

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ, ОБОЗНАЧАЮЩИМ ЦВЕТ

Как известно, одним из актуальных направлений лингвострановедческих исследований является получение знаний о стране и культуре через языковые единицы. Поскольку роль цветообозначения в концептуализации мира чрезвычайно велика, этнокультурная значимость цветовой палитры, цветовой символики важна именно в аспекте лингвострановедения.

Фразеологические единицы (далее ФЕ) любого языка также значимы в лингвострановедческом ракурсе, так как представляют собой особый пласт лексики, в котором народная мудрость, самобытность этноса, его национально-культурная специфика отражается особенно ярко. Поэтому фразеологизмы с компонентом, обозначающим цвет, вдвойне интересны для анализа их лингвострановедческого потенциала.

Следует отметить, что в последнее десятилетие в связи с работами фразеологической школы, возглавляемой В.Н.Телия, появился термин «лингвокультурология». В.Н.Телия определяет лингвокультурологию как часть этнолингвистики, посвященную изучению и описанию корреспонденции языка и культуры в их синхронном взаимодействии (4, 217). Этот термин подхватили и другие филологи (1; 2). «Лингвокультурология – это отрасль лингвистики, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» (2, 9). «Лингвокультурология – сравнительно молодая филологическая дисциплина синтезирующего типа, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и рассматривающая язык как воплощение культуры» (1, 5).

Не входя в терминологическую полемику и рассмотрение сущностных различий двух терминов, ограничимся замечанием, что в статье будет использоваться устоявшийся и более широко принятый термин «лингвострановедение» как вполне адекватный и позволяющий в полной мере исследовать интересующую нас проблему.

Окружающий нас мир – многоцветен. Тем не менее, основные цвета спектра, также как и дополнительные цвета представляют собой закрытый, конечный список. Очевидно поэтому некоторые ассоциации, связанные с тем или иным цветом, представляют собой в некотором смысле универсалии. Например, зеленый цвет – универсальный символ аптек, по-видимому, потому что этот цвет в психологии занимает холодную позицию в цветовом спектре и считается успокаивающим цветом. Другим примером сходных цветовых ассоциаций в разных культурах можно считать тот факт, что во многих европейских странах голубой цвет традиционно связывают с младенцами мужского пола, а розовый – женского (принято повязывать голубые ленточки для новорожденных мальчиков и розовые для девочек и покупать соответствующего цвета пеленки и распашонки).

Говоря о религиозной символике цвета, также следует отметить, что понятие «религия» выходит за рамки одной страны или одной культуры. Поэтому один и тот же цвет оказывается значимым для представителей совершенно разных культур. Например, зеленый цвет традиционно важен в исламском мире, но он же цвет Троицы, Откровения и в раннем христианском искусстве (цвет креста, а иногда и одежды Девы Марии). Зеленый – предпочтительный цвет в Ирландии, но также и в Китае.

Однако когда мы говорим, что тот или иной цвет значим для определенной культуры, не следует забывать, что значимость эта может быть разной. Проиллюстрируем это положение на примере символической значимости белого цвета в разных странах и культурах.

Так, в США и многих европейских странах белый цвет является символом чистоты и непорочности, но во Франции белый цвет связывают еще и с нейтралитетом; в Египте белый цвет ассоциируется с весельем, в то время как в Индии и Китае белый цвет помимо чистоты символизирует еще и смерть, а в Японии только смерть, и цвет траура в последних трех странах не черный, как в Европе, а белый. Достаточно полная таблица цветовых ассоциаций для различных стран и наций приводится в диссертации Н.А.Завьяловой (3).

В данной статье ставится задача проанализировать русские и английские ФЕ, содержащие в своем составе компонент

обозначающий цвет. Сопоставляя английские и русские фразеологизмы с компонентом цветообозначения, представляется интересным сравнить их по следующим параметрам:

1. культурно-значимые сферы употребления данной группы ФЕ;

2. количественный аспект таких ФЕ в сопоставляемых языках;

3. активность компонента, обозначающего цвет, в образовании новых значений;

4. стилистическая маркированность;

5. присутствие или утрата национальной специфики отдельно взятой лексемы при ее употреблении в составе ФЕ.

