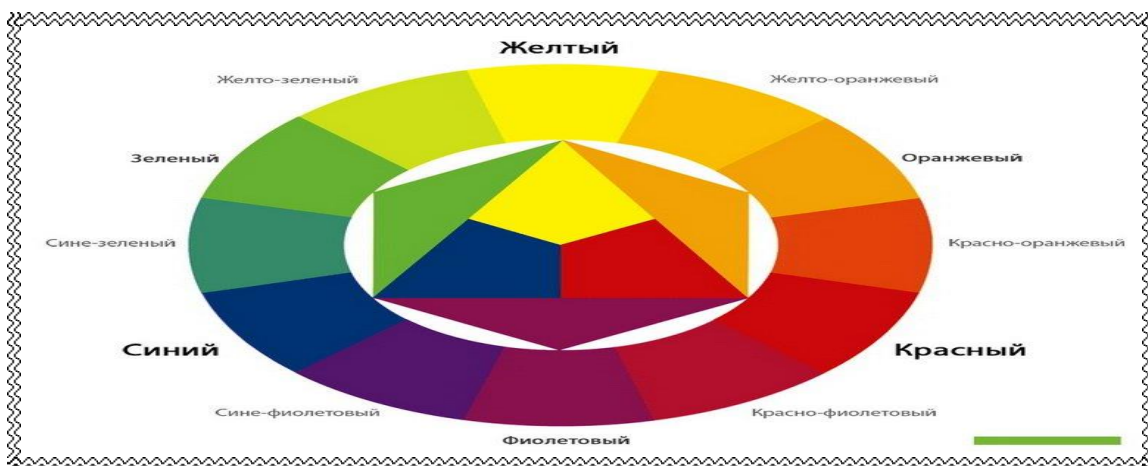
красная гвоздика – символ торжеств, юбилеев, в английском же языке чаще всего несет отрицательное значение.

Конвенциональное символическое значение красного цвета у всех народов выделяется в роли эмблематического цвета как богов солнца, так и богов войны и власти в целом. В русском языке это символическое значение особенно широко представлено во многих фразеологизмах и пословицах.

В словаре *В. Даля* встречается 19 пословиц со словосочетанием «красное солнышко».

Например: *Краше красного солнышка, светлее ясного месяца* (об иконе).

*Дождик вымочит, а красно солнышко высушит. Красное солнышко на белом свете черную землю греет* и др.



red	cherry	rose	jam
merlot	garnet	crimson	ruby
scarlet	wine	brick	apple
mahogany	blood	sangria	berry
currant	blush	candy	lipstick
pink	rose	fuchsia	punch
blush	watermelon	flamingo	rouge
salmon	coral	peach	strawberry
rosewood	lemonade	taffy	bubblegum
ballet slipper	crepe	magenta	hot pink

merlot – мерло (красный сорт винограда)

garnet [gɑ:nɪt] – гранат; оттенок спектра от тёмно-красного до насыщенно-бордового

crimson ['krɪmz(ə)n] – малиновый, тёмно-красный, кармазинный

ruby ['ru:bɪ] – рубин, ярко-красный цвет

mahogany [mə'hɔ:g(ə)nɪ] – коричневато-красный цвет

sangria – "Сангрия" красный

currant ['kʌr(ə)nt] – смородина (ягода)

blush [blʌʃ] – розоватый оттенок

candy ['kændɪ] – леденец

punch | [pʌnʃ] – пунш (горячий или холодный напиток из крепкого ликёра или вина, фруктового сока и пряностей)

rouge [ru:ʒ] – румяна; французское красное вино

rosewood ['rəʊzwʊd] – цвет розового дерева

toffee ['tɒfi] taffy – ириска

bubblegum ['bʌbəl.gəm] – bright pink color

ballet slippers – балетные туфли

crepe [kreɪp] – креп (натуральный каучук)

magenta [mæ'dʒentə] – маджента, пурпурный цвет

**Розовый цвет** – смесь белого и красного. В этом цвете «живет» нежность, лёгкость, открытость, сила и устойчивость. Этот цвет снижает внешнюю и внутреннюю агрессивность и провоцирует приветливость.

Идиомы с розовым цветом присутствуют в английском языке, в значении хорошего здоровья, например, «in the pink» (прекрасное состояние здоровья) и «the pink of perfection» в значении «верх совершенства», «to be tickled pink» – «быть вне себя от счастья», «to be in / have a purple patch» – «иметь полосу удачи, везения».

В русском языке выражение «розовые очки» находит применение, когда речь идет о человеке, который много не замечает и мир ему представляется совершенным.

	Дымчатая роза	MistyRose
	Персиковое дерево	PeachPuff
	Розово-коричневый	RosyBrown
	Розовый	Pink
	Темный лосось	DarkSalmon
	Сиена	Sienna
	Светло-коралловый	LightCoral
	Индийский красный	IndianRed
	Каштановый	Maroon
	Лососевый	Salmon
	Томатный	Tomato
	Малиновый	Crimson
	Красный	Red
	Джеральдин	Geraldine
	Бургундия	Burgundy
	Бордовый	Claret
	Амарант	Amaranth
	Пунцовый	Carmine
	Паприка	Paprika
	Японский клен	Japanese Maple

Сопоставляя системы цветообозначений 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**.

Семантически *голубой* можно рассматривать как вариант *синего* (*голубой* – *светло-синий*), так же, как, например, *розовый* принято считать вариантом красного (*розовый* – *светло-красный*). Однако, притом, что слово *розовый* достаточно употребительно (как и его аналоги в других языках), никто не включает его в число основных наименований цвета. Почему же «оказана честь» слову *голубой*?

Начнем с этимологических сведений. Прежде всего, следует отметить, что лингвисты единодушно признают более древнее происхождение слова *синий* по сравнению с *голубой*.

Согласно словарю Фасмера, *синий* восходит к др.-инд. *śyātás* «темный, черный».

Действительно, на ранней стадии развития языка понятия «черней» и «синий» не различались. В литературе XI в. *синий* во многих случаях еще передает значение просто темного цвета и уж во всяком случае имеет довольно узкую сочетаемость (водные источники и некоторые природные явления).

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.

Вероятно, каждому знакомо ощущение, которое возникает от долгого созерцания морской глади – это чувство рассеянности, растворенности в окружающем; чувство полной потери индивидуальности. Наверное, так переживается смерть.

«Теперь понимаю: все – вода», – сказала перед смертью бабушка *В. Набокова*, вторя крылатой фразе античного мудреца: *panta rei* (все течет). Для самого *В. Набокова* вода и – шире – синий цвет являлись символом всего запредельного, потустороннего, иррационального, и он не одинок в своем отношении к синему.

Весь «серебряный век» – от *Блока* до *Есенина* – синее переживал так же. 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 истинную веру.

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.

Чёрт в русском языке табуировано 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. в России была тенденция называть любые цвета с оттенком синего общим названием «странные цвета».

Эти цвета пользовались популярностью в зажиточных кругах (например, в моде были синие гостиные), но встречали негативную реакцию в народе.

По известным законам прямое название вещей, неприятных, тем более связанных с мистическим злом, всегда было в большей или меньшей степени табуированным.

В результате слово *синий* охотно заменялось, например, на заимствования, которые к тому же сохраняли иноязычное звучание и даже написание (особенно этим «грешили» модные журналы первой половины XIX в.: *блёраймондовый*, *Bleu Mexico*, *Lavalier*, *bleu mouche*, *bleu faïence*, *Leman*, *bleu suédois*).

Во второй половине XIX столетия среди читателей журналов осталось гораздо меньше лиц, владеющих французским языком. Упомянутые слова стали постепенно исчезать, а некоторые русифицировались (например, *электрик* «ярко-синий»).

Свою отрицательную коннотацию *синий* сохранял в течение долгого времени.

Однако это 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).

Различие в отношении к синему и голубому отразилось в русских идиомах и поговорках: *синий чулок*, но *голубая мечта*, *голубое свечение* в конце тоннеля (которое якобы видят умершие), 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. Цитируем известный трактат *И.В.Гёте* «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 значительности. В синий цвет одеты обычно маги и волшебники.

Справедливости ради надо сказать, что в английском языке существует несколько выражений со словом *blue* с явным отрицательным смыслом.

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 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.

На отношении европейцев к синему цвету, вернее, к цвету выраженному общеиндоевропейским корнем *bl-* (англ. *blue*, фр. *bleu*, нем. *blau*, восходящими к лат. *blavus*), вполне возможно, сказалось то обстоятельство, что изначальный смысл этого слова – «светлый». Было соответствующее слово и в старо-славянском – *плавъ*.

Но дальше судьба этого слова в разных славянских языках сложилась по-разному.

В болгарском {*плав*}, сербском и хорватском {*плав*}, словенском (*plāv*) слово обрело значение «голубой», как и во многих индоевропейских языках.

Этим языкам альтернатива в виде слова *голубой* была совсем не нужна. А вот ц.-слав. *плавый* в русском языке стало функционировать почему-то в значении «светлый, светло-желтый».



По тому же пути пошли, например, чешский и словацкий (*plavý*), польский (*plowy*), литовский (*palvą*), где наряду со значением «блеклый, светло-желтый» это слово получило еще значение «буланный», т. е. стало названием масти животных.

Кстати, и в русском языке употребление слова *плавый* постепенно сузилось до узкой области масти лошадей, но уже в форме *полбый*.

Как бы то ни было, русские должны были испытывать явную потребность в слове, называющем именно светло-синий оттенок. Ответом на этот вызов реальности и стали слова, выражающие голубые оттенки. Если *синий* ассоциативно связывалось с водой и имело отрицательную коннотацию, то с голубым цветом – цветом неба – коннотация могла быть только положительной.

Кстати, и в современном языке доминантной сферой употребления слова *синий* остается вода, море, а у *голубого* наиболее частотной является соотнесенность с небом, а следовательно, и соотнесенность с менее интенсивным (по сравнению с обобщенным зрительным представлением о море) синим цветом.

Соответственно доминирующими коннотативными признаками *синего* выступают «яркость», «сила», а у *голубого* – «ласка», «нежность».

Последнее, возможно, поддерживается его этимологической и деривационной связью с лексемами *голубь*, *голубушка*, *приголубить* и т. п.

Повторим, что слова, обозначающие голубые оттенки, имеют скорее положительную окраску. 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. Первоначально функцию обозначения голубого цвета в русском языке выполняли слова *лазореый*, *лазурный*.

Характерно, что при описании синего цвета в предметах, имеющих явно «положительный заряд», использовалось именно слово *лазореый* (например, флаг времен Алексея Михайловича описывался как белый, червчатый и лазореый). Однако примерно в XV–XVI вв. у этих слов появляется сильный «конкурент» – слово *голубой*.

С этимологией самого слова *голубой* 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. Между прочим, в первых письменных источниках *голубой* употреблялось только в качестве названия масти. Значение его не совсем ясно.

Под мастью *голубая* подразумевалась лошадь либо «светло- или темно-серая с синевой», либо «серовато-голубая», либо даже «серовато-желтая, серовато-бурая».

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-цветообозначений русского языка.

Конечно, в современном языке есть уже масса наслоений на изначально позитивную окраску слова *голубой*. Чего стоит, например, термин «голубой мужчина»! И все же самый сложный процесс языкового развития не смог полностью стереть изначальных ассоциаций.

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 цветных 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 выбора), и внизу – крестьяне, народ (красный).

Кстати, аналогичный «расклад» был и во Франции, однако после буржуазной революции, полосы были повернуты вертикально, чтобы «уравнять» сословия.

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 исторически связан с украинской национально-государственной символикой.

Как бы то ни было, за цветовым решением флага (голубой) стояла глубокая культурная традиция. Только пренебрежением к этой традиции можно объяснить тот факт, что нынешние флаги можно встретить в «синем» и «голубом» исполнении с примерно равной частотой.

**Синий цвет** символизирует бесконечность, вечность и истину, преданность, веру, чистоту, целомудрие, духовную и интеллектуальную жизнь – ассоциации, которые возникли во многих древних культурах и выражают общую мысль, что синий цвет неба – наиболее спокойный и в наименьшей степени «материальный» из всех цветов.

Деву Марию и Христа часто изображают одетыми в синее. Этот цвет является атрибутом многих небесных богов, таких, как Амон в Древнем Египте, греческий Зевс (в римской мифологии Юпитер), Гера (Юнона). Согласно народной традиции, в Европе синий цвет символизирует верность. Он связан с милосердием и мудростью.

Как пишет *Д. Тресиддер*, ассоциация между голубой кровью и аристократией происходит от часто применяемой французскими аристократами в средние века клятвы «кровью Бога», где эвфемизмом «Бога» было слово «голубой», что со временем привело к сленговому выражению ***un sang-bleu*** («голубая кровь»).

Синий цвет – один из семи основных тонов спектра, или хроматического ряда.

Синий является холодным тоном и одним из трех основных цветов, так называемой «трехцветки» (красный, желтый, синий). Синий – один из самых любимых цветов в искусстве, отличается многообразной символикой. Это цвет неба, небесной лазури.

В отличие от голубого синий тон обладает предельной насыщенностью и пространственностью (глубиной). Поэтому созерцание синего в вышине неба рождает необычайные ощущения.



Живописец *П. Сезанн* говорил, что синий цвет «создает вибрацию».

В Средневековье синий цвет считали символом любви и верности.

Синий цвет неба в сочетании с красным цветом крови дает фиолетовый – «цвет молитвы». Синий настраивает на глубокие размышления (зеленый успокаивает, красный возбуждает, а желтый раздражает).

Синий цвет сосредоточен на себе. У этого цвета нет дна, он не заканчивается.

Синий цвет – это постоянство, упорство, настойчивость, преданность, самоотверженность, серьезность, строгость. Синий цвет – потеря реальности, мечтание, фанатизм.

В английском языке синий и голубой – одно и то же. Стоит заметить, что голубой – больше склонен к меланхолии, задумчивости. Ранее упоминался стиль музыки – блюз, которому присущи «голубые» ноты.

Синий цвет близок к черному и получает сходные с ним символические значения. Он считался траурным в Древнем Египте и у некоторых народов Южной Африки.

Более поздней является идиоматическая связь с меланхолией, возможно берущая начало в вечерних грустных песнях африканских рабов в Северной Америке («blues»).

В английском языке есть много фразеологизмов со значением плохого настроения, тоски, грусти, в состав которых входит компонент цвета «*blue*», например:

- *the blues* (меланхолия, хандра);
- *to give somebody blue* (букв. вводить кого-либо в голубое) – наводить тоску на кого-л.;
- *dark/navy blue* (букв. темно-голубой) – испуганный, унылый, подавленный;
- *get/have the blues* (букв. иметь/получить голубое) – хандрить, стать грустным;
- *to be in the blues* (букв. быть в голубом) – хандрить, быть в плохом настроении, в подавленном состоянии;
- *blue study* (букв. голубое изучение) – мрачное раздумье;
- *blue devils* (букв. голубые дьяволы) – уныние.
- *blue fear* – испуг, паника, замешательство;
- *blue murder* – громкий, пронзительный крик (букв. голубое убийство);
- *blue Monday* – понедельник перед Великим Постом, тяжелый понедельник;
- *to blue pencil something* – выделить что-либо, подчеркнуть, «взять на карандаш»;
- *a blue-eyed boy* – любимчик;
- *once in a blue moon* – когда рак на горе свистнет (очень редко – однажды в голубую луну);
- *men / boys in blue* – полиция, люди в голубых мундирах;
- *to appear / happen out of the blue* – неожиданно, как гром среди ясного неба;
- *to make blue* – злить;
- *to have (a fit of) the blues* – хандрить, заскучать;
- *to look / feel blue* – быть грустным, хандрить, хандрить, казаться грустным;
- *between the devil and the deep blue sea* – меж двух огней.

**Голубой цвет** также имеет конвенциональное значение как символ моря: *blue water* (букв. голубая вода) – море синее (открытое море в шторм); *голубые дороги* (о водных путях, реках, морях).

Фразеологизм *синяя птица* – символ счастья, прекрасная, но недостижимая мечта – произошел от названия пьесы *М.Метерлинка*, в которой дети ищут синюю птицу, «Тайну вещей и счастья».

Тот, кто найдет синюю птицу, будет все знать и все видеть. Но дети так и не нашли синей птицы – это оказалась только красивая сказка о счастье.

Фразеологизм *синий чулок* – *blue stocking* (о женщине-педантке, ученой женщине, старой деде) служит символом погруженности в науку с добровольным отречением от личной жизни, символ безликости, отсутствия женственности, обаяния, присущих каждой настоящей женщине. Следует отметить тот факт, что русским словам «голубой» и «синий» в английском языке соответствует одно слово «blue».

Таким образом, конвенциональное значение различных цветов, безусловно, влияет на семантику ФЕ. Но это происходит не всегда и не все конвенциональные значения цветов получают отражение во фразеологии английского и русского языков.

Может наблюдаться ситуация, когда в одном языке то или иное значение цвета представлено ФЕ, а в другом – нет.

В других случаях в обоих языках могут быть фразеологизмы с компонентом «цвет», в которых семантика цвета совпадает с конвенциональным значением.

Синий цвет символизирует бесконечность, вечность и истину, преданность, веру, чистоту, целомудрие, духовную и интеллектуальную жизнь – ассоциации, которые возникли во многих древних культурах и выражают общую мысль о том, что синий цвет неба – наиболее спокойный и в наименьшей мере «материальный» из всех цветов.

«Blue» изначально является символом двух стихий – моря и неба (*blue water/the blue* – открытое море, океан, *under the blue* – под открытым небом).

Синий является символом чего-то недостижимого, непостижимого, далекого, непонятного (*by all that's blue!, into the wide blue yonder, disappear into the blue, once in a blue moon, out of the blue*). Голубой, также как и красный цвет является амбивалентным цветом в английском языке.

«Blue» иногда символизирует порнографию, непристойность, а также и цензуру, или запрет на непристойность (*blue film/movie* – фильм с откровенными сексуальными сценами, *Blue pencil* – цензор, *Blue law* – закон, регулирующий нравственность, распитие спиртного, работу по воскресеньям и т д).

Символом консервативной партии Великобритании является голубой цвет (или его оттенок *azure* – лазурный, часто в противопоставлении *yellow* – символу лейбористской партии (*true blue, to vote Blue, blue rinse, blue-rinsed*)).

Синий цвет связан с физической потребностью в покое и психологической в удовлетворенности. Темно-синий вызывает полный покой. Ничто так не успокаивает и не охлаждает, как гамма сине-голубых тонов.

Созерцание синего цвета может способствовать сну. Синий – цвет неба, это символ верности (небо не меняет своего цвета), склонность к традициям, постоянство, преданность вечным ценностям и созерцанию.

Как правило, он ассоциируется с мудростью, интуицией, является цветом синей птицы. Однако синий возникает у темноты, и этот факт в определенной степени влияет на характеристику этого цвета. Приближаясь к черному цвету, он приобретает оттенок нечеловеческой печали, может вызвать депрессию.

Таким образом, в западной культуре синий цвет означает чистоту, мир, мечту, истину, интеллект, благочестие, мудрость, непорочность.





**Серый цвет** – нейтральный. Он полностью лишен каких-либо стимулирующих или психологических тенденций. Серый цвет – это вообще не территория, на которой можно жить; это только граница: граница – как нейтральная полоса.

Серый цвет – цвет смирения, меланхолии, безразличия и в современной терминологии – «сравнения для скучной рассудительности».

Значением ФЕ *the grey* является «серая, скучная личность». При этом «grey» в английском языке имеет также значение «седой, старый», а значит, серый может символизировать старость, процесс старения. Как цвет праха, серый иногда ассоциируется со смертью, трауром и душой. В христианских религиозных общинах он символизирует отречение.

Возможно, несмотря на его утонченную красоту, это цвет, который наиболее часто символизирует бесцветность, неопределенность (*all cats are grey in the dark, grey area*):

- *некто в сером* – загадочная, неопределенная личность; символ рока, судьбы;
- *grey area* (букв. серая область) – область неопределенности в знаниях;
- *серый кардинал* – *grey eminence* – человек, который находится «в тени», но в руках которого сосредоточена фактическая власть;
- *серая кость* (о человеке низкого аристократического происхождения).

Серый, который получается в результате смешивания белого и черного, носит нейтральный характер и имеет и положительную, и отрицательную оценку:

*grey power* – власть пожилых людей в политике и в экономике;

*to be grey* – быть серостью;

*a grey area* – что-то неизведанное;

*grey economy* – бизнес, который ведется людьми преклонного возраста.

Фразеологизмы и идиомы с серым цветом немногочисленны и обозначают в основном «скромность», «таинственность». Так выражение «серая мышка» – скромного, не выделяющегося человека. Серый цвет означает еще и преклонный возраст и мудрость: «*a greybeard*» (старик), «*grey hairs*» (старость), «*to turn grey*» (поседеть).

Серый цвет означает также преклонный возраст: *grey pound* – деньги, которые могут тратить в свое удовольствие люди преклонного возраста.

**«Таире»** – дословно переводится с английского «серо-коричневый» или «темно-серый» однако слишком мрачным и скучным оттенком его не назовешь.



Как известно, каждый цвет вызывает определенные эмоции. Причем эти эмоции часто бывают разными в разных культурах. Например, **зеленый цвет** и у русскоязычных, и у носителей английского языка ассоциируется с молодостью, свежестью, иногда незрелостью. Отсюда и такие идиомы: *be not as green as one is cabbage-looking* – быть не таким уж глупым, как может показаться. Фраза *Do you see any green in my eye?* переводится как «*Неужели я кажусь вам таким простаком?*»

Зеленый цвет противопоставлялся красному как женское начало мужскому, причем считалось, что зеленый цвет возник из красного.

Зеленый цвет – цвет непостижимых первозданных океанических глубин. Как символ моря и воды; цвет символизирует омоложение, духовную чистоту, очищение.

Однако данная символика не представлена в проанализированных ФЕ, содержащих цветовой компонент *green*. В то время как мысль А. Вежбицкой о том, что концепт «зеленый» включает в своей референции концепт растительности – свежий, молодой, неувядающий», находит подтверждение в следующих примерах:

*green as grass, green belt, sb's memory is green*, приобретая также значение «цвести», «процветать» *flourish like the green bay tree*.

Зеленый цвет во фразеологизмах часто ассоциируется с проснувшейся ото сна природой. Таким образом, выражения «*to have green fingers*» (дословно «иметь зеленые пальцы»), и «*as green as grass*» переводятся как «неопытный человек». Значение же свобода присутствует как в русском фразеологизме «зелёная улица» («свободный путь»), так и в английской идиоме «*the green light*» (свобода действий). Русскому выражению «позеленеть от зависти» соответствует «*to turn green with envy*».

Значение зеленого цвета во фразеологизмах английского языка сходно со значением в русском и часто ассоциируется с природой:

*to have green fingers* – быть хорошим садовником;

*the green belt* – зеленые пояс (насаждения вокруг города).

Зеленый цвет также связан с неопытностью

*to be green* – быть не опытным;

*as green as grass* – быть незрелым.

Также он является символом зависти и ревности.

*green with envy* – зеленый от зависти и ревности;

*green-eyed monster* – ревность.











О.О.Потебня считает, что зеленый цвет роднится со светом и огнем «в жидкой малороссийской форме грядет. Итак, по родству со светом (золото и гореть) зеленый цвет должен иметь те же значения, что и свет, но он означает лишь молодость, красоту и веселье». Такое значение зеленого не только у славян. Вообще западная традиция трактует его как символ весны, триумф жизни, природы, молодость, веселье, процветание.

Зеленый напоминает нам о юности, цветении, надежде и радости.

green	chartreuse	juniper	sage
lime	fern	olive	emerald
pear	moss	shamrock	seafoam
pine	parakeet	mint	seaweed
pickle	pistachio	basil	crocodile

## SHADES OF GREEN

Army Green	Asparagus	Emerald	Fern	Forest Green
Harlequin	Hunter Green	Jade	Kelly Green	Lime
Mint	Moss	Olive	Pine Green	Shamrock
Sea green	Spring Green	Teal	Turquoise	Viridian

	Лесной зелёный	ForestGreen
	Шартрез	Chartreuse
	Зелёный	Green
	Трилистник	Shamrock
	Лайм	Lime
	Нефритовый	Jade
	Зеленый морской	SeaGreen
	Весенняя зелень	SpringGreen
	Зелёная лужайка	LawnGreen
	Малахитовый	Malachite
	Зеленая сосна	Pine Green

Противоречия в психологическом толковании включает в себя **желтый цвет**.

С одной стороны – цвет солнца и солнечных лучей, цвет весенних одуванчиков, надежды. Он воспринимается как светлый, яркий, возбуждающий, а потому – согревающий.

С желтым цветом связано состояние раскрепощенности, изменения и развития. Он выражает основную психологическую потребность – раскрытие надежды в душе.

Однако, с другой стороны, желтый цвет бывает навязчивым и дерзко беспокойным.

У европейцев желтый цвет всегда считался цветом измены. Бытовало мнение, что у тех, кто завидует и ревнует, происходит разлитие желчи, а потому желтеет кожа и белки глаз. Вообще в западной традиции желтый означает ревность, интеллект, интуицию, славу, богатство, роскошь.

А вот желтый цвет англичане, в отличие от нас, используют для обозначения трусости, также и в Америке выражение *yellow streak* означает трусливость.

Эта ассоциация непривычна не только для нас, но и для китайцев, для которых желтый – символ богатства и счастья. Фразеологизмы и идиомы с желтым цветом одинаково редко встречаются как в русском, так и в английском языке.

Русский фразеологизм «желторотый птенец» употребляется в речи, когда имеют в виду молодого, наивного и неопытного человека. Желтый – это цвет осени, цвет зрелых колосьев и увядающих листьев, но также и цвет болезни, смерти, потустороннего мира.

Данный цвет символизирует трусость, робость: *a yellow streak* – трусливость; *yellow-bellied* – слишком робкий, нерешительный.

В английском фразеологизме «*to have a yellow streak*» речь идет о трусливом, робком человеке. «*Yellow papers*» («желтые страницы») – пресса новостей и сплетен.

В русском языке – «желтая пресса» (низкопробная пресса).

flaxen ['flæks(ə)n] – светло-жёлтый, соломенно-жёлтый (о цвете волос)

canary[kə'neəri] – канареечный, ярко-жёлтый, светло-жёлтый

daffodil ['dæfədɪl] – бледно-жёлтый цвет

dandelion ['dændɪləɪən] – одуванчик

bumblebee ['bʌmblbi:] – шмель

butterscotch ['bʌtəskɒtʃ] – цвет жжёного сахара, светло-коричневый цвет

tuscan ['tʌskən] sun – жёлто-золотистый, цвета тосканской соломки

rust [rʌst] – рыжеватый цвет

ginger ['dʒɪndʒə] – рыжеватый цвет, цвет имбиря

cantaloup(e) ['kæntəlʊ:p] – канталупа, мускусная дыня

clay [kleɪ] – глина

squash[skwɔʃ] – тыква




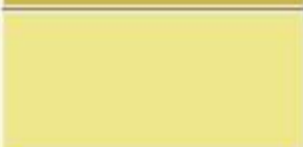

spice [spaɪs] – специя, пряность

amber ['æmbə] – жёлтый, янтарный

sandstone ['sæn(d)stəʊn] – песчаник

yam [jæm] – ямс; батат, сладкий картофель

marmalade ['mɑ:m(ə)leɪd] – джем, конфитюр (апельсиновый); повидло

	Темно-оранжевый	DarkOrange
	Золотой	Gold
	Оранжевый	Peat
	Желтый	Yellow
	Горчица	Mustard
	Лимонный	Lemon
	Шафран	Saffron
	Грушевый	Pear
	Старое золото	OldGold
	Хаки	Khaki
	Шартрез желтый	Chartreuse Yellow
	Кукурузный	Corn



Тайным и чувственным является **фиолетовый цвет**. Будучи сочетанием красного (мужского) и синего (женского), фиолетовый не так просто понять.

В сакральной символике это цвет духовного начала, покаяния, смирения.

Восточная традиция рассматривает его как основу всего сущего.

Пурпурный цвет с древних времен символизировал королевскую власть и достоинство, это было связано с высокой стоимостью ткани, окрашенной в пурпурный цвет.

Во времена Римской Империи пурпурный цвет считался императорским цветом.

Жены Византийских императоров рожали в комнате, обитой пурпурной материей, что отражено в значении выражения *be born in/to the purple* – принадлежать к царскому роду, родиться ребенком императора. Кардиналов католической церкви до сих пор называют «возведенными в пурпур» (*to be raised to the purple*).

Зачастую значения прилагательного «purple» совпадают со значением прилагательного «red» – фразеологизмы, которые отражают физиологическое состояние человека в момент проявления сильных эмоций, символизирующие крайнюю степень чего-либо, причем с отрицательным оттенком (*to turn purple with rage, purple in the face*).

Начнем с происхождения термина. Исходные источники слова доподлинно не известны. По данным этимологического словаря Дудена (1963), слово изначально пришло из ближневосточных языков в греческий. Оттуда попало в латынь, а уже из латыни перешло в «варварские» языки (основные языки современной Европы).

При этом изначально слово служило совсем не для обозначения цвета. Так назывались улитки определенного вида, водившиеся в Средиземном море.

Именно им и соответствовали греч. *порфира* и позднее лат. *purpura*. Улитки обладали красящими свойствами, но не только это определило уникальную роль этих моллюсков в истории развития лексики цветоименований индоевропейских языков.

Интересно, что железа живого моллюска выделяет не пурпурный, а желтоватый секрет. Полежав некоторое время на солнце, секрет сам собой меняет цвет: сначала делается зеленым, затем синим, темно-красным и, наконец, красно-фиолетовым.

Ловля моллюсков и соответствующая их обработка, собственно, и положили начало производству красителя пурпурного цвета. Получаемый таким образом пурпур был очень дорогим: для изготовления одного грамма красителя необходимо было добыть и обработать десять тысяч моллюсков. Трудоемкость работы оказалась такова, что пурпур смело можно ставить в один ряд с золотом. Неудивительно, что окрашивать одежду в этот цвет могли себе позволить только высокие сановники и, конечно же, императоры.

А некоторые правители даже следили за тем, чтобы «императорский» (позднее «кардинальский») пурпур не появлялся на одеждах простолюдинов.

Следует уточнить, что в древние века пурпурный краситель добывали из трех видов моллюсков, водившихся в Средиземном море.

Два из них – *murex brandaris* и *purpura xemastoma* – давали цвет, который мы назвали бы сейчас фиолетовым, а железы третьего – улитки *murex trunculus* – выделяли собственно красный пурпур. Чаще всего красящее вещество из этих трех видов улиток смешивали и получали красители самых разных оттенков – от бледно-розового и красного до темно-фиолетового и даже коричневого.

Словом пурпур назывался не столько конкретный цветовой оттенок, сколько гамма оттенков, получаемых по заданной технологии.

Особо выделялся так называемый «императорский пурпур», или «тирский пурпур» (добывался около города Тира). Дальнейшая судьба производства пурпурного красителя тесно связана с ассоциативным полем самого красного цвета. Красное для человека – это цвет крови, очень значимый для него и в определенном смысле символизирующий саму жизнь. Кровь бывает разной: хорошей (алой – священной, жертвенной) и плохой (кровью врага, черной).

Пурпурный же – цвет Империи, это плащ жестокого прокуратора Иудеи Понтия Пилата и знак гонения, насилия и жестокости. Вообще, как это ни странно, красный цвет и Империя, в силу какого-то рокового стечения обстоятельств, постоянно пребывали в своеобразном симбиозе: Империя не может обойтись без красной символики, а красный цвет неизбежно порождает империалистические устремления. Между прочим, известный в области архитектуры и дизайна «имперский стиль» обязательно включает предметы с пурпурной обивкой и позолотой.

Конечно, с течением времени производители красителей нашли рецепт растительного пурпура, который был значительно дешевле. И все же плащ пурпурного цвета еще долго оставался символом высокого сана. Этот цвет уже обрел в народном сознании устойчивую ассоциативную связь с властью, чаще всего жестокой и высокомерной. Возможно, по этой причине он практически никогда не применялся в народных костюмах.

Параллельно с историей развития производства пурпурного красителя шел и процесс возникновения и развития соответствующих терминов цвета.

Поначалу словом «пурпур» обозначали только самих улиток, затем так стали называть выделяемую ими красящую жидкость, затем краситель, получаемый по соответствующей технологии, и, наконец, цвет этого красителя.

