

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2020, №2, Том 11 / 2020, No 2, Vol 11 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2020.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK220.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Урванцева А.К. Метафорическая характеристика цветообозначений в современном английском языке // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK220.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Urvantseva A.K. (2020). Metaphorical characteristics of color meanings in modern English. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 2(11). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/32FLSK220.pdf> (in Russian)

УДК 811.111'373.72

ГРНТИ 16.41.21

**Урванцева Анна Кирилловна<sup>1</sup>**

Частная школа Анны Урванцевой Fusion, Красноярск, Россия

Руководитель, учитель английского языка

Исследователь, преподаватель-исследователь

E-mail: [annett1984@bk.ru](mailto:annett1984@bk.ru)

## Метафорическая характеристика цветообозначений в современном английском языке

**Аннотация.** В современном мире, когда межкультурная коммуникация, представляющая собой многогранное явление с ценностной, деятельностной природой, выходит на первое место, фразеологизмы с компонентом цветообозначения помогают раскрывать национальную специфику различных культур. Анализируя подобные работы, связанные с фразеологическими единицами, автор привносит дополнительную, важную информацию в осмыслении лингвоцветового фрагмента языковой картины мира и дополняет знания об особенностях соотношения языка и мышления.

Можно отметить недостаточную разработанность проблем цветообозначений на материале фразеологизмов английского языка, что делает проблему исследования актуальной.

В работе анализу подверглись номинативные языковые структуры со значением цветообозначения. Предлагается авторская классификация на основе лексико-семантического критерия с учетом метафорических образов цветономинаций. Используется новый термин для обозначения цветообозначения «цветофразама». Материалом для анализа служат фразеологические единицы, извлеченные из англо-русских фразеологических словарей методом сплошной выборки. Корпус примеров составляет 917 фразеологических единиц. Статья вносит вклад в развитие изучения фразеологических единиц. Практическая ценность статьи обусловлена тем, что предлагаемые результаты работы открывают возможность изучения лексико-семантических особенностей цвета во фразеологических единицах.

---

<sup>1</sup> <https://vk.com/annaurva>

<https://www.instagram.com/annaurvantseva77>

По материалам словарей в работе выявлено количество цветофразем – 917, в процессе классификации которых выяснилось, что 690 из них метафорически выражаются образами внешнего мира, а 227 цветофразем – образами персониферы человека.

Метафорическая группировка цветофразем группы «внешний мир человека» показала, что она представлена подгруппами: предмет, цвет, природа, животное, абстрактное понятие, день, имя, геометрические фигуры, знак, медиа, свет, огонь и др. Группа «персонифера человека» выражена значениями деятельность, физиология, психическое состояние, описание и поведение человека.

Из проведенного анализа выяснилось, что ведущей подгруппой цветофразем является группа предметов с такими образами, как канцелярия, одежда, домашнее убранство, образы книг и образы других предметов с ведущим колоративом «black».

**Ключевые слова:** фразеология; метафора; цветообозначение; фразеологическая единица; цветофраза; семантика цвета; цвет

Статья посвящена краткому описанию проблем, существующих в области семантики фразеологизмов со значением цветономинации. Анализируются метафорические характеристики фразеологизмов со значением цветообозначения. В работе предложено и обосновано рассмотрение авторской классификации цветофразеологизмов в современном английском языке. Определены метафорические модели и семантические особенности цветономинаций фразеологизмов в современном английском языке, выявлены ведущие цветовые значения в тематической группе фразеологизмов со значением цвета “black”.

В современном мире, когда межкультурная коммуникация, представляющая собой многогранное явление с ценностной, деятельностной природой выходит на первое место, фразеологизмы с компонентом цветообозначения помогают раскрывать национальную специфику различных культур. Анализируя подобные работы, связанные с фразеологическими единицами, автор привносит дополнительную, важную информацию в осмыслении лингвоцветового фрагмента языковой картины мира и дополняет знания об особенностях соотношения языка и мышления.

Можно отметить недостаточную разработанность проблем цветообозначений на материале фразеологизмов английского языка, что делает проблему исследования актуальной.

Фразеологические единицы с компонентом цветономинаций в диахронии изучали ряд авторов [1–4]. В ходе работы над фразеологизмами со значением цветообозначения мы выясняем, что предметом фразеологии являются, с одной стороны, образования в языке, связанные с мировидением и миропониманием народа, а с другой – сложнейшие единицы языка с точки зрения их семантики и с точки зрения их структуры. Они отличны от других единиц языка – слов, свободных словосочетаний, предложений. Чтобы отделить фразеологизмы от других единиц языка, в науке была разработана специальная система критериев, в основу которых положены категориальные признаки составляющих их элементов. Однако в определении данных признаков до сих пор нет единого мнения среди учёных.

Так, учёные выделяют категориальные признаки фразеологизмов, такие как устойчивость, воспроизводимость, целостность значения, расчлененность структуры, непроницаемость, устойчивость грамматических форм, закреплённость порядка следования лексических компонентов [3, с. 24].

Как отмечает А.В. Кунин, «фразеология – это наука о фразеологических единицах (фразеологизмах), т. е. об устойчивых сочетаниях слов с осложнённой семантикой, не

образующихся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» [4, с. 4].

Т.И. Вендина понимает под фразеологической единицей (или фразеологическим оборотом) «лексически неделимую, воспроизводимую единицу языка, состоящую из двух или более ударных компонентов, устойчивую в своём составе, структуре и целостную по своему значению» [5, с. 202].

Как можно заметить, устойчивые сочетания слов имеют несколько названий: фразеологизм, фразеологическая единица, идиома, устойчивое словосочетание. Что касается фразеологизмов со значением цветообозначений, используются термины «цветономинация», «колоратив», «колорема», «устойчивые сочетания с компонентом цветообозначения» и др.