Ограниченные рамки статьи, мы подробно остановимся на первых трех параметрах, фрагментарно затронув остальные.

Среди английских фразеологизмов содержащих компонент обозначающий цвет легко выделяются следующие релевантные в культурном плане сферы употребления:

а) Характер работы: *white collar* / *blue collar* / *pink collar workers*. Соответственно, работники офисов / работники, связанные с физическим трудом / секретарши, клерки (подразумеваются виды работы, выполняемые в основном женщинами).

В русском языке эти единицы могут употребляться как калькированные заимствования («белые воротнички», «голубые воротнички»), но для исконно русских фразеологизмов это не характерно, хотя в русском языке существует ФЕ, содержащая цветовой компонент «черная работа».

б) Названия официальных документов (по цвету обложки или бумаги, на которой они написаны): *White Paper* (буквально: «Белая Бумага») – «Белая книга»: «официальный отчет Британского правительства, в котором обычно разъясняются идеи правительства по определенному вопросу, прежде чем он будет обсуждаться и приниматься как закон в Парламенте, например, “a new *White Paper* on education”; *Green Paper* (буквально: «Зеленая Бумага») – «Зеленая Книга»: издание, выпускаемое Британским правительством, содержащее предложения для обсуждения, которые позже могут быть закреплены законодательно; *Black Paper* (буквально: «Черная Бумага») – «Черная книга»: документ, в котором критикуется политика или действия правительства.

Особого внимания заслуживает ФЕ *Blue Book* (буквально: «Голубая/Синяя Книга»). Этот фразеологизм интересен своей многозначностью а также тем, что в рамках вариантов одного английского языка разные культуры (британская и американская) проявляют себя по-разному. В Британии это, официальный отчет Британского правительства, как правило, комитетов, по версии А.В.Кунина, официальные отчеты английской парламентской комиссии или Тайного Совета (7,98). Этот же ученый приводит цитату из Оскара Уайльда, где реализуется еще одно, возможно, слегка устаревшее значение анализируемой ФЕ: перечень лиц, играющих роль в обществе; календарь высшего света.

В Америке *Blue Book* представляет собой справочник, содержащий имена лиц, занимающих государственные должности в США (7,98), а также обозначает «тетрадь в голубой обложке, в которой в американских колледжах пишут ответы на экзаменационные вопросы» (10,122).

К этой же группе фразеологизмов относится ФЕ *Yellow Pages* (буквально: «Желтые Страницы») – телефонный справочник, содержащий телефоны и адреса фирм с рубриками по роду их деятельности; *White Pages* (буквально: «Белые Страницы») – телефонный справочник, содержащий телефоны и, как правило, адреса жителей определенного района.

Для русского языка в целом такой подход не характерен, «Белых страниц» у нас нет, но со всплеском деловой активности после распада СССР «Желтые страницы» – бизнес-справочник компаний появился и в России (также в результате заимствования).

Сюда же можно отнести несколько отличающуюся от выше перечисленных единиц ФЕ *pink slip* (буквально: «розовый листок»), американизм, обозначающий официальное уведомление работодателя об увольнении.

Весьма широко и разнообразно представлены английские фразеологизмы рассматриваемой группы в следующей культурно-значимой сфере.

в) Сфера бизнеса: *Blue button* (буквально: «голубая пуговица») – служащий в операционном зале биржи; *Blue chips* – первоклассные ценные бумаги, «голубые фишки»; *White knight*

(буквально «белый рыцарь») – компания, спасающая другую компанию от поглощения конкурентом, ассоциируется со сказочным образом рыцаря на белом коне, который спасает красавицу от бед.

