

*Пухтаевич А. В.*

*студент*

*Научный руководитель: Нейман С.Ю., к. филол. н.  
Омский государственный технический университет*

## **ЦВЕТ В КУЛЬТУРЕ, МОДЕ И ФРАЗЕОЛОГИИ**

*Аннотация.* Цель исследования – провести сопоставительный анализ значения цвета в психологии одежды, национальной культуре и в языках – русском и английском, на примере фразеологизмов с компонентами цвета. Для анализа были составлены основные группы цветов. В статье выявлены сходства и различия символического значения цветов в данных языках. Отмечено, что символическое значение цвета, как в языке, так и в одежде связано с природными ассоциациями, личными ощущениями человека и историей развития культуры. Научная новизна заключается в междисциплинарном рассмотрении вопроса с помощью метода сопоставительного анализа. В результате определены символические значения цветов и их соотношение с психологией цвета в одежде.

*Ключевые слова:* цвет, фразеологизм, идиома, одежда, мода, психология цвета.

*Pukhtaevich A. V.*

*Student*

*Scientific Supervisor: Neiman S. Yu., Ass. Prof  
Omsk State Technical University*

## **COLOR IN CULTURE, FASHION & PHRASEOLOGY**

*Annotation.* The purpose of the study is to conduct a comparative analysis of the meaning of color in the psychology of clothing, national culture and in languages – Russian and English, using the example of idiomatic expressions with

color components. The main groups of colors are compiled for analysis. The article reveals similarities and differences in the symbolic meaning of colors in these languages. It is noted that the symbolic meaning of color, both in language and in clothing, is associated with natural associations, personal feelings, traditions, stereotypes and the history of cultural development. The scientific novelty lies in the interdisciplinary consideration of the issue using the method of comparative analysis. As a result, the symbolic meanings of colors and their relationship with the psychology of color in clothing are determined.

**Keywords:** color, phraseology, idiom, clothing, fashion, psychology of color.

**Введение.** Одежда является неотъемлемой частью каждого человека. Она способна передать окружающим людям его настроение и характер, а для носящего она может служить как комфортная оболочка, в которой можно чувствовать себя уверенно и защищено. Выбрав свой цвет в одежде, человек не только обретает гармонию со своим внутренним миром, сохраняет свою индивидуальность, но и рассказывает миру о себе. Однако, порой значение элементов одежды не всегда доступны людям, которые не являются профессионалами в индустрии моды. Именно в ощущениях, передаваемых с цветом, скрыты природные ассоциации, влияние культурных традиций, а также личные переживания и впечатления. Не случайно, что в настоящее время активно развивается такое направление, как психология цвета в одежде.

Понятие цвета присутствует во всех культурах, и каждый цвет имеет собственное символическое значение. Цвет – это один из способов понимания мира. Чтобы понять, как цвета выражаются в разных культурах, необходимо обратиться к их истории, которая отражена и зафиксирована национальным языком. Как писала Е. Л. Гоголева: «Язык – это одна из самых важных категорий культуры, поскольку именно посредством языка формируется и выражается миропонимание человека» [3].

Фразеологизмы являются неотъемлемой частью языка. В них отражается историческое развитие языка, разные культурные явления, а

также национальный характер. А идиома – эта одна из более ярких фразеологических единиц. По толковому словарю Ожегова, идиома это оборот речи, значение которого не определяется отдельными значениями входящих в него слов [7]. Например, *синий чулок* – прозвище ученой женщины, лишённой обаяния и всецело поглощённой книжными интересами. Идиома произошла в Англии, в салоне писательницы Элизабет Монтегю. По одной из версий, салон часто посещал мужчина, ученый-ботаник, писатель и переводчик Бенджамин Стиллингфлит, который всегда носил синие чулки, вместо предписанных этикетом чёрных. Таким образом, в салоне он запомнился под прозвищем «синий чулок», а в дальнейшем так стали называть исключительно женщин. Значение фразеологизма *to show one's true colours* (досл. показать подлинные цвета) – показать истинные намерения, не всегда понятно без пояснения. Фразеологизм произошел от мореплавателей, которые идентифицировали корабли по цветам флага. Пираты поднимали флаги дружественных государств и заманивали торговые суда в ловушку. Пока корабли не подплывут достаточно близко, они не узнают, что их обманули, отсюда и произошло значение английской фразы.