Вслед за Н.Ф. Алефиренко мы принимаем термин «фразема» и для целей нашего исследования вводим термин «цветофразема», понимая в данном случае фразеологическую номинацию со значением цветообозначения. В данной работе термины «фразеологическая единица» (далее – ФЕ) и «цветофразема» будут употребляться как синонимы.

Для целей нашего исследования важно проследить метафорические переосмысления цветоименований. В связи с этим обратимся к когнитивной теории метафоры. Во фразеологии единодушно признано, что метафора – основной источник фразеологизации. При этом, как правило, указывается, что «переосмысленное наименование осуществляется не только по смежным, но и по, казалось бы, несходным свойствам и признакам соответствующих денотатов» [3, с. 164].

«Метафора как лингвистический инструмент переноса известного, освоение сферы нового в терминах знакомого, по утверждению М.М. Малгатаевой, присуща всем без исключения естественным языкам и неизменно присутствует в пространстве любой культуры. Метафорическое описание мира выступает специфическим средством реализации человеком познавательного отношения человека к миру, понимание и границ своего бытия, и преобразования мира действительности в мир культуры, организованный и интерпретируемый для нужд практической деятельности. Языковая метафора фиксирует напряженность творческих усилий сознания, направленного на неограниченное постижение человеком объемлющего мира, и горизонты этого постижения» [6, с. 59].

Метафора как особый феномен онтологически связана с человеком, языком и культурой. Она выступает в роли коммуникативной единицы, являясь средством познания внеязыковой действительности. По мнению С.А. Хахаловой, метафора представляет собой «такое категориальное явление, в котором изначально заложена двоякая сущность, выражающаяся в онтологическом, функциональном и знаковом дуализме» [2, с. 12].

Процессы метафоризации – это специфические операции над знаниями, часто приводящие к изменению онтологического статуса знания, когда неизвестное становится известным, а известное совершенно новым и т. п. [7].

В когнитивном плане процесс метафоризации близок к модели рассуждения по аналогии, в основе которой лежит представление о передаче информации или знаний между двумя концептуальными областями или полями – источником и целью.

**Цель исследования:** разработать метафорическую классификацию цветофразем.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. определить общее количество фразеологических единиц с компонентом цветообозначения (далее – цветофразем) и выявить метафорическую образность цветофразем;

2. классифицировать группы образов цветофразем;
3. выявить ведущий образ метафоризации цветофразем и определить его колоратив.

### Методы

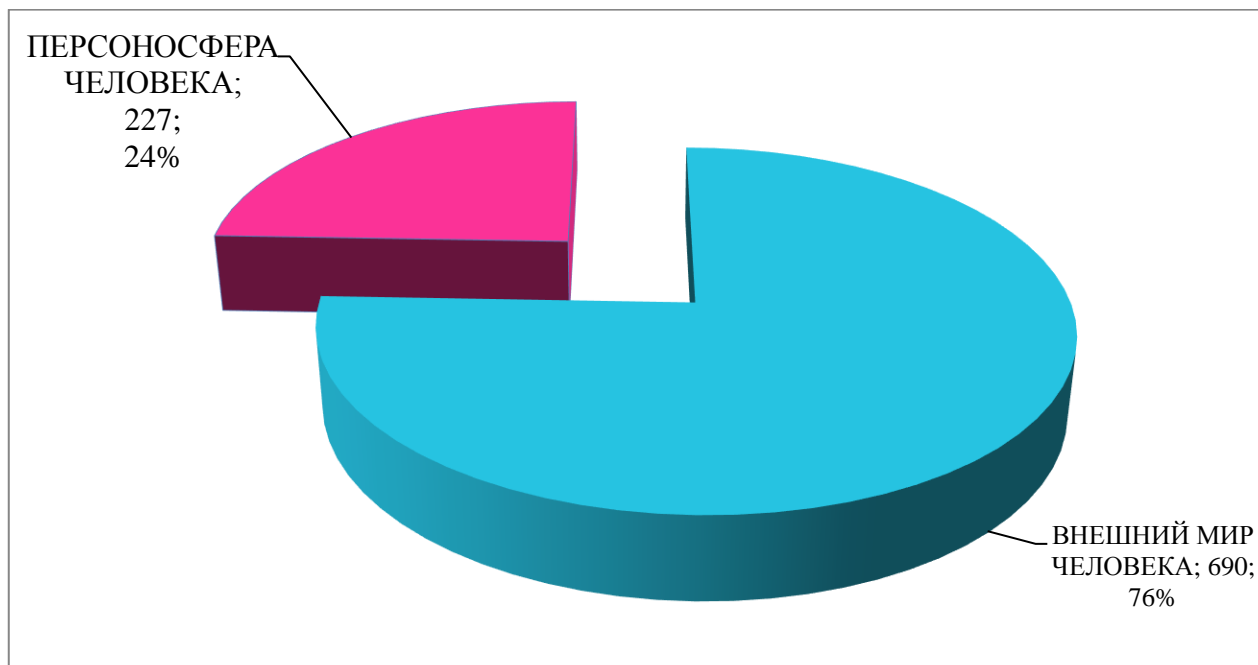
Собрав методом сплошной выборки из разных фразеологических словарей<sup>2</sup> [1; 2; 8–12] 917 фразеологических единиц с компонентом цветообозначения (далее цветофразем), классифицировали их методом описания по лексико-семантическим группам, далее использовался метод количественного подсчета и описательный.

Данные цветофраземы в ходе исследования были распределены на 2 группы: «персоносфера человека» и «внешний мир» (рисунок 1).

