

Е. В. Мишенькина

Лингвоцветовая картина мира в аспекте русско-английского наименования «purple/фиолетовый»

В статье рассматривается вопрос национально специфической характеристики концептов purple/фиолетовый в различных культурах, в том числе в английской и русской культурах. Национальная специфика данных концептов находит свое отражение в виде цветоименований в лингвоцветовых картинах мира указанных культур. Рассматривается специфика цветов, их значение и выражения в английском и русском языках. Анализируются ассоциативные ряды, полученные в результате проведенного эксперимента путем заполнения анкет-опросников русскими и англичанами, а также оценки (по шкале Ч. Осгуда) цветов русскими и англичанами. Был сделан анализ данных цветоименований при переводе с английского языка на русский. В статье делается вывод о том, что в англоязычной культуре purple охватывает большую часть цветового спектра, чем фиолетовый в русскоязычной культуре, что и объясняет различное отношение к purple/фиолетовый в двух культурах, и данная национальная специфика находит свое отражение и подтверждение в национальных лингвоцветовых картинах мира.

Ключевые слова: национальная картина мира, языковая картина мира, лингвоцветовая картина мира, фиолетовый, пурпурный, purple, ассоциативный ряд, восприятие цвета.

E. V. Mishenkina

Linguocolour World View in the Aspect of the Russian-English Name «Purple/Фиолетовый»

In this article is considered the question of the national and specific characteristic of concepts purple/фиолетовый in various cultures, including English and Russian cultures. National specificity of these concepts has its reflection in the form of colour names in the linguocolour world view of the specified cultures. Specificity of colours, their meaning and expressions in the English and Russian languages are considered. The associative flows are analysed, which were received as a result of the made experiment where the Russians and British answered questionnaires, and also the analysis of assessment of these colours by Russians and British (the assessment was carried out due to Ch. Osgood's scale) was carried out. The analysis of these colour names when translating from English into Russian language was made. In the article the conclusion is drawn that in English-speaking culture *purple* covers the most part of a colour range, than фиолетовый in the Russian-speaking culture, and it explains various relation to purple/ фиолетовый in these two cultures, and this national specificity has its reflection and confirmation in national linguocolour world views.

Keywords: national world view, language world view, linguocolour world view, фиолетовый, purple, пурпурный, associative flow, perception of colour.

Неотъемлемой частью национальной языковой картины мира является лингвоцветовая картина мира, которая находит свое выражение в свето- и цветоименованиях. Каждая национальная лингвоцветовая картина мира обладает набором свето- и цветоименований, в котором присутствуют как универсальные наименования, выражающие основные цвета, так и индивидуальные. В связи с этим интересно рассмотреть степень соответствия цветоименований на примере «purple/фиолетовый» в русской и английской лингвоцветовых картинах мира.

Фиолетовый понимается нами как промежуточный между красным и синим цветами. Несмотря на это, фиолетовый является самостоятельным цветом, но сохраняет свойства как первого, так и второго: старается объединить побе-

доносность красного и мягкую уступчивость синего. Этот цвет предпочитают интеллектуально или эмоционально незрелые люди. Дети отдают предпочтение этому цвету, показывая, что для них мир – это все еще волшебный край. Гомосексуалисты и лесбиянки часто проявляют свою эмоциональную неуравновешенность, предпочитая фиолетовый цвет в качестве компенсации. «Личностными» характеристиками фиолетового являются несправедливость, неискренность, эгоистичность, самостоятельность. «Marketing der Farben» трактует этот цвет как экстравагантный, он отличается оригинальностью, тщеславием и искусственностью. С точки зрения метафизики это символ религиозности, искупления, веры, фантазии [8, с. 18].

В Америке и Средней Европе фиолетовый цвет отвергается как неприятный, особенно интеллектуально развитыми людьми и людьми искусства. Напротив, 450 из 1 000 персов, выбирая из двух наиболее любимых цветов, отдали предпочтение фиолетовому [4]. Этнологические научные экспедиции, проводившие обследования среди индейцев Центральной Бразилии и нетронутых культурным влиянием негров Африки, установили, что фиолетовый цвет для них является самым любимым. То же самое автор установил относительно народов Среднего и Дальнего Востока, где чувственная возбудимость и стремление к эротическому отождествлению выражены значительно нагляднее [4].

