

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра німецької та романської філології

АНГЛІЙСЬКІ КОЛЬОРОНАЗВИ В НІМЕЦЬКОМУ
ЕЛЕКТРОННОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 291-М групи
Спеціальності 035.043 Філологія
(германські мови та літератури (переклад
включно) перша – німецька)
Освітньо-професійної програми
«Філологія (германські мови та
літератури) (переклад включно)»
Сорокотяга Ірина Валеріївна

Керівник к. філол. н., доц. Ковбасюк Л.А.
Рецензент к. філол. н., доц. Борисова Т.С.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. Теоретичні засади вивчення кольороназв у спектрі сучасної лінгвістики	6
1.1. Категорія кольору, класифікація кольороназви в лінгвістичному аспекті.....	6
1.2. Основні підходи до вивчення кольороназв.....	14
РОЗДІЛ II. Особливості вживання та символіки кольороназв англійського походження у німецькому масмедійному просторі	22
2.1. Особливості використання кольороназв у публіцистиці.....	22
2.2. Символіка кольороназв англійського походження	25
2.3. Особливості вживання англійських кольороназв у сучасних німецьких електронних ресурсах.....	31
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44

ВСТУП

Жвавий розквіт лексичного складу німецької мови пов'язаний із необхідністю назви новим явищам, які виникли внаслідок розвитку засобів масової інформації, промисловості, інформаційних технологій, систем комунікації, глобалізації у світовій економіці, поширення всесвітньої мережі інтернет, уніфікації та взаємного збагачення культур. Феномен кольору є об'єктом дослідження в різних галузях знання: естетиці, етнології, культурології, лінгвістиці, медицині, психології, фізики, філософії та ін. Незважаючи на значимість моди для світогляду сучасної людини, її соціальну значущість як сфери діяльності, колірні лексика моди залишилася поза увагою мовознавців.

Ця багатоаспектність свідчить про складність, багатовимірність поняття «колір». Предмет вивчення цього явища специфічний для кожної з названих наук, однак питання, які вирішуються фахівцями різних професій, все ж багато в чому залишаються відкритими, незважаючи на існування величезної кількості публікацій з проблеми кольору. До теперішнього часу колір не має загальної ідеології в межах однієї науки або цілого напрямку. Колір застосовується не тільки як знак, але і як символ, за яким фіксується особливий зміст, він стає комфортною формою передачі інформації комунікативним засобом.

У галузі кольороназв працювали такі відомі вчені, як В. фон Гумбольдт, Б. Берлін і П. Кей, Е. Сепір і Б. Л. Уорф, Л. Вайсгербер та ін. Л. Вайсгербер увів уявлення «мовна картина світу» – конкретний світогляд, мовне сприймання та розуміння світу, що утворюється в свідомості носія певної мови. Надалі це поняття активно розвивав Є. Бартмінський. Одну зі складових компонентів мовної картини світу являє собою система кольороназв, що утворює так звану колірну картину світу. Окрім праць Є. Бартмінського, у сучасній лінгвістиці також відомі праці А. Вежицької, Р. Токарського, Д. Будняк, А.

Заремби, Е. Теодорович-Хеллман, Ж.Соколовської, Р.Фрумкіної, Л.Ковбасюк та ін.

Незважаючи на те, що кольороназви стали постійним об'єктом для експериментування в різноманітних лінгвістичних теоріях, її запозиченість з англійської мови – тема малодосліджена. З огляду на це, видається доречним і актуальним простежити, які кольори іншомовного походження використовуються в сучасному німецькому електронному масмедійному просторі.

Актуальність теми дослідження зумовлена важливістю багатоаспектного вивчення лінгвістичних явищ світу сучасності, потребою аналізу результатів процесу запозичення кольороназв англійської картини світу у німецькомовну картину світу та дослідження функціонування кольороназв у електронному масмедійному просторі.

Магістерське дослідження виконано відповідно до наукової теми кафедри «Комунікативний, структурно-семантичний та дискурсивний аспекти дослідження мовно-мовленнєвих одиниць сучасної німецької мови».