В настоящее время данное слово есть в подавляющем большинстве современных индоевропейских языков, однако «напрямую» *лат. purpura* вошло лишь в германские и романские языки. Англ. *purple* за свое многовековое существование в языке обрело самое широкое значение и даже входит в группу основных цветоименований английского языка – наряду с такими словами, как *black, white, red* и т. д.

В настоящее время оно давно утратило свой первоначальный смысл и по преимуществу означает «фиолетовый». Между прочим, это кардинальное изменение в значении слова почему-то ускользает от внимания переводчиков. В большинстве современных двуязычных словарей слово *purple* почему-то рекомендуется переводить как «пурпурный».

Этимология здесь играет роль «ложного друга переводчика».

Однако своеобразный отголосок бывшего особого значения пурпурного цвета можно обнаружить, например, в идиоме *to be born in the purple* («родиться в пурпуре»), имеющей значение «принадлежать к королевскому роду».



purple	mauve	violet	boysenberry
lavender	plum	magenta	lilac
grape	periwinkle	sangria	eggplant
jam	iris	heather	amethyst
raisin	orchid	mulberry	wine
blue	slate	sky	navy
indigo	cobalt	teal	ocean
peacock	azure	cerulean	lapis
spruce	stone	aegean	berry
denim	admiral	sapphire	arctic

mauve [mɔ:v] – розовато-лиловый  
 boysenberry ['bɔ:zən,beri] – бойзенова ягода (семейства ежевичных)  
 lavender ['læv(ə)ndə] – бледно-лиловый цвет; цвет цветков лаванды  
 periwinkle | ['peri,wɪŋkl] – барвинок  
 heather ['hedə] – вереск, лиловый, фиолетовый цвет  
 raisin ['reiz(ə)n] – изюм, тёмный красно-коричневый цвет  
 mulberry ['mʌlb(ə)rɪ] – багровый, тёмно-красный цвет  
 slate [sleɪt] – синевато-серый, аспидный цвет  
 teal [ti:l] – зеленовато-голубой  
 peacock ['pi:kɔ:k] – павлин  
 azure ['æzə], [æ'zj(u)ə] – лазурный, небесно-голубой  
 cerulean [sə'ru:lɪən] – небесно-голубого цвета; лазурный  
 lapis – ультрамарин (голубой цвет)  
 spruce [spru:s] | – хвойное дерево  
 denim ['denɪm] – джинсовая ткань

Аналогичные «рудименты» наблюдались, например, и в немецком языке.

Слово *Purpur* могло означать «лицо высокого происхождения или звания, которое носит пурпурное одеяние». Теперь обратимся к русскому материалу.

На Руси для получения различных оттенков красного цвета существовал свой особый краситель, добываемый из червей особого вида. Недаром в языке существовало несколько слов, образованных от корня *червь* и обозначавших оттенки красного цвета (*червленный, червчатый, чермный, червонный*).

С другой стороны, независимо от процесса освоения языком заимствованного *purpur*, непосредственно из греческого языка в русский язык пришло слово *порфира*, причем преимущественно в значении «пурпурная мантия монарха» (ср. *порфиноносный* как синоним *венценосный*). Несколько позже это слово приобрело и значение цвета, но в этом значении употреблялось крайне редко.

Вот как описывал в первой половине XVIII в. семь основных цветов спектра Кантемир в своей «Оде в похвалу наук»: «один фиалковый, другой пурпуровый, третий голубой, четвертый зеленый, пятый желтый, шестой рудожелтый, седьмой красный».

В этом списке отсутствовал *синий*, не было еще заимствований *фиолетовый* и *оранжевый*, которые были позже хорошо освоены и сейчас входят в набор 12 основных цветоименований, вытеснив соответствующие *фиалковый* и *рудожелтый*.

А *пурпуровый* занимал место, которое сейчас в системе основных цветов пустует.

Рассмотрим более подробно слова, отображающие множество сходных с пурпурным оттенков красного цвета (исключим слова, выражающие светлые яркие тона – типа *алый, кровавый* и само слово *красный*), сопоставив их по употребительности в разные периоды истории русского языка.

В XVIII в. *пурпурный* составлял всего 5 % от общего числа (более 2/3 всех случаев пришлось на слова со старославянским корнем *багръ* – *багор, багрецовый* и, позднее, *багрянный* и *багровый*). В литературе XIX в. доля *пурпурного* возросла до 30 % и появилась группа относительно новых слов под влиянием европейских языков (*малиновый, вишневый, бордовый, пунцовый*) – на их долю пришлось 10 % всех словоупотреблений.

В настоящее время эти «новые слова» заняли почти всю «нишу» красного (около 70 %), в то время как доля *пурпурного* снова упала – до 10 %.

Однако эта относительно малая употребительность отнюдь не низвела роль слова до «банального» термина, выражающего всего лишь конкретный оттенок красного цвета.

Следует сказать, что слова, обозначающие красный цвет, пережили в советское время настоящую революцию. Самыми популярными словами для называния «модного» революционного красного стали *кумачовый* и *алый* – именно так назывались цвета многочисленных атрибутов той эпохи – знамен, пионерских галстуков, косынок и т. п.












Однако даже в это время в отношении пурпурного цвета сохранялся определенный пиетет. Именно в пурпурный цвет красились занавесы ведущих театров и скатерти, покрывающие огромные столы всевозможных «торжественных заседаний».

Он присутствовал в официальных мундирах дипломатов.

А кто не помнит литературный штамп «склоненный пурпур знамен», традиционно включаемый в описание многочисленных высоких похорон.

Судя по всему, на Западе изначальный ореол слова уже практически исчез.

Возможно, это связано с традиционным отношением к личности на Западе.

	Фиолетовый	Purple
	Орхидея	Orchid
	Фиалковый	Violet
	Чертополох	Thistle
	Маджента	Magenta
	Смальта	Smalt
	Бирюзовый	Turquoise
	Кобальт	Cobalt
	Сапфир	Sapphire
	Ультрамарин	Ultramarine
	Прусский Голубой	PrussianBlue

<b>Кобальтовый</b>
<b>Лазурно-синий</b>
<b>Джинсовый</b>
<b>Королевский синий</b>
<b>Лазурно-серый</b>
<b>Синий Клейна</b>
<b>Синей стали</b>
<b>Воды пляжа Бонди</b>

В западном сознании разрыв между королями и подданными никогда не был столь большим, как у нас. На Западе монарх – скорее объект почета и любви, для русского имперская власть – прежде всего, страх и преклонение. Если ценность пурпурного цвета еще традиционно высока (ср. современные мантии епископов или мантии почетных докторов Оксфордского университета), то статус слова *пурпурный* сильно снизился.

В этой связи уместно обратиться к одному факту современной жизни. В середине 90-х гг. только ленивый не иронизировал по поводу «малиновых пиджаков» новых русских.

А ведь цвет этих пиджаков – своеобразный отголосок «имперского сознания».

Подсознательно стремление надеть на себя одежду такого цвета есть не что иное, как выявленное желание приобщиться к власти, если не по существу, то хотя бы по форме.

Характерно, что для названия этого цвета из группы близких по смыслу синонимов (*малиновый, бордовый*) никогда не назывался *пурпурный*; язык как бы «отказал» новым русским в приобщении к королевскому рангу. Тем не менее, значимость этого цвета в обществе была столь велика, что появился даже специальный термин – *новорусский цвет*, который нашел себе место в Каталоге названий цвета в русском языке.

В английском языке с колоронимом *purple* существует несколько фразеологизмов-метафор. Один из них – *a purple patch* (лучшее место в литературном произведении).

В нем значение компонента для обозначения цвета в некоторой степени можно отождествить с сакральным толкованием, что означает духовное начало, высшая степень познания. К таким фразам, как *to wear the purple* (принадлежать к королевской семье) и *to marry into the purple* (жениться на члене королевской семьи) название цвета вошло в переносном значении (*purple* – королевский пурпур, власть монарха).

Как видно, при образовании семантики ФЕ, учитывается как психологическое толкование фиолетового цвета, так и одно из переносных значений.

Лексика, связанная с обозначением оттенков **коричневого цвета**, в русском языке развивалась весьма своеобразно. На ранних стадиях своего развития язык располагал относительно небольшой группой слов: *гнедой, карий, смаглый (смяглый, смуглый), бурый* и некоторые другие. Кроме слова *бурый*, все они имели очень узкую сочетаемость.

Большая часть этих слов использовалась для называния масти лошадей и представляла собой заимствования из тюркских языков, а слово *смаглый* обозначало темноватую кожу человека. Оно возводится к общеиндоевропейскому корню со значением «жечь, димить» (*smoke* «дым» и *smog* «смог, туман с дымом и копотью»).

Наиболее распространенным было, конечно, слово *бурый*.

По данным этимологического словаря *М. Фасмера*, в русский и многие другие славянские языки (ср. укр. *бурий*, польск. *bury*) это слово пришло с востока, в составе набора названий мастей лошади. Со временем оно обрело весьма широкую сферу употребления, хотя основным все равно оставалось название масти животных.

Слово охотно использовалось в фольклоре, художественных текстах. В русском языке «след» данного общеиндоевропейского корня прослеживается в русском слове *броня*.

По мнению *М. Фасмера*, это слово пришло из германских языков вместе с воинскими доспехами, которые привозились на Русь из Европы, пока *Карл Великий* своим указом не запретил их вывоз (VIII в.). Тем не менее, для называния собственно коричневого цвета, в том числе не связанного с мастью животных, использовалось слово *бурый*.



Впоследствии, когда возросла потребность в более дифференцированном обозначении разных оттенков коричневого, стали появляться другие слова.

Причем в полном соответствии с известными законами, поначалу это были почти исключительно слова, называющие цвет по характерной окраске предметов.

Первым здесь было *коричневый*, потом появились *каштановый*, *кофейный*, *шоколадный*, *желудёвый*, *ореховый* и т. д. Некоторые объекты были частью окружающей среды (орех), и их названия были уже давно освоены носителями русского языка, а некоторые артефакты появились в обиходе значительно позже (кофе, шоколад).

Скажем, *кофе* (начальная форма – *кофей*, *кофий*) пришло в русский язык в XVII в. из тур. *kahve*, *kave*, которое, в свою очередь, происходит из араб. *qahva*, означавшего сначала «вино», а потом «кофе». Происхождение слова *коричневый* лежит, как говорится, на поверхности: «цвета корицы». Естественно предположить, что речь идет об известной всем специи. Однако и здесь все не так просто. Прежде всего, заметим, что термин *корица* отнюдь не заимствование. *Афанасий Никитин*, стараниями которого эта восточная диковинка в XV веке появилась на Руси, назвал ее исконно русским словом.

*Корица* – уменьшительное от *кора* – означало среднюю, мягкую часть коры, которую зачастую использовали для разных целей (драли лыко, получали красители).

Кстати, у *В.Даля* слово *корица* включено в статью «кора» и толкуется как «пряная средняя кора с корицевого (коричного) дерева». В своем значении «название специи» *корица* является уникальным: ни в одном другом языке этот корень не зафиксирован (так, англ. *cinnamon*, нем. *Zimt*, *Zinnamon*, фр. *cannelle* восходят к лат. *cinnamum*, которое, в свою очередь, было заимствовано из семитских языков и появилось, видимо, вместе с самой привезенной с Востока приправой). Кстати, славянские языки (кроме русского) пошли тем же путем (ср., например, польск. *sypanon*, болт. *канела*).

Собственно цветное прилагательное *коричный*, позднее *коричневый*, появляется в русских деловых памятниках только XVII в. и долгое время, вплоть до конца XVIII в., используется лишь для названия цвета одежды, тканей. Понятно, что до появления слова *коричневый* в полноценной функции названия цвета прошло немало времени.

Полноправным цветоименованием *коричневый* стал на рубеже XIX-XX вв.

Какие же качества позволили этому слову в конце концов резко расширить сферу употребления и постепенно вытеснить из употребления слова более древнего происхождения? В этой связи уместно сказать об эволюции отношения к коричневому цвету у европейцев.

В Европе в эпоху Возрождения одежда серого и коричневого цвета обычно сочеталась с чувством смирения и самоотречения. Такая одежда была характерна для «подлого» народа. Не случайно именно коричневым одеяниям отдавали предпочтение христианские монашеские ордена. Однако со временем отношение к коричневому цвету изменилось: благодаря обилию коричневых монашеских ряс и наличию у них определенного «ореола возвышенности».

Уже к XVIII в. чистые оттенки коричневого стали скорее элитарными, а сами их названия (*кармелитовый*, *капуциновыи*) никак не связывались с одеждой простолюдинов.

В какой-то исторический период у прилагательного *бурый* появляется элемент эмоционально-экспрессивной оценки, а именно: чаще всего им обозначают смешанный, нечистый, темновато-грязноватый цвет, в общем-то некрасивый и «неправильный». При этом как бы подчеркивается, что цвет свидетельствует о плохом качестве данного предмета.

Например, *бурый квас* – это мутный, невыстоявшийся квас, *бурый кофе* – плохо сваренный кофе, *бурые вагоны* – вагоны, покрашенные плохой краской или потерявшие свой цвет. О неопределенности бурого цвета говорит известное ироничное сочетание *серо-буро-малиновый*, а также сочетания со словом *какой-то*: пузырьки с остатками какой-то бурой жидкости (*Мамин-Сибиряк*); ...ребенок, обвернутый в какое-то бурое тряпье (*Григорович*).

Наконец, приведем пример из словаря *В. Даля*, где отмечается, что тульское диал. слово *бурец* (*буряк*), означало «бурый или серый мужичок, сермяжник».

Эти примеры иллюстрируют отмеченный выше отрицательный «заряд» слова.

С другой стороны, нельзя упускать из виду тот факт, что цвет, который изначально был назван *коричным*, или *коричневым*, был довольно красивым. Этот цвет светлее бурого, не имеет ни красного, ни сероватого или грязноватого оттенка.

Само происхождение слова от названия коры дерева, употребляющейся как пряность, также, видимо, явилось достоинством. Очень скоро прилагательное «отходит» от производящей основы и его происхождение как бы забывается (новый словообразовательный вариант – *коричневый* вместо *коричный* – также способствует этому).

Большинство носителей русского языка, называя коричневый цвет, не помышляли о пряности, которая, кстати, была не в таком уж ходу в повседневной жизни.

Об изменении в оценке коричневого цвета говорит, например, коричневое бархатное платье, в которое одел *Л. Толстой* свою героиню *Долли* – образ для автора явно положительный. Фактор «красоты», как и в случае со словом *красный*, возможно, сыграл решающую роль в исходе «соперничества» слов *бурый* и *коричневый* – и этот фактор следует признать уникальным: в других языках его действие нам не известно.

Пока рано говорить о полной «победе» слова *коричневый*: процесс выделения основного названия нельзя считать завершенным. Некоторые признаки слов *бурый* и *коричневый* позволяют считать их «основными» в равной степени. Упомянем хотя бы такой признак, как использование слова в толкованиях значения других слов (скажем, *малиновый*, *бордовый*, *алый* всегда толкуются как «оттенок красного цвета»).

Что до пары *коричневый* – *бурый*, то пока словари толкуют их друг через друга (*коричневый* – имеющий темный буровато-желтый цвет; *бурый* – серовато-коричневый).

Другим характерным свойством любого основного цветоименования является его способность к активному словообразованию (от *красный* можно образовать слова *краснота*, *краснеть*, *красноватый*, в то время как это практически невозможно со словами *бордовый* или *малиновый*). В паре *коричневый* – *бурый* этим свойством в большей мере все еще обладает *бурый*. В этом сказывается более древнее происхождение слова *бурый*. Однако по признаку «сочетаемость» *коричневый* уже существенно выше, чем *бурый*. Появившееся только в XX в. цветоименование *коричневый*, не имеющее точных этимологических соответствий ни в каком другом языке, по непонятной причине успешно вытесняет с ведущих позиций слово *бурый*, имеющего прозрачное общеиндоевропейское происхождение и на протяжении сотен лет «справлялось» с функцией основного слова данной группы. Участие *бурого* в соперничестве с *коричневым* предрешено.





	Коньячный	Brandy
	Ячменное зерно	Barley Corn
	Торфяной	Peat
	Бурбон	Bourbon
	Шоколадный	Chocolate
	Коричневое седло	SaddleBrown
	Корица	Cinnamon
	Жженая умба	BurntUmber
	Медный	Copper
	Античная латунь	AntiqueBrass
	Сепия	Sepia
	Бурый	Russet
	Охра	Ochre
	Бобер	Beaver
	Бронзовый	Bronze

Несмотря на постоянно пополняющийся список слов, обозначающих коричневые оттенки, объем списка остается сравнительно небольшим. В этом смысле область оттенков коричневого цвета являет собой уникальный случай.

До сих пор нет специальных наименований для коричневого цвета с красноватым или, скажем, зеленоватым оттенком при всем их очевидном различии.

Существующие слова коричневого участка цветового пространства различают оттенки цвета только по принципу светлоты: *коричневый, каштановый, бурый, кофейный, шоколадный, камышовый, гнедой, карий* и представляют темные оттенки, а светло-коричневые оттенки представлены словами *бежевый, ореховый, желудевый, смуглый, верблюжий, кофе с молоком* и др. Внутри же этих двух групп слова различаются, главным образом, не цветовым значением, а сочетаемостью.

Что касается фразеологических метафор с лексемой *brown*, то в их состав настоящий колороним входит с различными значениями. В таких ФЕ, как *brown bread* (хлеб из непросеянной муки) и *brown ware* (глиняная посуда), компонент *brown* имеет свое первоначальное значение «коричневый».

В определенной степени с цветным признаком связаны и такие выражения как *to do brown u to do up brown* (доводить до конца), где *brown* сохраняет семантику «хорошо поджарить». В психологическом аспекте с коричневым цветом связывается жизненная неактивность. Такая трактовка присутствует в некоторых фразеологизмах, содержащих лексему *brown*: *brown study* (мрачное рассуждение), *in a brown study* (в мрачном раздумье).

В этой группе фразеологизмов выделенный колороним *brown* содержит как цветную, так и психологическую семантику. Сама лексема является смыслообразующей.

Коричневый цвет также редко встречается в английских идиомах и не присутствует в русских фразеологизмах. Например, «*as brown as a berry*» в дословном переводе «коричневый как ягода», так говорят о человеке, который сильно загорел.

Потеряв жизненную силу красного, коричневый цвет означает телесные ощущения и потребности. Символизируя наказания, деградацию, отречение от мира, он является земным цветом. Что касается коричневого цвета, то это – смесь красного, желтого и черного. Коричневый цвет считается символом уныния и депрессии. Это подтверждает фразеологизм «*brown study*» (глубокое раздумье, мрачное настроение).

Разные цвета по-разному воздействуют на человеческую душу – вдохновляют или угнетают, рожают ощущение тепла или прохлады. Символика цвета имеет давнюю историю.

Люди с незапамятных времен придавали особое значение чтению «языка красок», что нашло отражение в древних мифах, народных преданиях, сказках.

Поскольку ФЕ являются языковой универсалией, то можно предположить, что в любом языке существуют фраземы, в состав которых входят названия цветов, ведь фразеологизмы отражают реалии жизни. Несомненно, для каждого языка будет разным психологическое толкование цветов, которое скажется при переводе ФЕ.

Различия в восприятии определенным народом окружающей среды повлияют на количество фразем с одним и тем же цветом в разных языках.

Как показало исследование, в английском языке наибольшее количество составляют ФЕ с колоронимом *black* (24,71%). На втором месте фраземы с компонентом *blue* (16,86%). Далее в порядке убывания следуют такие названия цветов как *white* (15,01%), *red* (14,31%), *green* (9,47%), *yellow* (6,47%), *rosy*, *pink* (3,24%), *gray* (2,78%), *brown* (2,54%), *purple* (0,69%), *orange* (0,23%).

Среди ФЕ встречаются и такие, в состав которых входят два или более колоронимов. Они составляют 3,69% проанализированных фразем.

Итак, в фразеологизмах чаще всего используются названия тех цветов, которые по теории *И.Ньютона* не существуют – черный и белый.

Однако, по мнению *И.В.Гете*, черный и белый являются первоосновой образования других цветов: «для возникновения цвета необходимы свет и мрак».

Неудивительно, что вторым по частоте употребления является колороним *blue*.

*И.В.Гете* указывал, что цвет, который стоит ближе к мраку, – синий. Прослеживая происхождение названий цветов *black* и *blue*, бросается в глаза и звуковое сходство данных слов древнеанглийского языка.

Также некоторые психологические толкования данных цветов общие. Как черный, так и синий могут означать ночь, мрачность.

Английские фразеологизмы с компонентами *black* и *blue* в большинстве своем несут негативную окраску, хотя с колоронимом *blue* ФЕ меньше, чем *black*.

Дальше частотностью употребления следуют названия цветов *red* и *green*.

Синий, красный и зеленый с точки зрения физики являются основными цветами, что и находит свое отражение в языке. Количество ФЕ с колоронимом *yellow* вполне закономерно следует за *green*. Как отмечает Ж.Агюстон, «всех цветовых тонов является только четыре, которые не воспринимаются как смеси: одиночный красный, желтый, зеленый и синий». Остальные же цвета представляет собой смесь основных цветов.

ФЕ с такими колоронимами немногочисленны. Исследуя лексемы, обозначающие цвет, в составе фразеологизмов, следует обратиться к этимологии этих слов, ведь нам необходимо проследить, насколько этимологическое значение компонента является существенным для семантики фразеологизма.

*Black* имеет давнеиндоевропейскую основу, означает «чернила». В исландском языке имеет значение «темный».

*Blue* – это слово пришло в английский язык из французского, где в свою очередь было заимствовано из СВН означает «синий», «посиневший», «синевато-серый».

*Brown* – «светлый, ясный, коричневый». В лат. «темный, загорелый». В греческом означает «лягушка». В СКТ. – «коричнево-желтый, темно-желтый, смуглый».

*Green* – цвет растущей травы, родственное – «расти».

*Pink* – название цвета обусловлено названием цветка, который происходит от изящно вырезанных или украшенных зубцами (*pinked*) краешков лепестков.

*Red* имеет соответствия индоевропейского характера – «красный». В СКТ. – «кровь».

*White* – в СКТ. – «белый»; происходит от «сиять, блестеть, быть белым».

*Yellow* имеет соответствия с «сиять, блестеть». Родственное лат. означает «светло-желтый» и в греческом – «молодая зелень деревьев». В СКТ. – «зеленый, желтый».

Как видим, указанные лексемы на момент возникновения имели семантику цвета.

Входя в состав фразеологизмов, названия цветов в некоторых случаях теряют свое первоначальное значение (признак цвета) и приобретают совершенно другие семантические оттенки. В определенных ФЕ можно выделить значение компонента, в других же это невозможно, потому что взаимодействие всех компонентов фраземы порождает ее значение. Семантика каждого из компонентов по-разному проявляется в различных типах ФЕ. Для выявления определенных закономерностей в пределах одного типа фраземы следует распределить их так, чтобы наглядно проступала деактуализация компонента фразеологизма.

Поскольку деактуализация слова в составе ФЕ связана с переосмыслением значения самого выражения, фразеологизмы, в состав которых входит название цвета, целесообразно классифицировать их по типам переосмысления.

Высшая стадия развития системы цветообозначений (VII по теории Берлина-Кея) характеризуется появлением сразу четырех цветов – «розовый», «оранжевый», «фиолетовый» и «серый». Все развитые индоевропейские языки, включая русский, находятся именно на VII стадии, и, стало быть, четыре слова этой стадии – самые «молодые».

Заметим, в русском языке *фиолетовый*, и *оранжевый* являются заимствованиями, что, вообще говоря, не характерно для слов основного ядра.

Действительно, слово *оранжевый* появилось и обрело статус основного цвето-наименования относительно недавно (XVIII в.). Но это не означает, что до той поры в русском языке не было лексических средств для называния оранжевого цвета. Правда состоит в том, что существовавшие ранее слова в известных нам литературных памятниках встречаются крайне редко. Так, цветные иллюстрации, живописующие быт стрельцов при *Алексее Михайловиче* наглядно показывают использование оттенков оранжевой гаммы в форме и знаменах полков, но названия цвета нигде не приводятся.

Как бы то ни было, с XV в. основным словом для обозначения оранжевых оттенков было двусоставное прилагательное *рудожелтый*, обозначающее буквально смешанный красно-желтый цвет. В нем наибольший интерес для нас представляет первая часть.

По некоторым свидетельствам, основное значение праформы было «красный», но в дальнейшем она обрела значение конкретного цвета – одновременно «красного» и «рыжего, огненно-рыжего». В большинстве языков слово закрепило только основной цвет – красный (англ. *red*, нем. *rot*, фр. *rouge* и т. д.), а второе значение осталось узким – только в сочетании с цветом волос.

В русском языке осталось немало следов древнего корня. Часть из них еще сохраняет значение красного: *румяный*, *рдяный* (ср. глагол *зардеться*), но другие слова – по аналогии с другими языками – стали употребляться только применительно к цвету волос и масти животных: устаревшее ныне *рёдрый* рыжий, красно-желтый (о рогатом скоте), а также все современные слова этого корня – *рыжий*, *ржавый* и *русьй*.

Упомянутое выше слово *рудожелтый* было весьма употребительным в русском языке, начиная с XV в. Вряд ли кто-нибудь усомнится в том, что первая часть слова обозначает красный цвет. Трудно себе представить, что данное слово потребовалось для называния какого-то необыкновенного рыже-желтого или буро-желтого оттенка.

В деловой переписке XVI-XVII вв. *рудожелтыми* называются дорогие привозные ткани, главным образом шелк, бархат; вряд ли они были блеклых оттенков, скорее можно представить, что это были ткани и одежды ярких, интенсивных цветов, известно, что в древней Руси теплые цвета (красный, желтый, оранжевый) были распространенными и любимыми. Следовательно, если *рудожелтый* не заимствовано, если в нем первая часть – основа прилагательного *рудой*, то естественно предположить, что в эпоху появления слова *рудожелтый* в языке уже существовало и слово *рудой* в значении «красный», причем этим словом обозначался не какой-то определенный интенсивный красный цвет, а все оттенки красного, красноватого.

В силу неясных нам причин ни это слово, ни родственное ему *рдяный* не смогли занять центрального положения термина, обозначающего красный цвет – наподобие словам того же корня в западноевропейских языках.

В связи с появлением новых способов окрашивания в красный цвет появляется новое слово *червленьй*, – окрашенный червцом. Вполне естественно, что получавшийся от окраски новым красителем цвет не мог называться старым цветообозначением, так как новый цвет на тканях был, вероятно, более интенсивным и ярким (более темным), чем тот, который имели природные красные или красноватые предметы, называемые *рудыми*.

Редкое появление слова *рудый* в литературных памятниках, возможно, объясняется его «простонародным» обликом: ведь письменные тексты место для книжных слов.

Было бы странным, например, встретить это слово при описании торжественной одежды высоких лиц – здесь более уместными были слова типа *багряный*. В более поздних памятниках деловой письменности цветообозначения появляются в функции утилитарной (например, в описании одежд или тканей при состоявшейся торговой сделке). Здесь необходимо было более точное обозначение цвета, и этому требованию отвечали слова *червленный*, *червчатый* (*червонный* – красноватый цвет «русского золота»), характеризующие вполне определенный цвет одежды, получаемый от окрашивания известным красителем.

В данном случае старое слово *рудой* не годилось, так как оно, видимо, обозначало весьма расплывчатую область оттенков от красного до рыже-красного.

В XVIII в. распространенным становится слово *померанцевый*. Ср., например, указ от 10 мая 1763 г.: «Знаменам Финляндской дивизии быть померанцевыми, а угольникам зелеными». Слово было заимствовано из немецкого языка.

В свою очередь, *Pomeranze* «горький сорт апельсинов» появилось в немецком языке в XV в. *poto* «яблоко» и *arancia* «золотистый» последнее происходит из перс.-араб. *nāranj*) – букв. «яблоко золотистое». В словаре В. Даля находим: *померанец* плод с тухлой рудожелтой кожицей; *померанцевый* – «рудожелтый».

Заметим, что в немецком языке слово *Pomeranze* никогда не употреблялось в значении цвета. Определенные трудности с названием оранжевого продолжались до тех пор, пока португальцы не завезли из Китая апельсины (середина XIV в.).

Сами апельсины были впервые описаны Теофрастом за 350 лет до нашей эры во время похода Александра Македонского в Индию, куда они были привезены из Китая.

Название плода в разных языках звучало несколько по-разному: голланд. *appelsien* (разн. нем. диалекты: *Apfelsine*, *Appelsine*, *Chinaapfel*, *Sineser Apfel*) < фр. *pome de Sine*, что во всех случаях означало букв. «яблоко из Китая».

Затем появился новый французский вариант *orange*, который, очевидно, восходит к перс.-араб. «золотистый». Именно апельсин стал наиболее типичным «представителем» оранжевых оттенков цвета. Однако переход от названия предмета к названию цвета впервые произошел во французском языке, и именно фр. *orange* как цвет впоследствии вошел во множество языков. По свидетельству словаря М. Фасмера оно впервые вошло в русский язык из нем. *orange* в 1616 г. – но в значении «апельсин».

И только в XVIII в. слово *orange* в значении «оранжевый цвет» было заимствовано из французского языка. Следует упомянуть, что в «Словаре московитов» Ричарда Джеймса (1586) встречается словоформа *норанж цвет*, которую можно рассматривать как прямое заимствование из перс.-араб. *nāranj*. Вторичное заимствование оказалось сильнее первичного: прямое заимствование не прижилось.

В качестве цветообозначения прилагательное *оранжевый* совершенно отошло от своего французского первоисточника. Процесс обретения словом *оранжевый* лидирующего положения и «получение» им статуса основного цветоименования протекал довольно быстро. *Померанцевый*, *жаркий* и *рудожелтый* были вытеснены из языка вообще, *огненный* перешло в сочетание *огненно-рыжий* с узкой сочетаемостью (преимущественно о цвете волос).

<p><b>BLUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ tranquility, love, loyalty, security, trust, intelligence</li> <li>- coldness, fear, masculinity</li> </ul>	<p><b>RED</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ love, energy, power, strength, passion, heat</li> <li>- anger, danger, warning</li> </ul>	<p><b>BROWN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ friendly, earth, outdoors, longevity, conservative</li> <li>- dogmatic, conservative</li> </ul>
<p><b>GREEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ money, growth, fertility, freshness, healing</li> <li>- envy, jealousy, guilt</li> </ul>	<p><b>PINK</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ healthy, happy, feminine, compassion, sweet, playful</li> <li>- weak, femininity, immaturity</li> </ul>	<p><b>TAN/BEIGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ dependable, flexible, crisp, conservative</li> <li>- dull, boring, conservative</li> </ul>
<p><b>PURPLE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ royalty, nobility, spirituality, luxury, ambition</li> <li>- mystery, moodiness</li> </ul>	<p><b>YELLOW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ bright, energy, sun, creativity, intellect, happy</li> <li>- irresponsible, unstable</li> </ul>	<p><b>GRAY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ security, reliability, intelligence, solid</li> <li>- gloomy, sad, conservative</li> </ul>
<p><b>TURQUOISE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ spiritual, healing, protection, sophisticated</li> <li>- envy, femininity</li> </ul>	<p><b>ORANGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ courage, confidence, friendliness, success</li> <li>- ignorance, sluggishness</li> </ul>	<p><b>BLACK</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ protection, dramatic, classy, formality</li> <li>- death, evil, mystery</li> </ul>
<p><b>SILVER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ glamorous, high tech, graceful, sleek</li> </ul>	<p><b>GOLD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ wealth, prosperity, valuable, traditional</li> </ul>	<p><b>WHITE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ goodness, innocence, purity, fresh, easy, clean</li> </ul>



С другой стороны, коль скоро слово *оранжевый* обрело функцию абстрактного термина для всей группы оранжевых цветов, возникла потребность в словах, называющих конкретные оттенки оранжевого. По этой причине стали появляться новые слова, преимущественно по названию предметов характерной окраски.

Кроме естественного *апельсиновый*, здесь были и *морковный*, и *рябиновый* и др.

Однако в целом их число остается и поныне не столь уж большим. Почему же с таким трудом пробивали себе дорогу термины, называющие оранжевый цвет? Нам представляется, что первая причина здесь – относительная редкость самого цвета в природе. Если открыть любой атлас цветов, то легко убедиться, что страниц с оранжевыми оттенками в нем будет заведомо меньше, чем страниц с любым другим цветом.