В области бизнеса и экономики достаточно широко представлена группа фразеологизмов с первым компонентом *golden*, дериват от *gold* (золото), что не удивительно, поскольку золото было и остается мерилем финансового благополучия. Однако следует отметить, что само прилагательное *golden* многозначно и в разных контекстах может выступать как в роли качественного, так и относительного прилагательного и означать не только «цвета золота», например, *golden hair* (золотистые волосы) но и «сделанный из золота», например, *golden calf* (библейский золотой телец). В приведенных выше примерах различия очевидны, однако в большинстве фразеологизмов с компонентом *golden* эти различия нивелируются.

Например, *golden handcuffs* (буквально «золотые наручники») – высокая зарплата, социальный пакет и дополнительная система поощрений (*perks*), нацеленные на то, чтобы удерживать сотрудников и предотвратить текучку кадров (даже если работники что-то не устраивает, они вынуждены смириться). В какой-то степени этот фразеологизм можно сравнить с русским «золотая клетка», однако в русском языке эта ФЕ явно не из сферы бизнеса. Приведем еще ряд примеров ФЕ этой группы: *golden handshake* (буквально «золотое рукопожатие») – крупное выходное пособие, выплачиваемое при уходе на пенсию или увольнении сотрудника; *golden muzzle* (буквально «золотой намордник») – пункт в мировом соглашении между сотрудником и работодателем после разбирательства конфликта в арбитражном суде, который обязывает каждую из сторон воздерживаться от комментариев; *golden parachute* (буквально «золотой парашют») – статья в контракте руководящего работника, согласно которой по истечении срока действия контракта он/она получает крупную денежную сумму вне зависимости от успеха или неуспеха его деятельности в компании. Проанализированный языковой материал показывает, что фразеобразующая активность прилагательного *golden* превосходит фразеобразующую активность прилагательного *золотой* в русском

языке. Русские фразеологизмы с этим компонентом не употребляются в сфере бизнеса, а собственно «цветовая» составляющая, хотя и присутствует в некоторых ФЕ, например, «золотая осень», в целом для них не характерна, что можно проиллюстрировать такими фразеологизмами, как «золотые руки», «золотое сердце».

г) Топонимика: *White Hall* (буквально «Белый Зал») – улица в Лондоне, где находятся большинство правительственных офисов Великобритании; само Британское правительство, особенно его департаменты, (за исключением Парламента и резиденции Премьер-министра); *White Chapel* (буквально «Белая Часовня») – район в восточном Лондоне, где творил свои черные дела Джек-Потрошитель; *White House* (буквально «Белый Дом») – а) официальный Вашингтон; б) президент и его советники.

Белый Дом, по аналогии с американским, есть и в России, но это словосочетание было более популярно в эпоху Б.Н. Ельцина.

д) Политика: Эта группа может быть проиллюстрирована фразеологизмами, обозначающими названия политических партий, чьей-либо политической приверженности, некоторых слоев населения, голосующих на выборах. Например, *Green Party* – Партия Зеленых; *true blue* (буквальный перевод на русский язык будет весьма двусмысленным: истинно «голубой» или «синий»), в неформальной ситуации так говорят о человеке, который сильно сопротивляется каким-либо переменам в политической или социальной жизни, особенно о стороннике британской консервативной партии; есть и второе значение – «лояльный, заслуживающий доверия»; *grey vote* (буквально «седовласые голоса») – электорат старше 55 лет, как правило, активно голосующий на выборах.

В русском языке примерами политических фразеологизмов с цветовым компонентом могут служить: *Белая Гвардия* (популизированная в названии пьесы М.А. Булгакова), *Красная Армия*. Обе лексические единицы в настоящее время имеют скорее историческую ценность.

Приведенные выше примеры показывают, что спектр использования исследуемых фразеологизмов достаточно широк.

Рассматривая количественный аспект данной группы фразеологизмов, следует отметить, что в целом по этому параметру группы сопоставимы и достаточно многочисленны в обоих языках.