Мета нашої роботи полягає у дослідженні особливостей кольороназв у електронному масмедійному просторі.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) визначити зміст поняття «кольору» та класифікацію кольороназв у лінгвістичному аспекті;
- 2) виявити особливості основних підходів до вивчення кольороназви;
- 3) з'ясувати символіку кольороназв англійського походження;
- 4) дати лексико-семантичну характеристику кольороназвам англійського походження в сучасних електронних німецьких ресурсах;
- 5) розглянути особливості вживання кольороназв у публіцистиці.

Об'єктом дослідження є кольороназви англійського походження в німецькій мові.

Предметом дослідження є особливості вживання кольороназв англійського походження в німецькому електронному масмедійному просторі.

Матеріалом роботи є електронні ресурси сучасного німецького масмедійного простору (журнали, газети, статті за період 2019-2020 років).

Методи дослідження. Під час написання випускної роботи було використано такі методи дослідження, як: аналіз публіцистичних джерел для складання картотеки кольороназв, систематизація та узагальнення для вивчення структурно-семантичних ознак та функціонального аспекту кольороназв.

Наукова новизна одержаних результатів визначається багатоаспектним вивченням кольороназв англійського походження в масмедійному просторі сучасної німецької мови.

Практичне значення виконаної роботи полягає у тому, що її результати можуть знайти відображення у вузівських курсах загального мовознавства, «Лексикології німецької мови», семантичних розрядах лексики в сучасній німецькій мові, при написанні курсових робіт або поповненні та вдосконаленні власного тезаурусу.

Апробація. Виступи на засіданнях кафедри, публікація статті «Англійські кольороназви в сучасній німецькій публіцистиці» в альманасі «Магістерські студії».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОЛЬРОНАЗВ У СПЕКТРИ СУЧАСНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

1.1. Категорія кольору, класифікація кольороназв у лінгвістичному аспекті

Поняття кольору викликало людський інтерес ще з давніх-давен. Безліч людей робили спроби пояснення цього явища, хотіли з'ясувати його вплив на мозок та психіку. Людство намагалось розробляти теорію кольору ще за часів Платона. Колір постає моральним, емоційним, соціокультурним аспектом, а за його допомогою в художній літературі збільшується осмислення емоційного стану людини, її негативні та позитивні риси характеру, різноманітні соціальні та культурні процеси, а також менталітет того чи іншого народу.

Широкими були не тільки області застосування кольору, але й наукове його дослідження. Про колір нам відомо з багатьох наук, таких як: фізика, оптика, фізіологія і теорія сприйняття. Тому не дивно, що при дослідженні кольору в сфері лінгвістики вчені використовують поняття і терміни, що запозичені з інших наук (контрастність, насиченість, колірна гама, відтінок, світловий рівень, колірний спектр або континуум, фокусні точки).

При дослідженні кольороназв з лінгвістичного боку вчені ґрунтують свої думки на матеріалі відомостей про феномен кольору, отримані з суміжних дисциплін, а також інформацію про його джерела, його поширення і значення в різних галузях культури, мистецтва і промисловості, про особливі випадки вживання характеристик кольору різних об'єктів у різноманітних сферах людського існування. Однією з найважливіших особливостей кольороназв вважається те, що на відміну

від інших груп слів, вони мають особливе співвідношення з екстралінгвістичною реальністю – колірним спектром [16, с.98].

При розгляді тих чи інших аспектів феномену кольору, дослідники часто не звертають значну кількість уваги на глибинний, історичний і культурний досвід самої людини, яка постійно намагається номінувати предмети і явища, які її оточують. Не зважаючи на очевидні зв'язки з людською нейрофізіологією, значеннями назв кольору (як і значення позначень емоцій) слугують артефакти культури. Оскільки колірна картина світу є значимим компонентом мовної картини світу, то вона не стає виключенням.