### Результаты и обсуждение

Анализ 917 цветофразем показал, что группа «**внешний мир человека**» включает в себя цветофраземы, описывающие предметы, явления объективного мира и абстрактные понятия, составляет 691 цветофразему от корпуса примеров (75 %).

Группа «**персоносфера человека**» включает в себя цветофраземы, относящиеся к человеку или ко всему тому, что имеет отношение к жизни человека, и составляет 227 цветофраземы от всего корпуса примеров цветофразем (24 %).



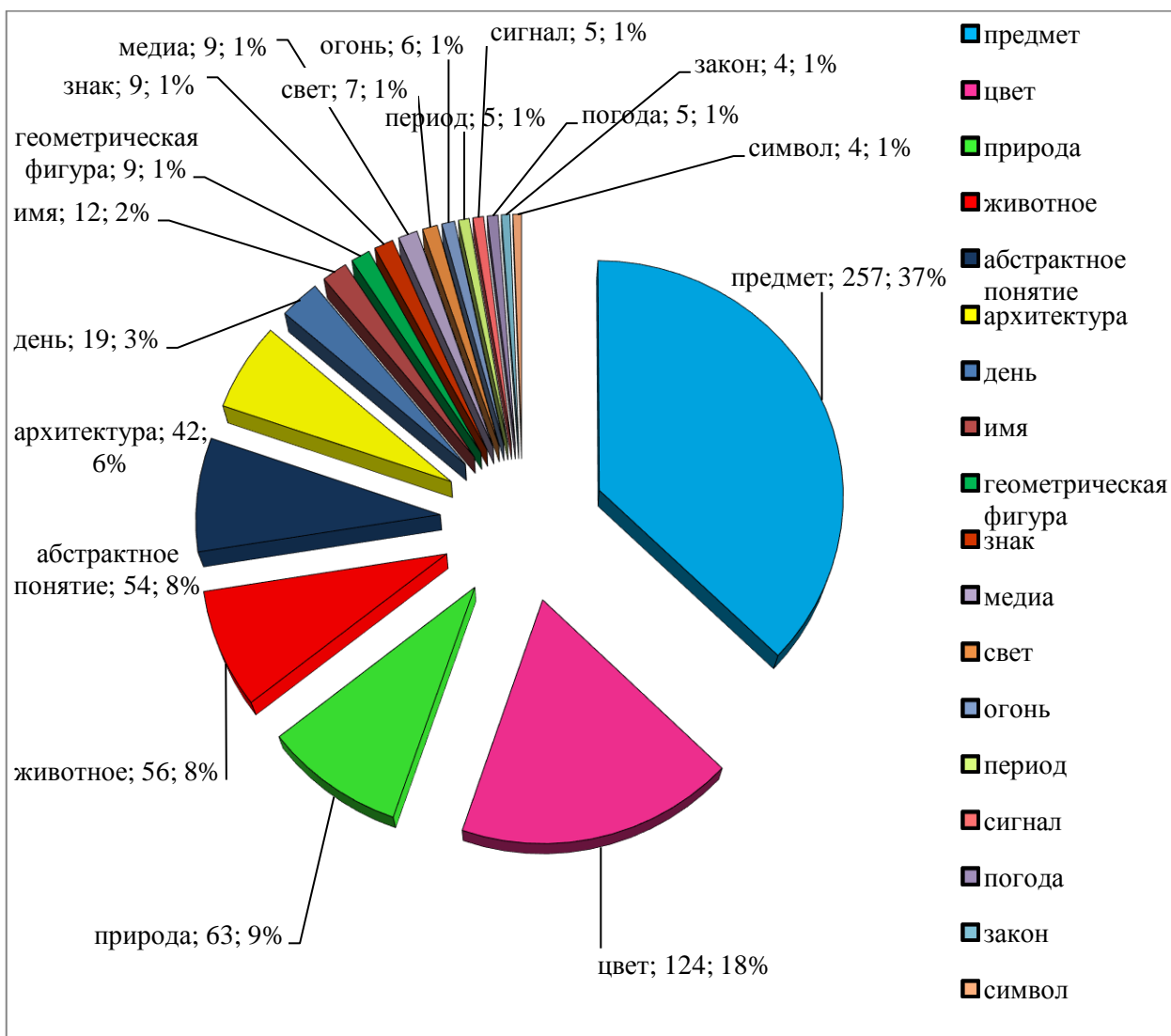
*Рисунок 1. Метафорическая классификация цветофразем (составлено автором на основе данных)*

Рассмотрим группу «**внешний мир человека**», включающую преимущественное количество цветофразем, а именно, как упоминалось ранее, – 690 цветофразем от корпуса

<sup>2</sup> Англо-русский словарь устойчивых словосочетаний CollinsCobuildDictionaryofIdioms. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Апрель», 2004 – 751, [1] С.

примеров (75 %). Данная группа представлена следующими образами метафорических цветофразем (рисунок 2):

1. **«Образы предметов»** – 257 цветофразем (37 %). Огромное количество цветофразем исторически сформировалось посредством различных предметов, таких как **канцелярия**, например: *abluerencil* – цензор (глагол: *to blue-pencil something*); *a black Paper* – «Черная книга» (критикующая политику); *a green paper* – «Зеленая книга» (книга предложений правительства); **книга**, например: *a blue book* – рабочая тетрадь, в которую вносятся ответы на экзаменах в американских колледжах; *a blue book* – правительственный отчет; *black letter book* – книга, напечатанная готическим шрифтом; *blue book* – печатное издание, в котором указаны цены на подержанные автомобили; *orange book* – отчет министерства земледелия (в оранжевом переплете); **металлические изделия**, например: *as black as the Ace of Spades* – черный, как сажа («как туз пик»), *black Rod* – «черный жезл», герольдмейстер (должностное лицо); *bolt from the blue* – что-то неожиданное; **предметы домашнего обихода**, например: *brown bagit* – приносить с собой еду; *orange stick* – ногтечистка (в маникюрном приборе); *a blue coat* – «синий мундир» – солдат, моряк; **символы**, например: *a red flag* – проблема; *black flag* – пиратский чёрный флаг; **деньги**, например: *black money* – «грязные деньги», подпольные, незаконные доходы (скрываемые от обложения).