Однако они могут отличаться активностью компонента, обозначающего цвет как внутри групп с тем или иным обозначением цвета, так и в разных языках, не говоря уже о том, что они могут быть по-разному представлены в различных лексикографических источниках. В недавно вышедшем и достаточно репрезентативном словаре живого английского языка С.В. Семиволковой (8, 880-885) активность того или иного цвета в образовании фразеологизмов выглядит следующим образом. Компонент *black* встречается в составе 17 ФЕ, *blue* – 14 ФЕ, *brown* – 11 ФЕ, *golden* – 6 ФЕ, *green* – 6 ФЕ, *grey* – 2 ФЕ, *pink* – 8 ФЕ, *red* – 22 ФЕ, *white* – 23 ФЕ, *yellow* – 8 ФЕ.

Если проводить сравнение между языками, например, сопоставить группу ФЕ с компонентом “white” в английском языке и «белый» в русском языке, также можно сделать интересные наблюдения.

Во-первых, если в словаре Лонгмана (9) зафиксировано 11 ФЕ с компонентом “white”, то в более позднем словаре С.В. Семиволковой приводятся 23 фразеологизма. Это говорит о том, что в плане появления новообразований или расширения значений уже имеющихся, лексема “white”, продолжает быть весьма активной как на уровне лексической единицы, так и на уровне связанных словосочетаний (ФЕ с компонентом “white”). Как правило, эти новые значения сопровождаются стилистической пометой сленг или эвфемизм и отличаются широкой семантикой. Например, существительное *white stuff* может обозначать амфетамин, морфин; кокаин, героин а также никелевые монеты. Такое разнообразие диапазона значений объясняется, по видимому, не только тем, что каждый из перечисленных наркотиков имеет белый цвет, но и широкой референтной соотносительностью компонента “stuff”, который может обозначать: вещество, вещь, идею, событие, «всякую всячину» (5, 1044).

Другие ФЕ с компонентом «white» являются, как правило, немотивированными (о значении целого нельзя догадаться ис-

ходя из составляющих), не отличаются многозначностью и обозначают самые различные предметы и явления. *White ants* (буквально: «белые муравьи») – сумасшедшие (эвф.); *white eye* (буквально: «белый глаз») – крепкий алкогольный напиток (сл.); *white feather* (буквально: «белое перо») – трусость (эвф.); *white hope* (буквально: «белая надежда») – последняя надежда; *white lady* (буквально: «белая дама») – коктейль; *white marriage* (буквально: «белая женитьба/замужество») – платонический брак; *white nigger* (буквально: «белый негр») – белый чернорабочий или чернокожий, пресмыкающийся перед белыми; *white shoe* (буквально: «белый ботинок») – неопытный молодой сотрудник; *white slave* (буквально: «белый раб») – проститутка из Европы; *white top* (буквально: «белый верх») – старик (эвф.). Представляет интерес отражающее реалии нашего времени новомодное словосочетание из разряда так называемых “buzz words” *white hat* (буквально: «белая шляпа»). Оно употребляется по отношению к бывшему компьютерному хакеру, который перестал нарушать закон и работает легально. Такого человека специально нанимают на работу компании для проверки их компьютерной безопасности. Пытаясь взломать систему, он тем самым определяет степень ее надежности. В уже упомянутом выше словаре С.В. Семиволковой приводится более широкое значение этой ФЕ – прекрасный человек, положительный герой;

В русском языке группа ФЕ с компонентом «белый» представлена в репрезентативном словаре (6) такими фразеологизмами, как: белая ворона, белая кость, дела как сажа бела, доводить/доходить до белого каления, сказка про белого бычка, белое пятно, черным по белому, белые мухи, белый свет, шито белыми нитками.

Все перечисленные фразеологизмы интересны с позиции стилистики, образности, концептуализации, но они индивидуальны. Выделить в них группы, как мы это делали на материале английского языка, не представляется возможным.