Тому у лінгвістів кольороназва слугує однією з найпопулярніших лексичних груп. Мовознавці, типологи, етимологи, лексикологи, семасіологи в ході дослідження десятків мов дійшли висновку, що в системі кольороназв існує ряд універсальних рис. Окрім того різні відношення до того або іншого відтінку відображається в образних виразах, прислів'ях і приказках, ідіомах, що широко вживаються в мові. Адже вони збирають та накопичують соціально-історичну, розумову, емоційну інформацію конкретного національного характеру.

У США під впливом праць вчених Е. Сепіра і Б. Уорфа з'явилась гіпотеза лінгвістичної відносності. Її ще називають гіпотезою Сепіра-Уорфа, вона тісно пов'язана з проблемою вивчення кольороназв у лінгвістиці. На їх думку, мова й образ мислення народу взаємозв'язані. Опановуючи мову, його носій засвоює певне відношення до світу, відбите в структурах рідної мови. Оскільки мови неоднаково класифікують навколишнє середовище, то і їх носії різняться за способом відношення до неї. Ми окреслюємо в світі явищ різні категорії і типи не тому, що вони самоочевидні; а навпаки, світ постає перед людьми як круговертний потік емоцій і вражень, який має бути відчутий нашою свідомістю, а це означає в основному – мовною системою, що залишається в нашій свідомості [3, с.63].

Наслідком визнання гіпотези лінгвістичної відносності постає визнання того, що мова зберігає в собі певну систему цінностей, а виражені в неї значення складаються в колективну філософію, властиву всім носіям даної мови. Інакше говорячи, у свідомості мовця є ряд базових прототипових доповідей та уявлень, які він використовує при назві того або іншого кольору. Можливо, дане твердження вірне, але для пізніших кольороназв виникають моделі – «такий за кольором, як» (коричневий – кольори кориці). Проте можна передбачити, що для архаїчного мислення було характерне особливе синкретичне усвідомлення [17, с.48].

Є багато інших точок зору з приводу того, що лежить в основі кольороназв. У спростування гіпотези Сепіра-Уорфа англійські учені Б. Берлін і П. Кей провели ряд досліджень і дійшли висновку, що процес виникнення та розвитку кольороназв в різних мовах слугує свого роду мовною універсалиєю. Б. Берлін і П. Кей займались походженням кольору й окреслили свої дослідження в книзі «Основні колірні терміни». У висновку йдеться про те, що 95% від всіх кольорів мають походження від назв предметів і лише 5% слів не мають чіткої етимології [4, с.320].

В ході дослідження даними ученими також були відкриті універсальні прототипи для визначення одинадцяти основних кольороназв, а також універсальна послідовність виникнення колірних категорій в мовах світу. Це дослідження починається з двох різних процедур використання правила обмеження даних. Перше, класифікація кольороназв полягає в розмежуванні простору, заздалегідь зумовленому поняттями відтінку, інтенсивності та насиченості (таким чином, звужується референційний спектр поняття «кольори», як він розуміється, принаймні, в деяких культурах).

Значення номінацій кольору мало активні обговорення між філософами, тому лінгвісти та психологи з великою користю для себе

звертаються за допомогою в дослідженнях до робіт таких мислителів, як Д. Локк і Г. Вітгенштейн. Але домінантна відмінність полягає в тому, що філософів цікавило мислення, лінгвісти ж, навпаки, цікавилися мовами. Для лінгвіста проблема полягає не лише в тому, щоб зрозуміти, що означають (наприклад, німецькі) слова *rot* і *blau*, або що означає японське слово *aoi* (синій, але набагато більшого діапазону, ніж німецьке *blau*) [7, с.150].

Традиція вживання кольороназв, як важливих емоційно-експресивних засобів також бери витoki з далекого минулого. У прадавніх текстах кольороназви виконували перш за все функцію символічну. Колір, через свою особливо природну значимість для людини, не сприймався як частина естетики, а слова, що його номінують, не були використані для живописання світу. У древньому тексті недоречними були індивідуалізований портрет і живописний пейзаж – звідси і слабка насиченість текстів кольороназвами. Якщо колірна ознака витягнута та показана в поетичному плані як важлива властивість, тоді така ознака – не просто колір – він символ [17, с.45].