В данном исследовании мы провели сопоставительный анализ значения цвета в психологии одежды, в национальной культуре и в языках – русском и английском – на примере идиоматических выражений с компонентами цвета, связанных с одеждой. Нами был просмотрен массив фразеологизмов объёмом 200 единиц на двух языках, из которых для анализа было отобрано 85. Нашей целью было найти сходства и различия в значениях цвета в указанных языках на примере идиом, а также определить, какое значение и смысл эти цвета имеют в одежде и культуре в целом. Выборка была составлена на основе просмотра статей, журналов и сайтов, посвященных стилю и моде (область функционирования), а также дополнена и верифицирована фразеологическими и толковыми словарями русского и английского языков (область фиксации).

Выбор исследования пал на основные группы цветов:

- Монохромные (белый, черный);
- Холодные (синий);
- Теплые (красный);
- Нейтральные (зелёный).

**Обсуждение.** Белый цвет с древности ассоциируется у людей с положительными эмоциями и событиями. Скорее всего, это связано с глубинным восприятием белого как чего-то чистого и прозрачного, как вода. Для человека прозрачность является доказательством безопасности и контроля над ситуацией. В религии белый цвет часто употребляется в значении непорочности, надежды, веры, добра и чистых помыслов. Такое же значение белого цвета подтверждается в английских идиомах и фразеологизмах: *to be whiter than white* – быть предельно честным, нравственным; *to tell a white lie* – ложь во спасение; *white hands* – честность, невинность; *lily-white reputation* – незапятнанная репутация. Сходное значение белого цвета присутствует и в русском языке, в таких фразеологизмах, как *белая изба* (чистая); *белая зарплата* (настоящая, реальная, чистая); *белый уголь* (экологичный источник энергии, чистая энергия), *белая зависть* (добрая, радостная, чистая).

В XVII веке считалось, что простынь самый чистый и белый предмет, поэтому в религии использовали их как самый чистый предмет, который не мог бы скрыть за собой истинный характер человека. Даже в крещение на Руси и до сих пор принято одеваться в белую одежду, для полного очищения. Возможно, общее значение в двух культурах этимологически связано с общим пра-индоевропейским значением этого слова «свет» [10]. Однако в русском языке существует достаточное количество фразеологизмов с отрицательным смыслом: *белый билет*; *белое пятно*; *белая горячка*; *белая зависть*; *довести до белого каления*; *дела как сажка бела*; *сказка про белого бычка*; *шито белыми нитками*, *в белых перчатках* и др. Фразеологизм *в белых тапочках* в грубо-просторечном значении демонстрации неуважения и презрения вошел в русский язык из литературы XX века [1] и

распространился благодаря кинематографу. Другой пример *люди в белых халатах* – врачи связан с профессиональной деятельностью. Белый цвет так же присутствует в части атрибута английского офисного работника: *white collars*, стал один из трендов 2017 года, по мнению модного журнала VOGUE [2]. В русском языке данный атрибут называется аналогично английскому «белые воротнички» и эмоционально нейтрален.

В целом в одежде сохраняется этот общее для двух культур отношение к цвету: белый цвет – это классический выбор на все времена, подчеркивающий чистоту и невинность. Люди в белой одежде вызывают доверие, и кажутся добрыми. По этой причине во многих религиозных направлениях присутствует белая одежда, символизирующая чистоту, невинность и святость. В обеих культурах наряд невесты – преимущественно белого цвета. Кроме того, в модной индустрии и психологии цвета в одежде считается, что это базовый цвет любого гардероба, он расширяет сознание поскольку включает в себя все цвета, которые нам необходимы. С другой стороны, полностью белый наряд могут надеть смогут уверенные в себе люди, которые ценят и оберегают свой комфорт и внутренние границы.

Значение *чёрного цвета* в большинстве культур схоже, так как чёрный, как и белый цвет, преследует человечество с его самого зарождения в виде ночи, тьмы и чего-то неизвестного и опасного. Вероятно, чёрный цвет ассоциируется у людей со страшными тёмными пещерами и ямами, а также вызывает опасения человека из-за поглощения света и уменьшения видимости безопасности. В качестве примеров представим несколько английских идиом: *black curse* – страшное проклятие; *black sheep* – негодяй; *a black dog* – уныние, *black heart* – злодей, подлец. Таким образом, в английском языке чёрный цвет имеет отрицательное значение. В русском языке чёрный цвет имеет аналогичную расшифровку, но часто к тому же означает нечто старое, грязное, незавершённое: *чёрный ход*, *чёрная немочь* или же мрачное, невеселое: *чёрный юмор*; *чёрная зависть*; *чёрная злоба*; *чёрная неблагодарность*; *пить по-чёрному*, *на чёрный день*.