**Рисунок 2.** Метафорическая классификация группы «внешний мир человека» (составлено автором на основе данных)

2. «**Образы цвета**» – 124 цветофраземы (18 %). Второй по количеству метафорических цветофразем является группа с образами различных цветов, оттенков. К примеру, колоратив *green* используется для образования различных цветофразем: *to green wash* – ситуация, при которой компания скрывает истинные экологические последствия своей деятельности путём публичной демонстрации своего интереса к проблемам экологии; *to have the rub of the green* – иметь везенье, удачу в работе, спорте. Как можно заметить, в приведенных примерах через образ данного цветообозначения передаются совсем противоположные значения. В первом случае образ «green» передает значение скрытости, укрывательства чего-то, во втором случае данный колоратив предполагает значение успеха, везения. Образ цветообозначения *blue* имеет также разнообразные дефиниции, например: *to happen once in a blue moon* – случиться очень резко или никогда; (через образ синий употребляется значение чего-то редкого), *to sing the blues* – жаловаться на свою судьбу (данный образ цвета говорит о негативном стечении дел говорящего). Особенно разнообразны значения образа черного цвета: *to have something in black and white* – иметь это в письменном виде (через образ колоративов черный и белый понимается написанное человеком); *to have a black mark against smb.* – предупреждение против (противопоставление мнений выражает данный образ черного цвета). Большая часть употребления образа черного колоратива принадлежит значению чего-то мрачного, пессимистического: *to paint it too black* – рисовать слишком мрачную картину, видеть все в черном цвете; *to judge in black and white* – делить все на белое и черное, упрощенно судить о сложной ситуации в простых категориях правильно-неправильно; *to swear up and down black* – нецензурно выражаться. Образ красного передает оттенок злости: *to see red* – обезуметь, прийти в ярость, в бешенство. Образ белого может передавать не только положительное значение, а также что-то тщательно скрываемое человеком: *to white wash something* – таить неприятную реальность. Образ колоратива *фиолетовый* представлен значением «залиться багрянцем» *to go purple (in the face)*.

3. «**Природа**» – 63 цветофраземы (9 %). Образы природы различны: море, вода, ручей, ягоды, трава, листочки, разные цветы, явления погоды, земля, ручей и другие, например: *between the devil and the deep blue sea* – выбор альтернативных ситуаций или способов действий, ни один из которых не является приемлемым или желанным; *as brown as a berry* – совершенно темный; очень загорелый; *as black as thunder* – разг. мрачнее тучи, туча-тучей; *as green as grass* – 1. зеленый, как трава; 2. очень неопытный, не знающий жизни, не сформировавшийся, «зеленый» человек (ср. молодо-зелено); *as green as grass* – 1. зеленый, как трава; 2. Очень неопытный, не знающий жизни, не сформировавшийся, «зеленый» человек (ср. молодо-зелено); *blue grass* – тип музыкальных произведений, распространенных в южной и западной части США, исполняемый на гитаре и скрипке; *as red as a rose* – красный, как роза; розовый; *the sear and yellow leaf* – осень; пожилой возраст; *as black a burnt log* – совершенно темно; *as white as snow* – белый, как снег; *a yellow streak in smb.* – склонность к трусости или предательству; *a blue streak* – амер. разг. непрерывно, все время, без конца; *run like a blue streak* – амер. жарг. нестись во всю ночь; бежать со всех ног; *to have a yellow streak* – струсить, смалодушничать; *blue water* – открытое море; *a bit of blue sky* – луч надежды; *the black Sea* – Чёрное море, к бассейну которого относятся Турция, Болгария, Румыния, Украина, Россия и Грузия; *The Blue Nile* – Синий Нил, часть реки Нил, протекающая по территории Эфиопии и Судана; *once in a blue moon* – (разг.) раз в год по обещанию, в кои-то веки; очень редко; *blue sky* – прожектерство, хвастовство; *to happen out of a clear blue sky* – как с неба свалиться, произойти неожиданно; *as black as cloud* – совершенно темно; *a black hole* – разг. предмет, на содержание которого затрачивается слишком много денег; *black Earth* – чернозем; *blue earth* – кимберлит; *red earth* – краснозем; *white water* – часть реки с быстрым течением; *black ice* – хрупкий лёд; *green winter* – бесснежная, мягкая зима; *The Black Forest* – область обширных лесов на юго-западе Германии; *The black Hills* – область холмов в Южной Дакоте (США); *the Blue Ridge* – часть хребта гор Аппалач на востоке США (по направлению из южной Пенсильвании в северную Джорджию).

4. **«Образ животного»** – 56 цветофразем (8 %), например: as black as a bat – совершенно слепой, подслеповатый, «слепая курица»; (as) red as a turkey – красный как рак; a blue-Bird – девочка-скаут младшего возраста.

5. **«Образ абстрактных понятий»** – 54 цветофраземы (8 %), например: agony in red – ярко-красный костюм; agony in red – ярко-красный костюм; black conscience – нечистая совесть.

6. **«Образ архитектуры»** – 42 цветофраземы (6 %), например: a black theatre – чёрный как жанр, разновидность (чёрный юмор); a red light district – квартал публичных домов; brown University – престижный американский университет.