До основних психосемантичних характеристик кольороназви відносять тон, світлість (яскравість) і насиченість, запозичені з фізики. Основним компонентом є тон (основний колір), а залежні компоненти – це насиченість, яскравість. Абсолютно будь-яка кольороназва має відсилку на колір у власному сенсі, але немає кольороназв, які б вміщували інформацію про яскравість або насиченість без вказівки відносно основного кольору.

Кольорами, що приваблюють людське око з позитивним значенням являються кольори середньої яскравості та насиченості, а перевага їх вибору безпосередньо підпорядковується тому, світлий він або темний. Перш за все, колір – це не просто світло, це ще і думка, а це означає – функція багатьох змінних, а не однієї лише довжини хвилі.

Кольороназви, можливо, більшою мірою, ніж яка-небудь сфера мови, антропоцентрично й етноцентрично мають специфічний вимір в мові, релевантний в аспекті комунікативної значущості [8, с.235].

За класифікацією А.П. Критенко, кольороназви прийнято поділяти на основні та другорядні. Як вже окреслювалось раніше, основні кольороназви – це назви давнього походження, що генетично споріднені з кольороназвами в інших мовах. Саме ці кольороназви являють собою ядро всієї лексико-семантичної групи кольороназв, навколо якого знаходиться периферія, тобто назви пізнішого походження. Перефірія слугує назвами відтінків основних кольорів, що показують міру насиченості кольору, інтенсивність відтінку кольору, змішування кольорів, а також на ознаку кольору, якої набув предмет після якоїсь певної дії чи процесу, і на ряд інших ознак[16, с.99].

З боку номінації кольору до відношення про нього прийнято виділяти два типи кольороназв:

- 1) назви, що показують особливу колірну ознаку предмета чи явища довколишньої дійсності;
- 2) назви, що описують колір предмета, не вказуючи на певний характер кольору, тобто просто номінуючи його. Такі назви займають окреме місце в семантичній систематизації слів зі значенням кольору, оскільки вони точно не позначають реально визначений колір, але надають особливу інформацію про забарвлення предмета чи явища, тому їх умовно можна вважати кольороназвами [2, с.98].

Можна виділити такі групи серед них:

- а) найменування, які розкривають ступінь насиченості, інтенсивності кольорів, але не називають певну колірну якість;
- б) найменування, що демонструють спосіб поєднання декількох невизначених кольорів у особливій формі;

в) найменування для неозначеного кольору, які позначають загальні барви реалій, не визначаючи його конкретного характеру;

г) найменування, що вказують на рівень відтінку певного забарвлення предметів і явищ природи;

г) найменування, які пропонують загальний характер колориту реалії, зумовлений дією сонця, вітру тощо. До лексико-семантичних кольороназв належать і загальні назви цієї категорії слів, які вказують на сукупну колірну ознаку [15, с.100].

Сьогодні мовна картина світу (цей термін вперше вжив Л. Вайсгребер) дефінується як відображення в категоріях, одиницях і формах мови уявлення про об'єктивну дійсність.

Тому при аналізі окремої семантичної групи слів, можна помітити типові риси сприймання певним народом реалій світу. Людина, яка систематизує об'єкти навколишньої дійсності, обов'язково структурує свою концептуальну картину світу, а отримані результати вона фіксує у вигляді знань та уявлень за допомогою семіотично-вербального коду, яким і виступає мовна картина світу [23, с.285].

А. А. Брагіна виділяє групу кольороназв, які передають відтінки кольору аналітично, серед них колірні прикметники [5, с.89]:

- 1) вторинної номінації (бузковий, молочний);
- 2) без ясної етимології (бурий, червоний);
- 3) з обмеженою сполучуваністю (білявий, коричневий);
- 4) запозичення (індіго);
- 5) неологізми й архаїзми (смарагдовий, кубовий);
- 6) термінологічні (кобальт, ультрамарин);
- 7) окказіоналізми (бриз).