Другой фактор – место оранжевого цвета в истории развития красителей. Судя по всему, долгое время просто не было хороших оранжевых красителей.

Нельзя не признать, что практическое использование оранжевого цвета в большинстве случаев является значимым и потому прибегают к нему по-прежнему нечасто. Например, вплоть до недавнего времени, этот цвет был самым редким в одежде.

Отсюда «отмеченность» оранжевых одеяний китайских императоров или нынешнего далай-ламы. На редкости цвета основан и эффект популярной некогда детской песенки «Оранжевая мама, оранжевые дети, оранжевые песни оранжево поют».

Совсем по-другому воспринималась бы эта песня, если бы автор выбрал другой цвет. Говоря об использовании данного цвета в одежде, нельзя не упомянуть о факте, подмеченном искусствоведами. Если обычно оранжевому цвету в модной цветовой гамме отводится самое скромное место, то на рубеже веков это положение всегда резко меняется. «Сейчас в моде бордо или ранжовый», писали женские журналы начала XIX в.

В начале XX в. в дамских модных туалетах господствовали желто-оранжевые цвета «танго». В настоящее время мы живем на очередном «стыке веков».

В начале нового XXI в. вновь наблюдается всплеск интереса к оранжевому цвету во всей гамме его оттенков. 2002 год стал в этом смысле знаменательным.

В разных видах продукции: одежде, косметике этот цвет вошел в состав модной цветовой гаммы. Он и поныне является знаковым цветом для авангарда.

Ядовито-зеленая или оранжевая куртка на подростке – один из атрибутов субкультуры участников техновечеринок. По некоторым данным, до 30 % рекламных щитов выполнены на оранжевом фоне; в оранжевом цвете выполнен интерьер многих кафе; *оранжевый* «проник» даже в названия ресторанов («Оранжевая корова», «Заводной апельсин», «Оранжевый гусь»). Фактор «рубеж века» недолговечен по самой своей природе.

Через какое-то время употребительность оранжевого цвета должна «пойти на спад» и вернуться к своим традиционным масштабам.

Изучение ФЕ является необходимым звеном в процессе усвоения иностранного языка, так как их применение исключает возможность использовать дополнительные слова, облегчает понимание собеседника, помогает сделать речь более образной и эмоциональной, помогает понять национальную культуру страны изучаемого языка.

Если значение ФЕ сложно понять и запомнить сразу, следует поинтересоваться этимологией данного выражения. Тогда станет ближе и понятнее культура англичан, их увлечения, традиции, привычки – то, что формирует их уникальную и неповторимую нацию.



Английский язык очень идиоматичен, идиомы в нем используются широко, от дружеских бесед до бизнеса. Насчитывается около 15000 английских идиом, и для них существуют специальные словари. Английский – язык невероятно цветной, и таким его во многом делают многочисленные красочные фразеологизмы.

yellow	canary	gold	daffodil
flaxen	butter	lemon	mustard
corn	medallion	dandelion	fire
bumblebee	banana	butterscotch	dijon
honey	blonde	pineapple	tuscan sun
orange	tangerine	merigold	cider
rust	ginger	tiger	fire
bronze	cantaloupe	apricot	clay
honey	carrot	squash	spice
marmalade	amber	sandstone	yam

## 3.2. КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТА

Во второй половине XX и начале XXI в., когда центральным объектом исследований теоретиков языка становится живой язык, функционирующий в речевом общении, исследование цветовых представлений, цветовосприятия и цветонаименования в различных языках мира продолжает вызывать все больший интерес.

Язык в этом случае является средством выражения общих представлений о том, как устроен мир, формой отражения окружающей человека действительности, средством получения знаний об этой действительности.

Широкое использование названий цвета в образовании ФЕ связано с переосмыслением самого понятия цвета, его символическим содержанием.

Отрываясь от реальных предметных связей, слова – цветообозначения становятся условными и отвлеченными, определяя самые разнообразные понятия.

Фразеологические единицы являются одним из наиболее ярких феноменов языка.

Они представляют собой средство хранения культурно-исторической информации, выступают связующим звеном между поколениями, служат хранилищем и средством передачи коллективного опыта. Обладая стилистической маркированностью и семантической связностью компонентов, идиомы поражают своей образностью и вызывают у носителей языка ментальные ассоциации. Внутренняя форма большинства идиом понятна носителям языка, поскольку многие из них основаны на концептуальных метафорах и имеют значения, закрепленные за ними в силу исторических процессов.

Через систему идиоматических знаков язык выполняет обобщающую функцию, что позволяет его носителям обозревать бесконечное множество отдельных реалий окружающей действительности, отраженных в языковой картине мира.

Лингвоцветовая картина мира реализуется в форме цветообозначений в отдельных лексемах, словосочетаниях, ФЕ и других вербальных средствах.

Разные языковые и культурные системы значительно различаются, но существуют семантические и лексические универсалии, указывающие на общий понятийный базис, на котором основываются человеческий язык, мышление и культура.

Идиомы отражают глубинные *мифологемы* и *архетипы* человеческого сознания, значимые для всех носителей данного языка, которые могут проявляться как в древних фольклорных образованиях, так и в современных штампах массового сознания. Они определяют систему оценок окружающего мира, отражают совокупность мнений, выработанных народом как лингвокультурной общностью, и дают возможность обнаружить значимые ментальные ценности этноса. Изучение ценностных понятий духовной культуры через призму сравнения языковых данных в современной лингвистике осуществляется активно.

В целом, «идиоматичность, представляя собой алломорфизм внутренней формы ФЕ и ее значения, есть изоморфное явление в межъязыковом плане и проявляется: в изоморфизме грамматической структуры ФЕ, в изоморфизме механизмов семантической модификации, лежащих в основе образования ФЕ, в изоморфизме структурно-семантического моделирования фразеологических единиц».

## Фразеологизмы-сравнения

Как отмечает А.В.Кунин, в сфере фразеологии могут использоваться структурно-семантические модели ФЕ. Этот тип моделирования, имеющийся в устойчивых сравнениях, которые еще называются *компаративными оборотами*.

*Адъективные компаративы*, типа «as + прилагательное + as + существительное (словосочетание)» являются одними из основных. К фразеологизмам-сравнениям относятся такие, в основу которых положено частичное переосмысление.

Как отмечает В.М.Мокиенко, в сравнениях содержание фразеологизма выражено почти эксплицитно. К этой группе фразем принадлежат ФЕ типа «*as black as night, as black as a crow, as green as a grass, as blue as a badger, as red as a rose, as red as a lobster, as white as snow, as white as sheet, as white as death, as yellow as gold*».

В таких фразеологизмах первый значимый компонент (колороним), как правило, употребляется в буквальном смысле. По классификации типов лексем, предложенной А.В.Куниним, название цвета в данном случае относится к реальным словам.

В фразеологизмах-сравнениях можно выделить непосредственное значение каждого компонента-колоронима.

### Black

черный – *as black as a crow's wing, as black as a raven, as black as a coal, as black as ink* (очень черный);

темный, черный – *as black as hell, as black as my hat, as black as pitch* (совсем темно, ничего не видно: хоть глаз выколи);

темный, мрачный (о человеке) – *as black as a thunder cloud, as black as sin, as black as thunder* (облако - облако).

Среди фразеологизмов-сравнений с компонентом *black* встречается выражение *to work like a black* (очень трудно работать). В этой ФЕ *black* в субстантивированном виде подчеркивает буквальное значение первого компонента.

### Blue

Хотя по количеству фраземы, в состав которых входит компонент *blue*, стоят на втором месте, фразеологизмов-сравнений с этим компонентом только два: *as blue as a badger* (очень посиневший, синий, как пуп) и *like blue murder* (очень быстро, изо всех сил).

С ФЕ *as blue as a badger* можно выделить значение «синий». Компонент *blue* вошел в состав данной фраземы благодаря схожести синего и серого цветов.

По сравнению *like blue murder*, невозможно выделить семантику одного из компонентов.

Общее значение фразеологизма имеет эмоционально-усилительную окраску (ср. *to cry blue murder* – орать, орать).

### White

В фраземах этот компонент-колороним имеет два значения: *белый* – *as white as a lily, as white as chalk, as white as ivory, as white as milk, as white as wool* (белый, как снег, белый); *бледный* – *as white as a ghost, as white as ashes, as white as marble* (бледный, как полотно). Фразеологизмы с первым значением компонента *white* являются положительно окрашенными. Об этом свидетельствует другой компонент ФЕ (*a lily, ivory, milk*).

Те же фраземы в значении «бледный» имеют негативную окраску, что обусловлено сравнительной лексемой (*ghost, ashes*).

## Red

Колороним *red* в фразеологизмах-сравнениях имеет два значения – «красный»: *as red as a poppy* (красный, как маков цвет), *as red as a beetroot* (красный, как свекла), *as red as a turkey-cock* (красный, как индюк), *as red as a lobster* (красный, как рак), *as red as fire* (красный, как огонь), *as red as blood* (красный, как кровь) и «румяный» – *as red as a cherry*, *as red as a rose* (кровь с молоком).

## Green

Фраземы *as green as a gooseberry* и *as green as grass* имеют значение «неопытный», «зеленый», что обусловлено переносным употреблением компонента *green*.

Если в вышеупомянутых ФЕ одно из значений обязательно обозначало цвет, то в случае с *green* это не наблюдается.

## Yellow

Хотя количество фразеологизмов с колоронимом *green* превышает ФЕ с компонентом *yellow*, однако число фразеологизмов-сравнений с названием этого цвета, преобладает.

Выражения *as yellow as a crow's foot*, *as yellow as a guinea*, *as yellow as a kite's claw*, *as yellow as corn* и *as yellow as gold* означают «желтый, как лимон; золотистый».

Как и в предыдущих случаях, компонент *yellow* сохраняет свое первоначальное значение.

Добавляется только еще один оттенок желтого цвета – золотистый.

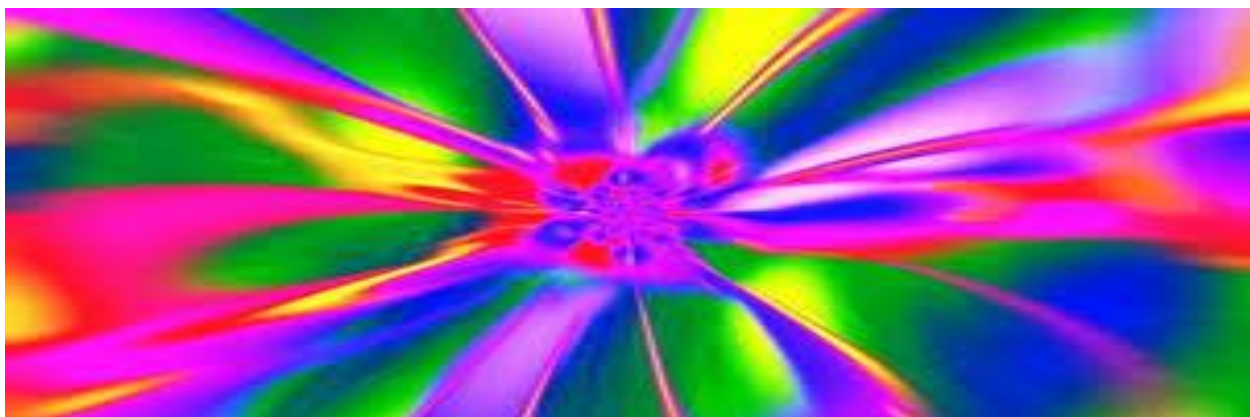
## Gray

Лексема *gray* в выражениях *as gray as a bat's wing* (серый, как крыло мыши), *as gray as lead* (серый, как свинец) имеет свое первое словарное значение – «серый», но сравнительные лексемы (*bat's wing* и *lead*) придают этим фраземам различные содержательные оттенки.

## Brown

С этим колоронимом существует один фразеологизм-сравнение, зафиксированный в фразеологических словарях. *As brown as a berry* означает «совсем темный, очень загорелый, шоколадного цвета». Значение этой ФЕ подается в словаре с этимологической точки зрения: слово *brown* сохраняет в этом выражении свое старое значение – «темный». Другие колоронимы в фразеологизмах-сравнениях не встречались.

Лексемы для обозначения цвета в сравнительных выражениях обязательно имеют свое первоначальное значение (цвет). Только в двух случаях (*green*, *brown*) названия цветов используются в переносном смысле. Компаративные обороты – это мотивированные ФЕ. В них есть связь с семантикой прототипов.



## Фразеологизмы-метафоры

По мнению лингвистов наиболее распространенным типом является метафорическое переосмысление. По определению А.В.Кунина, этот тип переосмысления является «переносом наименования с одного денотата на другой, ассоциируется с ним на основе реальной или мнимой схожести». Фразеологизмы-метафоры являются образными, и по выражению В.М.Мокиенко, метафора является «фактором создания образности».

Эта группа ФЕ самая многочисленная. К ней относятся фраземы: *to look black, the pot calling the cattle black, to have a fit of blues, once in a blue moon, to show the white feather, white elephant, red cock, to paint the town red, in the green, to turn yellow, the gray mare is the better horse, to see through rose-coloured spectacles, in a brown study, a purple patch, the pink of health* и другие.

С целью выяснения значения колоронима в составе метафорических фразеологизмов, стоит рассмотреть данные фраземы как свободные словосочетания.

Ведь «большинство фразеологизмов сначала были свободными словосочетаниями, замена компонентов была для них естественной».

В состав некоторых свободных словосочетаний лексема *black* вошла в переносном смысле. В переосмысленном смысле фразеологизма эта семантика компонента была взята за основу. Явственно проступают следующие значения лексемы *black*:

- плохой, страшный – *devil is not so black as he is painted* (не такой он уж плохой, как его изображают), *to depict in black colours* (представлять в плохом свете), *to paint smth. black* (показывать в худших тонах);
- несчастливый, тяжелый – *a black year* (черный, несчастный год), *a black day* (тяжелый, плохой день);
- мрачный, плохой – *black looks* (мрачные, неодобрительные взгляды), *to look black* (мать недоволен, мрачный, злой вид), *things look black* (дела плохи).

Существует группа ФЕ, которых объединяет значение «попадать в немилость».

Выражение *the black book* означает «черная книга (в которую заносят фамилии лиц, подлежащих наказанию)».

С этим цветом связаны такие фраземы, как *black books* (немилость), *to be in one's black books* (быть презренным кем-то), *black list* (черный список) и *black mark* (занесение в черный список). Отрицательное значение этих ФЕ определяет именно колороним *black*.

Данное название цвета в некоторых фраземах может обозначать «нечестность», например: *black conscience* (черная, нечистая совесть), *black market* (черный, спекулятивный рынок). В указанных ФЕ лексема *black* предоставляет выражения негативной окраски.

В данном случае играет роль психологическая трактовка черного цвета, который всегда несет на себе отпечаток смерти, скорби, разрушения. В некоторых постоянных выражениях черный цвет сводится к значению «меланхоличный». Например, *the black dog* (хандра, скука) и *the black dog is on one's back* (томиться).

В фраземах *black art, black magic* (черная магия) и *black sheep* (паршивая овца, негодяй, бездельник) название цвета выражает нечто зловещее, связанное с темными силами. Имея аналогичное значение ФЕ *a black sheep* входит в состав пословиц *it is not a small flock that has not a black sheep* и *there is a black sheep in every flock*, что означают «в семье не без урода». Согласно А.В.Кунину, по старому английскому поверью, черная овца отмеченная печатью дьявола.

Другие фразеологизмы-метафоры с компонентом *black* также в своих значениях будут содержать «темное», «печальное» начало.

Например, *black beast* (человек, которого ненавидят), *black ox has trod on his foot* (его постигло несчастье), *to look at the black side of things* (смотреть пессимистично) и др.

В основе метафорического переосмысления некоторых других фразеологизмов лежит сходство, как по цветовому признаку, так и по характерным признакам другого компонента. В таких ФЕ семантика необязательно имеет негативный оттенок.

В фразеологизме *black eye* (подбитый глаз) лексема *eye* означает не сам глаз, а место вокруг него, а *black* указывает на цветной признак (место вокруг глаза приобретает темный цвет). Подобно образована и ФЕ *black wax* (земля, после дождя становится липкой). Компонент *wax* содержит значение «липкое вещество», а колороним уточняет цвет этого вещества. В такие фраземы как *black-letter day* (будний день, обычный, ничем непримечательный день), *black flag* (пиратский флаг), *black in the face* (багровый от гнева, напряжения) лексема для обозначения цвета вошла в своем первоначальном значении, однако высказывания переосмыслились в общем.

В фразеологизмах *black lie* (преднамеренная ложь) и *black ingratitude* (черная неблагодарность) название цвета вносит эмоциональную окраску.

В рассмотренных ФО имеется фразеологическое переосмысление, но данный феномен характерен не для всех фразем. В обороте *a black cap* (судебная шапочка, которая одевается судьей в момент вынесения приговора) происходит необразное семантическое превращение путем сужения значения прототипа *a black cap* (черная шапочка). Сужение семантики наблюдается и в фраземе *a black swan* (черный лебедь – редкое явление, поэтому фразеологизм обозначает аномалию).

Фразеологизмы-метафоры с колоронимом *black*, по своей семантике преимущественно отрицательные. Эта конструкция является смысловой для данных фразеологизмов.

Лексема *blue* входит в состав следующих фразеологизмов-метафор: *to be in the blues*, *to drink till's all blue*, *a bit of blue sky*, *true blue*, *to see through blue glasses*, *a blue stocking*, *blue rose* тому подобное. В отличие от значений колоронима *black*, которые в большинстве своем несут негативную окраску, семантика компонента *blue* имеет более широкий спектр. Среди значений, которые приобретает колороним *blue* в составе ФЕ, можно выделить следующие:

- скука, хандра, грусть – *to be in the blues*, *to get the blues*, *to have a fit of blues* (томиться, хандрить, расстроиться, быть в подавленном состоянии), *to give smb. the blues* (наводить скуку на кого-то), *the blue devils* (печаль, скука).

В словаре английского языка находим некоторые уточнения данной семантики лексемы *blue*: мрачный, меланхоличный; в подавленном настроении;

- безнадежный, плохой – *to look blue* (иметь угнетенный вид, быть безнадежным), *things look blue* (дела плохи, дела ухудшаются);

- белая горячка – *to drink till all's blue* (допить до белой горячки), *the blue devils* (белая горячка – второе значение);

- порядочный, верный, постоянный – *true blue will never stain* (порядочный человек никогда не подведет), *true blue* (правильный, постоянный человек).

Компонент *blue* в фразеологизмах употребляется также для эмоционального усиления выражения: *blue fear* и *blue funk*, что означает «страх», «панический страх».

Входя в состав некоторых фразеологизмов, лексема *blue* в сочетании с компонентом *murder* в различных ФЕ имеет разные, неродственные значения.

Фразеологизм *to cry blue murder* означает «караул кричать», «орать»; *like blue murder* – «очень быстро, изо всех сил». А выражение *to get away with blue murder* имеет значение «делать, как кому-то вздумается», «оставаться безнаказанным».

Метафорически переосмысленные и последующие ФЕ, в которых колороним *blue* не имеет собственной семантики, а подчеркивает значение самого фразеологизма.

Это такие выражения как *to turn the air blue, to make the air blue* (очень ругаться, ругать на чем свет стоит); *By all that's blue!* (Черт возьми!).

Компонент *blue* со значением «небо», «воздух» вошел в состав таких фраз: *a bolt from the blue* (как гром среди ясного неба), *to vanish (disappear) into the blue* (пойти дымом вверх; исчезнуть бесследно), *a shot in the blue* (ошибка, промах).

Сходство по цветовому признаку отражено в метафорически переосмысленных ФЕ: *blue rose* («голубая роза», что-то недостижимое), *blue blood* («голубая кровь», аристократическое происхождение), *blue of the plum* (свежесть, красота, волшебство молодости), *blue in the face* (багровый от гнева).

Семантика лексемы *blue* также связывается с надеждой. Фразеологизмы *bit of blue sky* и *blue bore* означают «луч надежды». Что касается психологической трактовки синего цвета как цвета чистоты, мечты, истины, мудрости, то значение лексемы *blue* в составе ФЕ не несет подобной семантической нагрузки.

Среди фразем, в состав которых входит компонент *blue*, есть такие, в которых упомянутая лексема существенно не влияет на общее значение ФЕ. Она может быть опущена, что не приведет к потере фразеологизмом своей семантики.

К таким выражениям относятся *between the devil and the deep blue sea* (между двух огней), где *blue* выполняет роль определения существительного *sea*, и *to get away with blue murder* (остаться безнаказанным), где *blue* используется для эмоционального усиления.

Таким образом, по своей семантике колороним *blue* ближе всего стоит к *black*.

Эти две лексемы имеют сходные значения. Психологическая трактовка синего цвета никак не влияет на формирование значений фразем, в состав которых входит компонент *blue*. Он, в свою очередь, как составная часть ФЕ приобретает собственное значение, не связанное с первичной семантикой.

Выражения *white feather, white slave, white night, to wash a blackmoor white, lily white, at a white heat, to bleed white, to turn up the whites of one's eyes* и некоторые другие относятся к фразеологизмам-метафорам с компонентом *white*.

Подавляющее большинство фразем этой группы составляют такие высказывания, где базой для метафорического переосмысления выступает сходство по цветовому признаку. Например: *a white crow* (белая ворона, странное явление), *the white trap* (белая ловушка, яд, который используют для охоты), *white meat* (белое мясо – свинина, телятина, курятина), *white frost* (иней), *white caps* (белые гребни волн, «барашки»), *to hang out the white flag* (сдаться, признать себя побежденным) и др.

Родственные по своему значению и последующие ФЕ, составной частью которых является компонент *white* в своем первоначальном значении цвета: *white slave* (белая девушка, которую эксплуатирует хозяин), *white slaver* (поставщик живого товара), *white-slave traffic* (торговля живым товаром).



Колороним *white* в соединении с другой лексемой употребляется в некоторых ФЕ для обозначения трусости: *white liver* (малодушие, трусость), *white feather* (трусость), *to show the white feather* (испугаться, проявить малодушие).

Компонент *white*, выделенный из данных фразем, не имеет самостоятельной семантики, а приобретает смысл только при взаимодействии двух лексем ФЕ.

Примерами фразеологических метафор с компонентом *red* могут служить выражения *a red cent*, *red cock will crow in his house*, *to act as a red rag acts upon a bull*, *to be in the red*, *to see a red light*, *to paint the town red*, *agony in red*, *the red carpet*.

В английском языке достаточно распространенные фразеологизмы, в состав которых лексема *red* вошла в первоначальном значении. Прототип той или иной ФЕ переосмысливался благодаря составу цветного признака и значение другой составной части фраземы. Почти эксплицитно выражена семантика таких метафор, как *red man* (краснокожий индеец) и производной ФЕ – *red man's fire* (очаг по-индийскому обычаю).

Кожа индейцев имеет красный оттенок, и лексема для обозначения цвета предпринята в прямом (первичном) смысле. Однако сама фразема частично переосмыслена.

В том же прямом смысле компонент *red* вошел и в такие ФЕ, как *red meat* (мясо – говядина, баранина), *red in the face* (багровый от гнева), *red-letter day* (праздничный, радостный, памятный день).

*Red* также может выступать в значении «что-то яркое», «то, что бросается в глаза», что напрямую связано со спецификой самого красного цвета. Такая семантика может наблюдаться в ФЕ *to paint (smth.) red* (изображать что-то в яркой сенсационной форме), *to paint the town red* (дебоширить, громко веселиться).

Лексема *red* в субстантивированном виде может также обозначать «дефицит». Это связано с фактом, что убытки в учетных банковских книгах записывались красными чернилами.

Значение компонента *red* в данном случае тяготеет к цветному признаку.

Примером таких фразеологизмов являются *in the red* (мать задолженность, быть в долгу), *to go into red* (понести убытки, дефицит).

Медная монета по своему цвету также красная, значит *red* в сочетании с лексемой *cent* в переосмысленном смысле фразеологизма трактуется как «то совсем не ценное», «ломаный грош». Данное словосочетание входит в состав и других ФЕ: *not to care a red cent* (нисколько не интересоваться), *not worth a red cent* (выйденного яйца не стоит), *not to give a red cent* (совсем не ценить), *not to have a red cent* (совсем не иметь денег).

По цветовому признаку колороним *red* вошел и в фразеологизмы, частью которых является существительное *herring*. Копченая сельдь приобретает красноватый цвет.

Но прототип *a red herring* метафорически переосмысливался, и фразема стала означать «повод для отвлечения внимания, для отвода глаз». Более развернутая фраза *to draw a red herring across the path* имеет значение «намеренно отвлекать внимание мелочами от главного». Красный как символ предупреждения, опасности является составной частью высказываний *to see a red light* (видеть или подозревать опасность); таких фразеологизмов, как *red lamp* (публичный дом) и *red-light district* (район публичных домов). Психологическая ассоциация красного цвета с таким психическим состоянием как гнев нашла свое отражение и в языке. Следующие ФЕ имеют именно такую семантику: *to see red* (вскипеть, разозлиться), *red rag* (то, что раздражает, бесит), *to act as a red rag acts upon a bull* (сильно раздражать, выводить из себя).

Еще одно толкование красного цвета, как цвета пожара, имеется в выражениях *red cock* (пожар), *red cock will crow in his house* (его подожгут).

Итак, колороним *red* в составе фразеологизмов-метафор в основном имеет цветную нагрузку, или значение, которое прямо или косвенно связано с красным цветом.

Если даже и встречаются такие фраземы, где имеется психологическое значение, оно все равно связано с цветным признаком. В составе фразеологизма лексема *red* несет большую семантическую нагрузку и существенно влияет на толкование фразы в целом.

Фразеологические метафоры с частью *green*: *green finger*, *a green wound*, *a green wound is soon healed*, *in the green wood*, *a green hand*, *the green light*, *green winter* и др.

Выделяя лексему *green* из состава ФЕ, можно наблюдать следующие ее значения:

- *цветущий, полный сил*: *in the green wood* (в расцвете сил), *in the green tree* (в период расцвета, процветания), *green old age* (здоровая или счастливая старость);
- *свежий*: *green wound* (свежая рана), *a green wound is soon healed* (заживет, пока свадьба случится);
- *неквалифицированный, молодой* – *a green horn* (новичок, мальчик, человек без опыта), *green labour* (неквалифицированная рабочая сила), *green year* (детские годы), *to see green in one's eye* (считать кого-то глупым).

Эти значения совпадают и с психологическим пониманием зеленого цвета.

*Green* как цвет зависти встречается в таких ФЕ: *green with envy* (готовый лопнуть от зависти), *to look through green glasses* (ревновать, завидовать чьему-то успеху).

Следующие значения как лексем *green*, так и фразеологизма в целом связаны с цветным признаком. В выражениях *green goods* (фальшивые банкноты) и *green goods man* (фальшивомонетки) зеленый цвет связан с зеленым цветом банкнот.

Зеленый как символ разрешения, является составной частью фразем *the green light* (разрешение) и *to give a green light* (развязать руки, дать свободу действий).

Психологическая трактовка зеленого цвета, как и цветного признака, четко прослеживаются в приобретении фразеологизмом своей семантики. Таких фраз, в которых бы значение компонента *green* существенно не влияло бы на общее значение ФЕ, не обнаружено.

Колороним *yellow* встречается в следующих фразеологизмах-метафорах: *to be yellow about the gills*, *yellow jacket*, *yellow dog*, *to turn yellow*, *yellow back*, *yellow journalism* и др.

С такими значениями как «желтый» и «золотой» (цветной признак) компонент *yellow* вошел в состав некоторых метафорически переосмысленных ФЕ.

Это такие выражения как *yellow boy*, *yellow jacket* (золотая монета), *yellow flag* (желтый флаг – как символ карантина), *yellow jack* (желтая лихорадка, лихорадка), *to be yellow about the gills* (иметь нездоровый вид – желтый цвет жабр свидетельствует о несвежей рыбе). Колороним для обозначения желтого цвета в составе фразеологизмов может иметь и такие значения:

- *трусливый, подлый* – *a yellow streak* (склонность к вероломству, трусости), *to turn yellow* (испугаться, проявить малодушие), *yellow dog* (подлый, трусливый человек);
- *бульварный* – *yellow journal* (бульварно-сенсационный журнал), *yellow journalism* (бульварная пресса), *yellow back* (дешевый бульварный роман).

При образовании семантики ФЕ психологическое значение желтого цвета в расчет не берется. Часто именно колороним *yellow* в составе фразем является смыслообразующим компонентом. Для обозначения розового цвета существуют две лексемы – *rosy* и *pink*.

В английском языке данные колоронимы вошли в состав только фразеологизмов-метафор. Это такие выражения как *to feel rosy about the gills*, *to take a rosy view of smth.*, *rosy in the garden*, *in the pink*, *the pink of perfection*, *pink tea*.

С розовым цветом, как здоровым цветом лица, связаны следующие ФЕ: *in the pink* (в расцвете сил, в отличном состоянии здоровья), *the pink of health* (здоровый на вид).

Колороним *pink*, имея признак цвета, является составной частью такой ФЕ, как *to feel rosy about the gills* (иметь здоровый вид – жабры свежей рыбы имеют красноватый цвет). Наглядно проступает и психологическое толкование розового цвета в семантике определенных фразеологизмов. С розовым цветом связаны положительные переживания, он созвучен радостному, открытому отношению к миру. Фраземы типа *to see everything through rose-coloured spectacles* (видеть все в розовом свете), *to take a rosy view of smth.* (оптимистично смотреть на что-то), *rosy in the garden* (все в порядке) построены именно на этой ассоциации.

Но среди выражений с колоронимом *pink* имеются и такие, в состав которых эта конструкция вошла ни по цветовому признаку, ни на основе психологической трактовки.

Например, *pink tea* (чай), *the pink of perfection* (верх совершенства), *paint me pink if ...* (чтобы меня беда побила, если ...). Как видим, несмотря на небольшое количество фразеологизмов с колоронимами *pink* и *rosy*, эти лексемы вошли в фраземы-метафоры и для обозначения цвета, и для передачи психологического состояния. Хотя *rosy* и *pink* и имеют одинаковое значение, их взаимозаменяемость в составе ФЕ недопустима.

Колороним *gray* в первоначальном значении вошел в состав таких ФЕ, как *gray matter* (серое вещество головного мозга – разум), *gray of the dawn* (утренняя, предрассветная мгла), *all cats are gray in the dark* (ночью все кошки бурые). Благодаря цветному признаку, значение фразеологизмов является мотивированным. А вот такая фразема как *the gray mare is the better horse* (жена верховодит) мотивация отсутствует.

Итак, в составе фразеологизмов-метафор *gray* употребляется для обозначения цвета, любые психологические или переносные значения ФЕ отсутствуют.

Есть определенный процент ФЕ, содержащих два или более колоронимов.

Наиболее распространенными колоронимами, одновременно встречающимися в фразеологизмах-метафорах являются *black* и *white*. Чаще всего можно встретить такие фразы, в которых колоронимы вошли в своем первоначальном значении, обозначая цвет. Например: *black hen lays a white egg* (черная корова и молоко белое), *black and white* (рисунок пером), *in black and white* (черным по белому, совершенно ясно, понятно), *to call white black* (отстаивать очевидную ложь) *to beat somebody black and blue* (избить до синяков), *the Red, White and Blue* (английский государственный флаг – по цветам, которые входят в него). В фразеологизме *every white has its black, and every sweet sour* (нет сладкого без горького; все должно иметь обратную сторону) ощутимо проступает психологическая трактовка названий цветов: во всем чистом, незапятнанном (белом) можно найти какое-то зло (черное). В метафорических фразеологизмах вследствие высокой степени переосмысления компонентов значение выражено имплицитно.

Но прослеживаются тенденции употребления колоронима как в прямом, так и в переносном (в частности психологическом) смысле. Во всех случаях образования значений фразеологизмов семантика колоронима является смыслообразующей, или же существенно влияет на общую трактовку ФЕ.

Исключением являются единичные фраземы с компонентом *blue*.

Среди всех групп фразеологизмов-метафор с лексемами, обозначающими цвет, наибольшее количество составляют те, в состав которых название цвета вошло в прямом смысле. Значения, связанные с трактовкой цвета встречаются в ФЕ с колоронимами *black, green, rosy (pink), brown, purple*, частично *white*. А высказывания с такими лексемами как *blue, yellow* и *gray* совсем не содержат психологически нагруженной семантики.

В корониме с *red* его психологическое толкование напрямую связано с цветным признаком, поэтому они почти не подлежат разграничению.