Представляется небезынтересным определить причину отклонения в сторону фиолетового цвета. Если проанализировать, какие народы оказывают ему предпочтение или отклоняют этнологически, и сравнить типы людей, которые предпочитают или отклоняют фиолетовый цвет на основании социологических исследований конъюнктуры рынка и фирменных товаров, а также если использовать статистические данные, полученные В. Рисом в результате проведения цветового теста с 1 000 человек различного возраста, напрашивается вывод: чем более развитой и прагматичной является культура, тем менее присуща ее представителям склонность к положительной оценке и восприятию фиолетового цвета [4].

Этим можно объяснить тот факт, что ни в русском, ни в английском языке в результате анализа фразеологических словарей нами не было обнаружено случаев употребления фразеологизмов, содержащих обозначения этого цвета.

Наблюдаемые отличия в отношении к концепту фиолетового/purple цвета свидетельствуют о присутствии национально-специфической характеристики данного цвета, так как в русской и английской культурах этот концепт цвета понимается несколько по-разному.

В настоящее время слово purple входит в подавляющее большинство современных индоевропейских языков, однако «напрямую» латинское *purpura* вошло лишь в некоторые германские и романские языки. Английское *purple* за свое многовековое существование обрело самое широкое значение и входит в группу основных цвето-наименований языка – наряду с такими словами, как *black*, *white*, *red* и т. д. [2].

Фиолетовый и purple – это смесь синего и красного цветов, но пропорциональный состав

этих цветов может смещаться как в сторону красного, так и в сторону синего.

Так, в «Толковом словаре» Ушакова «фиолетовый» имеет следующее определение: название произошло от французского *violette* – фиалка, синий с красноватым оттенком, **лиловый** (этот цвет в этом же словаре определяется как производное от французского *lilacs* – сирень, цвет фиалки или сирени, светло-фиолетовый, в «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля лиловый – светло-фиолетовый, сиреневый, смесь розового и голубого, голубоватый, ало-голубой). «Толковый словарь» Даля определяет фиолетовый как сине-багровый, густой сине-алый [3]. Таким образом, в русском языковом сознании фиолетовый в большей степени имеет сдвиг в сторону синего цвета.

Словарь Longman Active Study Dictionary of English гласит, что «purple – mixture of blue and red», то есть это смесь красного и синего [7]; Учебный словарь современного английского языка определяет purple как «any group of colors with hue between that of violet and red» (любой оттенок между фиолетовым и красным), при этом ни в первом, ни во втором словаре не указывается цветовая пропорция [6]. В свою очередь, англо-русский словарь Мюллера дает следующее определение purple: 1. пурпурный цвет, пурпур, 2. фиолетовый цвет, 3. багровый [1].

В русском языковом сознании пурпурный понимается как темно-красный или ярко-красный цвет («Толковый словарь» Ушакова), темно- и ярко-багряный, багровый, червленый (Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля) [3]. Также необходимо отметить, что стилистические рамки употребления обозначения пурпурного цвета гораздо уже, чем у фиолетового. В русскоязычной культуре пурпурный сохранил свое первоначальное коннотативное значение – символику цвета империи, возвышенности. Именно эта сохранившаяся коннотация «мешает» слову стать банальным термином, выражающим конкретный оттенок красного цвета. Для этого в русском языке существует много других цвето-наименований.