І. В. Макєєнко виділяє також групу кольороназв, які уточнюють відтінки кольору [22, с.12]:

1) складні, з формантами світло-, темно-, яскраво-, ніжно-, які уточнюють інтенсивність забарвлення;

2) двоскладні кольороназви, які передають назви змішаних кольорів або різнобарвних предметів: синьо-зелений, коричнево-жовтий.

Крім того, виділяють і конструктивно-складні (генетивні) кольороназви (кольору меду, кольору слонової кістки) та порівняльні звороти (щічки, як маків цвіт).

В. Т. Лисиця називає десять основних кольорів: білий, червоний, синій, зелений, жовтий, коричневий, сірий, чорний, помаранчевий, фіолетовий. В основу класифікації покладено польовий принцип поділу: всі перераховані кольори мають здатність входити до складу колірних полів. Крім того, всі кольороназви розглядаються вченим з позиції вмотивованості-невмотивованості [20, с. 104].

У класифікації, розробленої в психології, виділяються дві групи кольорів: перша з них включає теплі, «стимулюючі» кольори, пов'язані з процесами асиміляції, активізації та напруги (червоний, оранжевий, жовтий та білий), а друга група складається з холодних кольорів, що співвідносяться з процесами дисиміляції, пасивізації та розслаблення (синій, індиго, фіолетовий і чорний); зелений колір може відноситися до обох груп, він наділений статусом перехідного.

Колір має величезне значення в житті сучасної людини. Особливо часто від нього може залежати зміна морального стану, фізичного самопочуття людей, що вказує на популярність кольороназв як предмету психологічних досліджень.

При об'єднанні термінів «психологія», «семантика» і «колір», отримуємо науку, що займається вивченням «душевного значення» окремих відтінків кольору і кольору як цілого. Головна проблема психосемантики кольору поділяється на два тісно пов'язаних теоретичних аспекти:

- 1) питання про роль сприйняття кольору для людини (онтологія і прагматика);

2) дослідження структури конкретних колірних значень (семантика і семіотика кольору) [35, с.97].

У психології частіше всього досліджується символічна природа кольору, як це показано при феноменологічному підході. Вчені всіх часів робили спроби розгадати проблему кольору. Останні наукові дослідження в цій галузі показали, що за колір відповідає у людини 10 пігментних генів, які складають особливий набір – в кожного індивідуальний, саме тому дві людини можуть спостерігати за одним і тим самим предметом, а сприймати його абсолютно по-різному. Цей факт розтлумачує те, чому постають відмінності в реакціях на колір в різних культурах: наприклад, *green* (зелений) в США має асоціацію з безпекою, у Франції асоціюється зі злочинністю, а в багатьох німецьких мовах даний колір має значення «веселість», як це доведено в спеціальних дослідженнях[9, с. 42].

Якщо звернутись до глибинних джерел, то думка про життя певних означень кольорів не належить психологам. У тій або іншій формі ця думка зустрічається в давньоіндійських, алхімічних, містичних, релігійних текстах; вона втілена в ритуальній практиці всіх релігій пов'язаному з нею прикладному мистецтві (ікони, орнамент, символічний лист); виявилася в багаточисельних схемах колірного символізму в практиці традиційної східної медицини, магії, астрології тощо.

Основна методологічна умова психосемантичного підходу постає в тому, що існування і специфіка семантики кольороназв показує буття людини в світі, контакт суб'єкта зі світом, покриваючи адекватне відображення об'єктивної реальності на різних рівнях репрезентації суб'єкта образу цієї реальності [35, с. 97]. Але нині колір прийнято розглядати не як властивість речей, а як суб'єктивне відчуття. Це вимагає ввести інше онтологічне припущення про існування кольору не лише у формі суб'єктивних відчуттів і образів, але й як об'єктивного

аспекту реальності, наочної властивості об'єктів. У психосемантиці кольору такий феномен послідовно розглядається як один з атрибутів об'єктивної дійсності, що не зводиться до характеристик суб'єктивного відчуття.