### **Фразеологизмы-метонимии**

Фраземы этого типа базируются на метонимическом переосмыслении, что по выражению А.В.Кунина является переносом «наименования с одного денотата на другой, ассоциирующимся с ним по смежности». Поскольку метонимия основана на реальной связи объекта номинации с тем объектом, который она обозначает, то переосмысленное значение таких фразеологизмов ассоциативно связано с буквальным значением компонентов.

Как было отмечено выше, в пределах метонимии мы будем рассматривать *перифразы* и *эвфемизмы*. Хотя граница между ними довольно нечеткая.

Среди собственно фразем-метонимий можно выделить несколько групп:

- *Фразеологизмы для обозначения лиц через элемент ее одежды:*
  - *верхняя одежда* (пальто, жакет, рубашка): *black coat* (священник, поп), *red coat* (английский солдат), *blue-coat boy* (ученик благородной школы), *black shirt* (фашист), *blue jacket* (матрос английского военного флота), *black gown* (католический священник)
  - *головные уборы*: *red hat* (звание кардинала), *blue bonnet, blue cap* (шотландец)
  - *аксессуары*: *red tab* (штабной офицер).

Все эти выражения связаны с носителем той или иной одежды. Одежда в данном случае является элементом, который выступает для обозначения целого.

Колоронимы в данных метонимиях выступают смыслообразующими компонентами, благодаря которым происходит разграничение семантики данных ФЕ (*black coat, red coat* – в обоих фраземах присутствует лексема *coat*, так же лексема для обозначения цвета является смыслоразличительной).

- *ФЕ для обозначения людей*, в состав которых входит колороним, что означает цвет одежды в целом: *the light blues* (кембриджские студенты на спортивных соревнованиях), *the dark blues* (оксфордские студенты на спортивных соревнованиях), *gray friar* (монах-францисканец), *black friar* (монах-доминиканец).

Как и в предыдущей группе названия цветов несут основную семантическую нагрузку и используются как составная часть целостного понятия.

- Высказывания, которые обозначают неживые предметы; их составляющие являются частью того объекта, который в результате переосмысления стал в центре семантического ядра данной ФЕ: *the green cloth* (бильярдный стол), *green room* (артистическая уборная – когда-то в них стены были зеленого цвета), *black bottle* (яд – название посуды употребляется вместо содержания), *black letter* (старинный английский готический шрифт), *black literature* (книги с готическим шрифтом), *white letter* (латинский шрифт).

Передачу информации ФЕ осуществляет «сжатыми средствами», выражая во внутренней форме характерные черты ситуации, закрепленной в языковом сознании носителей данного языка и возникающей в виде образа при произнесении звуковой оболочки.

Образ на метафорической основе устойчив – для фразеологии характерна образная метафора. В связи с этим ФЕ воспринимаются так же как своеобразные стереотипы: «*to take the wind out off smb's sails*» – мор. «отнять ветер» (находиться с наветренной стороны судна), значение ФЕ – «поставить кого-либо в безвыходное положение; совершенно расстроить чьи-либо планы; выбить у кого-либо почву из-под ног».

Однако «переход метафоры к осуществлению вторичной для нее функции номинации исключает семантическую двуплановость, то есть ведет, в конечном счете, к гибели метафоры». Тем не менее, ФЕ можно «расшифровать» путем восстановления сравнения-подобия, через которое проходит идиома, мотивированная на основе метафоры. «Даже в тех случаях, когда связь двух ситуаций потеряна в веках, сам по себе факт существования такого сравнения общеизвестен, что подтверждает возможность его восстановления».

Кроме метафорического, в основе ФЕ может лежать переосмысление метонимическое.

Механизм метонимических переосмыслений представляет собой перенос наименований явлений, предметов и их признаков по их смежности, их связи в пространстве и времени.

Метонимия обращает внимание на индивидуальную черту, позволяя адресату речи идентифицировать объект, выделить его из области наблюдаемого, отличить от других присутствующих с ним предметов (метафора обычно дает сущностную характеристику объекта): «*in dry dock*» – (мор. «в сухом доке»), значение ФЕ – «без работы; на мели»; «*a flag of distress*» – (мор. «флаг бедствия»), значение ФЕ – «тревожный признак; сигнал бедствия».

В отличие от метафоры, занимающей в предложении преимущественную позицию предиката» метонимия ориентирована на позицию объекта, что связано с ее функцией идентификации, осуществляемой через референцию имени. Поэтому, метонимия представляет собой сдвиг референции, тогда как метафора – сдвиг в значении.

**Перифраз** – это стилистическая фигура, состоящая в замене названия предмета (явления) описанием его существенных признаков. Колороним, как составная часть фразеологизма, в основном указывает на характерную особенность предмета и поэтому употребляется в буквальном смысле. С названиями цветов встречаем следующие фраземы-перифразы, означающие вещества:

*yellow metal* (золото);

*white fuel* («белое топливо», гидроэнергия);

*black gold* (нефть);

*black diamonds* (каменный уголь).

Встречаются и те, что означают животный мир:

*the little gentleman in black velvet* (крот);

*the gentleman in brown* (клоп).

Имеются также перифразы для обозначения предметов и явлений:

*the long green* (деньги);

*green stuff, green meat* (овощи, зелень);

*the blue blanket* (небо).

Некоторые фразеологизмы означают людей (ср. с метонимиями):

*priest of the blue bag* (адвокат);

*knight of the green cloth* (картежник);

*black-coated workers, white-collared workers* (трудовая интеллигенция);

*the red-coated gentry* (британские солдаты).

Что касается **эвфемизмов**, то это явление – лингвосоциальное, обусловлено условиями и характером общения. Их можно рассмотреть с психологической стороны.

Такие фраземы как *the black man* и *the gentleman in black* означают дьявола.

В таких ФЕ черный цвет символизирует мир тьмы, где царит сатана.

Итак, в состав метонимии, перифрастичных и эвфемистической фразеологизмов колоронимы входят со своей первичной (для обозначения цвета) семантикой.

Как правило, названия цветов несут атрибутивные нагрузки. Они не только влияют на общее значение ФЕ, но и выполняют смысловозначительную функцию.

Анализ ФЕ по типам переосмысления позволил выявить определенные закономерности семантики колоронимии в пределах одного типа. Они заключаются в следующем:

- для подавляющего большинства фразем с лексемами обозначения цвета, данные лексемы вошли в своем первоначальном значении, обозначая цвет;
- определенный процент составляют ФЕ, содержащие названия цвета, имеющих психологическую нагрузку; но в некоторых случаях психологическое толкование вовсе не принимается во внимание, колороним может иметь буквальное и переносное значение;
- в зависимости от типа переосмысления лексемы для обозначения цвета имеют разную степень деактуализации; во фразеологизмах-сравнениях колоронимы обозначают цвет, в метонимии этот компонент также имеет цветовой признак, а вот в метафорах, где самый высокий уровень переосмысления, степень деактуализации слова высока;
- название цвета не только влияет на общее значение ФЕ, вполне закономерно, но и в некоторых случаях выполняет смысловозначительную функцию.

Историко-этимологический комментарий к исследуемым фразеологизмам показывает, что ФЕ могут быть мотивированными оборотами при существовании семантической связи между компонентом, употребляющимся в прямом смысле, и переосмысленным компонентом.

Наряду с мотивированными есть и немотивированные ФЕ. Как отмечает *А.В.Кунин*, в таких фраземах затемнена внутренняя форма. Ее восстановление требует лингвистического анализа с привлечением экстралингвистических данных.

Среди оборотов, в состав которых входят колоронимы, есть такие, которые без этимологического рассмотрения семантики этих ФЕ остаются не до конца ясными.

Некоторые исторические справки уточняют значение фразем.

Итак, для объяснения не только внутренней формы, но и для выявления исходной образности необходимо прибегать к историко-этимологическому комментарию.

Именно такого мнения придерживались *А.М.Мелерович* и *В.М.Мокиенко* при составлении словаря индивидуальных авторских употреблений ФЕ.

В отличие от толкования фразеологизма *a black sheep* (бездельник, мошенник, негодяй), которое подает *А.В.Кунин*, *В. Коллинз* считает, что это выражение может происходить от игры слова «черный», которое очень часто употребляется для обозначения аморального. Высказывания *black books* (немилость), *to be in one's black books* (не иметь чьей-то благосклонности) имеют следующее происхождение: от практической деятельности владельцев магазинов и торговцев, которые держали специальные книги для записи хороших покупателей и язычников, для записи их долгов (записи 1592).

Фразема *in the black*, что означает «иметь определенную сумму денег в банке, не быть в долгу» имеет такую этимологию: когда лицо имеет деньги в банке, это указывается цифрами, напечатанными черным цветом (*in the red* – быть в долгу).

Историческая справка необходима, чтобы понять образование фразеологизма *black pudding* (кровяная колбаса). *Pudding* здесь употребляется в своем старом значении «колбаса». В современном английском языке это значение встречается только в диалектах.

В выражении *blue funk* (панический страх) лексема *funk*, очевидно, первоначально употреблялась студентами оксфордского университета как сленговое слово. При испуге, вследствие нарушения кровообращения, кожа человек приобретает синеватый оттенок.

С очень редким природным явлением связан фразеологизм *once in a blue moon* (когда-когда, изредка). При определенных условиях, как солнце, так и месяц имеют темно-синий цвет. Этот феномен был зафиксирован в Ирландии в 1927г., в Калифорнии в 1934 г. Это явление случается тогда, когда в атмосфере существует тонкая пыль с частицами соответствующего размера. Пыль может возникать от вулканических извержений, быть принесенной из пустыни или вызванной пожаром лесов. Синий месяц появляется реже синего солнца. Выражение *by all that's blue* (черт возьми) в английский язык попало в калькированном виде. Во французском языке существует выражение *parbleu*, которое является эвфемизмом вместо *par Dieu*.

*True blue* (человек, сопротивляющийся любым изменениям, особенно политического характера), наверное, происходит от неизменного цвета неба.

С небом, а точнее с молнией, неожиданно появляющейся на небе, связан фразеологизм «*a bolt from the blue*» (полная неожиданность, внезапность).

Этимология фраземы *blue beans* (пули) связана с немецким языком – *blaue Bonnen* (свинец голубоватого цвета).

Такой оборот как «*to show the white feather*» (испугаться, выявить молодухие) связан с таким зрелищем, как бой петухов. Если в хвосте у цыпленка (петушка) было белое перо, это свидетельствовало о плохой породе.

Фразеологический оборот «*to stand in a white sheet*» (каяться, признавать публично свои ошибки) первоначально использовался в отношении проституток и прелюбодеев.

Во время публичного раскаяния лицо надевало белые одежды.

Библейскую этимологию имеет фразема «*whited sepulcher*» (что-то привлекательное внешне, но ничтожное внутри; лицемер). Согласно Библии Иисус упрекал книжников и фарисеев в лицемерии. Он сравнивал их с побеленной гробницей, внешне красивая, а внутри – только кости умершего и всякие нечистоты.

В ФЕ «*like a red rag to a bull*» (раздражая) говорится о большом куске красной материи, которой раздражали быка во время корриды.

Но на самом деле, как отмечает *В.Коллинз*, выявлено, что быки не различают цвета, и тореадор с тем же успехом мог бы применять ткань любого другого цвета.

Фразеологизм «*the red carpet*» (особенно хорошее отношение) связан с красным ковром, который расстилали перед королевским лицом, или важным гостем во время официальных визитов. Между ФЕ «*a red herring*» (повод для отвлечения внимания, для отвода глаз) и свойствами этой рыбы существует прямая связь. Копченая сельдь имеет очень резкий запах, и охотничьи собаки могут быть введены в заблуждение, если на их пути положить эту рыбу.

На этимологию фраземы «*red tape*» (бюрократизм, канцелярский формализм) существует несколько взглядов. В Англо-Украинском фразеологическом словаре дается следующее объяснение: красной лентой прошивают документы в английских учреждениях.



В.Коллинз несколько по-другому объясняет происхождение этого выражения: красная лента применялась для печатания документов.

С банковскими делами связан фразеологизм «*in the red*» (быть в долгу). Если лицо берет из банка сумму денег, превышающую сумму на ее текущем счете, цифры печатаются красным (ср. *in the black*).

Будучи общепринятым символом в светофоре, зеленый свет вошел в состав ФЕ «*to give a green light*» (развязать руки, дать свободу действий).

Происхождение выражения «*yellow journal*» (бульварно-сенсационный журнал) относится к такому факту: в 1885 году в одном из номеров журнала «*New York World*» была помещена цветная фотография, что в то время было редким явлением.

Это было сделано с целью вызвать сенсацию и привлечь широкие круги читателей. На фотографии был изображен ребенок в желтом (*The Yellow Kid*).

Знание этимологии ФЕ позволяет глубже вникнуть в ее содержание. Выяснилось, что в состав указанных фразеологизмов колороним вошел в первоначальном значении, обозначая цвет. Определение системных связей между ФЕ, в состав которых входят колоронимы, позволяет выявить семантические возможности данных лексем. Наиболее ярко эти связи оказываются в фразеологической синонимии и антонимии.

Среди фразеологических вариантов, в состав которых входит компонент *black*, можно выделить несколько групп:

**Фразеологические варианты**, где инвариантным элементом является лексема *black*. В большинстве своем – это фразеологизмы-сравнения: *as black as a crow*, *as black as a raven*, *as black as a sloe*, *as black as coal*, *as black as ebony*, *as black as ink*, *as black as jet*, *as black as soot*, *as black as ace of spades* (все означают «очень черный»); *as black as hell*, *as black as my hat*, *as black as night*, *as black as pitch* (имеют значение «темно, хоть глаз выколи»); *as black as sin*, *as black as thunder*, *as black as thunder storm* (обозначают мрачность человека). К этой группе относятся и такие фразеологизмы-метафоры: *black flesh*, *black stock* (черные рабы), *to depict in black colours*, *to paint smth. black* (показывать в худших тонах); *there's a black sheep in every flock, it is a small flock that has not a black sheep* (в семье не без урода).

**Фразеологические варианты**, где вариативным элементом выступает именно лексема *black* (иногда также с заменой и других компонентов). Это такие метафорические выражения как *black in the face*, *red in the face* (багровый, красный от гнева, напряжения); *things look black*, *things look blue* (дела ухудшаются) *to blush like a black dog*, *to blush like a blue dog* (быть бесстыдным); *a black swan*, *a white crow* (странное явление).

Среди вариантов этой группы встречаются и метонимии: *black shirt*, *brown shirt* (фашист); *black-coated workers*, *white-collars workers* (трудовая интеллигенция).

Украинский лингвист Л.Г.Скрипник отмечает, что лексические варианты ФЕ возникают чаще всего вследствие синонимических замен компонентов.

Колороним будет вступать в синонимические связи с лексемами, обозначающими цвет. Чаще всего встречается синонимичная пара *black – blue*. В различных ФЕ эти лексемы имеют разное значение. Они выступают синонимами при обозначении состояний гнева, мрачности; черты характера – бесстыдства. Синонимами выступают и такие близкие по цветовому признаку лексемы, как *black – brown*. Данные колоронимы употребляются для обозначения фашиста.

*Black* и *red* вступают в синонимические связи при обозначении человека в гневе.

Несмотря на то, что являясь свободными лексемами, колоронимы *black* и *white* являются антонимами, входя в состав некоторых ФЕ, они выступают как синонимы.

Например, при обозначении удивительного, аномального явления (*a black swan – a white crow*) и трудовой интеллигенции (*black-coated workers – white-collared workers*).

Это объясняется их составом с другими лексемами, которые в фразеологических вариантах меняются вместе с колоронимом. Синонимами будут выступать следующие фразеологизмы: *black art – black magic* (черная магия); *the gentleman in black – the black man* (черт, сатана). Эти фраземы отличаются стилистической окраской (первый случай) и оттенком значения (во втором примере).

**Фразеологические антонимы** с составляющим компонентом *black* можно разделить на две группы:

▪ фразеологические антонимы, в состав которых входит лексема, что означает полную противоположность данной (в нашем случае – лексема *white*):

*black lie – white lie* (преднамеренная ложь – невинная ложь);

*black magic – white magic* (черная магия – белая магия);

*black frost – white frost* (мороз без инея – иней);

*black letter – white letter* (готический шрифт – латинский шрифт).

▪ фразеологические антонимы, в состав которых входит лексема, вступают в антонимические связи с компонентом *black* только в определенном контексте (под контекстом имеется в виду совокупность компонентов данного фразеологизма):

*black-letter day – red letter day*;

*to look at the black side – to take a rose-coloured view*;

*black friar – gray friar*.

Выделенный из ФЕ компонент *black* вступает в следующие антонимични связи:

*black – red* (обычный – праздничный);

*black – rosy* (пессимистический – оптимистический);

*black – gray* (монахи различных орденов).

Среди ФЕ с компонентом *blue*, которые относятся к группе фразеологических вариантов, в которых колороним *blue* является инвариантным, преобладают метафоры:

*to be in the blues, to have a bit of blues, to get blue* (быть в подавленном состоянии);

*to make the air blue, to turn the air blue* (очень сильно ругаться);

*blue fear, blue funk* панический страх);

*to vanish (disappear, go off) into the blue* (запропасться, исчезнуть бесследно).

Встречаются и метонимии:

*blue bonnet, blue cap* (шотландец);

*the Cambridge blues, the light blues* (кембриджские студенты на спортивных соревнованиях).

Вариантами являются ФЕ, где вариативными выступают две лексемы: колороним и сочетаемые с ним: *blue-eyed boy, white-headed boy* (любимчик, баловень).

Среди фразеологических синонимов следует отметить следующие: *bit of blue sky, blue bore* (луч надежды, перспектива на улучшение).

В состав фразеологических вариантов и синонимов этой группы входит только колороним *blue* (за исключением *white-headed boy*). Лексема *blue* может вступать в синонимические связи только с колоронимом *black*.

Как **антонимы** выступают такие ФЕ: *to see through blue glasses – to see through rose-coloured glasses* (пессимистично смотреть на вещи – оптимистично смотреть на вещи).

Как свободная лексема, слово *blue* имеет антонимическую пару *blue – rosy* (пессимистический – оптимистический). Эти антонимы являются контекстуальными.

В английском языке с колоронимом *white* существует определенное количество фразеологических вариантов. Как и ФЕ, в состав которых входит лексема *black*, фраземы этой группы можно распределить по постоянству колоронима в составе выражений:

- лексема *white* является инвариантным элементом при образовании таких вариантов: *as white as a ghost, as white as a sheet, as white as ashes, as white as death, as white as marble* (бледный как полотно); *as white as a lily, as white as chalk, as white as driven snow, as white as ivory, as white as milk, as white as snow* (белый).

Фразеологизмы-метафоры, вроде *to show the white feather, to mount the white feather, to fly the white feather* (испугаться, проявить малодушие); *white caps, white horses, white noses* (белые гребни волн); *to wash a blackmoor white, to wash an Ethiopian white* (заниматься безнадежным делом); *to hang out a white flag, to hoist the white flag* (признать себя побежденным); *to stand in a white sheet, to put on a white sheet* (каяться).

- лексема *white* является вариативным компонентом; как правило, и другие лексемы меняются в соединении с данной: *to show the white feather, to turn yellow* (испугаться, проявить трусость).

Синонимичными ФЕ выступают *white feather* и *white liver* (малодушие, трусость).

Данные фраземы отличаются оттенками значений. Таким образом, фразеологизмы, в состав которых входит колороним *white*, как правило, вступают в синонимические связи с выражениями, компонентом которых является та же лексема *white*. Исключение составляют синонимичные пары *to show the white feather* и *to turn yellow*. Выделенный компонент *white* в данном случае несет смысловую нагрузку только с компонентом *feather*.

Традиционным антонимом колоронима *white* является *black*.

Некоторые фразеологизмы с этим компонентом также вступают в антонимические связи. Но такая пара выражений, как *a white man* (порядочный, замечательный человек) и *the black man* (дьявол, сатана; страшилище, чудовище) будут выступать как антонимы только при определенных условиях. Противоположное значение имеют выражения *white meat – red meat* (свинина, телятина, курятина (белое мясо) – говядина, баранина).

Колоронимы *white* и *red*, выделенные из ФЕ, образуют антонимическую пару.

В некоторых случаях антонимичные лексемы *black* и *white* в составе определенных фразеологизмов являются квази-антонимами:

- *white flag* (парламентский флаг) и *black flag* (пиратский черный флаг; флаг, который поднимают над тюрьмой в знак казни кого-то);
- *the white flesh* (плоть, белое мясо) и *black flesh* (черные рабы).

Фразеологическими вариантами с инвариантным элементом *red* являются ФЕ

*as red as a cherry u as red as a rose* (румяный, кровь с молоком);

*to act as a red rag acts upon a bull* (сильно раздражать, выводить из себя);

*not to care a red cent u not to give a red cent* (относиться совершенно безразлично, совсем не ценить).

Варьирования колоронима *red* происходит в таких фраземах, как *red in the face, black in the face, blue in the face* (багровый от гнева).

При обозначении гневного состояния человека могут использоваться различные колоронимы, которые между собой вступают в синонимические связи: *red – black – blue*.

На первый взгляд следующие фразеологизмы могут показаться фразеологическими синонимами. Но на самом деле таковыми не являются, поскольку обозначают или различные оттенки красного цвета, или заостряются при описании различных человеческих состояний.

К таким высказываниям относятся фразеологизмы-сравнения

*as red as a poppy* (покраснел, как маков цвет);

*as red as a beetroot* (красный от стыда);

*as red as a lobster* (красный, как рак);

*as red as a turkey-cock* (красный, как индюк);

*as red as fire* (красный, как огонь, огненокрасный);

*as red as blood* (красный, как кровь).

Неизменным компонентом является лексема *green* в составе следующих фразеологических вариантов:

*as green as a gooseberry, as green as grass* (неопытный, зеленый);

*green hand, green horn* (новичок, человек без опыта);

*green finger, green thumb* (садоводческое искусство);

*green goods, green meat, green stuff* (овощи, зелень);

*the green man, the man in green* (легендарные жители лесов).

Среди синонимов встречаются такие, где присутствует колороним *green* в обоих фраземах, и те, где компонент для обозначения цвета является вариативным: *green goods, the long green* (обе ФЕ обозначают деньги, но в первом случае – фальшивые банкноты); *in the green, in the pink* (в расцвете сил).

Единственной синонимической парой является *green – pink*, которая обозначает замечательное физическое состояние человека. Антонимическое значение имеют такие выражения, как *a green light* и *a red light* в составе фразеологизмов *to give a green light* (открыть путь, развязать руки) и *to see a red light* (видеть опасность).

*Green year* (детские годы, годы детства) и *yellow leaf* (старость) также противоположные по своей семантике. Таким образом, образуются антонимические пары: *green – red* (разрешение – запрет, опасность); *green – yellow* (молодость – старость).

В английском языке существует определенное количество фразеологических вариантов и с лексемой *yellow*. Почти во всех них данный колороним является инвариантным элементом. Это в основном фразеологизмы-сравнения: *as yellow as a crow's foot, as yellow as a guinea, as yellow as a kite's claw, as yellow as corn, as yellow as gold* (желтый, как лимон; злотистой, золотистый).

*Yellow flag* и *yellow jack* также являются вариантами ФЕ, обозначающими «карантинный флаг». Для обозначения золотой монеты используются фразеологические варианты *yellow boy* и *yellow jacket*. Трусость могут означать такие ФЕ, как *a yellow streak* и *a streak of yellow*, которые являются вариантами.

Синонимами выступают такие фраземы, как *a yellow streak* и *white liver*. Обе ФЕ означают трусость, но в первом случае добавляется коннотативное значение «склонность к вероломству», а во втором – «малодушие». *Yellow leaf* и *gray hairs* также имеют общую семантику (старость). Как видим, колороним *yellow* может вступать в следующие синонимические связи: *yellow – white* (трусость); *yellow – gray* (старость).

К вариантам относятся и ФЕ:

*(when candles are out) all cats are gray in the dark* (ночью все кошки бурые);

*to do brown, to do up brown* (доводить до конца);

*to call white black, to turn white into black* (называть белое черным);

*to prove that black is white and white black, to swear black and white* (нагло врать);

*to beat (pinch) somebody black and blue* (избить до синяков).

Как видно, в данных фразеологизмах те же лексемы для обозначения цвета сохраняются в обоих вариантах фраземы.

Синонимическую пару будут образовывать выражения *to call white black* и *to prove that black is white*. Их отличие в оттенке семантики.

Отдельно следует отметить фразеологизмы, имеющие значение «иметь нездоровый вид, плохо чувствовать себя» и «иметь здоровый вид, хорошо себя чувствовать».

Каждая из этих ФЕ имеет несколько вариантов:

*to be (feel, look) green (blue, yellow, white) about the gills* (плохо себя чувствовать);

*to be (feel, look) red (rosy) about the gills* (хорошо себя чувствовать).

Таким образом, выделенные колоронимы образуют синонимические ряды: *green – blue – yellow – white* и *red – rosy*. Между собой эти два выражения образуют антонимический пару, синонимический ряд *green – blue – yellow – white* будет антонимической лексемой *red – rosy*, каждая лексема синонимического ряда вступает в антонимические связи с колоронимамы *red* и *rosy* (например, антонимами будут *green – red, blue – rosy, yellow – red*). Подобные синонимо-антонимичные связи будут доступны, только при обозначении хорошего здоровья человека. Среди фразеологизмов английского языка, в состав которых входят колоронимы, встречаются многозначные и омонимические.

Примерами многозначных ФЕ могут служить такие выражения, как:

*to look black*: иметь недовольный, мрачный вид; быть в плохом состоянии;

*black letter*: большая печатная буква; старинный готический шрифт;

*black eye*: подбитый глаз; поражение, отпор, провал;

*blue blood*: аристократическое происхождение; человек аристократического происхождения;

*to bleed white*: произвести сильное кровоупускание; делать обессиленным; выдавливать последние соки, выкачивать деньги;

*white light*: дневной свет; беспристрастное суждение, беспристрастный вывод;

*red-letter day*: праздник; праздничный, радостный, памятный день;

*black and white*: рисунок пером: черно-белый фильм.

Как видим, значение одного и того же фразеологизма нельзя разделить на прямое и переносное. Благодаря названию цвета в составе ФЕ, возникают новые значения, которые обязательно семантически связаны между собой.

Случай, когда значения фразеологизмов несовместимы, можно считать фразеологической омонимией. Омонимами являются следующие выражения:

*black cap*: судебная шапка; черная малина;

*the black ox has trod on his foot*: его постигло несчастье; он постарел;

*the blue devils*: грусть, скука; белая горячка;

*red rag*: то, что раздражает, бесит; груб. язык;

*green goods*: свежие овощи; фальшивые банкноты;

*to do brown*: доводить до конца; обманывать.

Возникновение омонимических значений данных ФЕ можно объяснить одновременной метафоризацией выражения, состоявшейся в различных направлениях.

**Фраземы-паронимы** также встречаются среди ФЕ, в которых одним из компонентов является колороним. Паронимами являются выражения *the blue devil* (злой дух-искуситель) и *the blue devils* (печаль, скука). В первом случае смысловой акцент делается на лексеме *devil*, а во втором – именно колороним *blue* является смыслообразующей лексемой.

Подобное явление наблюдается и у паронимов *the white sheets* (газеты), где *white* имеет атрибутивную функцию, и *white sheet* (покаянная одежда), где колороним подчеркивает сам процесс покаяния, очищения. *The black book* («черная книга») и *black books* (немилость) также паронимы. Рассмотрев системные связи, в которые могут вступать фразеологизмы с колоронимами, можно сделать следующие выводы:

- При образовании фразеологических вариантов и синонимов лексемы для обозначения цвета могут взаимозаменяться в определенном фразеологическом контексте, выступая, таким образом, как синонимы. Хотя большинство вариантов и синонимов возникают при замене лексемы, не обозначают цвет, колороним же остается постоянным компонентом.

- Среди антонимичных пар есть такие, в состав которых входят контрастно сопоставленные лексемы (белый – черный). Однако это более применяемые в структуре ФЕ контекстуально антонимичные колоронимы.

- Употребление названий цветов в составе многозначных, омонимических и паронимических ФЕ дает основания утверждать, что данные лексемы, как компоненты фразеологических выражений, создают основу для метафорического переноса семантики и являются смыслообразующими элементами.

Вне фраземы они не будут вступать в антонимические связи. Это свидетельствует о яркой образности таких языковых образований, как фразеологизмы.

Рассмотрим некоторые соответствия ФЕ с колоронимами в нескольких языках.

Как правило, переводя фразеологизмы английского языка на украинский, русский и немецкий с использованием колоронимов, используется точное соответствие лексемы для обозначения цвета: *as red as a lobster* (англ.) – *rot wie ein gekochter Krebs* (нем.) – красный, как рак (укр.) – красный, как рак (рус.);

*blue blood* (англ.) – *blaues Blut* (нем.) – голубая кровь (укр.) – голубая кровь (рус.);

*a white crow* (англ.) – *ein wie der Rabe* (нем.) – белая ворона (укр.) – белая ворона (рус.).

Для обозначения неопытности используется лексема «зеленый», но в разных языках в соединении с различными лексемами: *green hand* (англ.) – *ein gruner Junger* (нем.) – молодой и зеленый (укр.) – зелёный юнец (рус.).

Однако, существует определенное количество ФЕ, в которых при переводе на другой язык используется другой колороним. В английском языке для обозначения зависти используется зеленый цвет: *green with envy* (мучимый завистью), *to look through green glasses* (завидовать), *green-eyed monster* (зависть). В русском языке встречаем выражение «зависть с желтыми глазами, как желтки». В немецком языке характерно употребление в данном случае как колоронима *grun* (зеленый), так и *gelb* (желтый): *for Neid grun und gelb werden* (позеленеть от зависти), *der gelbe Neid* (зависть).

Как видим, восприятие понятия «зависть» в двух германских и славянских языках не очень отличается. В цветном спектре зеленый и желтый стоят рядом, поэтому используются оба колоронима.

Применение этих колоронимов в смысле зависти связано с физиологическими процессами в организме человека. Когда человек испытывает зависть, ревность, у него интенсивно выделяется желчь, и кожа приобретает желто-зеленый оттенок.

Отличие составляет русский язык, где существует фразема «черная зависть».

Применение именно этого колоронима в данном языке скорее связывается с неискренним, злым чувством. Состояние гнева, ярости выражается с помощью различных колоронимов в каждом языке. Красный присутствует во фразеологизме английского языка (*to see red*), желтый и синий присущи русскому языку (желтеть (синеть) от злости), черный, зеленый и желтый – немецкому (*vor Zorn grün und gelb werden*).

Различаются и переводы фраземы *to drink till all's blue*: допить до белой горячки (рус.), допить до зелёного змея (рус.). Так же *the blue devils* (во втором значении) переводится как «белая горячка».

Английский фразеологизм «*to paint smth. Black*» (представлять в плохом свете) в родственном немецком языке употребляется с лексемой, обозначающей серый цвет: *grau in grau malen*. Оба цвета мрачные и очень близкие по своим тонам.

Подобное применение и в таких ФЕ, как *black day* (плохой день) в английском языке и *grau Tage* (пасмурные дни) в немецком.

Лексемы *black* и *blue* вошли во фразеологизм «*to beat somebody black and blue*» (сильно побить кого-то) для обозначения синяков, которые остаются после побоев.

Немцы же употребляют в данном случае зеленый и синий: *jemanden grün und blau schlagen*.

В английском языке пессимизм оказывается синим цветом, в немецком – черным: «*to see through blue glasses*» (мрачно, пессимистично смотреть на вещи), *Schwarzseher* (пессимист; дословно – «тот, кто видит в черном свете»).

Как отмечалось выше, лексема *green* в английском и «зеленый» в русском языке могут иметь значение «неопытный» и с ним входить в состав ФЕ.

Однако в славянском языке существует еще одна фразема с другим колоронимом с этой же семантикой: желторотый птенец. Подобная семантика возникает при взаимодействии значений двух лексем, входящих в ФЕ. В разговорном английском языке встречается ФЕ *paint me pink if* (чтобы меня беда побила), что по сути означает проклятие. Русское проклятие «чтобы побила рыжая глина» в своей структуре содержит колороним «рыжий». Можно наблюдать определенную общность между розовым и рыжим цветом.

Несоответствия в употреблении колоронимов в английском и русском языках находим в фраземах *the black dog* (англ.) и «тоска зелёная» (рус.).