7. **«Образ дня»** – 19 цветофразем (3 %), например: a black Monday – плохой день; as black as night – совершенно темно; as black as midnight – совершенно темно, непроглядная тьма.

8. **«Образ имени»** – 12 цветофразем (2 %), например: blue-John – скисшее молоко; brown Betty – хлебный пудинг с яблоками; yellow Jack – (мед.) желтая лихорадка.

9. **«Образ геометрических фигур»** – 9 цветофразем (1 %), например: a yellow line – дорожная линия жёлтого цвета в Великобритании, которая указывает на то, что в данном месте парковка возможна только на короткий срок; red line – линия для передачи важной информации в незасекреченной форме.

10. **«Образ знаков»** – 9 цветофразем (1 %), например: raise a whiteflag – сдаться, выкинуть белый флаг; raise red flags (about sth) inf – вызывать сомнение (относительно чего-л.); ставить под вопрос (что-л.); заставлять насторожиться.

11. **«Образ медиа»** – 9 цветофразем (1 %), например: black comedy – «черная» комедия; the yellow press – «желтая пресса».

12. **«Образ света»** – 7 цветофразем (1 %), например: a green old age – счастливая, бодрая старость; black gone – амер. «черная сутана», католический священник (так прозвали священников индейцы); green old age – крепкий старик; green time – дор. зеленая волна; the green years – юные года.

13. **«Образ огня»** – 6 цветофразем (1 %), например: as red as fire – огненно-красный; fiddle white Rome burns – развлекаться во время народного бедствия, заниматься пустяками перед лицом серьезной опасности.

14. **«Образ периода»** – 5 цветофразем (1 %), например: green old age – крепкий старик; red date – дата погашения кредита или облигационного займа.

15. **«Образ сигнала»** – 5 цветофразем (1 %), например: red alert – состояние готовности перед лицом опасности; red flag – что-то, что символизирует проблему; знак опасности; предупреждающий опасность.

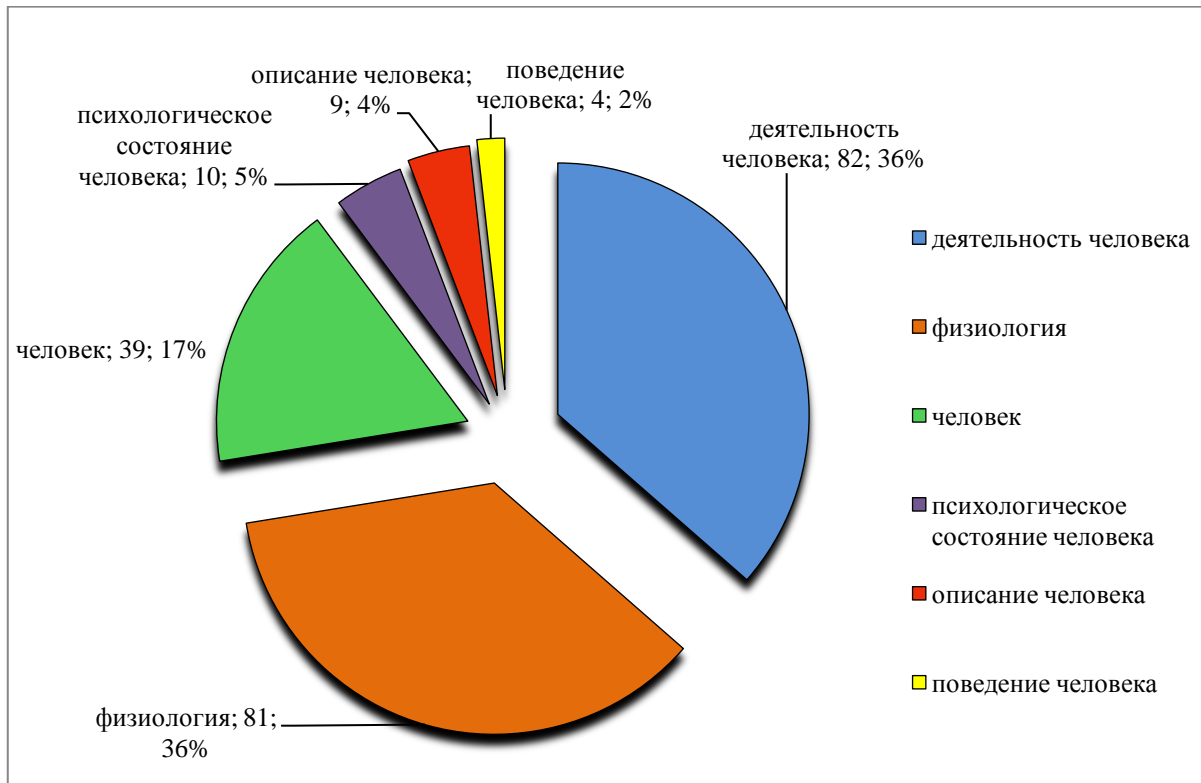
16. **«Образ погоды»** – 5 цветофразем (1 %), например: black Mass – месса, церемония сатанистов, ритуал, напоминающий христианскую службу; the yellow press – «желтая пресса», так называют газеты, которые в основном специализируются на сенсациях.

17. **«Образ закона»** – 4 цветофраземы (1 %), например: blue law – амер. пуританский закон, регулирующий порядок воскресного дня; the blue-sky law – амер. закон, регулирующий выпуск и продажу акций и ценных бумаг.

18. **«Образ символа»** – 4 цветофраземы (1 %), например: to hang out the white flag – достать белый флаг, капитулировать; white ensign – военно-морской флаг (Великобритания).

Далее рассмотрим вторую по численности группу цветофразем с точки зрения метафоризации: **«персонасфера человека»** (рисунок 3).