У той же час колір розглядається не в аспекті закономірностей кольоророзрізнення, як це прийнято в психофізіології або колориметрії, а в аспекті доступності його інтерпретації, в його співвіднесеності з неперцептивними категоріями, такими як фізіологічні реакції, емоції, відчуття, ідеї, установки, морально-етичні категорії, тобто так, як він сторіччями розглядався художниками.

1.2. Основні підходи до вивчення кольороназв

Лінгвісти розуміють, що дослідження лексичного складу мови через виділення та всебічне опанування окремих лексичних мікросистем – надзвичайно важливе для подальшої реалізації систематизації лексики. Дослідження щодо кількісного та якісного складу множини кольороназв у різних мовах та їх співвіднесеності з досвідом носіїв у сфері кольороназв мови займає одне з головних місць у різних галузях науки, особливо у сучасній лінгвістиці. Так, кольороназви стали об'єктом численних наукових розвідок у психолінгвістиці та фоносемантиці (О.П. Василевич, В.А. Москович, Р.М. Фрумкіна, Р. Аллот та ін.). Дослідження у філології, а саме у спектрі кольороназв мають глибинну історію та зображені різними підходами, методами та завданнями. Аналіз лексико-семантичної групи кольору проводиться на матеріалі багатьох мов у таких напрямках: зв'язок і взаємодія між концептуалізацією кольору носіями мови та розвитком словника кольороназв у мові (Б. Берлін, П. Кей, Т. Прістлі), колір у світлі психолінгвістики (О. Василевич, Р.М. Фрумкіна, А.А. Залєвська), структурний та семантичний аналіз кольороназв (А.П. Кириченко, В.Ю.

Франчук, Т.В. Пастушенко), історія становлення та розвитку кольороназв (М. Чикало, О.М. Дзівак), кольороназви у художньому мовленні (Д. Ален, Г. Еліс, А.П.Критенко, І.М. Бабій), та ін. Попри такий широкий спектр досліджень колористики, проблеми особливостей колірної номінації в німецькій мові та вивчення основних критеріїв їх класифікації досі залишаються актуальними[34, с.710].

Експериментально дослідивши 20 різних мов світу та вивчивши семантику кольороназв у 78 мовах, Б. Берлін і П. Кей надали вагомі докази того, що у всіх мовах існує універсальна система основних колірних категорій.

Б. Берлін та П. Кей також зрозуміли, що, незважаючи на те, що у сленгах різних мов налічується різний перелік основних категорій кольору, загальна універсальна кількість основних колірних термінів включає щонайбільше 11 категорій. У німецькій мові, наприклад, функціонують усі 11 основних колірних термінів, а саме: *weiß, schwarz, rot, grün, gelb, blau, braun, violett, rosa, orangeundgrau*.

Б. Берлін та П. Кей підкреслили: якщо в мові користуються менше, ніж 11 основними колірними термінами, то їх кількість визначається відповідно до окремої, обмеженої схеми таких послідовних стадій розвитку:

- 1) у всіх мовах існують терміни білий та чорний кольори, точніше для позначення світлої (теплої) та темної (холодної) ділянок кольорового континууму;
- 2) якщо мова налічує 3 категорії, то це білий, чорний та червоний;
- 3) якщо у мові є 4 категорії кольору, то це білий, чорний, червоний та зелений;
- 4) якщо мова налічує 5 категорій кольору, то це білий, чорний, червоний, жовтий та зелений;
- 5) якщо у мові функціонують 6 колірних термінів, то це білий, чорний, червоний, жовтий, зелений, синій;

- б) якщо у мові існує 7 категорій, то це білий, чорний, червоний, жовтий, зелений, синій та коричневий;
- 7) якщо мова налічує 8 і більше колірних категорій, то крім усіх вищезгаданих, у ній повинні існувати терміни для позначення фіолетового пурпурного, рожевого, оранжевого, сірого у різних комбінаціях [4, с.165].

Людське око здатне розрізнити 10 мільйонів кольорів. Однак у мові існує набагато менше слів для їх позначення. В українській, російській та німецькій мовах зібрано понад 400 найменувань кольорових відтінків. Лексичний шар кольороназв – один з найбільш досліджуваних у мовознавстві.