Люди, носящие чёрную одежду, в основном вызывают опасения и недоверие. Обычно облечение в полностью чёрную одежду ассоциируется с попыткой скрыть личность и с преступностью. Кроме того, и в западной и в русской культурной традиции существует траурная коннотация, связанная с чёрным цветом: присутствующие на подобных мероприятиях должны быть по возможности одеты в чёрное. Образ людей, которые одеваются полностью в чёрную одежду, в разговорном английском называют «*total black*».

Однако современная мода демонстрирует и иное отношение к чёрному цвету: классика вне времени, строгость, элегантность, изысканность, богатство, сила, загадочность. В маркетинге одежды чёрный цвет активно используют мировые бренды – дом моды Гуччи, спортивные товары Адидас с логотипами в чёрном цвете, подчёркивая качество, премиальность, стиль. В англоговорящих странах людей в полностью чёрной одежде сейчас считают стильными и самоуверенными. Это мнение подтверждается идиомой «*black tie*», которая означает мягкий и элегантный дресс-код для неформальных вечеринок, торжеств, свадеб и походов в театр или кино (*black tie event*), где предполагается элегантная одежда, которая выдерживает определённые рамки (например, юбка или платье всегда ограничено в длине до линии колен, допускаются только «премиум» украшения, мех является неуместным). Выражение «маленькое чёрное платье» уже давно стало идиомой, знаковым термином в мире моды, синонимом стиля и моды на протяжении многих лет [4]. А словосочетание *чёрные береты*, которыми называли бойцов особого подразделения полиции России, носившие названные головные уборы, по уставу о специальном снаряжении, символизируют мужественность и отвагу. Нами было выявлено еще четыре фразеологизма с цветовым компонентом в сочетании с названием предмета одежды: *as black as the minister coat* и *as black as one's hat* – они синонимичны и означают «абсолютно чёрный», а также *to black boots* – маскировать; *a black coat* – священник.

С точки зрения психологии цвета в одежде, предпочтение чёрного цвета – нехватка или отсутствие в жизни чего-то важного – человек закрывается чёрным цветом. Стоит отметить, что чёрный и белый цвета вместе гасят друг друга и уже не несут своей первоначальной информации, не осуществляют давления на психику [9].

По своему значению оттенки *синего цвета* схожи с чёрным цветом, но являются менее устрашающими и более грустными, навевающими тоску, а иногда – спокойствие. Фразеологическое значение синего цвета и в английском, и в русском языке имеет одинаковый подтекст грусти и печали: *dark blue* – подавленный; *blue devils* – уныние; *the blues* – меланхолия, хандра; *blue study* – тяжёлые раздумья, *out of the blue* – как гром среди ясного неба; *like blue blazes* – как в аду. В русском языке по сравнению с английским присутствует небольшое число подобных фразеологизмов: *синь порох в глазу, гори синим огнём. Синий чулок, синяя борода, синяя птица* – явно заимствованные фразеологизмы, тем не менее, функционирующие в русском языке.

При этом в психологии цвета синий вызывает спокойствие и умиротворение человека, этот факт может объяснить предысторию идиомы *blue coat* – полицейский. В Англии полицейские носят форму синего цвета, за что они и получили это прозвище. Так почему же был выбран именно этот цвет? Причиной выбора стала психология. В источниках о психологическом влиянии цвета, синий имеет успокаивающее воздействие на разум смотрящего, а также заведомо располагает к себе [8]. А для служащих, патрулирующих районы города было необходимо получать расположение и одобрение граждан, что и привело к выбору именно синего. В русском языке встречается выражение «*синие мундиры*»: так до революции называли жандармов. Интересно, что в одном из стихотворений М.Ю. Лермонтова в этом же значении используется словосочетание «*голубые мундиры*».

Одежда более светлого оттенка синего воспринимается более спокойно. Скорее всего, это связано с символическим значением не только



белого и черного цветов: чем темнее цвет, тем более мрачное значение он передаёт. Например, *blue in the face* дословно переводится как «посинение в лице» и означает уныние и грусть, а идиома *blue blood* переводится как «голубая кровь» и символизирует родство человека с высшим обществом. В первой идиоме видно, что дословный перевод склонен к синему цвету и имеет отрицательное значение, а во второй идиоме говорится о голубом цвете, светлом, символизирующем положительное значение. Русский язык для подобной ассоциации может предложить *голубую мечту* и *голубые береты* – десантники, элитные и хорошо подготовленные военные.