Несмотря на некоторые различия в употреблении колоронимов в разных языках, подавляющее большинство ФЕ английского языка, содержащих названия цветов, при переводе сохраняют свою структуру.

Стоит также отметить и грамматический аспект употребления колоронимов в составе ФЕ. По своей сути названия цветов являются прилагательными и в большинстве оборотов именно так и используются. Однако, в некоторых случаях лексемы для обозначения цвета субстантивируются и обозначают абстрактные предметы.

В фразема «*to wear the purple*» колороним имеет свое собственное опредмеченное значение «власть монарха». Лексемы *green* и *pink* во фразеологизмах «*in the green* и *in the pink*» также субстантивируются, приобретая семантику «расцвет сил».



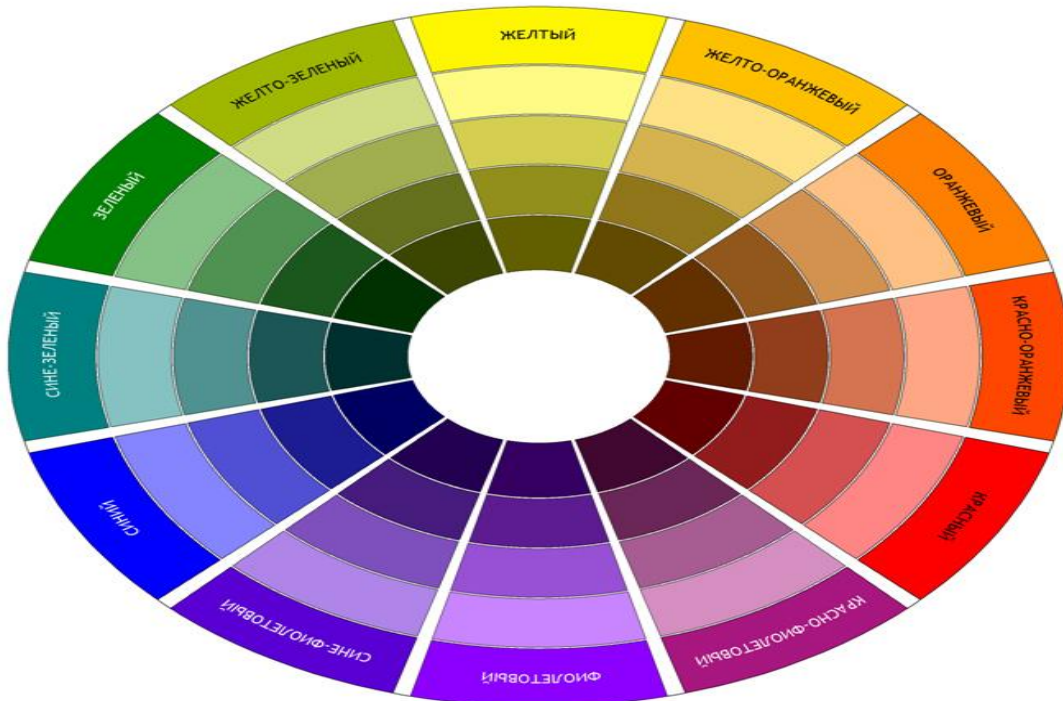
«Деньги» означает колороним *green* в составе выражения *the long green*.

Встречается употребление колоронима и в функции глагола. Примером может служить выражение *whited sepulchre* (to white – белить).

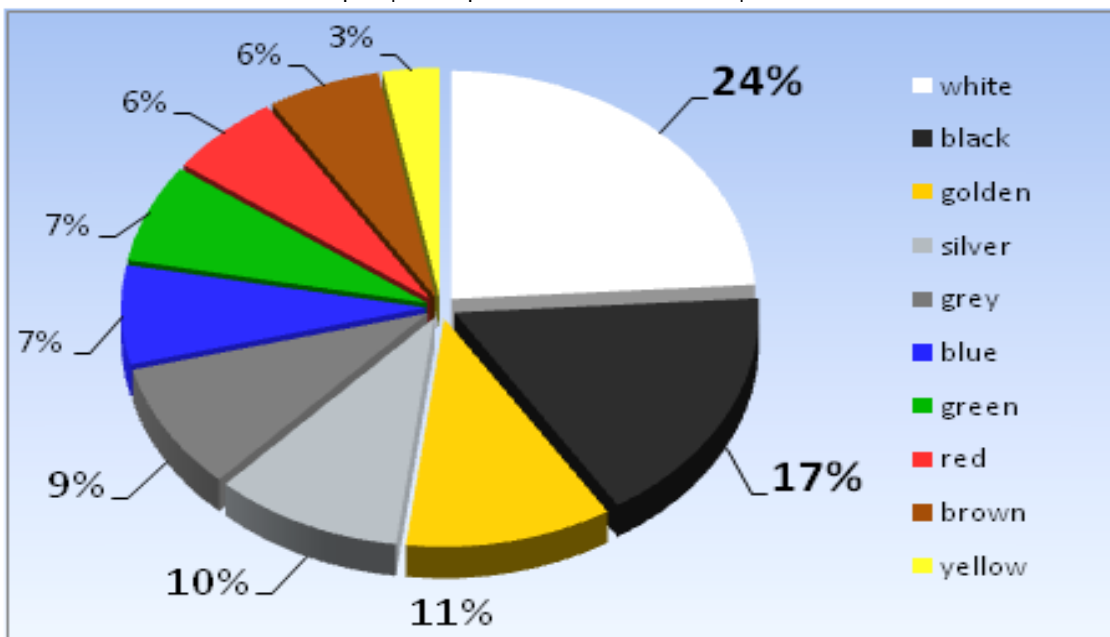
Существуют и такие ФЕ, где название цвета выступает как наречие: *to lie whitely*.

В данном случае лексема для обозначения цвета означает «невинно».

Выступая в роли существительного, глагола и наречия, названия цветов косвенно указывают на цветной признак или связанные с психологическим толкованием колоронима (как в случае с *whitely*).



Принципы гармоничного сочетания цветов



Фразеологизмы цвета в английском языке

### 3.3. КОГНИТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА

Проблема изучения прилагательных с компонентом «цвет» приобретает в последнее время все большую актуальность. Особое внимание уделяется отношению между цветообозначениями и фактами экстралингвистической реальности.

Понятия «человек – язык – культура» тесно связаны с понятием «цвет». Имена цвета являются тем фактором действительности, который определяет индивидуальные и национальные особенности языковой личности, отражает культурные обычаи и традиции, социальный статус и духовный мир человека.

Каждая языковая личность существует в пространстве языковой и концептуальной картин мира в формах общественного сознания. Концептуальная и языковая картины мира связаны между собой и формируют тип отношения человека к миру, определяют нормы и правила коммуникативного поведения. Язык окрашивает через систему своих значений и их ассоциативных связей картину мира в национально-культурные «цвета», хранит и передает её из поколения в поколение.

Язык с помощью цветообозначений отражает и закрепляет абстрактные понятия, представленные в языковом сознании народа и обязанные своим существованием специфическим условиям его жизни. Значимость цвета закрепляется в сознании языковой личности благодаря ассоциативным связям цветовых определений как с миром окружающей человека природы, так и с конкретными историческими фактами и событиями, с национально-культурным контекстом.

Характерной чертой слов-цветообозначений является их взаимокорреляция с экстралингвистической реальностью – цветовым спектром.

Слова-колоризмы в русском и английском языках играют одну из важных ролей при создании и раскрытии образа персонажа. Они несут в себе культурно-значимую информацию об определенном народе, помогают показать взаимоотношения человека в обществе, увидеть национальные и культурные особенности обоих социумов.

В рамках художественного текста цвет способен не только передавать внешние портретные характеристики, но и указывать на душевный мир и физическое состояние человека. В русских художественных произведениях «чистокровный» русский может иметь светлый или темный цвет волос, голубой (синий) или черный цвет глаз. Это связано с национальным своеобразием русского народа, с огромным территориальным пространством России и многообразием типов внешности «коренных» россиян.

Особенностью русских и английских художественных произведений при создании когнитивного типа внешности – выделение в нем социально-дифференцирующих признаков (цвет рук, одежды). Нежные, пастельные цвета женской одежды являются признаком высокого материального и социального положения, а яркая, цветная, кричащая одежда – это одежда представителей средних и низших слоев общества. Интересно, что черный цвет одежды имеет двойное значение. С одной стороны, черный – это цвет траура, поэтому черная одежда ассоциируется с трауром, печалью, потерей близких людей.

С другой стороны, черный – праздничный, торжественный, официальный, поэтому черный цвет мужского костюма и женского платья на официальных приемах является общепринятым.

Через цвет может передаваться своеобразие характера, поступков персонажа.

Например, рыжие волосы стабильно связаны в языковом сознании русских и англичан с неординарностью поведения, что, видимо, предопределяется устойчивым пейоративным приращением компонента «рыжий» в пословицах и поговорках русского языка.

Цвет не является постоянным, универсальным модусом. Мода на цвет изменчива, зависит от развития общества. В русских и английских художественных произведениях наблюдается тенденция рассматривать человека как представителя определенного социального класса.

Цветовые характеристики одежды героя также определяют его положение в обществе.

При изучении цветообозначений русского и английского языков были отмечены значительные зоны совпадений в картине мира обоих народов, что связано с принадлежностью к единой европейской языковой группе, с существованием ряда общекультурных ценностей.

Были отмечены и индивидуальные особенности, свойственные только русскому или только английскому народу, зафиксированные в художественных произведениях авторов, тонко чувствующих возможности передать национальные, культурные, социальные характеристики человека через цветообозначения.

Язык как важнейшее средство человеческого общения, как средство обмена мыслями существует в обществе, а вся жизнь общества тесно связана с языком.

Информативность, содержательность являются теми существенными свойствами языкового знака, которые лежат в основе его кумулятивной функции. Именно в этой функции язык выступает связующим звеном между поколениями, служит «хранилищем» и средством передачи внеязыкового коллективного опыта.

Язык всегда остается постоянным участником изменения всех без исключения сторон жизни и деятельности человека. Он тесно связан с культурой и немислим вне её, как и культура немислима без языка. Взаимно отражая, закрепляя и дополняя друг друга, они создают языковую картину мира, во многом определяя нормы поведения и отношения человека в мире. Языковая картина мира – это совокупность обобщенных знаний человека о мире, представленных в языке, собранных в некое целое и помогающих человеку в его дальнейшем восприятии и познании мира. При изучении языковой картины мира большое значение имеют концепты, служащие ключом к более широкому пониманию культурно-исторических значений соответствующей действительности.

Цветообозначения образуются согласно морфологическим, семантическим, стилистическим, словообразовательным правилам и закономерностям, входят в класс прилагательных.

Их первичные функции: *номинативная, идентифицирующая и дифференцирующая.*

Признание наличия лексического значения у прилагательных цвета позволяет говорить о том, что это многочисленная и разнообразно организованная группа слов, в структуре выделяются наименования «основных» и «периферийных» цветов.

На лексико-семантическом уровне дополнительно развиваются переносные и символические значения, которые вербализируются в ФЕ. Важной особенностью ФЕ с прилагательными цвета является экспрессивная (эмотивная) функция, ситуативность, модальность. При анализе функционирования ФЕ с прилагательными белый / white, черный / black, красный / red, зеленый / green, желтый / yellow, синий / голубой / blue, серый / grey, коричневый / brown, которые формируют значительный пласт фразеологии обоих языков были выделены критерии для отбора и исследования цветообозначений – это непроецируемость, свободная сочетаемость, постоянное, «живое» функционирование.

При рассмотрении ФЕ с цветовыми прилагательными выделены ФЕ с общими для обоих языков приращенными значениями, первое место занимает прилагательное «черный», далее следуют «белый», «красный», «зеленый», «синий / голубой», «желтый», «серый», «коричневый». В обоих языках есть ФЕ, отличающиеся реализацией национально-культурных приращенных значений, отражающих особенности менталитета, психологии и культуры народов. Символику цвета и процесс наделения цветообозначений символическим значением, прослеживается именно во фразеологии, поскольку устойчивость, воспроизводимость, национально-культурная специфика цвета создают предпосылки для закрепления его символического значения в идиомах. Компонент «цвет» порождает целую вереницу ФЕ, причем в них нередко смещаются, переплетаются одновременно и «поверхностные» значения, и «глубинные» (буквальные и переносные).

При изучении цветообозначений важно учитывать, что физиологические механизмы цветовой системы являются определяющим и стабилизирующим фактором репрезентации цвета, но категоризация цвета является гибким процессом, обусловленным воздействием когнитивных факторов, – фокус исследования должен смещаться на понимание механизмов, связывающих внешний мир и ментальные представления человека

На символику основных цветообозначений повлияло физиологическое восприятие разных цветов, исторические события, культурные традиции, соотнесение цветообозначений с конкретными реалиями, окрашенными в эти цвета.

Рассмотрев символику некоторых цветов в английском языке, мы считаем необходимым выявить идеализированные когнитивные модели, лежащие в основе образования значений ФЕ.

Анализируя эти концептуальные схемы, выявляются два типа проецирования значений цветообозначений в составе ФЕ – метафорическое и метонимическое.

Как показал анализ, ведущим типом проецирования значения ФЕ с компонентом «цвет», оказалась метонимизация. Были выделены следующие концептуальные схемы:

- *концептуальные метонимии* – *red stands for danger/ warning, red stands for embarrassment, red stands for anger, red stands for blood (the part for the whole metonymy), red stands for lack of money (the part for the whole metonymy), red stands for joy and festival, red marks importance, red stands for catholic church, red stands for bureaucracy, red stands for communism;*

- *концептуальные метафоры* – *red / scarlet is passion / sex, red is hot, red is cool blue;*

- *концептуальные метонимии* – *blue stands for sky (the part for the whole metonymy), blue stands for sea/ocean (the part for the whole metonymy), blue stands for melancholy/depression, blue stands for anxiety/anger, blue stands for unexpectedness, blue stands for abstract things (the part for the whole metonymy), blue stands for morality/observance of morality, blue stands for obscenity, blue stands for homosexuality, blue is safe white;*

- *концептуальные метонимии* – *white stands for absence of danger, white stands for anger, white stands for fear, white stands for snow (the part for the whole metonymy), white stands for good fortune (the part for the whole metonymy);*

- *концептуальные метафоры* – *white is light, white is innocent / good, white is moral, white is hot black;*

- *концептуальные метонимии* – *black stands for unhappiness, disapproval, anger, pessimism, lack of colour / black is darkness, prosperity (the part for the whole metonymy);*

- *концептуальные метафоры* – *black is immoral / illegal, black is evil green;*

- *концептуальные метонимии* – green stands for inexperienced (vegetation); envy, (extra) money, lack of danger (the part for the whole metonymy);
- *концептуальная метафора* – green is young yellow;
- *концептуальные метонимии* – yellow stands for warning, yellow stands for cowardice, yellow stands for sickness, yellow stands for gutter press grey;
- *концептуальные метонимии* – grey stands for shaded objects (old age) (the part for the whole metonymy);
- *концептуальная метафора* – grey is vagueness golden;
- *концептуальная метонимия* – golden stands for large sum of money;
- *концептуальная метафора* – golden is smth invaluable pink;
- *концептуальная метонимия* – pink stands for robust health (the part for the whole metonymy).

В результате проведенного анализа мы пришли к выводу о том, что большинство цветов, входящих в состав представленных ФЕ, развивают свое переносное значение на основе тех прототипов, которые издавна вызывает тот или иной цвет в нашем сознании *black* – темнота, грязь, зло, *blue* – вода, небо, недостижимое, грусть, *green* – молодость, неопытность, *grey* – нечеткость, тень; *golden* – большая ценность, *red* – кровь, опасность, огонь, возбуждение, *white* – свет, снег, чистота, непорочность.

По своему статусу современные цветообозначения представляют собой единицы, полученные в результате отвлечения признака от объекта в результате вторичной семантической деривации. Среди выделенных объектов отмечают объекты живой и неживой природы и физическое состояние человека.

Цветообозначения, называющие объекты живой природы (названия растений и животных, медицинские и химические термины *blue cornflower*, *blue disease*, *red admiral*) в основном не являются фразеологизмами, поэтому не рассматриваются нами в нашем исследовании. Цветообозначения, обозначающие объекты неживой природы и физические состояния человека, занимают лидирующее место среди фразеологизмов, содержащих компонент цвета. Целесообразным представляется сгруппировать подобные ФЕ и определить корреляцию между источниковыми и целевыми зонами, вовлеченными в процесс формирования концептуальных метафор, лежащих в основе ФЕ – цветообозначений.

Целевые зоны представлены цветовой гаммой.

Источниковые зоны отличаются большим разнообразием, но при этом могут быть сведены к суперординантным когнитивным категориям – «человек» и «окружающий мир», которые в свою очередь подразделяются на базисные категории «внешность», «состояние здоровья», «эмоциональное состояние», «социальный аспект» (в рамках суперординантной категории «человек») и «явления и объекты живой природы», «социальные явления и объекты» (в рамках суперординантной категории «окружающий мир»). Базисные категории разделены на несколько субординантных категорий.

В рамках семантической категории «человек», большинство значений ФЕ основаны на метонимическом переносе. Наиболее полно представлены такие группы как эмоциональное состояние и внешность человека. В группе внешность наибольшее количество метонимических ФЕ зафиксированы в подгруппе расовая принадлежность и одетый в одежду определенного цвета. Они образованы в ходе метонимического переосмысления по модели «цвет кожи – человек, обладающий этим цветом кожи», «цвет одежды/ униформы – человек, одетый в эту одежду».

В других группах можно выделить следующие модели метонимического переосмысления «цвет лица как результат физического самочувствия – человек, испытывающий данные ощущения», «цвет лица как результат эмоционального переживания – человек, переживающий эти эмоции», «цвет волос – человек, обладающий таким цветом волос», «седые волосы – пожилой человек». Таким образом, в основе метонимии лежат постоянные ассоциации, возникающие в связи с экстралингвистическими характеристиками объектов действительности и отражающие определенные типы отношений между ними. Регулярность и автоматизм переносов по смежности достигаются следованием определенных моделей метонимическим преобразованиям.

В рамках концептуальной категории «окружающий мир», большинство значений ФЕ основано на метафорическом переносе. Образы, созданные на метафорической основе, устойчивы «переход метафоры к осуществлению вторичной номинации исключает семантическую двуплановость, то есть ведет, в конечном счете, к гибели метафоры». Тем не менее, ФЕ можно «расшифровать» путем восстановления сравнения-подобия, через которое проходит идиома, мотивированная на основе метафоры. Цвет выступает как одно из средств осмысления и обусловливания мира для всех народов, – цвет служит обозначением наиболее важного и заметного в природе, в мире окружающих вещей и в самом человеке (посинеть от холода, покраснеть от злости, побелеть от страха).

Со временем, к номинативной функции цвета в описании, например, физиологических состояний человека добавляется функция символизации (метафоризации) внутреннего мира человека (позеленеть от зависти, почернеть от злобы).

Сфера использования цветов в символическом значении постоянно расширяется, цвета употребляются для характеристики пространства и времени, культурных и социальных реалий, становятся обозначением определенных социальных и политических групп, цвет становится не только символом, но и знаком (*red light, white alert, red alert*).

Проведенный анализ позволяет выявить лишь концептуальные основы, но не вскрывает основные механизмы образования фразеологических значений, поэтому следующим этапом нашего исследования стало выявление концептуальных механизмов образования ФЕ с компонентом «цвет», в основе которых лежит процесс концептуальной интеграции.

**Концептуальная интеграция** или концептуальное смешение рассматривается как теория познания, согласно которой элементы различных областей смешиваются, в результате чего происходит смешение ментальных пространств в подсознании человека.

Эта теория, предложенная Жилем Фоконье (Gilles Fauconnier) и Марком Тернером (Mark Turner), предоставила новые возможности исследования для следующих теорий: теории метафоры, теории аналогии, концептуальной комбинации, грамматикализации, теории решения абстрактных задач и многих других.

Современная теория метафоры, представленная в американской лингвистике Дж. Лакоффом, основывается на когнитивном подходе к изучению метафоры.

Метафора представляется фактом мышления, концептуализирующим нашу картину мира, а не чисто лингвистическим явлением. Как известно, традиционная модель метафоры представляет собой двухпространственную структуру, в которой первое пространство несет метафорическое описание, то есть «источник» (source), а второе – отражается метафорой (target). Эта модель имела широкое распространение и была основой для различных теорий, развитием которых занимались такие ученые как А. А. Ричардс, М. Блэк, А. Кестлер, Дж. Лакофф и М. Джонсон.

Несовершенство двухпространственной модели состояло в том, что заключенные в ней два пространства не всегда давали возможность конструирования и интерпретации метафоры на основе действительных знаний о мире.

В связи с этим, при интеграции затрагивались соседние метафоры, используемые в качестве соединительных между пространствами. В итоге, выявлялось новое концептуальное пространство, которое получалось в результате интеграции источника и цели, – не укладывалось в замкнутость двухструктурной модели.

Лингвистическая теория метафоры, основой которой служит определение, рассматривающее метафору как «троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений, служащий для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичных данному в каком-либо отношении», относится к временам Аристотеля.

Термин «метафора» (от греческого *μεταφορά*), означающий «перенос», «перемещение», «вращение», введен Аристотелем согласно его пониманию искусства как подражания жизни. В его «Поэтике» мы впервые сталкиваемся с теорией метафоры, которая представляет собой теорию иерархических типов.

«Переносное слово – (*metaphora*) это несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на вид». В результате, основа метафорического переноса, внутри одной категории (род-вид, вид-род, вид-вид, род к элементу рода, основываясь на пропорции) – подобие между двумя предметами. Такое определение заложило прочную основу классического определения метафоры как переноса имени одного предмета или явления на другой предмет или явление на основе сходства между ними.

Конечно, Аристотелевская иерархия типов охватывает не все значимые явления метафоры, такие как её происхождение, которые будут играть основную роль для «многопространственной модели» (*many-space model*) метафоры.

Двухпространственная структура, которую мы здесь видим, не рассматривается в качестве существенной части человеческой коммуникации, здесь она служит для достижения большей выразительности сказанного или написанного. Данная модель достаточно долгое время не подвергалась существенным изменениям.

В 1930-е годы английский лингвист *А. А. Ричардс* предложил использовать следующие слова для обозначения составляющих метафоры: «содержание, смысл» (*tenor*) и «оболочка, образ» (*vehicle*) – для обозначения двух «мыслей», которые, согласно его взглядам, «действуют вместе». Исследования *А. Ричардса* частично отражены в работах Макса Блэка, который разработал так называемый «интеракционный подход».

В основании данного подхода лежит утверждение, что метафора – это органичный феномен языка, который действует на более глубоких уровнях, чем уровень словесных комбинаций, и проявляется во взаимодействиях (интеракциях) концептуальных структур, лежащих в основе слов. *Концептуальная интеракция М. Блэка* – это концептуальное комбинирование, с разницей в том, что при комбинировании изначальное значение концептов в новой структуре не изменяется, тогда как при концептуальной интеракции значение первоначальных концептов изменяется.

Конечная метафора – больше, чем просто комбинация, она концептуально приближает и изменяет свои компоненты. Интеракция вызывает обмен предикатами – ассоциациями между двумя данными концептами.



Модель *М. Блэка* строится непосредственно на самой метафоре, что затрудняет конкретизацию отдельных предикатов. Его «интеракционная теория» подводит нас к снятию с метафоры риторического контекста.

*Дж. Лакофф* и *М. Джонсон* подчеркивают когнитивную роль метафоры, критикуя основное традиционное направление лингвистических исследований.

*Дж. Лакофф* не находит принципиального различия между метафоризацией обыденного и поэтического языка, придавая метафоре в действительности значимую роль.

В данной теории главный тезис заключен в том, что метафоры помогают нам в процессе мышления, выстраивают определенные эмпирические границы, благодаря которым мы начинаем понимать новые абстрактные концепты.

«Суть метафоры – это понимание и переживание сущности одного вида в терминах другого вида». Благодаря тому, что происходит смешение метафор, лежащих в основе мыслительной деятельности, формируется когнитивная карта, которая, в свою очередь, представляет собой сеть концептов. Эта сеть организована таким образом, чтобы абстрактные концепты закрепились в нашем опыте и в отношениях с внешним миром.

При описании и конструировании наблюдаемого мира и построении когнитивной карты используется следующая терминология: структура цели (*target domain*), структура источника (*source domain*), когнитивное отображение (*cognitive mapping*).

Основным в данной концепции являются не слова и выражения, а онтологическая отображение концептуальных миров (*ontological mapping across conceptual domain*).

Метафора как факт языка, риторическая сторона, представляется вторичной по отношению к метафоре как факту мышления, части семантической системы, метафоре в когнитивном аспекте.

«Многопространственная» модель (*many-space model*) метафоры и концептуальной проекции, представленная в теории концептуальной интеграции – качественный скачок в развитии теории метафоры. Эта модель состоит из двух и более элементов, ментальных миров, которые интегрируются в новое ментальное пространство. Исходя из имеющихся входных пространств (*source-input space and target — input space*) и дополнительно введенным *Ж. Фоконье* и *М. Тернером* родовым пространством (*generic space*), при смешении мы получаем новое – выходное или смешанное пространство (*blended space*).

Родовое пространство содержит фоновые, базовые знания, которые являются общими для обоих входных пространств, а также и для полученного пространства.

Это своего рода координирующее пространство, приводящее входные пространства в структурное соответствие. В результате мы оперируем не двумя, а четырьмя и более пространствами, которые впоследствии мы можем проецировать и смешивать, а также добавлять к ним дополнительные входные пространства. Анализ ФЕ с компонентом «цвет» с точки зрения теории концептуальной интеграции позволил выявить несколько групп ФЕ, которые являются результатом концептуального слияния, проходившего на разных уровнях. К **первой группе** можно отнести такие ФЕ как *blue flu* (синий грипп), *green thumb* (умелый садовод), *have green fingers* (владеть садоводческим искусством), *blueblood* (аристократ), *red neck* (деревенщина) – с точки зрения концептуальной интеграции здесь наблюдается концептуальное слияние первого уровня (когда I исходное пространство (в нашем случае компонент «цвет») участвует в процессе интеграции в прямом значении, при этом II исходное пространство является результатом метонимизации).

Например, идиомы *blue flu* (organised absence of people in blue (policemen/firemen) on the pretext of sickness); *yellow flu* (organized absence (of people in yellow busses (pupils)) on the pretext of sickness), представляют собой интеграцию двух концептуальных пространств болезнь и определенная группа лиц (полицейские/школьники).

При этом наследуется ментальная структура концептуального пространства болезнь, которая предполагает, что в случае болезни, человек отсутствует на работе, а также ментальная структура пространства определенная группа лиц (по цвету одежды полицейских или пожарных или по цвету транспорта, на котором школьников доставляют в школу), предполагающая, что эта группа людей объединена между собой родом своей деятельности. Перенесение указанных ментальных структур на интегрированное пространство выражается в значении данных идиом *blue flu* – «синий грипп» (официально необъявленная организованная забастовка полицейских, которые не выходят на работу, ссылаясь на грипп). *Yellow flu* – организованный прогул занятий в школе учениками, якобы вследствие болезни гриппом. При этом первое исходное пространство (цвет) участвует в процессе интеграции в прямом значении, а второе исходное пространство (зд. «грипп») является метонимизацией концептуального пространства «absence» (отсутствие, прогул).

**Вторая группа** ФЕ (наиболее многочисленная) представлена идиомами, в составе которых компонент цвет употреблен в переносном значении: *a white hope* (верный претендент на победу), *brown face* (пожилой человек), *green hand* (новичок), *white boy* (фаворит, любимчик), *white forehead* (привлекательный человек), *black swan* (большая редкость), *golden deeds* (благородные поступки), *black spot* (неприятное место, участок дороги с повышенной опасностью). Такие идиомы являются результатом концептуального слияния второго уровня (I исходное пространство (цвет) является результатом переосмысления – в данном случае метафоризации).

II исходное пространство является результатом метонимизации), а все интегрированное пространство содержит в себе элементы I и II исходного пространства.

Например, ФЕ *a white hope* (талантливый человек, верный претендент на победу) является результатом интеграции I ментального пространства «уверенный» и II ментального пространства «надежда» при этом I ментальное пространство уже является результатом интеграции пространств «светлый» и «хороший», результатом чего является бленд уверенный (в символике белого цвета присутствует значение «уверенный, надежный»).

Сама ФЕ *a white hope* представляет собой результат метафоризации компонента «цвет» и метонимизации второго компонента, входящего в ее состав.

Кроме того, можно говорить о случаях концептуального слияния третьего уровня, когда происходит двойной процесс интеграции пространств.

Для примера рассмотрим ФЕ *blue chips-stocks and shares which are considered relatively safe to invest in while also being profitable*. Данный фразеологизм является переосмыслением уже существовавшего выражения (самая дорогая фишка в покере, которая имеет голубой цвет) по метафорическому типу.

Процесс концептуальной интеграции при образовании данного метафорического значения (акции компании с самым высоким рейтингом) происходит следующим образом.

### **Первый уровень**

I исходное пространство – голубой; II исходное пространство – фишка;

III родовое пространство – надежность («голубой» символизирует спокойствие).

## **Второй уровень**

I исходное пространство – самая дорогая фишка;

II исходное пространство – акции компании;

IV интегрированное пространство – наиболее популярные акции ведущих компаний, имеющие высокий курс и считающиеся безопасными для вложения.

Таким образом, метафорический бленд представляет совершенно новую самостоятельную структуру. При этом компонент «безопасный» инферируется из символики голубого цвета.

ФЕ *grey eminence* – первым значением данной идиомы является «серый кардинал», образованным при концептуальном слиянии первого уровня. Произошла интеграция концептов серый (скрытый) и высокий чин (кардинал).

Однако дальше этот бленд претерпел еще один процесс интеграции пространств – в результате метафоризации появляется новый бленд – интегрированное пространство «влиятельное лицо, политик, действующий негласно».

Интегрированное пространство, наследуя роли и свойства нескольких исходных пространств, приобретает собственную структуру и новые свойства.

В результате этого хотя оно и является результатом когнитивного усложнения, интегрированное пространство остается компактным и удобным в применении.

Интеграция ментальных пространств, выраженная посредством ФЕ – это краткий, но точный способ характеристики того или иного объекта. При этом фразеологические единицы следует рассматривать как результат концептуальной интеграции, – в отличие от других языковых единиц, значение идиомы строится не из структур знаний, возникающих в режиме реального времени, а является «застывшим» продуктом механизма концептуального слияния ментальных пространств.

При этом само ментальное пространство – это единство, строящееся фреймами.

Современная лингвистика участвует в познании концептуальной картины мира (концептосферы) и принципов описания отдельных ее фрагментов. Исследуя язык как когнитивный механизм, играющий роль в кодировании и трансформировании информации, когнитивная лингвистика оперирует целым рядом категорий, отражающих структуры, в виде которых знания аккумулируются в сознании языковой личности.

Способами представления знаний в концептосфере служат такие когнитивные структуры, как *концепты, сценарии, скрипты, фреймы, схемы, гештальты*, находящиеся в тесной взаимосвязи друг с другом. Одно и то же явление может быть концептуализировано как в виде концепта, так и фрейма, ввиду близости данных категорий.

Каждый национальный язык имеет свою оригинальную фразеологию – свой запас фразеологизмов, реализующих национально-культурные приращения составляющих их компонентов. Центральное место в пространстве художественного мира занимают так называемые концепты. В результате взаимодействия концептов происходит концептуализация художественного текста. Функционируя на уровне концептов, цветообозначения создают концептофон и индивидуально-авторскую концептосферу.

В концептофон входит цвет в прямом значении (лексико-семантическая структура прилагательных цвета, ФЕ, пословицы и поговорки), а также устойчивые коннотации, зафиксированные во фразеологии. «Цветокогнитивный тип внешности» представляет собой систему репрезентации знаний человека, основанных на стереотипных представлениях о внешности человека в конкретном обществе.

**Концепт** – это то, «посредством чего человек сам входит в культуру, в некоторых случаях и влияет на нее». Язык с помощью концептов закрепляет реалии, абстрактные понятия, свойственные данному народу, обязанные своим существованием специфическим условиям трудовой, культурной жизни, историческому развитию.

Цветообозначения, концептуализируясь в языке, репрезентируют сущностные свойства явлений и предметов и образы мира, лежащие в основе мировидения человека.