При дослідженні лінгвістичних робіт, присвячених аналізу слів і виразів, що позначають відтінки кольору, було виявлено відсутність уніфікованого мовознавчого терміну. Тобто можна виділити наступні дефініції:

- 1) кольоропозначення (А. Улянич, І. Ковальська);
- 2) кольороназва (ім'я кольору, назва) (І. Бабій, Н. Науменко, Н. Адах, А. Критенко);
- 3) термін кольору або колірний термін (Б. Берлін, П. Кей, С. Кантемір);
- 4) кольоронайменування, найменування з колірним компонентом, колірний прикметник, назва кольору, прикметник із значенням кольору (Л. Піскозуб, О. Кучерук, Т. Пастушенко, М. Чікало);
- 5) оккзіоналізм-хроматонім (С. Циганова), колоратив (А. Швець), колористична лексика (Ю. Чебан), колоронім (О. Паливода), колірний епітет (І. Бабій), слово-колоратив (Т. Семашко), символи-колоративи (О. Куцик), колористичний епітет (С. Шуляк), хроматизми (С. Форманова, О. Базик) тощо [27, с.115].

Окрім того, саме в лексичних одиницях кольору часто можна побачити різного типу перетворення. Наприклад, трансформації

виникають в семантичній структурі кольороназв (мають зв'язок з семантико-логічним аспектом їх використання) та змін в емоційно-оцінних рисах назв кольору. Часто такі зміни мають комплексний характер і супроводжуються часовими змінами зі зміщенням чи без зміщення функціонального регістру. Ці типи перетворень мають тісний зв'язок між собою, бо комунікативна поведінка показує спектр часових соціокультурних правил, індивідуальних прагматичних настанов, психологічних факторів тощо, які характерні для певної епохи.

О.М. Мужикова, мовознавець, дослідник, який об'єктивує теорію семантичних універсалій, неодноразово звертається до аналізу кольороназв. Дослідниця пропонує особливий комплект для розв'язання принципового питання щодо пошуку «кольорових універсалій»: «зв'язок між уявленнями про колір у мозку і мовними уявленнями про колір може бути тільки опосередкованим. Шлях лежить через поняття»[24,с.66]. Отже, термін в ієрархії представлень про колір – це оперативна одиниця вищого порядку, певний висновок сенсу кольору. Зрозуміло, що без пояснення цього поняття не можна дістати задовільних потрактувань і колір.

О.М. Мужикова звертається до онтологічно-зумовленого досвіду людини: так постає пояснення понятійної віднесеності семантики до опозиції «день» (парадигма семантики світлого) та «ніч» (відповідна парадигма темного), широко ілюстрованої авторитетними висловлюваннями Ф. Беррена, С. Харгрейв та ін. Наприклад, останній притягує до аналізу результати польових досліджень Р. Джоунз і Б. Міхан, які досліджували кольороназви в Анбаррі (північ і центральна частина півострова Арнем-Ленд) і доводять домінанту лише двох кольорів – темного і світлого [24, с. 108].

Дослідників сфери лінгвістики цікавлять властивості сполучуваності назв кольорів і визначуваних ними предметів, явищ; фразеологія,

заснована на лексиці кольороназв, семіотика кольороназв в контексті художньої літератури, міфології, фольклору, символіка кольороназв.

Н.В. Усанкова звертає увагу на необхідність диференційованого підходу до градації колірних ознак: Усі назви кольорів за походженням можна поділити на дві лексико-семантичні групи: первинні та вторинні. До первинних належать кольороназви, які в сучасних мовах не мають відношення до іменників-референтів і пояснюють абстрактні колірні якості. Їхня етимологія та зв'язок з певною конкретною назвою розкривається за допомогою етимологічного аналізу (червоний, рум'яний, рудий, жовтий, зелений і т. д.). Вторинними вважаються кольороназви, що передають конкретний колір за колірною подібністю до предметів і явищ навколишнього світу [30, с.122].