А. П. Василевич отмечает, что на Западе изначальный ореол слова пурпурный уже практически исчез. Возможно, это связано с традиционным отношением к личности, при котором разрыв между королями и подданными никогда не был большим. Если власть русского царя предполагает слепое преклонение, то в Европе монарх – скорее объект почитания и любви. Конечно, вневязковая

коннотация самого цвета там в какой-то мере сохраняется (современные мантии епископов и почетных докторов Оксфордского университета пурпурного цвета), однако «статус» слова *пурпурный* снизился. Сейчас это обычное наименование цвета наряду с целым рядом других, поэтому оно не несет никакой особой функции в языке западной культуры. В российской среде особый статус этого слова сохраняется. Язык упорно не допускает его низведения до уровня обыкновенного цветоименования. Оно никогда не употребляется «всуе». Характерный пример – название известной вокальной группы *Deep Purple*, которое не переводится на русский язык и потому фактически теряет изначальный «цветовой» смысл в русскоязычной культуре [2]. Но результаты, полученные при проведении нашего эксперимента (результаты представлены в диссертационном исследовании Е. В. Мишенькиной), свидетельствуют о том, что в англоязычной культуре доминирующей ассоциацией с концептом *purple* остается королевская семья и ее атрибуты. Этот факт говорит о том, что *purple* сохраняет «ореол» возвышенного цвета. В русскоязычной культуре английский *purple* (пурпурный) подразделяется на два самостоятельных цвета: фиолетовый и пурпурный. Статус «возвышенного» цвета сохраняется за пурпурным, а фиолетовый является одним из основных цветов. Фиолетовый цвет ассоциируется с предметами, которые чаще всего встречаются в повседневной жизни.

В результате проведенного нами опроса было установлено, что число тех, кто считает концепт фиолетового цвета нейтральным, в обеих группах приблизительно одинаковое. Среди тех, кто считает концепт фиолетового цвета отрицательным, в русской группе на 12 % больше. Положительным значением этот цвет наделяют 60 % англичан, и в их группе данный цвет является в большей степени положительным, чем отрицательным, в то время как в русской группе соотношение между положительным и отрицательным значениями практически равное, с незначительным перевесом в сторону положительного. Это свидетельствует о том, что в англоязычной культуре концепт фиолетового цвета обладает положительной коннотацией, а в русскоязычной он бивалентен [5].

Ассоциативные ряды, представленные информантами обеих групп, значительно различаются. Так, в русской культуре концепт фиолетового цвета наделяется предметным значением и ассоциируется только с предметами данного цвета:

фиалка, баклажан, сирень, чернила, синяк, туча, аметист, ирис. Ассоциация может возникать и с местом нахождения данного цвета: радуга. В англоязычной культуре концепт фиолетового цвета, в первую очередь, ассоциируется с королевской семьей и королевскими атрибутами: королевский, мантия, накидка, богатая ткань; отмечается и предметное значение: цветок, вереск, фиалка, но, кроме того, концепт «фиолетовый» ассоциируется с понятием «сердитый» (это отметили 2 человека), чего не наблюдалось в русскоязычной культуре [5].

Это подтверждают определения из «Толкового словаря» Даля, «Толкового словаря» Ушакова, таким образом, в русском языковом сознании фиолетовый цвет представляет собой смесь синего и красного цветов со смещением в сторону синего цвета, а не красного. При смещении в сторону красного цвета становится пурпурным или багряным. В то время как *purple* есть смесь синего и красного цветов независимо от того, в какую сторону происходит смещение. Таким образом, словом *purple* могут обозначаться и фиолетовый, и пурпурный, и багровый цвета.

Национальная специфика данных цветов подтверждается анализом перевода на русский язык английских предложений с использованием *purple*. Примеры взяты из произведения Дж. Г. Байрона «Паломничество Чайльд Гарольда» и сопоставлены с русским переводом этой поэмы, выполненным В. Левиком. Всего прилагательное *purple* использовалось 5 раз:

– And grove and glen with thousand since are rife Throughout this *purple* land, where law secures not life. (Canto I, XXI) – Земля внимала жертв предсмертным стоном, И вопиют о крови пролитой Кресты над равнодушным небосклоном.

– Rob'd half in mist, bedew'd with snowy rills, array'd in many a dim and *purple* streak (Canto II, II) – Вот из темных туч в тюрбане белом, черный и *лиловый* возник вдали.