Наш материал показал, что метафорическая группа «персонафера человека» включает в себя цветофраземы, объективирующие следующие образы метафоризации:



**Рисунок 3.** Метафорическая классификация группы «персонафера человека» (составлено автором на основе данных)

1. **Образ деятельности человека** составляет 82 цветофраземы (38 % от общего количества цветофразем группы «персонафера человека»), например: a white-collar job – амер. работа в учреждении, конторе, «чистая» работа; bleed smb.white – обескровить сделать нежизненным бессильным кому-либо; выжать все соки.

2. **Образ физиологии человека** составляет 81 цветофразему (38 %), например: black smb's eye – подбить кому-либо глаз, поставить кому-либо фонарь; a black eye – разг. синяк, подбитый глаз, фонарь под глазом; a black heart – «чёрное сердце»; a black look – хмурый, злобный взгляд; a green hand – неопытный человек; неопытный работник; новичок; a red-head – (о человеке) рыжий.

3. **Образы человека** составляют 39 цветофразем (17 %), например: a white man – порядочный, честный, благовоспитанный человек; a white-collar worker – «белый воротничок», служащий; a blue baby – ребёнок с врожденным пороком сердца.

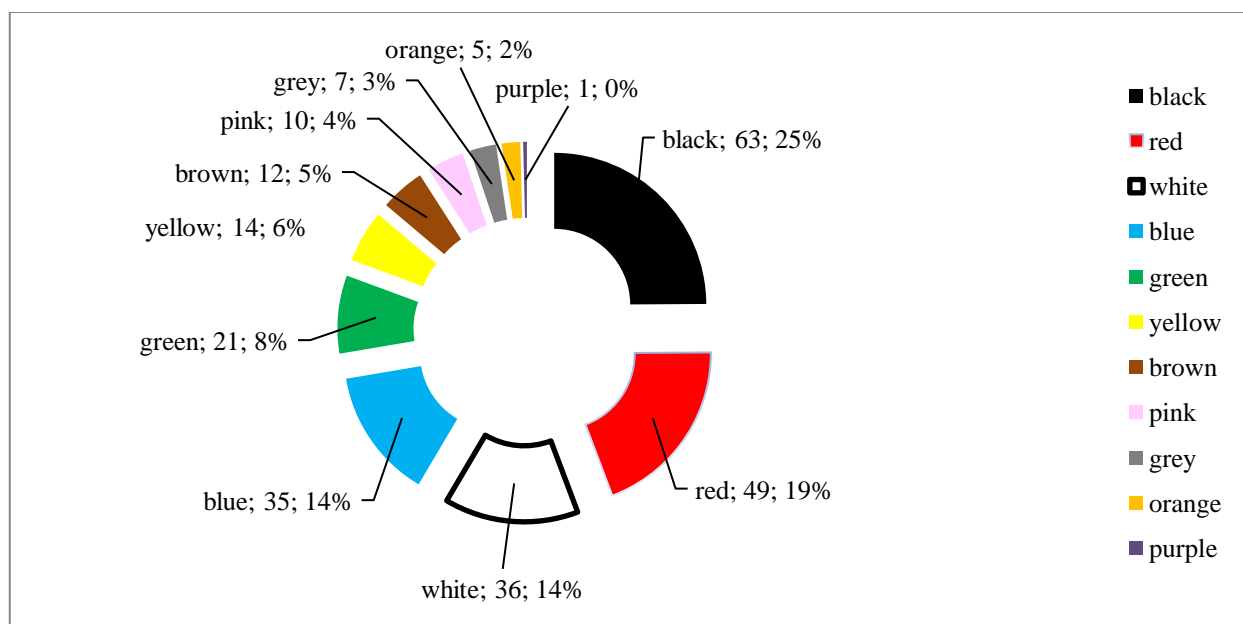
4. **Образы психологического состояния человека** составляют 10 цветофразем (5 %), например: a black mood – плохое настроение; приступ депрессии; blue fear (или funk) – жарг. паническое состояние, сильный испуг; red with anger – побагроветь от гнева; the gold (жарг. yellow) fever – золотая лихорадка.

5. **Образы описания человека** составляют 9 цветофразем (4 %), например: a black outlook – несчастливый вид; a blue fit – разг. удар, потрясение; хандрить, быть не в настроении, унывать; green fat – студенистая часть мяса черепахи; like blue murder – разг. со всех ног, сломя голову; look black – выглядеть сердитым, мрачным, хмуриться.