Поскольку воспринимаемые ощущения могут концептуализироваться различными способами, постольку в разных языках воплощены различные цветовые концепты, и, например, голубой цвет ассоциируется в русском языке с мечтами, с надеждами (голубые сны, голубой цветок). В английском же *blue* – это цвет тоски, паники, отрицательных эмоций (*blue joke, blue frank, to feel blue, out of blue*).

Определенную национальную коннотацию обретают в языке цветовые концепты, связанные с культурными и социальными традициями. Например, в прошлом столетии в викторианской Англии было неприлично произносить такие слова, как *грудь, ножка*, даже говоря о курице, поэтому появились сочетания *black meat* и *white meat*.

**Концепт** (лат. *conceptus* – понятие) считается основным объектом исследования современной когнитивной лингвистики, пришедший в лингвистику из концептуализма – средневекового философского направления, доказывающего, что общие понятия (универсалии) реально не существуют сами по себе, независимо от отдельных вещей (*П. Абеляр, У. Оккам, Т. Гоббс*). В лингвистике термин «концепт» впервые был использован *С.А. Аскольдовым* в статье «Концепт и слово», где концепт рассматривался как ментальное образование, замещающее в процессе мышления множество однородных объектов.

Несмотря на широкое распространение, термин «концепт» до сих пор не имеет однозначного толкования и варьируется в концепциях различных научных направлений.

*Г.Г. Слышкин* определяет концепт как «условно-ментальную единицу».

Формирование концепта представлено им как процесс соотнесения результатов опытного познания действительности с ранее усвоенными культурно-ценностными доминантами, выраженными в религии, искусстве и т.д.

*А.П. Бабушкин* дает следующее определение: «концепт – дискретная содержательная единица коллективного сознания или идеального мира, хранящаяся в национальной памяти носителя языка в вербально обозначенном виде».

*В.И. Карасик*, характеризуя концепты как культурные первичные образования, выражающие объективное содержание слов и имеющие смысл, утверждает, что они транслируются в различные сферы бытия человека, в частности, в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира.

В современной лингвистике можно выделить три основных направления, или подхода, к пониманию концепта: *лингвистическое, когнитивное, культурологическое*.

Различные подходы к трактовке термина «концепт» отражают его двустороннюю природу: как значения языкового знака (лингвистическое и культурологическое направления) и как содержательной стороны знака, представленной в ментальности (когнитивное направление).

Лингвистический подход представлен точкой зрения *С.А. Аскольдова, Д.С. Лихачева, В.В. Колесова, В.Н. Телия* на природу концепта.

В частности, *Д.С.Лихачев*, считает, что концепт существует для каждого словарного значения, и предлагает рассматривать концепт как алгебраическое выражение значения.

В целом, представители данного направления понимают концепт как весь потенциал значения слова вместе с его коннотативным элементом. Приверженцы когнитивного подхода к пониманию сущности концепта относят его к явлениям ментального характера.

*З.Д. Попова, И.А. Стернин* и другие представители этого направления относят концепт к мыслительным явлениям, определяя его как глобальную мыслительную единицу, «квант структурированного знания». По мнению представителей культурологического подхода, вся культура понимается как совокупность концептов и отношений между ними.

Концепт трактуется ими как основная ячейка культуры в ментальном мире человека.

Этого взгляда придерживаются *Ю.С. Степанов* и *Г.Г. Слышкин*.

В когнитивной лингвистике различают несколько типов лексических концептов.

В одной из наиболее полных классификаций *А.П. Бабушкина* выделены: *мыслительная картинка, концепт-схема, концепт-гипероним, концепт-фрейм, концепт-инсайт, концепт-сценарий и калейдоскопический концепт*.

Если суммировать приведенные версии, концепт предстает как весь потенциал значения слова; помимо основного смысла он включает дополнительные культурные, личностные, национальные и другие ассоциации и оттенки, которые могут проявляться в речевом общении или в определенном контексте.

Таким образом, концепт включает, помимо понятийной стороны, ценностную и образную составляющие, – актуальность данной сферы в той или иной лингвокультуре.

**Фрейм** – широко используемый лексический концепт. Если большинство терминов в лингвистике имеет латинские корни, то «фрейм» происходит от английского слова *frame* – рамка, каркас. Понятие «фрейм» ввел в 1974 г. американский ученый *М. Минский*, исследовавший проблемы искусственного интеллекта и способы представления знаний в компьютере.

В основе теории фреймов лежит гипотеза о том, что знания о мире состоят из структурных ячеек, – складываются из определенных сценариев с фиксированным набором стереотипных ситуаций – фреймов. Фреймы оказались экономным способом передачи информации, ускоряющим процесс ее обработки, так как они наряду с явными содержат и скрытые, подразумеваемые сведения. Поскольку теория фреймов имела целью объяснение высокой скорости человеческого восприятия и мышления, она не могла не заинтересовать философов и лингвистов. После того как термин «фрейм» стали применять в лингвистике, он, наряду с первоначальным (структурным) значением, получил множество дополнительных толкований. Фрейм представляет собой сложное образование, упорядоченный способ хранения и переработки информации, обеспечивающий легкость ее извлечение.

*М. Минский* полагает, что понятие «фрейм» необходимо учитывать при изучении зрительного узнавания и репрезентации знания: процесс мышления человека основан на наличии в его памяти каким-то образом материализованного огромного набора разнообразных фреймов, с помощью которых человек осознает зрительные образы (фреймы виртуальных образов), понимает слова (семантические фреймы), рассуждения или действия (фреймы-сценарии), повествования (фреймы-рассказы) и т.д.

Фрейм является одним из способов представления стереотипной ситуации, который отражает наиболее характерные, основные моменты ряда близких ситуаций, принадлежащих одному классу. В когнитивной лингвистике существуют два подхода к понятию **фрейма**:

- фрейм как структура знания, часть когнитивной системы человека;
- фрейм как структура представления знания, инструмент когнитивной структуры.

Неоднозначное решение находит проблема соотношения понятий «фрейм» и «концепт»: исходя из родовидовых отношений, концепт определяют как родовое понятие по отношению к фрейму; отталкиваясь от соотношения фрейма и концепта как сложного и простого понятий, фрейм описывают как род сложного концепта; разводя эти понятия, их рассматривают как два вида концептуальных структур, обладающих сходными и различными чертами.

Обзор литературы позволяет выделить некоторые общие свойства данного понятия: фрейм представляет собой когнитивную структуру знания / структуру представления знания о типической, тематически единой ситуации, организованной в виде совокупности иерархически расположенных, взаимодействующих друг с другом элементов.

В число обязательных признаков фрейма входят наличие *конвенционального начала* (не исключающее возможность динамики уровней фрейма) и *категориальный характер организации знания*.

На следующем этапе исследования был проведен фреймовый анализ, при этом нами была применена методика определения основных концептуальных преобразований слотов и их содержаний по методике, предложенной *А Н Барановым* и *Д О Добровольским*.

Были выявлены следующие модели образования значений идиом.

Замена содержания подслота на нехарактерный и сведение фрейма к слоту с нехарактерным подслотом *green thumb* – во фрейме «человек» слот «большой палец» содержит подслот «цвет», характерным заполнением которого является «светлый / розовый».

Замена содержания подслота «цвет» на нехарактерный «зеленый» *green* с последующим сведением фрейма «человек» (а именно его способности) к слоту «большой палец» приводит к семантическому результату «человек, с незаурядными способностями в области садоводства», что в последствии получает спецификацию в актуальном значении ФЕ – «одаренный садовод»/ *specially skilled in raising plants*.

Аналогичный процесс заполнения подслота «цвет» с нехарактерным содержанием приводит к образованию значения ФЕ – *to have green fingers* – «хороший садовод» / *to have greater than usual ability to grow plants, crops, flowers successfully*.

К этой группе мы можем отнести также следующие ФЕ:

*blueblood* – «аристократ» – фрейм «человек» сводится к слоту «аристократическое происхождение» через нехарактерное содержание подслота «цвет крови» – «голубой»;

*brown face* – «пожилой человек» – фрейм «человек» сводится к слоту «пожилой возраст» через нехарактерное содержание подслота «цвет лица» – «коричневый», данное содержание является метафорическим употреблением цвета «коричневый» как «смуглый, потемневший, погрубевший, старый»;

*green hand* – «новичок» – сведение фрейма «человек» к слоту «рука» при нехарактерном содержании подслота «цвет» («зеленый») и семантическому результату «неопытный, делающий что-либо впервые», при этом содержание подслота «цвет» также является метафорическим – «неопытный, зеленый, незрелый»;

*red neck* – «деревенщина, неотесанный» – сведение фрейма «человек» к слоту «шея» с нехарактерным содержанием подслота «красный», приводит к семантическому результату «грубый, бесчувственный человек, необразованный сельский житель», «красная шея» является результатом частого пребывания под открытым небом во время работы;

*white boy* – «любимчик» и *white forehead* – «привлекательный человек» основаны на символическом значении цвета «белый» как «чистый, положительный, правильный, привлекательный» и сведении фрейма «человек» к слотам «мальчик» и «лоб, чело».

*to go black in the face* – «разозлиться» во фрейме «эмоции» слот «лицо» (как отражение эмоционального состояния) содержит подслот «цвет», обязательным характерным заполнением которого является «розовый / светлый».

Замена содержания подслота «цвет» на нехарактерный «черный» с последующим сведением фрейма «эмоции» к подслоту «цвет» образует семантическое наполнение «неспокойное, раздраженное состояние – злость» / *to be angry, irritated*.

Аналогична процедура формирования значений ФЕ *to go green (in the face)*: позеленеть, почувствовать себя плохо, *to go red (in the face)*: смутиться / разозлиться.

При этом ФЕ, относящиеся к первой группе, основаны на метонимическом переносе значения второго компонента. Однако в этой группе мы можем выделить ФЕ, в которых подслот «цвет» употреблен в прямом значении *green thumb, to have green fingers, blueblood, red neck* и в переносном *a white hope, brown face, green hand, white boy, white forehead*.

Происходит не только метонимизация второго компонента, но и метафоризация первого компонента ФЕ – цвета. Введение нехарактерного слота со свойственным ему содержанием в источник фрейм: *black look – angry look* – во фрейм «взгляд», относящийся к сфере «действия человека», вводится нехарактерный слот «цвет» со свойственным ему содержанием – «черный» – из сферы символического обозначения «мрачности», «угрюмости».

Введение нехарактерного слота приводит к метафорическому переосмыслению характера взгляда на кого-либо (отношения) как «злобного», «рассерженного».

*White slave – a woman forced into becoming a prostitute, especially in a foreign country; prostitute* – во фрейме «раб» – человек, находящийся в полной зависимости у другого человека (его хозяина) и при этом, исторически, являющийся представителем либо афро-американской, либо латиноамериканской расы – слот «цвет кожи» заполняется противоположным содержанием «белый». Появляется противоположное значение «белый раб». В результирующий фрейм включены слоты «работник, осуществляющий рабский труд», «принуждение к осуществлению этого труда», «принадлежность хозяину».

В результате ФЕ получает значение «белая рабыня, проститутка», женщина, проданная в чужой стране в сексуальное рабство.

Аналогичный процесс происходит при моделировании когнитивного значения ФЕ *to look black (to see bad side in everything, pessimism); black mood (to be angry), blue fear (panic)* – при этом «blue» символизирует раздражение, страх;

*blue funk (a state of fear and anxiety), blue study (sad, sullen thoughts)*, когда «blue» символизирует меланхолию, тоску;

*to see red (to become angry or annoyed suddenly*, когда цвет ассоциируется с цветом крови (прильнувшей к лицу));

*to feel blue (melancholic), to be in a brown study (to be thinking deeply about smth. and not easily distracted)*, где «brown» имеет переносное значение хмурый, суровый, глубокий, мрачный и др.

ФЕ, значения которых основаны на подобном преобразовании слотов, являются результатом метафорического употребления первого компонента (цвета).

Замена содержания слота на нехарактерное и перенесение концептуального содержания этого слота в одноименный слот результирующего фрейма:

*a black comedy* – «черная комедия» в макрофрейме «род литературы»; фрейм «драма» содержит слот «комедия», обязательным характерным заполнением которого является содержание «смешная», «веселая». Замена содержания слота «комедия» на нехарактерное «черная», «мрачная» приводит к семантическому результату «смесь фарса и трагедии»/ *a situation, an event with a mixture of farcical and tragic elements*.

Аналогичен процесс образования значения в ФЕ:

*black art* – черная магия, злое волшебство, использующее злые силы (волшебство изначально предполагает добрые намерения);

*green old age* – такой период жизни пожилого человека, при котором он все еще полон сил, здоров физически и умственно;

*white magic* – «белое» колдовство без использования злых сил (колдовство предполагает привлечение дьявольских сил); замена содержания слота на нехарактерное (или даже противоположное) и элиминация (части) слотов;

*a white elephant* – *smth. new (building, plan, project), but completely useless and being a waste of money* во фрейме «слон» – одно из самых крупных млекопитающих – слот «окрас» заполняется нехарактерным содержанием «белый», что приводит к дисфункции и образованию нового семантического значения – «необычный, редкий».

Все остальные слоты источникового фрейма «слон» в результирующем фрейме «строение, план, проект» элиминируются. Основанием для метафоризации можно считать то, что слон – очень крупное животное, связанную с этим громоздкость, неуклюжесть – что дает основание сравнить данную характеристику с бесполезностью.

*Blue chips-stocks and shares which are considered relatively safe to invest in while also being profitable* в источниковом фрейме «blue chips» – the most expensive poker chips (самая дорогая фишка в покере); слот «функция» заполнен концептуальным значением «обозначать, стоить, заменять деньги». Данное концептуальное содержание переносится в результирующий фрейм «акции (компании с самым высоким рейтингом)».

Остальные слоты заполняются следующим концептуальным содержанием (предмет) фишки – акции, (сфера применения) карточная игра – бизнес, инвестиции, (характеристика) самые дорогие – наиболее надежные.

Данный когнитивный механизм образования значения фразеологизма с компонентом «цвет» является иллюстрацией переосмысления уже существовавшего выражения («самая дорогая фишка в покере») по метафорическому типу – элиминация всех слотов источникового фрейма и новая структуризация результирующего фрейма:

*black swan* – *very rare thing* (большая редкость) – во фрейме «лебедь, водоплавающая птица (черного окраса)» элиминируются все слоты с соответствующим концептуальным наполнением (видовая принадлежность, внешний вид, ареал обитания).

Фрейм «вещь» сводится к слоту «распространенность» с концептуальным содержанием «редкий». Интеграция нескольких фреймов в один: *golden boot* – *a large sum of money that a company pays to a partner in order to get rid of him* (большая компенсация выплачиваемая компанией своему партнеру, если от него хотят избавиться, «золотой пинок»).

В результирующем фрейме «компенсация партнеру за его выход из бизнеса» соединены фреймы *golden* «золотой» и *boot* «пинок».



Помимо перенесения концептуального содержания слотов источниковых фреймов (фрейм «золотой» содержит слоты «высокая ценность», «оплата»), в результирующий фрейм введены новые слоты с соответствующим содержанием – «компенсация» (крупная сумма денег), «получатель» (партнер по бизнесу), «выплачивающая сторона» (компания).

При этом произошла модификация некоторых слотов источниковых фреймов *golden* – «свойство» (бесценный, помощь при устранении партнера), *boot* – «характер изгнания, удаления» (компенсированное, добровольный уход).

Анализ основных преобразований слотов и их содержаний при выявлении значений ФЕ, содержащих компонент «цвет», позволяет сделать следующие выводы:

- наиболее распространенной моделью образования фразеологического значения идиом, содержащих цветовой компонент в английском языке является введение нехарактерного слота (цвета) со свойственным ему содержанием в источникный фрейм «цвет», что является основой для метафорического переосмысления значений этих ФЕ;

- в английском языке представлена модель образования фразеологического значения идиом-цветообозначений, при которой происходит замена содержания подслота на нехарактерный и сведение фрейма к слоту с нехарактерным подслотом. Данная модель является основой для метонимического переноса значения ФЕ.;

- формирование значения ФЕ, являющихся результатом метонимизации, происходит в рамках одного слота, тогда как ФЕ, значения которых образованы метафоризацией, появляются в рамках одного фрейма, но в результате объединения разных слотов;

- такие модели образования значений идиом как замена содержания слота, перенесение концептуального содержания слота исходного фрейма в одноименный слот результирующего фрейма, элиминация всех слотов источникного фрейма и интеграция нескольких фреймов в один являются менее распространенными моделями формирования значений ФЕ, содержащих цветообозначения.

Проведенный анализ позволяет вскрыть разнообразие когнитивных механизмов, лежащих в основе формирования значений ФЕ, содержащих компонент «цвет» и выделить основные модели образования значений этих фразеологизмов.

Концептуальное моделирование метафорического значения обладает большой объяснительной силой и позволяет анализировать семантику ФЕ как языковой феномен, объединяющий весь комплекс лингвистических и экстралингвистических знаний.

Таким образом, исследование когнитивных аспектов формирования значения ФЕ, содержащих цветообозначения, соединяет два основных момента – изучение символики цветов и ее отображение в устойчивых словосочетаниях как результат мышления человека.

В целом фразеологическое значение – феномен исключительно сложный и, разумеется, его нельзя рассматривать как механическую сумму составляющих его компонентов.

Семантическую структуру ФЕ можно представить как микросистему, все элементы которой находятся в тесной связи и взаимодействуют между собой.

До настоящего времени фразеология не являлась предметом глубокого и всестороннего анализа когнитивистов. При когнитивном подходе описание значения ФЕ предполагает построение концептуального образа или представления соответствующей языковой сущности – прототипа, при этом метафорический перенос предстает как понятийный алгоритм проявляющегося на языковом уровне процесса переосмысления концептов.

В его основе лежат регулярные правила преобразования этой базовой когнитивной структуры (прототипа).

В отечественной лингвистике уже была предпринята попытка концептуального анализа ФЕ. *А.Н. Барановым* и *Д.О. Добровольским* предложена типология основных концептуальных преобразований слотов и их содержания при описании значения идиом современного русского языка в сравнении с немецким языком. В отечественной англистике до сих пор не было предпринято попыток серьезного когнитивного анализа ФЕ.

Исследования цветообозначений английского языка в отечественной лингвистике проводились лишь на уровне лексем. Когнитивный подход к рассмотрению цветообозначений в лингвистике был применен лишь несколькими исследователями:

- *Т.А. Комовой* в работе «Цветообозначения как объект категоризации» (осуществлена категоризация красного цвета в русском и английском языках),
- *Б. Берлином, П. Кеем* в работе «Basic color terms» (классификация базовых цветовых терминов),
- *А. Вежбицкой, Р. МакЛори, К. Годдарт* в работах которых вышеупомянутая классификация была доработана и дополнена.

Однако до сих пор ни в отечественной, ни в зарубежной англистике не было предпринято попыток когнитивного анализа ФЕ, содержащих компонент «цвет».

Проблема изучения цветообозначений, являющихся междисциплинарным объектом исследования, рассматривается с позиций когнитивной лингвистики

Когнитивная функция не рассматривается изолированно от других, поскольку любая единица языковой системы является когнитивным механизмом.

Исходя из многогранности когнитивной функции при исследовании ФЕ, содержащих цветообозначения, следует ограничиваться рассмотрением наиболее значимых ее компонентов. Необходимо установить когнитивный контекст или область знания, которая лежит в основе данной ФЕ и определенным образом ее структурирует, показав, какие участки этой области и каким образом «схвачены» знаком, – смоделировать фрейм.

Важно рассмотреть все концептуальные области значений, входящие в состав ФЕ, и проанализировать когнитивный механизм, лежащий в основе значения ФЕ, как единиц когниции и коммуникации. Отбор ФЕ осуществлялся на основании пяти критериев:

- наличие в составе ФЕ компонента цветообозначения;
- фразеологизма и толкования ФЕ компонента цветообозначения;
- фразеологизма компонента, обозначающего интенсивность цвета при отсутствии указания на сам цвет.;
- фразеологизма компонента цветообозначения, а в толковании компонента, указывающего на интенсивность цвета;
- фразеологизма компонента цветообозначения, компонента, обозначающего интенсивность цвета.

Компонент – цветообозначение в составе фразеологизма может иметь следующие грамматические формы.

**Прилагательное в положительной степени (88,9%):**

green with envy – very jealous;

a black spot – a place where accidents often happen, especially on the road;

black money – money not declared for tax purposes.

**Существительное (8,2%):**

out of the blue – unexpectedly;

a bolt from the blue – an event or a piece of news which is a complete surprise;

two blacks do not make a white – one injury or instance of wrongdoing does not justify another.

**Прилагательное в сравнительной или превосходной степени (1,9%):**

greener pastures – a new and better situation;

the grass is (always) greener on the other side (of the fence) – said about people who never seem happy with what they have and always think that other people have a better situation than they have;

whiter than white – honest and moral.

**Наречие (0,5%):**

bright and early – early in the morning.

**Причастие (0,5%):**

a whited sepulchre – a hypocrite, or one whose fair outward semblance conceals inward corruption. Указанные компоненты выражаются следующими частями речи.

**Прилагательное в положительной степени (12,9%):**

a black eye – an area of dark skin (a bruise) around the eye caused by an accident, somebody hitting you, etc.;

red as a beetroot (beet) – having a very red face because of the heat or embarrassment;

(as) white as a sheet/ ghost – very pale in the face, because of illness, fear or shock.

**Существительное (1%):**

green goods – vegetables and fruit, greengroceries;

reds under beds – an ironic allusion to the obsession some people have that there are reds (communists) everywhere plotting violent revolution

В составе отобранных фразеологизмов встречаются следующие цветообозначения и обозначения интенсивности цвета.

**Black (25,5%):**

the black market – an illegal form of trade in which foreign money or goods that are difficult to obtain, are bought and sold;

a black box – smth. that produces a particular result but you don't understand how it works;

(as) black as thunder – very gloomy.

**Blue (18,8%):**

scream blue murder – to scream loudly and for a long time, especially in order to protest about something;

blue chips – a share considered to be a fairly reliable investment, though less secure than gilt-edged; hence any reliable enterprise;

once in a blue moon – very rare.

**Red (13%):**

on red alert – prepared for an emergency or for something dangerous to happen;

paint the town red – go out and enjoy oneself;

a red letter day – a very special day which is remembered because something important or good happened.

**White (11,5%):**

a white lie – a small or harmless lie that you tell to avoid hurting somebody;

a white elephant – a thing that is useless and no longer needed although it may have cost a lot of money;

White caps (horses) – a white-capped or crested wave; a breaker.

**Green (6,7%):**

green as grass/ green – inexperienced and naive;

green about the gills – looking or feeling as if you're going to be sick, especially at sea;

a green hand – of persons: their powers or capacities immature, raw, untrained, inexperienced.

**Dark (4,3%):**

keep it / something dark – keep something secret;

a leap in the dark – doing something without knowing what consequences will be;

in the dark – knowing nothing about something.

**Bright (3,4%):**

the bright lights – a big city seen as a centre of entertainment;

bright-eyed and bushy-tailed – lively, keen and full of energy;

look on the bright side – be cheerful or hopeful about a bad situation, for ex. by thinking only of the advantages and not the disadvantages.

**Brown (2,9%):**

brown as a berry – very tanned because they have been out in the sun;

in a brown study – thinking deeply so that you do not notice what is happening around you;

fire into the brown – fire into the crowd without aiming at anybody.

**Yellow (2,4%):**

(as) yellow as a guinea – very yellow;

the yellow press – newspapers of a recklessly or unscrupulously sensational character;

the yellow pages – an index on yellow paper; the classified section of or supplement to a telephone directory, listing firms, products, and services.

**Grey / gray (1,9%):**

(man in) grey suits – people working in politics, law, etc.; who have power but are not known to the public;

a grey area – an area of a subject or situation that is not clear or doesn't fit into a particular group and is therefore difficult to define or deal with;

grey cells – the grey-coloured matter of which the active part of the brain is composed.

**Pink (1,9%):**

see pink elephants – see things that are not really there, because you're drunk;

be tickled pink – to be very pleased or amused;

in the pink – in good health.

**Purple (1%):**

a purple patch – a brilliant or ornate passage in a literary composition;

a purple heart – a decoration bestowed on a member of the armed services wounded in action.

**Rosy / rose (1%):**

rose-tinted spectacles/ rose-colored glasses – notice only the good things about smth.;  
paint a rosy picture – to make smth. appear to be very good and better than it really is.

**Pale (0,5%):**

(as) pale as death – whitish or ashen appearance, not ruddy or fresh of complexion.

В нашей картотеке также встречаются фразеологизмы, в составе которых имеется два и более компонента, указывающих на цвет и / или на его интенсивность.

**Black и white (1,9%):**

two blacks do not make a white – one injury or instance of wrongdoing does not justify another;

in black and white – having a written proof;

black and white – in simple terms of right and wrong.

**Black и dark (0,5%):**

black (or dark) comedy – comedy based on gloomy humour.

**Blue и gray (0,5%):**

the Blue and the Gray – the armies of the North and the South, respectively, during the Civil War, derived from the fact the Union Army wore blue uniforms, while the Confederates wore gray.

**Red и scarlet (0,5%):**

red (scarlet) hat – cardinal, cardinal's hat.

**Blue и white (0,5%):**

blue and white – police car.

**Light и blue (0,5%):**

the light blues (Cambridge blues) – Cambridge men in athletic contests.

**Dark и blue (0,5%):**

the dark blues (Oxford blues) – Oxford men in athletic contests.

**Black и blue (0,5%):**

black and blue – covered with bruises.

**Red, white и blue (0,5%):**

the red, white and blue – English national flag

**Pink и blue (0,5%):**

have blue/pink fit – to be very angry.

Как видим, цветообозначения, выраженные лексемами *red, grey, yellow u green*, в составе ФЕ и в толкованиях совпадают. В некоторых случаях цветообозначения, используемые в толкованиях, являются контекстуальными антонимами: *ruddy – pale, black – white, white – blue*.

В ряде примеров цветообозначения в составе ФЕ и в составе толкований соотносятся как цвет и интенсивность цвета: *dark – black, whitish – pale, blue – livid*. Компоненты – цветообозначения выражают следующие цветовые гаммы: белая (*white, whitish, pale, bright, light*), красная (*red, ruddy, pink, purple, rosy / rose, scarlet*), черная (*black, dark*), синяя (*blue, livid*), зеленая (*green*), желтая (*yellow*), серая (*grey / gray*), коричневая (*brown*).

Цветовые гаммы, представленные компонентами ФЕ, и толкований, совпадают только в четырех случаях: *черная, зеленая, желтая, серая*.

Одной из важнейших характеристик ФЕ является тип зависимости компонентов фразеологизмов. Некоторые ФЕ могут состоять только из неподменяемых компонентов, то есть константных, другие же содержат как подменяемые компоненты, так и неподменяемые.

При подмене одного из компонентов, значение фразеологизма не меняется.

А.В. Кунин указывает на две группы фразеологических зависимостей:

- *нетрансформационные зависимости* по принципу соотношения константных и заменяемых компонентов ФЕ;

- *трансформационные зависимости* в глагольных фразеологизмах, которые употребляются в страдательном залоге.

Нетрансформационные зависимости компонентов фразеологизмов подразделяются ученым далее на **пять видов**:

- *константная зависимость* (84,6%), при которой ни один компонент не может быть подменен: a black look – an angry or disapproving expression on somebody's face; show the white feather – to perceive, show signs of cowardice; a black box – smth. produces a particular result but you don't understand how it works.

- *константно-вариантная зависимость* (10,1%), при которой некоторые компоненты варианты: into the wild / wide blue yonder – go to a journey to a faraway place which is unfamiliar and mysterious; have blue / pink fit – be very angry; rose-tinted spectacles / rose-colored glasses – notice only the good things about something; unrealistic view.

- *константно-вариантно-переменная зависимость* во фразеологизмах, имеющих в составе неподменяемые компоненты, варианты и переменные элементы, заменяющие местоимения: give somebody / get the green light – allow somebody/be allowed to begin something; bleed somebody dry / white – take away somebody's money;

- *константно-переменная зависимость* (4,3%), которая проявляется в наличии в составе ФЕ неопределенно-личного, возвратного или неопределенного местоимения:

give someone a black eye – punish severely for something one has done, but without causing him permanent harm;

your, somebody's, etc blue-eyed boy – the favorite, especially of a person in authority; a person that somebody thinks is perfect;

paint something in black colors – to represent as evil or wicked;

- *вариантная*, когда возможна замена всех компонентов, выраженных знаменательными словами, входящими в состав ФЕ.

В английском языке степень распространения таких глагольных единиц, которые могли бы быть использованы как в действительном, так и в страдательном залоге, крайне мала. Наибольшее количество фразеологизмов имеют нетрансформационную константную зависимость компонентов. Это свидетельствует о том, что для выражения данного значения необходимы постоянные компоненты.

Во ФЕ с константно-вариантной зависимостью варьирующиеся компоненты чаще всего являются либо синонимами, либо семантически близкими словами.



### 3.4. ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Передача на английский язык ФЕ – очень трудная задача. Образность, лаконичность, целостность определяют их значимую роль в языке.

Фразеологизмы придают речи оригинальность и выразительность, поэтому они широко используются в художественной и устной речи. Переводить фразеологизмы с английского на русский язык очень сложно, потому что необходимо передать смысл и отобразить образность фразеологизма.

Фразеологические эквиваленты могут быть *полными* и *частичными*.

Полными фразеологическими эквивалентами являются те готовые английские эквиваленты, которые совпадают с русскими по значению, лексическому составу, образности, стилистической окраске и грамматической структуре; например:

почить (почивать) на лаврах – rest on one's laurels;

соль земли – the salt of the earth;

играть с огнем – to play with fire;

час настал (пробил) – one's hour has struck;

нет дыма без огня – there is no smoke without fire;

трудолюбивый как пчела – busy as a bee.

При переводе значения фразеологизмов в разных языках могут незначительно расходиться. Частичные фразеологические эквиваленты можно разбить на три группы.

К **первой группе** относятся фразеологизмы, совпадающие по значению, стилистической окраске и близкие по образности, но расходящиеся по лексическому составу:

сулить золотые горы – to promise wonders, to promise the moon;

в гостях хорошо, а дома лучше – East or West, home is the best;

купить кота в мешке – to buy pig in a poke;

первая ласточка – the first portent (sign);

овчинка выделки не стоит – the game is not worth the candle.

Некоторые из этих оборотов переводятся с помощью антонимического перевода, отрицательное значение передается с помощью утвердительной конструкции или, наоборот (*цыплят по осени считают* – *don't count your chickens before they are hatched*).

Ко **второй группе** относятся ФЕ, совпадающие по значению, образности, лексическому составу и стилистической окраске; но отличаются по таким формальным признакам, как число и порядок слов, например:

играть на руку кому-либо – to play into smb.'s hands (расхождение в числе);

не все то золото, что блестит – all is not gold that glitters (расхождение в порядке слов);

за деревьями не видеть леса – not to see the wood for the trees (расхождение в порядке слов).

К **третьей группе** относятся фразеологизмы, совпадающие по всем признакам, за исключением образности. По-русски мы говорим – *отправиться на боковую*, тогда как английским эквивалентом будет обычное – *to go to bed*.

В русском языке есть оборот – *быть как на ладони*, а в английском языке в таких случаях принято говорить – *to spread before the eyes, to be an open book*.

При переводе в первую очередь следует установить, что это за фразеологизм: полный или частичный. Не следует забывать также и о том, что для фразеологизмов также свойственна омонимия и многозначность. Например, словосочетание *to burn one's fingers* имеет значения – обжечь пальцы; обжечься на чем-либо, ошибиться.

*Don't mention it.* – не напоминай мне об этом; «не стоит благодарности».

Особую сложность представляют авторские преобразования, заключающиеся в:

- введении в фразеологический оборот новых компонентов: *to put the cart before the horse* (делать все наоборот) – *let's not put the cart too far ahead the horse* (E.S. Gardner);
- обновлении лексико-грамматического состава фразеологизма в результате замены отдельных его компонентов другими словами: *to have a millstone about one's neck* (носить тяжкий камень на сердце) – *to have an albatross about one's neck* (дословно – носить альбатроса на шее);
- расщеплении фразеологизма и использовании его компонента (компонентов) в составе переменного словосочетания;
- приведении фразеологизма не полностью, с сохранением лишь части компонентов.

Перевод ФЕ, особенно образных, представляет значительные трудности.