Особый интерес с точки зрения лингвострановедения представляют лексемы «голубой» / «синий» в сопоставлении с английским “blue”. Они наглядно демонстрируют, что картина мира одна, но членим мы ее по-разному. В английском языке

спецификация цвета происходит через использование определений: *dark blue* / *light blue* / *Cambridge blue* / *Oxford blue* / *Lewinsky blue*. Из приведенных примеров видно, что уточнение цвета может осуществляться не только благодаря употреблению обычно используемых для этого прилагательных «темный», «светлый». Так *Cambridge blue* обозначает голубой цвет, а *Oxford blue* – синий, иногда с оттенком фиолетового, (по цвету спортивной формы студентов этих известных во всем мире университетов). Иногда в роли «определений», уточняющих цвет могут выступать те или иные события в общественной жизни страны. В частности, в США после скандальной истории с Биллом Клинтонем в течение некоторого времени в СМИ довольно часто встречалась фраза “*Lewinsky blue dress*” (то есть, оттенок того самого синего платья, которое было на Монике Левински).

Эта группа ФЕ интересна еще и тем, что благодаря специфическому значению у слова «голубой», появившегося в русском языке относительно недавно, вследствие интерференции родного языка, возможна неверная интерпретация фразеологизмов, в состав которых входит компонент “blue”. В таких случаях особенно важны фоновые знания. Например, *Blue states* (буквально: «голубые штаты») в США – это штаты, традиционно поддерживающие Демократическую Партию, в отличие от *Red states* (буквально: «красные штаты»), обычно симпатизирующие Республиканцам. Такое разделение появилось в связи с тем, что во время избирательной кампании на карте, отражающей расстановку политических сил, именно в эти цвета раскрашиваются соответствующие регионы.

Многие фразеологизмы в этой группе либо непосредственно связаны со страноведческими реалиями, либо имеют стилистическую помету, указывающую на страну преимущественного употребления данной ФЕ. Приведем примеры. *Blue-eyed boy* (буквально: «голубоглазый мальчик») обозначает «любимчик» и в словарной статье сопровождается указанием на негативную оценочность и пометой «особенно в Британии». *Blue Birds* (буквально: «голубые птички») имеет помету «американизм» и обозначает подразделение для мальчиков и девочек младшего возраста в рамках организации, в которой детям

прививают практические навыки, учат общаться, ходить в походы. *Blue Cross* (буквально: «голубой крест») – название американской медицинской страховой компании. *Blue Peter* (буквально: «Голубой Петр») – популярная детская телепередача в Великобритании, занимающаяся в частности сбором денег для нуждающихся (10, 122).

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы. Культурно-значимые сферы употребления ФЕ с компонентом, обозначающим цвет, в английском и русском языках не совпадают, немногочисленные аналоги английских ФЕ в русском языке (типа «голубая кровь», «синий чулок») являются, как правило, результатом заимствования. Как в русском, так и в английском языке рассматриваемая группа фразеологизмов достаточно многочисленна, однако, как показало сопоставление ФЕ с компонентом white – белый, в английском языке фразеологизмы легче поддаются классификации и в отличие от русского языка образуют достаточно ярко выраженные подгруппы. Активность лексем, обозначающих цвет, в образовании фразеологизмов различается как внутри групп, так и в различных лексикографических изданиях. Наиболее активными в английском языке согласно нашей выборке являются “white” (в составе 23 ФЕ), “red” (в составе 22 ФЕ), “black” (в составе 17 ФЕ).