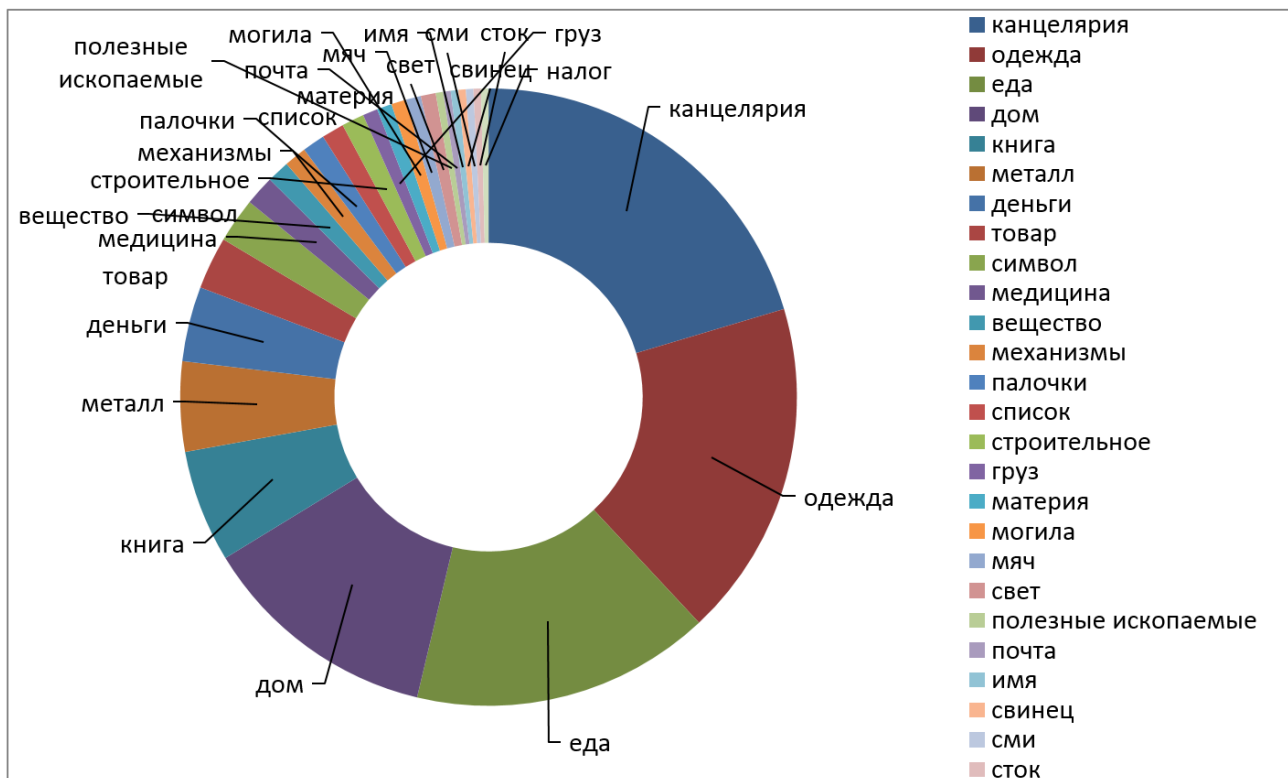
6. **Образы поведения человека** составляют 4 цветофраземы (2 %), например: a black deed – чёрное дело, дурной поступок; a little white lie – мелкая ложь, невинная ложь во спасение; a white lie – невинная ложь; a white collar crime – преступление, совершаемое служащими, преимущественно должностное преступление.

Проанализируем ведущую подгруппу метафоризации всех цветофразем «предметы» из группы «внешний мир человека», составляющую 257 цветофразем. Проведя анализ данной группы на количественное наличие колоративов, выяснилось следующее (рисунок 4): колоратив «**black**» встречается в 63 цветофраземах (25 % от 257 цветофразем), например: a black belt – черный пояс (как показатель мастерства в восточных единоборствах); a black ship – судно, которое портовые рабочие отказываются разгружать; колоратив «**red**» – в 49 цветофраземах (19 %), например: as red as a cherry – красный, как вишня, вишневого цвета; receive no red carpet – не оказать (кому-л.) торжественного приема; колоратив «**white**» – в 36 цветофраземах (14 %), например: to stand in a white sheet – публично каяться; white board – белая доска, на которой пишут специальными маркерами в учебных заведениях; колоратив «**blue**» – в 35 цветофраземах (14 %), например: blue book – печатное издание, в котором указаны цены на подержанные автомобили; to blue money – транжирить деньги; колоратив «**green**» – в 21 цветофраземе (8 %), например: green back – доллары, наличные; казначейские билеты, впервые выпущенные в США в 1862 г. Они стали символом бумажных денег; green ware – необожжённая керамика; «**yellow**» – в 14 цветофраземах (6 %), например: a yellow card – штрафная санкция в футболе, желтая карточка; yellow ticket – увольнение из армии (без льгот), приказ об увольнении; желтый билет (проститутки); колоратив «**brown**» – в 12 цветофраземах (5 %), например: brown rice – неочищенный рис; brown sugar – неочищенный сахар; «**pink**» – в 10 цветофраземах (4 %), например: pinking shears – клыки; pink sheets (США) – список акций, их цен и маркетмейкеров по ним на внебиржевом рынке, публикуемый национальным бюро котировок; колоратив «**grey**» – в 7 цветофраземах (3 %), например: grey import – полулегальный импорт; grey literature – малоизвестная или маловостребованная литература (ведомственные отчеты); «**orange**» – в 5 цветофраземах (2 %), например: orange peel – австрл. спец. одежда работников дорожных служб; orange stick – ногтечистка (в маникюрном приборе); «**purple**» – в 1 цветофраземе (0 %), например: palantine purple – награда: пиджак светло-лилового цвета, которым награждают отличившихся спортсменов Даремского университета.



**Рисунок 4.** Количество колоративов в цветофраземах «предметы» из группы «внешний мир человека» (составлено автором на основе данных)

С точки зрения семантических значений в подгруппе «**образы предметов**» классификация показывает, что преобладающими подгруппами являются канцелярия, одежда, еда, дом и книга (рисунок 5).