Это объясняется тем, что многие из них являются яркими, эмоционально насыщенными оборотами, принадлежащими к определенному речевому стилю и часто носящими ярко выраженный национальный характер. При переводе устойчивых сочетаний слов следует также учитывать особенности контекста, в котором они употребляются.

Для многих английских ФЕ характерны многозначность и стилистическая разноплановость, что осложняет их перевод на другие языки. Довольно сложным является перевод фразеологизмов, происходящих из античной культуры и получивших различную трактовку и эмоциональную окрашенность и даже разную форму в разных культурах.

К примеру, английская пословица «*Rome was not built in a day*» в русской традиции получила национальную окрашенность «Москва не сразу строилась». Однако, в контексте английской культуры такой перевод был бы неуместен.

Одним из наиболее сложных для перевода видов фразеологических единиц являются фразеологизмы, основанные на современных реалиях.

Одни становятся известными и, как правило, переводятся посредством калькирования: *Hell's Angels* – Ангелы Ада. Другие остаются преимущественно внутрикультурными, но, будучи весьма популярными в рамках исходной культуры, проникают в большое количество текстов, и, следовательно, подлежат калькированию.

Например, русские выражения «поле чудес», «в стране дураков», знаковые для российской современности, можно передать на английский язык посредством калькирования «*the Land of Wonders*», «*in the country of fools*» или путем создания функциональной замены на основе фразеобразовательных моделей английского языка – «*The Wonderfield*», «*in the fools' land*». Первый вариант тяготеет к буквальному переводу, тогда как второй вариант в большей степени передает фразеологичность и ассоциативную мощь исходного выражения. С переводческой точки зрения английские ФЕ делятся на две группы: ФЕ, имеющие эквиваленты в русском языке и безэквивалентные ФЕ.



**Фразеологические эквиваленты** бывают следующих типов: *полные, частичные, относительные и индивидуальные*.

*Полные эквиваленты* – это русские эквиваленты, в большинстве своем являющиеся моноэквивалентами английских фразеологизмов, совпадающие с ними по значению, по лексическому составу, образности, стилистической направленности и грамматической структуре. Число подобных соответствий невелико; к этой группе относятся фразеологизмы интернационального характера, основанные на мифологических преданиях, библейских легендах и исторических фактах: *Augean stables* – авгиевы конюшни *to burn one's boats* – сжечь свои корабли; *in the seventh heaven* – на седьмом небе.

*Частичный эквивалент* не означает какой-либо неполноты в передаче значения, а лишь содержит лексические, грамматические или лексико-грамматические расхождения при наличии одинакового значения одной и той же стилистической направленности.

**Частичные лексические эквиваленты** можно подразделить на две группы.

*Первую группу* составляют русские эквиваленты английских фразеологизмов, совпадающие по значению, стилистической направленности и близкие по образности, но несколько расходящиеся по лексическому составу. Примером могут служить следующие обороты: *light as a feather* – легкий как перышко; *to put by for a rainy day* – отложить про черный день; *a wolf in sheep's clothing* – волк в овечьей шкуре. К этой же группе относятся и некоторые пословицы: *hawks will not pick hawks' eyes out* – ворон ворону глаз не выклюет *one swallow does not make a summer* – одна ласточка весны не делает.

*Ко второй группе* частичных лексических эквивалентов относятся русские эквиваленты английских фразеологизмов, совпадающие по значению, стилистической направленности, но различные по образности. Подавляющее большинство образных фразеологизмов относится к этой группе.

Примерами могут служить: *to be born with a silver spoon in one's mouth* – родиться в сорочке; *birds of a feather flock together* – рыбак рыбака видит издалека; *a bird in the hand is worth two in the bush* – не сули журавля в небе, а дай синицу в руки.

Частичные грамматические эквиваленты – русские эквиваленты английских фразеологизмов, совпадающие с ними по значению, стилистической направленности и образности, но отличающиеся числом, в котором стоит существительное, или порядком слов: *fish in Doubled waters* – ловить рыбу в мутной воде; *the game is not worth the candle* – игра не стоит свеч; *all is not gold that glitters* – не все то золото, что блестит.

Относительный фразеологический эквивалент отличается от исходной ФЕ по какому-либо из показателей; часто синонимические компоненты, небольшие изменения формы, изменение синтаксического построения. В остальном он является полноценным соответствием переводимой ФЕ, «относительность» которой скрадывается контекстом.

Частым отличием можно считать неодинаковое лексико-семантическое содержание отдельных компонентов. Так, «показать спину» в английском языке появляется с компонентом не «показать», а «повернуть»: *to turn one's back*. Чрезвычайно часты различия в случаях использования различного рода трансформации типа антонимического перевода, конкретизации и генерализации, которым поддаются и ФЕ. К фразеологическим можно условно отнести и «индивидуальные» эквиваленты. Не находя в языке полного соответствия, переводчик иногда вынужден прибегать к словотворчеству, оформляя в духе переводимой единицы новый, свой фразеологизм, напоминающий «естественный».

При создании своего фразеологизма-аналога переводчик может воспользоваться уже существующими в языке фразеологическими средствами и моделями. Индивидуальные фразеологизмы, если они мастерски «сделаны», обладают показателями обычной ФЕ, отличаясь от нее лишь по одному, самому важному показателю – они не воспроизводимы.

Переводчик создает их в ходе своей работы, и очень мало вероятно, чтобы такой перевод закрепился за данной единицей настолько, чтобы вошел в язык. Поэтому здесь скорее идет речь о контекстуальном переводе.

### **Безэквивалентные ФЕ**

Многие английские ФЕ не имеют эквивалентов в русском языке. Это в первую очередь относится к фразеологизмам, обозначающим несуществующие у нас реалии.

При переводе подобных ФЕ используются *калькирование и описательный перевод*.

Калькирование дает возможность донести до русского читателя живой образ английского фразеологизма, что невозможно при использовании свободного необразного словосочетания, являющегося русским объяснением значения английского фразеологизма.

Например: *The old lady of Threadneedle Street* – (шутливо) старая леди с Треднидл стрит (английский банк). Пониманию перевода помогает примечание: Назван «старой леди» из-за своего консерватизма, а «Треднидл стрит» – улица, на которой он находится.

Перевод «английский банк» не передает специфики данного фразеологизма.

Переводу фразеологизмов уделено немало внимания в теоретических работах, в каждом пособии по переводу, в особенности по переводу художественной литературы, во многих публикациях по теории фразеологии и сопоставительной лингвистике.

Связанные с этим проблемы рассматриваются по-разному, рекомендуются различные методы перевода, встречаются несовпадающие мнения. Однозначного, стандартного, одного на все случаи жизни решения здесь быть не может. Учитывая специфику перевода ФЕ, очень часто при их переводе используется *обертональный перевод* (по терминологии А. В. Кунина) или *контекстуальная замена* (по терминологии Я. И. Рецкера).

«Обертональные» переводы – это своего рода окказиональный эквивалент, используемый для перевода фразеологизма только в данном контексте.

Следует учитывать, что окказиональность данного эквивалента определяется исключительно особенностями контекста и что в другом контексте аналогичный перевод может и не быть «обертональным», а полным или частичным эквивалентом.

Нахождение «обертонального перевода», в отличие от использования готового эквивалента – творческий процесс. Помимо калькирования, используется описательный перевод, то есть перевод фразеологизма при помощи свободного сочетания слов. Он особенно удобен для передачи оборотов терминологического характера, не допускающих буквального перевода. Описательный перевод уступает подлиннику по яркости, хотя и верно передает его значение.

Всегда нужно соотносить предлагаемый перевод с контекстом, в котором он находится. Возможности достижения адекватного перевода фразеологизмов зависят от соотношений между единицами исходного языка и языка перевода. С этой точки зрения ФЕ можно разбить на следующие части:

- имеющие точное, не зависящее от контекста соответствие;
- переводящиеся аналогом, обычно с некоторыми отступлениями;
- не имеющие эквивалентов.

Фразеологизмы **первой группы** имеют одно значение и одну и ту же стилистическую окраску и внутреннюю форму. Количество подобных соответствий в английском и русском языках очень ограничено:

*black ingratitude* – черная неблагодарность;

*red as blood* – красный как кров;

*like a red rag to a bull* – как красная тряпка на быка;

*yellow press* – желтая пресса;

*green with envy* – позеленевший от зависти;

*white flag* – белый флаг, флаг парламентаря (сигнал о капитуляции).

Ко **второй группе** относятся неполные, или частичные эквиваленты.

Они обладают сходным значением, но иным характером образности внутренней формы. Их еще иногда называют относительными фразеологическими эквивалентами.

Они отличаются от исходного варианта по какому-либо показателю: другие, часто синонимичные компоненты, небольшие изменения формы, синтаксического построения, иная сочетаемость. В остальном же они являются полными соответствиями, «относительность» которых скрадывается контекстом.

*to be in a black book* – черная книга/ черные списки;

*yellow belly* – желторотый птенец;

*golden opportunity* – блестящая возможность;

*grey cells/ matter* – «серое вещество», мозговые извилины;

*white lie* – невинная ложь, ложь во спасение;

*put down in black and white* – написано черным по белому.

Однако нужно помнить, что при использовании данного метода необходимо учитывать эмоционально-экспрессивную окраску фразеологизма.

Возможность передавать фразеологизмы аналогами с образностью, совершенно не имеющей точек соприкосновения в языках, объясняется тем, что по большей части это стертые или полустертые метафоры, не воспринимаемые подсознательно носителем языка.

**Третья группа** является самой многочисленной. Для их передачи на другой язык используются нефразеологические способы перевода. Такой перевод трудно назвать полноценным: всегда есть некоторые потери образности, экспрессивности, оттеночности.

Нефразеологический перевод, как показывает само название, передает данную ФЕ при помощи лексических, а не фразеологических средств ПЯ.

К нему прибегают лишь убедившись, что ни одним из фразеологических эквивалентов или аналогов воспользоваться нельзя. Такой перевод, учитывая даже компенсационные возможности контекста, трудно назвать полноценным: всегда есть потери (образность, экспрессивность, коннотации, афористичность, оттенки значений), что заставляет обращаться к нему только в случае крайней необходимости.

Калькирование, или дословный перевод, предпочитают обычно в тех случаях, когда другими приемами, в частности фразеологическими, нельзя передать ФЕ в целости ее семантико-стилистического и экспрессивно-эмоционального значения, а по тем или иным причинам желательно довести читателю образную основу. То есть калькирование возможно только тогда, когда дословный перевод может довести до читателя истинное содержание всего фразеологизма (а не значения составляющих его частей).

Например, можно перевести почти дословно на русский язык и получить осмысленную русскую поговорку от английского варианта *The grass is always greener on the other side of the hill* – *Трава всегда зеленее на другой стороне холма*.

Иногда при переводе приходится употребить не только кальку, но и краткий исторический комментарий. Такой прием перевода называется двойным или параллельным.

Существует взаимосвязь между древностью происхождения терминов цветообозначения и возможностью употребления в составе фразеологизмов.

Многие кальки можно отнести к фразеологическому переводу. Например, из английского языка: *the grass is always greener on the other side of the hill* можно перевести почти дословно и получить вполне осмысленную русскую поговорку: «трава всегда зеленее с другой стороны холма». Описательный перевод ФЕ сводится, по сути дела, к переводу не самого фразеологизма, а его толкования.

Чем древнее термин цветообозначения, тем вероятнее его нахождение в большом количестве фразеологизмов. Хотя даже те термины, которые входят в состав 11 базовых цветов не всегда участвуют в образовании фразеологизмов (оранжевый цвет):

- наиболее приемлемым вариантом перевода является использование ФЕ, идентичных оригинальным по значению, стилистической окраске и внутренней форме;
- в связи с национальными отличиями в цветовосприятии зачастую не удается подобрать полный эквивалент фразеологизма и переводчику приходится использовать единицы, совпадающие лишь по стилистической окраске, но с иной внутренней формой;
- если внутренняя форма фразеологизма никак не обыгрывается в речи, то в переводе можно использовать слово с эквивалентным объемом информации.

Как уже было указано фразеологизмы – особый тип сочетаний. Основной их особенностью является «частичное или полное несоответствие плана содержания плану выражения, что определяет специфику фразеологизма» и, безусловно, будет влиять на выбор приемов и способов перевода. Можно сформулировать следующие основные правила перевода ФЕ.

- При отсутствии непосредственных соответствий фразеологизм, употребленный в языке оригинала, можно перевести с помощью аналогичной ФЕ, хотя он и будет построен на иной словесно-образной основе.
- Калькирование, или пословный перевод, иногда допустимы, хотя этот метод не всегда является эффективным. Интересно, что порой переводчикам удается внедрить в язык перевода и даже культуру новую ФЕ.
- При переводе ФЕ с одного языка на другой рекомендуется пользоваться наиболее полными толковыми фразеологическими двуязычными словарями.

Практически в любом языке отмечено несколько уровней фразеологизмов, причем не все они общеизвестны, широкоупотребимы и зафиксированы словарями. Некоторые из них используются только определенными группами носителей языка и отсутствуют в словарях. Именно поэтому первостепенная задача переводчика – уметь распознать ФЕ в тексте, отличать устойчивое сочетание от переменного.

Поэтому умение анализировать речевые функции является еще одним условием адекватного перевода фразеологизмов на иностранные языки.

Иногда авторы используют ФЕ сразу в нескольких значениях для создания образных или эмоциональных ассоциаций или юмористического эффекта.

Бывают случаи, что переводчику приходится восстанавливать ФЕ, подвергшиеся авторской трансформации и передать в переводе достигаемый ими эффект.

Еще одной неизбежной трудностью являются национально-культурные отличия между близкими по смыслу ФЕ в разных языках. Зачастую, совпадая по смыслу, ФЕ имеют разную эмотивную функцию или стилистическую окрашенность.

Аналогичные проблемы могут возникнуть даже при переводе фразеологизмов, имеющих одинаковый источник, например, библейский, античный или мифологический.

Такие фразеологизмы будут называться интернациональными. К ним принадлежат ФЕ, заимствованные из языка в язык, или же возникали у разных народов независимо друг от друга вследствие общности человеческого мышления, близости отдельных моментов социальной жизни, трудовой деятельности, производства, развития науки и искусств.

С наибольшими трудностями приходится сталкиваться переводчику при работе с ФЕ, основанными на современных реалиях. Лишь некоторые из них быстро становятся популярными и проникают в международные словари.

Наконец, следует упомянуть и различного рода исторические выражения, или крылатые фразы. Трудность заключается в том, что иногда они имеют по несколько соответствий, как в языке оригинала, так и в языке перевода.

Рассмотрим фразу, авторство которой приписывают *О. Кромвелю*: «Put your trust in God...and keep your powder dry!» Если в контексте прослеживается военная тематика, то выражение можно перевести дословно: «Положитесь на Бога и держите порох сухим!»

Но исторически сложилось так, что выражение стало очень популярным в английской культуре и зачастую употребляется в бытовых ситуациях и не вызывает каких-либо исторических ассоциаций. Это связано с тем, что в сознании носителя языка значения фразеологических сочетаний закрепляются подобно тому, как закрепляются значения отдельно взятых слов, и внутренняя форма ФЕ не всегда помогает мотивировать значение.

Тогда для перевода вполне подойдет русская народная пословица: «На бога надейся, а сам не плошай», передающая разговорный характер исходной единицы.

### **Правила перевода ФЕ**

- Оптимальным переводческим решением является поиск идентичной ФЕ.
- При отсутствии непосредственных соответствий фразеологизм, употребленный в языке оригинала, можно перевести с помощью аналогичной ФЕ, хотя он и будет построен на иной словесно-образной основе: стилистическая или эмоциональная окраска не всегда совпадают. В этом случае взаимозамена невозможна.
- Калькирование, или пословный перевод, иногда допустимы, хотя этот метод не всегда является эффективным. Чаще всего этот путь применим к фразеологизмам, имеющим библейские, античные или мифологические источники.
- При переводе текстов культурно-исторической тематики применяют калькирование наряду с объяснением в возможно более кратком виде. Такой вид перевода называется двойным, или параллельным.
- Если в языке перевода нет фразеологизмов, в большем или меньшем объеме эквивалентных исходной ФЕ, нужно искать соответствующие по значению и окраске слова, так называемые однословные частичные эквиваленты фразеологизмов.

Возможности достижения полноценного словарного перевода ФЕ зависят в основном от соотношений между единицами исходного языка и языка перевода.

## СОДЕРЖАНИЕ

№	НАИМЕНОВАНИЕ ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ	С
1.	Глава 1. Характеристика цветовой картины мира	
2.	1.1. Теории происхождения & аспекты изучения цвета	4
3.	1. 2. Цвет как объект исследований в лингвистике	31
4.	1. 3. Психология восприятия цвета	51
5.	Глава 2. Фразеология как лингвистическая наука	
6.	2. 1. Основные понятия фразеологии	75
7.	2. 2. Фраземы как предмет фразеологии	85
8.	2. 3. Процесс происхождения фразеологизмов	104
9.	2. 4. Стилистическое расслоение английской фразеологии	126
10.	2. 5. Системные связи в сфере фразеологии	152
11.	2.6. Классификации фразеологических единиц	161
12.	2.7. Фразеологическая компетентность	191
13.	Глава 3. Основные понятия в сфере цветообозначений	
14.	3.1. Символика цвета в английском языке	198
15.	3.2. Классификация фразеологизмов с компонентом цвета	254
16.	3.3. Когнитивная лингвистика	275
17.	3. 4. Трудности перевода фразеологизмов	295
18.	Список литературы	303
19.	Приложения	306

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агюстон Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне. – М., 1982. – 184 с.
- Александрова О.В. Когнитивная функция языка в свете функционального подхода к его изучению // Когнитивные аспекты языковой категоризации. Рязань, 2000. – С.45-56.
- Алехина А.И. ФЕ и слово / А.И. Алехина. – Минск: Из-во белорусского государственного университета имени Ленина, 1979. – 170 с.
- Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии / Н.Н. Амосова. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. – 130 с.
- Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка: Учебное пособие для студентов / О.В.Афанасьева, Н.Н. Морозова, Г.Б. – М: Дрофа, 2005. – 286 с.
- Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка (пособие для студентов английских отделений педагогических институтов) / И.В. Арнольд. – М: Просвещение, 1986. – 346 с.
- Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ ФЕ: (На материале ФЕ, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках) / Е. Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – 132 с.
- Арутюнова Н.Д. Языковая метафора / Н.Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – М.: Наука, 1979. – С. 159-195.
- Арутюнова Н.Д. Дискурс и метафора / Н.Д.Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5 - 32.
- Баран Я.А. Фразеологія у системі мови. – Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 1997. – 176 с.
- Баранов А. Н. Внутренняя форма идиом и проблема толкования / Д. О. Добровольский, А. Н. Баранов // Известия АН. Серия литературы и языка, 1990. – Том 57. – N 1. – С. 36-44.
- Баранов А.Н. Концептуальная модель значения идиом / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Когнитивные аспекты лексики. Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 1991. – С. 3-13.
- Баранцев К.Т. Англо-український фразеологічний словник. – К.: Знання, 2005. – 1056 с.
- Беляевская Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова). – М., 1992. – С. 13-23.
- Брагина А. А. «Цветовые» определения и формирование новых значений слов и словосочетаний / А. А. Брагина // Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1972. – 156 с.
- Василевич А.П. Этимология цветоименований как зеркало национально-культурного сознания // Наименования цвета в индоевропейских языках: Системный и исторический анализ / Отв. ред. А.П. Василевич. М.: КомКнига, 2007. – 320 с.
- Вежбицкая А. Семантические примитивы / А.Вежбицкая // Семантика. М.: Радуга, 1983. – С. 225-252.
- Володарский Л. Цвет божественных энергий // Наука и религия. – 1998. – №3. – С. 24-26.
- Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: «Наука», 1977. – 312 с.
- Гак В.Г. К проблеме семантической синтагматики / В.Г. Гак // Проблемы структурной лингвистики. – М.:Наука, 1972. – С.367 - 395.
- Гак В.Г. Сопоставительная лексикология / В.Г. Гак. – М.: Наука, 1977. – 140 с.
- Гинзбург Р.З.Лексикология английского языка / Р.З. Гинзбург, С.С. Хидекель, Г.Ю. Князева, А.А.Санкин. – М.: Высшая школа, 1979. – 269 с.
- Гете И.В. Избранные философские произведения / И.В. Гете. – М., 1964. – 385 с
- Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
- Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии //Вопросы языкознания. 1997. – № 6. – С. 37-48.
- Дорошенко А.В. Лексико-фразеологический фрагмент языка биржевой структуры (на материале англ.языка) // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 105-112.
- Елисеева В.В. Лексикология английского языка / В.В. Елисеева. – СПб: СПбГУ, 2003. – 44 с.
- Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов / В.П. Жуков. – М., 1978. – С.34-45.
- Жуков В.П. Способы фразеологической аппликации и классификация фразеологического материала / В.П.Жуков // Системность русского языка. – Новгород, 1973. – С. 125- 137.
- Заботкина В.И. Соотношение семантического и прагматического в структуре словозначения //

- Проблемы функциональной семантики / В.И. Заботкина. – Калининград, 1993. – С.82-91.
- Заботкина В.И. К вопросу о динамической концептуальной семантике // Пелевенские чтения 2005: Межвуз. сб. науч. тр. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2005. – 390 с.
  - Заботкина В.И. О соотношении прагматического и когнитивного в дискурсе // Вестник РГУ им. И. Канта. Вып. 2: Сер. Филологические науки. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2007. – С. 86-91.
  - Иваровская В. И. Лексическое значение цветowych прилагательных в синагматико-парадигматическом и словообразовательном аспектах // Вестник СПбГУ: Сер. № 2. – 1998. – 104-109 с.
  - Книга английских идиом / В. Х. Коллинз. – Л. : Учпедгиз, 1960. – 258 с.
  - Коралова А.Л. Характер образности фразеологических единиц // Сборник научных трудов Московского государственного педагогического института иностранных языков имени Мориса Тореза. – 1978. – №131. – С. 77-84
  - Ковшова М. Принципы когнитивно-культурологического исследования идиом / М. Ковшова // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 192-201.
  - Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке / Г.В.Колшанский. – М.: Наука, 1990. –103 с.
  - Комова Т.А. Цветообозначения как объект категоризации (на материале русского и английского языков) / Т.А. Комова // Когнитивные аспекты языковой категоризации: Сб. науч. тр. Рязань: Изд-во РГПУ им. С.А. Есенина, 2000. – С. 76-82.
  - Корунец І.В. Теорія і практика перекладу / І.В. Корунець. – К.: Вища школа, 1986. – 173 с.
  - Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров. М., 2000. – С. 7-25.
  - Кунин А.В. Курс фразеологии совр. англ. языка/ А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 381 с.
  - Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. Для ин-тов и фак. Иностр. яз. 2-е изд., перераб./ А.В.Кунин. – М.: Высшая школа, Дубна: Изд. Центр "Феникс", 1996. – 381 с.
  - Липилина Л.А. Когнитивная роль языковой аналогии в создании новых метафор (на материале современного английского языка) // Вестник РГУ им. И. Канта. – Вып. 2: Сер. Филологические науки. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2007. – С.91-98.
  - Маковский М.М. Историко-энциклопедический словарь английского языка. – Слово в зеркале человеческой культуры. – М., 2000. – 450 с.
  - Маслова В. А. Культурно-национальная специфика русской фразеологии // Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С.69-77.
  - Мелерович А.М. О принципах словаря индивидуально-авторских употреблений фразеологических единиц в современном русском языке / А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко // Советская лексикография. Сборник статей. – М., 1998. – С. 101-115.
  - Минский М. Фреймы для представления знаний / М.Минский. – М.: Энергия, 1979. – 151 с.
  - Морозова В.С. Символика цветообозначения при описании концептов эмоций в современном арабском литературном языке. // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С.201-206.
  - Мороховский А.Н. Стилистика английского языка: Учебник для студентов ин-тов и фак. иностр. языков / А.Н.Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко . – К.: Высш. шк., 1991. – 271 с.
  - Носовец С. Г. Цветовая картина мира Владимира Набокова в когнитивно-прагматическом аспекте: Цикл рассказов «Весна в Фиальте»/ С. Г. Носовец. – Омск, 2002. – 249 с.
  - Ожегов С. И. Словарь русского языка /под ред. Н. Ю. Шведовой. – М.: Азъ, 1992. – 955 с.
  - Потебня А.А. Слово и миф / А.А. Потебня. – М.: Правда, 1989. – 624 с.
  - Рахимова Г. Р. Колористическая лексика в аспекте языковой картины мира. – Тамбов: Грамота, 2010. № 3 (7). – С.130-133.
  - Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови/ Л.Г. Скрипник. – К.: Наук. думка, 1973. – 278 с.
  - Смит Л.П. Фразеология английского языка. Пер. А.С. Игнатъева. – М.: Учпедгиз, 1989. – 208 с.
  - Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молоткова. – 4-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1986. – 543 с.
  - Фрумкина Р. М. Психолінгвістика: Учеб. для студ. высш. учеб. Заведений / Р. М. Фрумкина. – М.:



Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.

- Шемякин Ф. Н. К вопросу об отношении слова и наглядности образа (цвет и его название) / Ф. Н. Шемякин // Известия АПН РСФСР. 1960. № 113. – 5-7 с.
- Рахилина Е.В. О семантике прилагательных цвета // Наименования цвета в индоевропейских языках: Системный и исторический анализ / Отв. ред. А.П. Василевич. М.: КомКнига, 2007. – 320 с.
- Ручко П. А. К вопросу о семантической мотивированности слов со значением «цвет» в русском и английском языках / П. А. Ручко // Молодой ученый. – 2016. – №13. – С. 706-710.
- Сандомирская Н.А. Фразеология и коллективная культурная идентичность / Н.А. Сандомирская // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С.120-129.
- Смирницкий А.И. Лексикология английского языка / А.И. Смирницкий. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 260 с.
- Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании ЯКМ / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. – М., 1988. – 180 с.
- Чёрная А.И. Фразео-семантическое поле и фразеологический синонимичный ряд // Фразеологическая система английского языка: Межвузовский сборник научных трудов. – Челябинск, 1985. – 486 с.
- A Basic Dictionary of Synonyms and Antonyms / L. Urdang. – N. Delhi; Bombay: Vision Books, 1983. – 399 p.
- Alexander R. J. Fixed expressions in English: A linguistic, psycholinguistic, sociolinguistic and didactic study. Part 1 // Anglistic und Englischunterricht. – № 6. – 1979. – P. 171-88.
- Allan K. Natural language semantics. – Oxford: Blackwell Publishers, 2001. – 456 p.
- Baranov A. Cognitive Modeling of Actual Meaning in the Field of Phraseology / A. Baranov, D. Dobrovolskij // Journal of Pragmatics. – 1996. – № 25. – P.409-429.
- Baker M. In other words: a course book on translation. – London and New York: Routledge, 1992. – 128 p.
- Berlin B. Basic colour terms: their universality and evolution / B.Berlin, P. Kay. – Berkeley: University of California Press, 1969. – 207 p.
- Berlin B. Basic color terms. Their universality and evolution/ B.Berlin, P. Kay. – Berkeley, California: University of California Press, 1969. – 178 p.
- Dirven R, Verspoor M. Cognitive exploration of language and linguistics. – 2nd rev.ed. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/Philadelphia, 2004. – 456 p.
- A Concise Etymological Dictionary of the English Language. – N.-York, 1963. – 656 p.
- Collins Shorter English Dictionary. References with etymological pronouncing. – London, 1973. – 1345 p.
- Longman Dictionary of English Idioms. – London, 1979. – 387 p.
- Collins English Language Dictionary. – Harper Collins Publishers, 1991. – 1703 p.
- Dictionary of Contemporary English.- Pearson Education Limited. Fifth edition 2009. – 2081 p.
- Roget's Thesaurus of English Words and Phrases. – 6th. Ed. – London, 1982. – 1852 p.
- Soule's Dictionary of English Synonyms. – Toronto-New-York –London – Sydney, 1981. – 1222 p.
- Webster's New 20th Century Dictionary of the English Language. – Unabridged. – N.-York, 1993. – 2037 p.
- New Webster's Dictionary & Thesaurus of the English Language. – Lexicon Publications, INC. Danbury, 1993. – 1248 p.
- Wehmeier S., Oxford Advanced Learner's Dictionary. – Oxford University Press, 2005. – 1899 p.



## APPENDIX 1.

**as black as a skillet** - very black

My hands were as black as a skillet when I finished working on the car engine.

**as black as a stack of black cats** - very black

The little boy was as black as a stack of black cats after playing outside all day.

**as black as a sweep** - very dirty or black (a chimney sweep cleans chimneys and becomes very black)

My friend was as black as a sweep after he finished cleaning the basement.

**as black as coal** - very black

My friend's cat is as black as coal.

**as black as night** - very dark and black

The old house was as black as night when we entered it.

**as black as pitch** - very black

My face was as black as pitch after cleaning the stove all morning.

**as black as the ace of spades** - very black

The horse in the parade was as black as the ace of spades.

**as red as a cherry** - bright red

The car was as red as a cherry after its new paint job.

**as red as a poppy** - bright red

The mark on my arm was as red as a poppy.

**as red as a rose** - intensely red

The morning sunrise was as red as a rose.

**as red as a ruby** - deep red

The office assistant was wearing lipstick that was as red as a ruby.

**as red as blood** - deep red

The stain on the carpet was as red as blood.

**as white as a ghost** - very pale because of fear or shock or illness

My sister became as white as a ghost when she saw the man at the window.

**as white as a sheet** - very pale

I felt terrible this morning and in the mirror I looked as white as a sheet.

**as white as the driven snow** - very white

The fur on the dog was as white as the driven snow.

**black and blue** - bruised

My shoulder was black and blue after I fell down the stairs.

**black and white** - either good or bad, either one way or the other way, oversimplified

Our boss sees everything in black and white.

**black box** - an electronic device that can be removed from an aircraft as a single package

The investigators searched for a long time in order to find the black box of the airplane.

**black eye** - a bruise near one's eye which makes it appear black

The man received a black eye when he bumped into the closed door.

**black market** - the place where goods or money are illegally bought and sold

We sold some cigarettes on the black market during our travels.

**black out** - to darken a room or building by turning off the lights

During the war, people in the cities were forced to black out their windows so nobody could see them.

**black out** - to lose consciousness

The man blacked out during the parade and he had to sit down and rest.

**black sheep (of a family)** - a person who is a disgrace to a family or group

The man is the black sheep in his family and has not made a success of his life.

**blackball (someone)** - to exclude or ostracize someone socially, to reject someone

The businessman was blackballed in the industry because of his bad business practices.

**blacklist (someone)** - to exclude someone, to write someone's name on a list if they break some rules

The sports federation blacklisted the swimmer because he was using steroids.

**blackmail (someone)** - to extort or take money from someone by threatening him or her

The photographer tried to blackmail the famous actress with some photographs that he had taken.

**blackout** - a temporary situation where you do not release some information

The government decided to have a blackout regarding the political prisoner.

**black-tie event/affair** - a formal event where guests wear semi-formal clothes with men wearing black bow ties with tuxedos or dinner jackets

The award ceremony for the movie awards was a black-tie affair.

**blue blood** - someone from a noble or wealthy or aristocratic family

Many of the blue bloods of the town went to the opening of the opera.

**blue in the face** - to be very angry or upset, to be excited and very emotional

I argued with my supervisor until I was blue in the face.

**blue-ribbon** - of superior quality or distinction, the best of a group

A blue-ribbon panel of experts were asked to suggest a new policy for the city.

**brown bag it** - to take a lunch to work

I must brown bag it this week because the company cafeteria is closed.

**carte blanche** - the freedom or permission to do what you want (blanche means white in French)

The new manager was given carte blanche to change the policies in her department.

**catch (someone) red-handed** - to catch someone in the middle of doing something wrong

The woman was caught red-handed when she tried to steal some cosmetics.

**chase rainbows** - to try to get or achieve something that is difficult or impossible

My old school friend is always chasing rainbows and he never achieves anything.

**dyed-in-the-wool** - permanent, always (like wool that is dyed a certain color)

My father is a dyed-in-the-wool conservative and he will probably never change.

**ears are red** - one's ears are red from embarrassment

My ears were red after hearing what the teacher said about me.

**get gray hair** - to have one's hair turn gray from stress

Our teacher is getting gray hair from stress.

**get the blues** - to become sad or depressed

The dull cloudy weather has caused me to get the blues.

**get the green light** - to receive a signal to start or continue something

We got the green light to begin a study of the security problems at our school.

**give (someone) the green light** - to give someone permission to proceed with a project

The city gave us the green light to begin the new project.