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева Г.М. Национально-культурная специфика семантических неологизмов: лингвокультурологические основы описания. – СПб., 2001.
2. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001.
3. Завьялова Н.А. Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как отражение японской, английской и русской языковых картин мира: дисс. на соиск. степ. кандидата филологич. наук: – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2007.
4. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996.
5. Англо-русский учебный словарь Collins COBUILD. В 2-х т. Т.2. – М.: Астрель, 2006.
6. Войнова Л.А., Жуков В.П., Молотков А.И., Федоров А.И. /под редакцией Молоткова А.И./ Фразеологический словарь русского языка. – М.: Русский Язык, 1987.
7. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский Язык, 1984.
8. Семиволкова С.В. Современный англо-русский словарь живого английского языка. – М.: Астрель, 2010.
9. Longman Dictionary of English Idioms. Longman Group Limited Harlow and London, 1980.

* * *

*Т.В. АНДРЮХИНА,
МГИМО(У)*

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Будучи одной из древнейших знаковых систем, наименования цветов с древних времен стали символически отождествляться с силами природы, магии и культа, добра и зла, жизни и смерти, божественными силами и т.п. Эта интеллектуальная притягательность цвета не исчезла и с развитием человеческого общества, науки и культуры, привлекая внимание философов (Аристотель), ученых (Ньютон, Гегель, Гете), художников (от Леонардо да Винчи до Малевича и Кандинского), психологов (Макс Люшер) и представителей других областей творческой мысли.

Цветовой символизм и цветоименования в целом, являются неотъемлемой частью национальной картины мира. Они вплетены в религиозные, эстетические, философские, этические, этнические, культурные и др. подсистемы национальной картины мира. Последняя понимается как результат лексикализованных интерпретаций внешнего мира, зависимый от среды бытования конкретного этноса и от структуры человеческого сознания, который нашел отражение в лексикографическом оформлении словарного состава данного национального языка (7). В свою очередь, языковая картина мира обладает свойством «навязывать» говорящим на данном языке специфичный взгляд на мир, «окрашивать» его в соответствии с национально-культурными традициями и самой способностью языка называть мир тем или иным способом. Так форма не безразлична к заключенному в ней содержанию (9).

Несмотря на все многообразие национальных картин мира, наличие слов-обозначений цвета признается большинством авторов универсальной языковой категорией. По крайней мере,

все индоевропейские языки демонстрируют совпадение состава группы основных терминов цвета: помимо наименований ахроматических цветов (черный, белый, серый), это красный, синий, оранжевый, желтый, зеленый, фиолетовый, розовый и коричневый – всего 11 цветов (10; 2). Тем не менее, исследователи цветоименований признают, что цветовая гамма представлена в разных картинах мира все-таки по-разному, в некоторых языках нет даже самого слова цвет. Однако во всех языках представлены обозначения оттенков некоторых цветов или есть указание на «видение» объекта в присутствии или отсутствии света/освещения, что свидетельствует об универсальности этого параметра (3). Семантическая универсалия «видимый/невидимый» находит широкое применение и в экономическом понятийном аппарате: не только специалистам известны понятия теневой экономики/ shadow economy, невидимой руки/ the invisible hand, the invisible hand of the market, маркетинговый прием «черный ящик»/ blackbox и т.п.

Универсальность использования цветообозначений в разных языках подкрепляется и схожим порядком их появления в разных языках: на первой стадии развития терминов цвета появились белый и черный, на второй – красный, на третьей, четвертой и пятой в разном порядке в разных языках синий, зеленый и желтый. Коричневый характерен для шестой стадии, а последнюю седьмую стадию отличают сразу четыре цвета: розовый, оранжевый, фиолетовый и серый (3; 10). Такую последовательность появления, а значит и иерархию значимости в жизни людей цветообозначений подтверждает, в частности, анализ древнейших пластов словаря в разных языках (3). Закономерно, что частотность употребления терминов цвета в наших примерах из экономических текстов косвенно подтверждает эту последовательность.

Для разных сфер жизни и науки характерна разная степень полноты и точности отражения цветовой палитры. Экономика – одна из молодых общественных наук. Появившись в Европе в XVIII-XIX вв. на базе философских и политэкономических теорий, а также математических методов анализа, экономическая теория с точки зрения цвета в первую очередь изучала видимое и скрытое в экономической деятельности, что в полной