В мире моды этот цвет обозначает уверенность, силу, сдержанность, психологи добавляют сюда чувство свободы и умиротворения.

*Красный цвет*, по мнению учёных, вызывает врождённые реакции у людей и животных в дополнение к изученным. Биологическая основа этой ассоциации описана [5]. Британские антропологи Р. Хилл и Р. Бартон обнаружили, что на Олимпийских играх в Афинах спортсмены, одетые в красное, побеждали чаще, чем соперники в синем. В своей статье Л.А. Матвеева на основании словаря Дж. Трисседара приводит трактовку символики красного цвета: активный, мужское начало, цвет жизни, огня, войны, энергии, агрессии, опасности, революции, импульса, эмоций, страсти, любви, радости, праздничности, жизненной силы, здоровья, физической силы, молодости [6].

Символические значения красного цвета историчны. Для русской культуры красный цвет исторически ассоциируется со здоровьем и красотой, так как издревле на Руси признаком этих качеств считались белая кожа и румяные щёки. Девушку специально румянили различными ягодами и растительными красителями. Отсюда произошел фразеологизм *красна девица*. Подобные положительные ассоциации мы находим во фразеологизмах *красное словцо*, *красный угол*, *красный день календаря*, в английском *a red-letter day* – праздник.



Так как красный цвет культурно-исторически амбивалентен, то есть имеет положительные и отрицательные коннотации, то в русском и английском языках мы находим этому подтверждение в идиомах связанных с проявлением отрицательных эмоций: *as red as a lobster* – красный как рак; *to get a red face* – краснеть от стыда; *to see the red* – прийти в ярость или же ситуациях повышенной опасности: *to be caught red handed* – поймать с поличным; *to raise a red-flag* – поднять тревогу; *red-alert* – повышенная опасность. Единственное выражение, где присутствует компонент цвета и предмет одежды, которые нам удалось выделить в русском языке – *красная шапочка* со значением «трудолюбивый» или «доверчивый». Можно добавить также сленговое *взять на красный галстук* со значением «убить ударом ножа в область шеи». С другой стороны, идиома *a red herring* - отвлекающая фраза или информация, так же используется в названии популярного западного бренда *Red Herring Clothing* [12]. Создатели бренда используют данную идиому в значении одежды, которая привлекает внимание.

Психология цвета в одежде отмечает активность красного цвета и предлагает различные цветовые сочетания, чтобы заглушить экспрессию красного. Однако, чтобы привлечь взгляд, красный цвет носят уверенные и любящие быть центром внимания люди. Людям с низким уровнем жизненной энергии, чтобы преодолеть слабость, следует добавить красные оттенки в свой гардероб. Стоит заметить, что цветовая символика мужских галстуков – одна из активно обсуждаемых тем политического или делового дресс-кода.

*Зелёный цвет* в русском и в английском языках имеет значение молодости, природы, зарождения чего-либо. В основном это связано с тем, что человек видит то, как весной зарождается жизнь, распускаются почки и растёт трава. Природа всегда вызывает ассоциации с зелёным цветом из-за содержания в стеблях и листьях пигмента хлорофилла (зелёного цвета). В фразеологических словосочетаниях *to have green fingers* и *to be a green* – незрелый, неопытный, а также в его эквиваленте в русском языке «он еще

совсем зелёный», ярко выражено значения незрелости и начала пути, с зарождением нового опыта. С другой стороны, английское *green light* и русское *зелёная улица* обозначают свободу действий. Идиома *green thumb* зачастую используется в отношении таланта к садоводству, но так говорят и о людях, имеющих талант в работе руками, которые как бы дают жизнь старым вещам. Русскому выражению *позеленеть от зависти* или *тоска зелёная* можно найти параллели в английском – *to turn green with envy* и *blue devils*, соответственно.

Но зелёный, как и многие другие цвета, наделён дуалистическим смыслом. Интересно, что происхождение английской идиомы *green-eyed monster*, означающий ревность, связано с болезнями. Уходя глубже в историю человечества, окажется, что во время болезни человек приобретал зеленоватый оттенок кожи, что и отпечаталось в массовом сознании людей. Считается, что гораздо позднее ревность приравнивалась к болезни. Вполне возможно, что именно по этой причине монстр имеет именно зелёные глаза. В русской культуре зелёный не определяется как ревность, как и не прижилось мнение о том, что ревность – это болезнь.