**grass is always greener on the other side (of the fence)** - a place or situation that is far away or different seems better than one's present situation

The man believes that the grass is greener on the other side and he always wants to change jobs.

**a gray area** - smth. that is not clearly defined and does not conform to an existing set of rules, neither black or

white, neither one or another way. The issue of the tax on children's toys is a gray area for the accountant.

**gray matter** - brains, intelligence

I wish that my friend would use his gray matter more effectively when he is making his crazy plans.

**green** - to be inexperienced or immature

The young man is rather green and does not have enough experience to drive the large machinery.

**green around the gills** - looking sick

My friend looked green around the gills after the long bus ride.

**green belt** - an area of fields and trees around a town

Our city has a policy to increase the green belt around the city.

**green-eyed monster** - jealousy

The woman was consumed by the green-eyed monster and it was affecting her life.

**green thumb** - a talent for gardening, the ability to make things grow

My neighbor has a green thumb and is able to grow one of the best gardens in our neighborhood.

**green with envy** - to be very jealous, to be full of envy

I was green with envy when I heard that my cousin would be going to London for a week.

**greenhorn** - an untrained or inexperienced or naive person

The young man is a greenhorn and he has much to learn about his new job.

**have a yellow streak** - to be cowardly

The man has a yellow streak and he will not defend you if you are having a problem.

**have the blues** - to be sad or depressed

The man next door seems to have the blues.

**have the green light** - to have a signal to start or continue something

The company finally has the green light to start the project.

**horse of a different color** - something totally separate and different

I know that our boss would like to discuss that issue now but it is a horse of a different color and we should discuss it at another time.

**in black and white** - in writing, officially

I put down my complaint in black and white.

**in (someone's) black books** - to be in disgrace or in disfavor with someone

The boy is in his girlfriend's black books because he was late for their date.

**in the black** - to be successful or profitable

Our company has been in the black since they began to cut costs.

**in the pink (of condition)** - in very good health

My grandmother was in the pink of condition when I saw her.

**in the red** - to be in debt, to be unprofitable

The company has been in the red for three years now.

**lend color to (something)** - to provide something extra to accompany something

The music in the play helped to lend color to the performance of the actors.

**like waving a red flag in front of a bull** - what you are doing will definitely make smb. angry

Talking about the city mayor with my father is like waving a red flag in front of a bull. He hates the city mayor.

**local color** - the traditional features of a place which give it its own character

The weekend vegetable market added much local color to the small town.

**look at the world through rose-colored glasses** - to see only the good things about smth., to be too optimistic

My friend always looks at the world through rose-colored glasses and he does not believe that some people are dishonest.

**off-color** - in bad taste, rude

The man told an off-color joke at the party which made his wife angry.

**off-color** - not the exact color

We painted our kitchen in an off-color of white.

**once in a blue moon** - very rarely

We only go out for Italian food once in a blue moon although we enjoy it very much.

**out of the blue** - without warning, happening suddenly and unexpectedly

Out of the blue, my friend decided to stop using Facebook.

The decision to close the store came out of the blue.

**out of the red** - out of debt

Our company is finally out of the red and we are now making money.

**paint the town red** - to go out and party and have a good time

When my cousin came to visit us we decided to go out and paint the town red.

**pink slip** - a termination notice from a job

I received my pink slip last week and I am now looking for a new job.

**pitch-black** - very black, as black as pitch

The road was pitch-black and we could not see anything.

**pot calling the kettle black** - the person who criticizes or accuses smb. else is as guilty as the person he or she criticizes or accuses. My friend criticized me for not changing jobs but that is like the pot calling the kettle black. She will not change jobs either.

**put (something) down in black and white** - to write the details of a contract or something on paper

I asked the buyer to put the offer to buy my car down in black and white.

**raise a white flag** - to indicate that you have been defeated and that you want to give up

The soldiers raised a white flag and surrendered to the enemy.

**red-carpet treatment** - to receive special or royal treatment

I always receive the red-carpet treatment when I go and visit my aunt.

**red-eye** - an airplane flight that leaves late at night and arrives early in the morning

We caught the red-eye flight last night and we are very tired today.

**a red flag** - a signal that something is not working properly or correctly

The fallen trees along the road raised a red flag for the safety inspectors.

**red herring** - an unimportant matter that draws attention away from the main subject

Talking about the other issue was a red herring that did not do anything to deal with today's problem.

**red-hot** - very hot, creating much excitement or demand

The new video game is red-hot and many people are waiting to buy one.

**red in the face** - embarrassed

I became red in the face when the teacher asked me a question.

**red-letter day** - a day that is memorable because of some important event

It was a red-letter day when my sister received her graduation diploma.

**red tape** - excessive formalities in official business

Many businesses complain about the red tape that they must deal with in order to get anything done with the government.

**roll out the red carpet** - to greet a person with great respect, to give a big welcome to someone

The government rolled out the red carpet when the politician came to visit.

**sail under false colors** - to pretend to be smth. one is not (a pirate ship used to disguise itself as an ordinary ship by using a false flag)

The head of the company is sailing under false colors; he does not really understand how the company works.

**see pink elephants** - to see things which are not really there because they are only in your imagination

The man was seeing pink elephants according to those who listened to his story.

**see red** - to become very angry

My boss saw red when I told him that I would not be coming to work today.

**see the color of (someone's) money** - to prove that someone has enough money for something

The car dealer would not let me take the car until he saw the color of my money.

**see the world through rose-colored glasses** - to see only the good things about something, to be too optimistic

The man sees the world through rose-colored glasses and thinks that everything is wonderful.

**show one's true colors** - to show what one is really like or really thinking

I thought that the woman likes me but she showed her true colors when she began yelling at me on the telephone.

**talk a blue streak** - to talk very much and very rapidly

The woman beside me on the bus talked a blue streak for most of the journey.

**talk until one is blue in the face** - to talk until one is exhausted

I talked until I was blue in the face but I could not change my teacher's opinion about my essay.

**tickled pink** - to be very pleased or delighted by someone or something

"My mother was tickled pink that you visited her when you were in town."

**wave a white flag** - to indicate that you have been defeated and that you want to give up

The soldiers were waving a white flag when they surrendered to the enemy.

**white elephant** - a useless possession (that often costs money to maintain)

The new airport is a white elephant and nobody wants to use it.

**white lie** - a harmless or small lie told to be polite or to avoid hurting someone's feelings

I told my supervisor a white lie yesterday and said that I was sick when actually I was not.

**white sale** - the selling of towels or sheets at a reduced price

We went to the white sale at the department store to buy some new sheets.

**white-tie event/affair** - an event that requires guests to wear formal dress such as men wearing white bow ties with formal evening dress. I attended a white-tie dinner in honor of the president of our university.

**whitewash (something)** - to cover up or gloss over faults or errors or wrongdoing

The government was accused of trying to whitewash the scandal about the illegal money.

**with flying colors** - with great or total success

My friend passed the course with flying colors and she now wants to celebrate.

**yellow-bellied** - extremely timid, cowardly

The man is yellow-bellied and is never willing to fight for what is right.

**as black as a skillet** - very black

My hands were as black as a skillet when I finished working on the car engine.

**as black as a stack of black cats** - very black

The little boy was as black as a stack of black cats after playing outside all day.

**as black as a sweep** - very dirty or black (a chimney sweep cleans chimneys and becomes very black)

My friend was as black as a sweep after he finished cleaning the basement.

**as black as coal** - very black

My friend's cat is as black as coal.

**as black as night** - very dark and black

The old house was as black as night when we entered it.

**as black as pitch** - very black

My face was as black as pitch after cleaning the stove all morning.

**as black as the ace of spades** - very black

The horse in the parade was as black as the ace of spades.

**black and blue** - bruised

My shoulder was black and blue after I fell down the stairs.

**black and white** - either good or bad, either one way or the other way, oversimplified

Our boss sees everything in black and white.

**black box** - an electronic device such as a flight recorder that can be removed from an aircraft as a single package

The investigators searched for a long time in order to find the black box of the airplane.

**black eye** - a bruise near one's eye which makes it appear black

The man received a black eye when he bumped into the closed door.

**black market** - the place where goods or money are illegally bought and sold

We sold some cigarettes on the black market during our travels.

**black out** - to darken a room or building by turning off the lights

During the war, people in the cities were forced to black out their windows so nobody could see them.

**black out** - to lose consciousness

The man blacked out during the parade and he had to sit down and rest.

**black sheep (of a family)** - a person who is a disgrace to a family or group

The man is the black sheep in his family and has not made a success of his life.

**blackball (someone)** - to exclude or ostracize someone socially, to reject someone

The businessman was blackballed in the industry because of his bad business practices.

**blacklist (someone)** - to exclude or ostracize someone, to write someone's name on a list if they break some rules

The sports federation blacklisted the swimmer because he was using steroids.

**blackmail (someone)** - to extort or take money from someone by threatening him or her

The photographer tried to blackmail the famous actress with some photographs that he had taken.

**blackout** - a temporary situation where you do not release some information

The government decided to have a blackout regarding the political prisoner.

**black-tie event/affair** - a formal event where guests wear semi-formal clothes with men wearing black bow ties with tuxedos or dinner jackets. The award ceremony for the movie awards was a black-tie affair.

**in black and white** - in writing, officially

I put down my complaint in black and white.

**in (someone's) black books** - to be in disgrace or in disfavor with someone

The boy is in his girlfriend's black books because he was late for their date.

**in the black** - to be successful or profitable

Our company has been in the black since they began to cut costs.

**pitch-black** - very black, as black as pitch

The road was pitch-black and we could not see anything.

**pot calling the kettle black** - the person who criticizes or accuses someone else is as guilty as the person he or she criticizes or accuses

My friend criticized me for not changing jobs but that is like the pot calling the kettle black. She will not change jobs either.

**put (something) down in black and white** - to write the details of a contract or something on paper

I asked the buyer to put the offer to buy my car down in black and white.

black and blue - bruised

My shoulder was black and blue after I fell down the stairs.

**blue blood** - the blood of a noble or wealthy or aristocratic family

Many of the blue bloods of the town went to the opening of the opera.

**blue in the face** - to be very angry or upset, to be excited and very emotional

I argued with my supervisor until I was blue in the face.

**blue-ribbon** - of superior quality or distinction, the best of a group

A blue-ribbon panel of experts were asked to suggest a new policy for the city.

**get the blues** - to become sad or depressed

The dull cloudy weather has caused me to get the blues.

**have the blues** - to be sad or depressed

The man next door seems to have the blues.

**out of the blue** - without warning, happening suddenly and unexpectedly

Out of the blue, my friend decided to stop using Facebook. The decision to close the store came out of the blue.

**talk a blue streak** - to talk very much and very rapidly

The woman beside me on the bus talked a blue streak for most of the journey.

**talk until one is blue in the face** - to talk until one is exhausted

I talked until I was blue in the face but I could not change my teacher's opinion about my essay.

**get gray hair** - to have one's hair turn gray from stress

Our teacher is getting gray hair from stress.

**a gray area** - something that is not clearly defined and does not conform to an existing set of rules, neither black or white, neither one way or another way

The issue of the tax on children's toys is a gray area for the accountant.

**gray matter** - brains, intelligence

I wish that my friend would use his gray matter more effectively when he is making his crazy plans.

**get the green light** - to receive a signal to start or continue something

We got the green light to begin a study of the security problems at our school.

**give (someone) the green light** - to give someone permission to proceed with a project

The city gave us the green light to begin the new project.

**grass is always greener on the other side (of the fence)** - a place or situation that is far away or different seems better than one's present situation. The man believes that the grass is always greener on the other side of the fence and he always wants to change jobs.

**green** - to be inexperienced or immature

The young man is rather green and does not have enough experience to drive the large machinery.

**green around the gills** - looking sick

My friend looked green around the gills after the long bus ride.

**green belt** - an area of fields and trees around a town

Our city has a policy to increase the green belt around the city.

**green-eyed monster** - jealousy

The woman was consumed by the green-eyed monster and it was affecting her life.

**green thumb** - a talent for gardening, the ability to make things grow

My neighbor has a green thumb and she is able to grow one of the best gardens in our neighborhood.

**green with envy** - to be very jealous, to be full of envy

I was green with envy when I heard that my cousin would be going to London for a week.

**Greenhorn** - an untrained or inexperienced or naive person

The young man is a greenhorn and he has much to learn about his new job.

**have the green light** - to have a signal to start or continue something

The company finally has the green light to start the project.

**be in the pink (of condition)** - in very good health

My grandmother was in the pink of condition when I saw her.

**look at the world through rose-colored glasses** - to see only the good things about something, to be too optimistic. My friend always looks at the world through rose-colored glasses and he does not believe that some people are dishonest.

**pink slip** - a termination notice from a job

I received my pink slip last week and I am now looking for a new job.

**see pink elephants** - to see things which are not really there because they are only in your imagination

The man was seeing pink elephants according to those who listened to his story.

**see the world through rose-colored glasses** - to see only the good things about something, to be too optimistic

The man sees the world through rose-colored glasses and thinks that everything is wonderful.

**tickled pink** - to be very pleased or delighted by someone or something

My mother was tickled pink that you visited her when you were in town.

**as red as a cherry** - bright red

The car was as red as a cherry after its new paint job.

**as red as a poppy** - bright red

The mark on my arm was as red as a poppy.

**as red as a rose** - intensely red

The morning sunrise was as red as a rose.

**as red as a ruby** - deep red

The office assistant was wearing lipstick that was as red as a ruby.

**as red as blood** - deep red

The stain on the carpet was as red as blood.

**catch (someone) red-handed** - to catch someone in the middle of doing something wrong

The woman was caught red-handed when she tried to steal some cosmetics.

**ears are red** - one's ears are red from embarrassment

My ears were red after hearing what the teacher said about me.

**in the red** - to be in debt, to be unprofitable



The company has been in the red for three years now.

**like waving a red flag in front of a bull** - what you are doing will definitely make someone angry or upset  
Talking about the city mayor with my father is like waving a red flag in front of a bull. He hates the city mayor.

**out of the red** - out of debt

Our company is finally out of the red and we are now making money.

**paint the town red** - to go out and party and have a good time

When my cousin came to visit us we decided to go out and paint the town red.

**red-carpet treatment** - to receive special or royal treatment

I always receive the red-carpet treatment when I go and visit my aunt.

**red-eye** - an airplane flight that leaves late at night and arrives early in the morning

We caught the red-eye flight last night and we are very tired today.

**a red flag** - a signal that something is not working properly or correctly

The fallen trees along the road raised a red flag for the safety inspectors.

**red herring** - an unimportant matter that draws attention away from the main subject

Talking about the other issue was a red herring that did not do anything to deal with today's problem.

**red-hot** - very hot, creating much excitement or demand

The new video game is red-hot and many people are waiting to buy one.

**red in the face** - embarrassed

I became red in the face when the teacher asked me a question.

**red-letter day** - a day that is memorable because of some important event

It was a red-letter day when my sister received her graduation diploma.

**red tape** - excessive formalities in official business

Many businesses complain about the red tape that they must deal with in order to get anything done with the government.

**roll out the red carpet** - to greet a person with great respect, to give a big welcome to someone

The government rolled out the red carpet when the politician came to visit.

**see red** - to become very angry

My boss saw red when I told him that I would not be coming to work today.

**as white as a ghost** - very pale because of fear or shock or illness

My sister became as white as a ghost when she saw the man at the window.

**as white as a sheet** - very pale

I felt terrible this morning and in the mirror I looked as white as a sheet.

**as white as the driven snow** - very white

The fur on the dog was as white as the driven snow.

**black and white** - either good or bad, either one way or the other way, oversimplified

Our boss sees everything in black and white.

**carte blanche** - the freedom or permission to do what you want (blanche means white in French)

The new manager was given carte blanche to change the policies in her department.

**in black and white** - in writing, officially

I put down my complaint in black and white.

**put (something) down in black and white** - to write the details of a contract or something on paper

I asked the buyer to put the offer to buy my car down in black and white.

**raise a white flag** - to indicate that you have been defeated and that you want to give up

The soldiers raised a white flag and surrendered to the enemy.

**wave a white flag** - to indicate that you have been defeated and that you want to give up

The soldiers were waving a white flag when they surrendered to the enemy.

**white elephant** - a useless possession (that often costs money to maintain)

The new airport is a white elephant and nobody wants to use it.

**white lie** - a harmless or small lie told to be polite or to avoid hurting someone's feelings

I told my supervisor a white lie yesterday and said that I was sick when actually I was not.

**white sale** - the selling of towels or sheets at a reduced price

We went to the white sale at the department store to buy some new sheets.

**white-tie event/affair** - an event that requires guests to wear formal dress such as men wearing white bow ties with formal evening dress

I attended a white-tie dinner in honor of the president of our university.

**whitewash (something)** - to cover up or gloss over faults or errors or wrongdoing

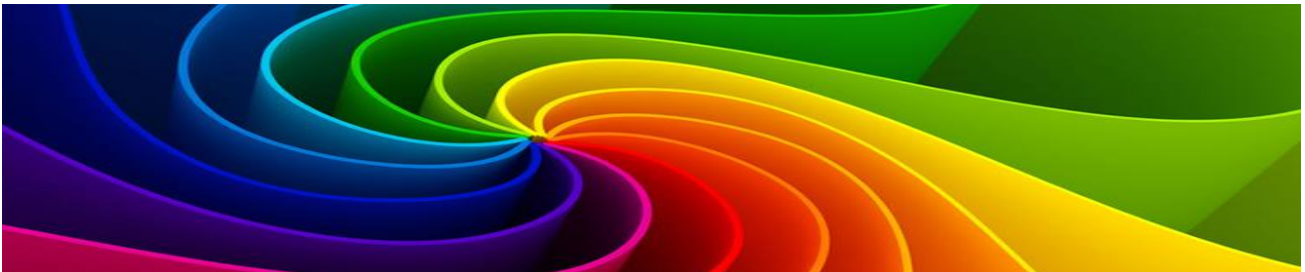
The government was accused of trying to whitewash the scandal about the illegal money.

**have a yellow streak** - to be cowardly

The man has a yellow streak and he will not defend you if you are having a problem.

**yellow-bellied** - extremely timid, cowardly

The man is yellow-bellied and is never willing to fight for what is right.



## APPENDIX 2.

### IDIOM QUIZZES - COLOURS

Choose an idiom to replace the expression in the brackets:

1. The girl was (very pleased) that she was chosen to represent her class at the competition.

- (a) blacked out
- (b) tickled pink
- (c) green with envy (d) out of the blue

My boss is not very flexible and he always sees things (as either good or bad).

- (a) in the red
- (b) off-color
- (c) with flying colors (d) in black and white

The government finally gave the city (permission) to build the new airport.

- (a) the green light
- (b) a horse of a different color
- (c) once in a blue moon (d) red tape

2. Our company has been (losing money) for three years now.

- (a) rolling out the red carpet
- (b) yellow-bellied
- (c) in the red (d) green

3. It was a (memorable) day when the first person walked on the moon.

- (a) yellow-streak
- (b) white-elephant
- (c) red-herring (d) red-letter

My brother passed the test to become a police officer (easily and with great success).

- (a) green
- (b) with flying colors
- (c) out of the blue

(d) tickled pink

**Our company told us (suddenly and without any warning) that our factory would close next month.**

(a) out of the blue

(b) once in a blue moon

(c) with flying colors (d) pitch-black

**The mother (was very angry) when her daughter came home at three o'clock in the morning.**

(a) rolled out the red carpet

(b) saw red

(c) showed her true colors (d) looked at the world through rose-colored glasses

**4. The man argued with his wife until he was (very angry) but still she would not agree with him.**

(a) brown bagging it

b) in the black

(c) blue in the face (d) a pot calling the kettle black

**5. I go to the swimming pool only (rarely) although I love to swim.**

(a) green around the gills (b) with flying colors (c) in the red (d) once in a blue moon

### APPENDIX 3.

#### Словарь английских фразеологизмов с названием цвета

##### Black

black pudding - кровяная колбаса,

as black as night; as black as a crow's wing, as black as a raven, as black as a coal, as black as ink - очень черный;

as black as a thunder cloud, as black as sin - темный, мрачный (о человеке) to work like a black - очень трудно работать;

as black as jet; as black as soot - очень черный;

as black as ace of spades - очень черный;

as black as hell; as black as my hat; as black as night; as black as pitch - совсем темно; ничего не видно; темно, хоть глаз выколи;

as black as sin; as black as thunder, as black as thunder storm- мрачность человека - "облако-облако»;

a black sheep - бездельник, мошенник, негодяй;

black flesh, black stock - черные рабы;

to depict in black colours, to paint smth. Black- показывать в худших тонах;

there's a black sheep in every flock, it is a small flock that has not a black sheep - в семье не без урода;

как black in the face - багровый, красный от гнева, напряжения;

things look black - дела ухудшаются;

to blush like a black dog - быть бесстыдным;

black shirt - фашист;

black-coated workers - трудовая интеллигенция;

black art; black magic - черная магия;

the gentleman in black; the black man - черт, сатана;

black frost - мороз без инея;

black - rosy - пессимистический - оптимистический;

black flag - пиратский черный флаг; флаг, который поднимают над тюрьмой в знак казни кого;

black letter - 1) большая печатная буква; 2) старинный английский готический шрифт;

black eye - 1) подбитый глаз; 2) поражение, отпор, провал;

black and white - 1) рисунок пером; 2) черно-белый фильм;

the black ox has trod on his foot - 1) его постигло несчастье; 2) он постарел;

black books - немилость;  
 the black dog - хандра, скука;  
 the black dog is on one's back- скучать;  
 devil is not so black as he is painted - не такой он уж плохой, как его изображают;  
 a black year - черный, несчастный год;  
 a black day - тяжелый, плохой день;  
 black looks - мрачные, неодобрительные взгляды;  
 to look black - иметь недоволен, мрачный, злой вид;  
 things look black - дела плохи;  
 to beat somebody black and blue - сильно побить кого-то;  
 the black book - черная книга (в которую заносят фамилии лиц, подлежащих наказанию)  
 black books - немилость;  
 to be in one's black books - быть презренным кем;  
 black list - черный список;  
 black mark- занесения в черный список;  
 black conscience - черная, нечистая совесть;  
 black market - черный, спекулятивный рынок;  
 black beast - человек, которого ненавидят;  
 black ox has trod on his foot - его постигло несчастье;  
 to look at the black side of things - смотреть пессимистично;  
 black-letter day - будний день, обычный, ничем непримечательный день  
 black lie - преднамеренная ложь;  
 black ingratitude- - черная неблагодарность;  
 a black cap - судебная шапочка, которая одевается судьей в момент вынесения приговора;  
 black gown - католический священник;  
 a black swan - редкое явление, аномалия;  
 black bottle - яд;  
 in the black - иметь определенную сумму денег в банке, не быть в долгу;  
 black coat - священник, поп;  
 black literature - книги с готическим шрифтом;  
 black gold - нефть;  
 black diamonds - каменный уголь;  
 the little gentleman in black velvet - крот.

## **Blue**

as blue as a badger - очень посиневший, синий, как пуп;  
 like blue murder - очень быстро, изо всех сил;  
 to be in the blues, to have a bit of blues, to get blue - быть в подавленном состоянии;  
 to make the air blue, to turn the air blue - очень сильно ругаться;  
 blue fear, blue funk - панический страх;  
 to vanish into the blue, to disappear into the blue, to go off into the blue - исчезнуть бесследно;  
 blue bonnet, blue cap - шотландец;  
 the Cambridge blues, the light blues - кембриджские студенты на спортивных соревнованиях;  
 blue-eyed boy - любимчик, баловень;  
 bit of blue sky, blue bore - луч надежды, перспектива на улучшение;  
 to see through blue glasses - пессимистично смотреть на вещи;  
 to give smb. the blues - наводить скуку на кого-то;  
 the blue devils - уныние, скука ;  
 to look blue - иметь угнетенный вид; быть безнадежным;  
 things look blue - дела плохи, дела ухудшаются;  
 to drink till all's blue - допиться до белой горячки;  
 the blue devils - белая горячка;  
 true blue will never stain - порядочный человек никогда не подведет;

true blue - верный, постоянная человек;  
blue fear и blue funk - испуг; панический страх;  
to cry blue murder - на шум кричать ;; орать, орать;  
to get away with blue murder - поступать, как кому-то вздумается; оставаться безнаказанным;  
by all that's blue! - Черт возьми;  
a bolt from the blue - как гром среди ясного неба;  
a shot in the blue - ошибка, промах;  
blue rose - "голубая роза", то недостижимое;  
blue blood - "голубая кровь", аристократическое происхождение;  
blue of the plum - свежесть, красота, волшебство молодости;  
blue in the face - багровый от гнева  
between the devil and the deep blue sea - меж двух огней;  
to beat somebody black and blue, to pinch somebody black and blue - избить до синяков;  
the blue devil - злой дух-искуситель;  
blue stocking - вечно женщина, педантка;  
once in a blue moon - если не когда; blue beans - шары;  
blue-coat boy - ученик благородной школы;  
blue jacket - матрос английского военного флота;  
blue bonnet; blue cap - шотландец.

### **White**

to show the white feather, to mount the white feather, to fly the white feather - испугаться, проявить малодушие;

white caps, white horses, white noses - белые гребни волн;  
to wash a blackmoor white, to wash an Ethiopian white - заниматься безнадежным делом;  
to hang out a white flag, to hoist the white flag - признать себя побежденным;  
to stand in a white sheet, to put on a white sheet - каяться ;.

white liver - малодушие, трусость;

to lie whitely - врать "невинно";

white lie - "невиновен" обман;

a white man - порядочный, замечательный человек;

white liver - трусость;

white meat - курятина белое мясо;

white flag - парламентский флаг;

the white flesh - плоть, белое мясо;

to call white black, to turn white into black - называть белое черным;

to prove that black is white and white is black, to swear black and white - нагло врать;

to bleed white - 1) произвести сильное кровоупускание; 2) обезкровлюваты, делать обессиленным

3) выдавливать последние соки, выкачивать деньги;

white light - 1) дневной свет 2) беспристрастное суждение, беспристрастный вывод;

as white as a lily, as white as chalk, as white as ivory, as white as milk, as white as wool - белый, как снег, белый;

as white as a sheet, as white as a ghost, as white as ashes, as white as marble; - бледный как полотно

the white sheets - газеты;

white sheet - покаянный одежда; покаяния, очищения;

a white crow - белая ворона; странное явление;

the white trap - белая ловушка; яд, который используют для охоты;

white frost - иней, иней;

white slave - белая девушка, которую эксплуатирует хозяин;

white slaver - поставщик живого товара;

white-slave traffic - торговля живым товаром;

white fuel - гидроэнергия;

white magic - белая магия;

white letter - латинский шрифт;  
white-headed boy - любимчик, баловень;  
white elephant - обременительное имущество; подарок, который трудно избавиться.

### **Red**

as red as a poppy - красный, как маков цвет;  
as red as a beetroot - красный, как свекла;  
as red as a turkey-cock - красный, как индюк;  
as red as a lobster - красный, как рак;  
as red as fire - красный, как огонь;  
as red as blood- красный, как кровь;  
as red as a cherry; as red as a rose - румяный, кровь с молоком;  
like a red rag to a bull; a to act as a red rag acts upon a bull- сильно раздражать, выводить из себя;  
not to care a red cent; not to give a red cent - относиться совершенно безразлично, не ценить;  
red in the face - багровый от гнева  
red-letter day - 1) праздник 2) праздничный, радостный, памятный день;  
red cock - пожар;  
red cock will crow in his house - его подожгут;  
to see a red light - видеть опасность;  
to see red - разозлиться, вскипеть;  
red rag - 1) то, что раздражает, бесит; 2) груб. язык;  
to act as a red rag acts upon a bull - сильно раздражать, выводить из себя;  
red herring; повод для отвлечения внимания;  
in the red - иметь задолженность; быть в долгу;  
to go into red - понести убытки; дефицита;  
to draw a red herring across the path - умышленное вводить в заблуждение;  
red lamp - публичный дом;  
red light district - Район публичных домов;  
red man - краснокожий индеец;  
red man's fire - огонь по-индийском;  
to paint smth red - изображать то в яркой сенсационной форме;  
red hat - звание кардинала;  
red tab - штабной офицер;  
to paint the town red - дебоширить, громко веселиться.

### **Green**

as green as a gooseberry, as green as grass - неопытный, зеленый;  
green hand, green horn - новичок, человек без опыта;  
green finger, green thumb - садоводческое искусство;  
green meat, green stuff - овощи, зелень  
the green man, the man in green - легендарные жители лесов;  
in the green - в расцвете сил;  
green with envy- мучений завистью;  
green-eyed monster - зависть;  
to look through green glasses - завидовать;  
to give a green light - открыть путь, развязать руки;  
green year - детские годы, годы детства;  
green goods - 1) свежие овощи 2) фальшивые банкноты;  
green goods man - Фальшивомонетки;  
the long green - деньги;  
green old age - здоровая, счастливая старость;  
green wound - свежая рана;  
a green wound is soon healed - заживет, пока свадьба случится;  
a green horn - новичок, мальчик, человек без опыта;

to see green in one's eye - считать кого-то глупым;  
knight of the green cloth - картежник;  
green room - артистическая уборная;  
the green cloth - бильярдный стол.

### **Yellow**

as yellow as a crow's foot, as yellow as a guinea, as yellow as a kite's claw, as yellow as corn; as yellow as gold - желтый, как лимон; золотистый; золотистый;  
yellow flag, yellow jack - карантинный флаг;  
yellow boy; yellow jacket - золотая монета  
a yellow streak; a streak of yellow - трусость;  
yellow journal - бульварно-сенсационный журнал;  
yellow leaf - старость ;.  
yellow journalism - бульварная пресса;  
yellow back - дешевый бульварный роман;

### **Grey**

(when candles are out) all cats are grey in the dark - ночью все кошки бури;  
as grey as a bat's wing - серый как мышь;  
as grey as lead - серый как свинец;  
the grey mare is the better horse - мотивация отсутствует;  
grey hairs - старость;  
grey matter - серое вещество головного мозга ум;  
grey of the dawn - утренняя, предрассветная мгла;  
grey friar - монах-францисканец.

### **Brown**

to do brown, to do up brown - доводить до конца;  
to be (feel, look) rosy about the gills - хорошо себя чувствовать;  
brown bread - хлеб из непросеянной муки;  
brown ware - глиняный посуда;  
brown study - мрачный размышление;  
in a brown study - в мрачном раздумье;  
as brown as a berry - совсем темный, очень загорелый, шоколадного цвета.

### **Rosy, pink**

to see through rose-coloured glasses - оптимистично смотреть на вещи; видеть все в розовом свете;  
in the pink - в расцвете сил;  
the pink of health - здоровый вид;  
to feel rosy about the gills - иметь здоровый вид;  
to take rosy view of smth - оптимистично смотреть на что-то;  
pink tea - называемый чай;  
the pink of perfection - верх совершенства;  
paint me pink if ... - чтобы меня бедствия побила, если ...;  
rosy garden - все в порядке.

### **Purple**

to wear the purple - принадлежать к королевской семье;  
to marry into the purple - жениться с членом королевской семьи;  
purple - королевский пурпур, власть монарха;  
a purple patch - лучшее место в литературном произведении.

## APPENDIX 4.

### Тест «Match the Idioms and Their Definitions»

1. blue lie a) совершенно неожиданно, как гром среди ясного неба
2. blue night b) памятный день
3. look blue c) неизменно преданный и верный, никогда не предаст, не подведет
4. blue study d) паршивая овца
5. out of the blue e) ложь во спасение
6. black and blue f) в синяках
7. black dog g) тоска зеленая; дурное настроение, уныние
8. black in the face h) побагровевший (от гнева, злости, усилий)
9. black sheep i) мрачные раздумья, тяжелые мысли
10. be in the red j) быть убыточным, приносить дефицит, быть должником
11. see red k) всеобщий любимчик
12. red-letter day l) что-то вроде проклятого, плохого, неудачного места
13. catch red-handed m) иметь унылый вид
14. black spot n) ночь без сна
15. blue-eyed boy o) разозлиться, рассердиться, прийти в ярость, потерять самообладание
16. true blue p) застать кого-л. на месте преступления, поймать с поличным

Ключ: 1 – e; 2 – n; 3 – m; 4 – i; 5 – a; 6 – f; 7 – g; 8 – h; 9 – d; 10 – j; 11 – k; 12 – b; 13 – p; 14 – l; 15 – o; 16 – c.