**Рисунок 5.** Семантическая классификация подгруппы «предметы» (составлено автором)

Огромное количество цветофразем исторически сформировалось посредством различных предметов, таких как **канцелярия** (52 цветофраземы, 20 %), например: a blue pencil – цензор (глагол: to blue-pencil something); a black Paper – «Черная книга» (критикующая политику); a green paper – «Зеленая книга» (книга предложений правительства); **одежда** (45 цветофразем, 18 %), например: a black coat – пренебр. чёрная сутана, священник; a blue-bonnet – шотландец; **еда**, например: as red as a cherry – красный, как вишня, вишневого цвета, black coffee – кофе без молока; **предметы домашнего обихода**, например: brown bag it – приносить с собой еду; orange stick – ногтечистка (в маникюрном приборе); grey iron – серый литейный чугун; green goods – амер. сл. фальшивые бумажные деньги; **книга**, например: a blue book – рабочая тетрадь, в которую вносятся ответы на экзаменах в американских колледжах; a blue book – правительственный отчет; black letter book – книга, напечатанная готическим шрифтом; blue book – печатное издание, в котором указаны цены на подержанные автомобили; orange book – отчет министерства земледелия (в оранжевом переплете); **металлические изделия**, например: as black as the Ace of Spades – черный, как сажа («как туз пик»), black Rod – «черный жезл», герольдмейстер (должностное лицо); bolt from the blue – что-то неожиданное; **деньги**, например: black money – «грязные деньги», подпольные, незаконные доходы (скрываемые от обложения). Менее 10 цветофразем составляют следующие наименования предметов цветофразем: товар, символ, медицина, вещество, механизмы, палочки, список, строительное, груз, материя, могила, мяч, свет, полезные ископаемые, почта, имя, свинец, СМИ, сток, налог.

### Выводы

По материалам словарей в работе выявлено количество цветофразем – 917, в процессе классификации которых выяснилось, что 690 из них метафорически выражаются образами внешнего мира и 227 цветофразем – образами персониферы человека.

Метафорически сгруппировав цветофраземы группы «внешний мир человека», выяснилось, что она представлена подгруппами *предмет, цвет, природа, животное, абстрактное понятие, день, имя, геометрические фигуры, знак, медиа, свет, огонь* и др. В свою очередь, группа «персонифера человека» выражена значениями: *деятельность, физиология, психическое состояние, описание и поведение человека*.

Из проведенного анализа выяснилось, что ведущей подгруппой цветофразем является группа предметов с такими образами, как образы канцелярии, одежды, домашнего убранства, образы книг и образов других предметов с ведущим колоративом «black».

### ЛИТЕРАТУРА

1. Соломонник Т.Г. Другими словами... Словарь английских идиом. СПб.: Алга-Фонд, 1994. 248 с.
2. Завьялова Н.А. Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как отражение японской, английской и русской языковых картин мира: дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2007. 299 с.
3. Алефиренко Н.Ф., Семенов Н.Н. Фразеология и паремология: учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования. М.: ФЛИНТА; Наука, 2009. 344 с.
4. Кунин А.В. Курс фразеологии современного языка. М.: Высшая школа, 1996. 381 с.
5. Вендина Т.И. Введение в языкознание: учебное пособие для педагогических вузов. М.: Наука, 1977. 391 с.
6. Петкелите К.Р. Когнитивные основы формирования значения устойчивых сочетаний с компонентом-цветообозначением: дисс. ... к. филол. н. Калининград, 2011. 213 с.
7. Баранов А.Н. Предисловие редактора. Когнитивная теория метафоры почти 20 лет спустя // Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М.: Едитериал УРСС, 2004 б. С. 3–20.
8. Гуревич В.В., Дозорец Ж.А. Русско-английский фразеологический словарь – М.: Издательство Эксмо, 2005. 656 С.
9. Солодушкина К.А. Англо-русский словарь идиом и устойчивых словосочетаний в языке современной прессы (по социально-экономическим и международным проблемам). М.: ИНФРА-М. 2013. 243 с.
10. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. М.: ГИИНС, 2005. 562 с.
11. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь: около 20000 фразеологических единиц. Изд-е 6-е, исправленное. М.: Живой язык, 2005. 944 с.
12. Литвинов П.П. Англо-русский фразеологический словарь с тематической классификацией. Продвинутый английский – через фразеологию: учебное пособие для самообразования. М.: Яхонт, 2000. 448 с.

**Urvantseva Anna Kirillovna**

Private school of Anna Urvantseva Fusion, Krasnoyarsk, Russia  
E-mail: annett1984@bk.ru

## **Metaphorical characteristics of color meanings in modern English**

**Abstract.** In the modern world, when intercultural communication, which is a multi-faceted phenomenon with a value and activity nature, comes out on top, phraseological units with a component of color designation help to reveal the national specifics of different cultures. Analyzing such works related to phraseological units, the author brings additional, important information in understanding the linguistic-color fragment of the language picture of the world and adds knowledge about the features of the relationship between language and thinking.

It can be noted that the problems of color meanings are not sufficiently developed on the material of phraseological units of the English language, which makes the problem of research relevant.

In work the analysis was applied to nominative language structures with the meaning of color terms. The author's classification is proposed based on lexical and semantic criteria, taking into account metaphorical images of color nominations. This is a new term for the color terms of "Svetovrachene". The material for analysis is phraseological units extracted from English-Russian phraseological dictionaries using a continuous sampling method. The corpus of examples consists of 917 phraseological units. The article contributes to the development of the study of phraseological units. The practical value of the article is due to the fact that the proposed results open up opportunities for studying the lexical and semantic features of color in phraseological units.

Based on the materials of dictionaries, the number of color phrases was revealed – 917, classifying which it turned out that 690 are metaphorically expressed by images of the external world and 227 color phrases are images of the human personosphere.

Metaphorically grouping color phrases of the group "the external world of man" it turned out that it is represented by the subgroups object, color, nature, animal, abstract concept, day, name, geometric shapes, sign, media, light, fire, etc. In turn, the group "human personosphere" is expressed by the following values: activity, physiology, mental state, description and behavior of a person.

The analysis revealed that the leading subgroup of color schemes is a group of objects with images such as images of office, clothing, home decoration, images of books and images of other objects with the leading color "black".

**Keywords:** phraseology; metaphor; color meaning; phraseological unit; color phrase; color semantics; color