– The part of Philip's son was thine, not then (Unless aside thy *purple* had been thrown) like stern Diagenes... (Canto III, XLI) – Но циник, *узурпировавший трон*.

– Pour'd in her lap all gems in sparkling showers. In purple was she rob'd, and of her feast. (Canto IV, II) – И сильный князь, как маленький князек, на пир к ней позванный, *гордиться честью* мог.

– The deep-dyed Brenta, where their hues instill The odorous purple of a new born rose. (Canto IV, XXVIII) – И льнет ее поток темно-лазурный к *пурпурным* розам.

При переводе поэмы сохраняется только одна лексема с доминантой «фиолетовый» – «лиловый». Отсутствие лексем с доминантой «фиолетовый» в русском языке может быть объяснено бивалентностью данного цвета и употреблением в русском языке других лексем, которые в своей основе имеют не фиолетовый, а красный цвет (пурпурный). Сокращение количества лексем в переводе может быть связано с трудностями, возникающими при переводе лексемы purple на русский язык, который, в отличие от английского языка, разделяет «пурпурный» и «фиолетовый» на 2 самостоятельные группы, где «пурпурный» принадлежит к группе цветов с доминантой «красный».

Из приведенных примеров видно, что purple ни разу не был переведен на русский язык как фиолетовый. Присутствуют эквиваленты, такие как кровь, лиловый и пурпурный, и два раза он переводился на русский язык описательно – как ‘проявление почести’.

Таким образом, в англоязычной культуре purple охватывает большую часть цветового спектра, чем фиолетовый в русскоязычной культуре, что и объясняет различное отношение к концепту данного цвета в двух культурах, и подобная национальная специфика находит свое отражение и подтверждение в национальных лингвоцветовых картинах мира.

Библиографический список

1. Англо-русский словарь [Текст] / составители В. К. Мюллер, С. К. Боянус. – Киев : Канон, 1996. – 1391 с.
2. Василевич, А. П., Мищенко, С. С. Пурпур: к истории цвета и слова [Текст] / А. П. Василевич,

С. С. Мищенко // Известия РАН. Сер. литературы и языка. – 2003. – 62. – № 1. – С. 55–59.

3. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / В. И. Даль : в 4 т. – М. : Терра, 1994.

4. Клар, Х. Психологическая характеристика цвета [Электронный ресурс] / Х. Клар. – Режим доступа: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ct4p3.html>

5. Мишенькина, Е. В. Национально-специфическая характеристика концепта «свет-цвет» в русской и английской лингвокультурной картине мира [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Мишенькина. – Ярославль, 2006. – 265 с.: ил. РГБ ОД, 61 06–10/1119.

6. Longman Active Study Dictionary of English, 1988. – 709 p.

7. Marketing der Farben // Journal, 1999. – P. 17–19.

Библиографический список

1. Anglo-russkij slovar' [Текст] / sostaviteli V. K. Mjuller, S. K. Bojanus. – Kiev : Kanon, 1996. – 1391 s.

2. Vasilevich, A. P., Mishhenko, S. S. Purpur: k istorii cveta i slova [Текст] / A. P. Vasilevich, S. S. Mishhenko // Izvestija RAN. Ser. literatury i jazyka. – 2003. – 62. – № 1. – S. 55–59.

3. Dal', V. I. Tolkovyj slovar' zhivogo velikorussskogo jazyka [Текст] / V. I. Dal' : v 4 t. – М. : Terra, 1994.

4. Klar, H. Psihologicheskaja harakteristika cveta [Jelektronnyj resurs] / H. Klar. – Rezhim dostupa: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ct4p3.html>

5. Mishen'kina, E. V. Nacional'no-specificheskaja harakteristika koncepta «svet-cvet» v russkoj i anglijskoj lingvokul'turnoj kartine mira [Текст] : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.19 / E. V. Mishen'kina. – Jaroslavl', 2006. – 265 s.: il. RGB OD, 61 06–10/1119.

6. Longman Active Study Dictionary of English, 1988. – 709 r.

7. Marketing der Farben // Journal, 1999. – P. 17–19.