В английском фразеологизмы с компонентами одежды и цвета нейтральны: *green gown* – откровенно флиртовать, *green cloth* – члены королевского двора, ответственные за порядок. Зелёный – один их самых комфортных цветов с точки зрения психологии цвета в одежде, создавая чувство безопасности и спокойствия. В одежде зелёный никогда не имел болезненного подтекста. Наоборот, он ассоциируется с физически здоровыми людьми. Зелёный цвет в образах придаёт свежести и легкости. Люди, носящие одежду зелёного цвета, вызывают ощущение стабильности и комфорта. Многие модные дома, в том числе VOGUE, ввели в моду зелёный цвет, по причине нехватки природы из-за всемирного карантина. Зелёный цвет наиболее часто ассоциируется с природой, поэтому именно в 2021 году он стал наиболее востребованным [11].

**Заключение и выводы.** 1. В языковом материале, отобранном для изучения, доля фразеологизмов с компонентами цвета существенна: 42%. Доля фразеологизмов, где присутствуют компонент одежды и цвета значительно меньше – не многим более 20. Возможно, цвет в восприятии человека играет более важную роль или осознаётся раньше, нежели сам предмет, имеющий данный цвет.

2. Значение цвета в русской и английской культурах имеют сходства и различия, в определённой степени зависящие от истории развития народов. Тем не менее, существуют общие стереотипы и традиции в определении символики цвета, скорее всего они психофизиологичны.

3. Проследить, как менялось символическое значение цветов от древности до наших дней, возможно с помощью языка, а именно фразеологических единиц и идиом.

4. Одежда определённого цвета несёт в себе определённый смысл или подтекст. Понимание значения цвета в одежде другой культурной среды зависит от знания особенностей языковой культуры народа, сходства и различия в символическом значении компонентов фразеологических единиц.

5. Индустрия моды активно использует цвет, опираясь на культурные, национальные, психофизиологические и экологические особенности потребителя. Об этом свидетельствует развивающееся сегодня научное направление – психология цвета в одежде.

#### ***Список литературы:***

1. Анциферов, Н.С. Крещение. – Текст: непосредственный / Н.С. Анциферов. – Н.: Подарок, 1961. – 16 с.

2. Белые воротнички покарают Лондон. – Текст: электронный // VOGUE: [сайт]. – URL: [https://www.vogue.ru/fashion/trends/belye\\_vorotnichki\\_rokoryayut\\_london](https://www.vogue.ru/fashion/trends/belye_vorotnichki_rokoryayut_london) (дата обращения: 28.12.2022);

3. Головлева, Е.Л. Основы межкультурной коммуникации. – Текст: непосредственный / Е.Л. Головлева. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 117 с.

4. История «маленького черного платья». – Текст: электронный // Style and beauty: [сайт]. – URL: <https://style-and-beauty.ru/istoriya-malenkogo-chyornogo-platya> (дата обращения 18.01.2023);
5. Коровина, О.Е. Зоопсихология и сравнительная психология. Учебно-методическое пособие. – Текст: непосредственный / О.Е. Коровина. – Самара: СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2016. – 140 с.
6. Матвеева, Л.А. Фразеологизмы с компонентом «красный» / «red» в английском и русском языках Текст: непосредственный / Л. А. Матвеева. – Омск: Вестник ТвГУ, 2020. – 65 с.
7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка. – Текст: непосредственный / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд. – Москва: Азбуковик, 1997. – 944 с.
8. Психология синего цвета в одежде – Текст: электронный // In image: [сайт]. – URL: <http://in-image.ru/psychologycolour.html> (дата обращения 24.12.2022);
9. Серов, Н.В. Светоцветовая терапия. Смысл и значение цвета. – Текст: непосредственный / Н.В. Серов. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Речь, 2002. – 160 с.
10. Тронский, И.М. Синдоевропейское языковое состояние. – Текст: непосредственный / И.М. Тронский. – Ленинград: Наука, 1967. – 104 с.
11. Go Green with Fashion’s Favorite Color – Текст: электронный // VOGUE: [сайт]. – URL: <https://www.vogue.com/slideshow/green-color-trend> (дата обращения 24.12.2022).
12. Red Herring Clothing – Текст: электронный // RedHerringClothing: [сайт]. – URL: <https://redherringclothing.net/> (дата обращения 19.01.2023).