У науці існують різні підходи до вивчення кольороназв. Серед них найбільш відомими й актуальними постають: антропологічний (Б. Берлін, П. Кей), психологічний (І. Рош, Н.В. Серов, Б.А. Базима), лінгвокультурний (Л.І. Ісаєва, Ш.К. Жаркинбекова та ін.) та гендерний (Р.Т. Лакофф, Е. В. Мішенькін) підходи.

У рамках антропологічного підходу: англійські вчені Б. Берлін і П. Кей вивчали етимологію кольору, провели ряд досліджень і прийшли до висновку, що існують універсальні закони пристрої системи основних кольороназв у різних мовах світу. Чим вище рівень розвитку конкретної мови, тим повніше система основних кольороназв (тим більше в ньому основних кольороназв). Б. Берлін і П. Кей стверджують, що всі мови мають терміни, що позначають білий та чорний кольори. Таким чином, мінімальна кількість кольороназв у мові – два. Як приклад наводиться сучасна мова (*Jale*), яка поширена в області Іріан-Джая (Індонезія). Ця мова розрізняє лише чорний і білий кольори[4, с.122].

Основні кольороназви в системі мови розвиваються таким чином: спочатку з'являються назви білого та чорного кольорів (вірніше, макро-білого та макро-чорного, зона значень яких значно ширше, ніж в нашому

уявленні), потім до них додається назва червоного кольору, далі – зеленого та жовтого (спочатку один з них, а потім другий), і потім – синього й потім – коричневого. Незабаром після цього з'являються назви фіолетового, оранжевого, сірого та рожевого кольорів. Ця схема виникнення та розвитку кольороназв слугує універсальною для всіх мов[15, с.263].

В рамках психологічного підходу: в психології колір – це здатність ока та мозку сприймати світлові частотні коливання. Колір допомагає в пізнанні світу: логічному й образному, тому що права півкуля відповідає за образне сприйняття світу та орієнтоване на довгохвильову частину спектру (червоний), а ліва півкуля орієнтована на середньохвильову частину спектра (синій) і відповідає за логічне сприйняття.

Також психологія займається вивченням впливу кольорів на емоційну й асоціативну сфери людини. І тут велике значення придбали відкриття Макса Люшера. У 1949 році, після того, як Макс Люшер захистив свою дисертацію «Колір як інструмент психодіагностики», його ідеї отримали міжнародне визнання. Люшер з'ясував, що сприйняття кольорів для всіх людей універсальне, але ось переваги виборів носять індивідуальний характер. На його думку, наприклад, червоний колір – колір активності, він збудливо діє на психіку і спонукає до діяльності. Жовтий колір націлює на успіх, тому що несе в собі заряд звільнення від чогось гнітючого. Зелений колір вибирають ті, хто бажає підвищити свою самооцінку, впевненість в собі. Синій колір – колір спокою, умиротворення, він створює атмосферу спокою та захищеності. Сірий колір – колір замкнутості, людина, що віддає перевагу сірий всім іншим квітам не бажає видавати себе та хоче відгородитися від усіх можливих впливів. Коричневий колір говорить про необхідність відпочинку та потреби в затишку. Чорний колір – колір «нічого». Той, хто вибирає чорний колір, повстає проти своєї долі [21, с.53].

Згідно лінгвокультурологічному підходу колір відіграє величезну роль в культурі. Він вважається однією з констант або одним з принципів культури, який, за словами Ш.К. Жаркинбековой, може слугувати своєрідною моделлю розвитку, що відображає шляхи формування, освоєння, закріплення в культурній пам'яті не тільки загальних, але і національно забарвлених культурно-значущих концептів [10, с.150]. Дуже багато соціокультурних явищ не можна зрозуміти без урахування значення кольору.

Колір – це одна з основних реалій культури, він є її компонентом і пов'язаний з певною системою асоціацій, тлумачень, смислових значень. Через колір людина висловлює своє ставлення до навколишнього його дійсності, характеризує і систематизує предмети і поняття.

В рамках гендерного підходу вивченням кольоропозначень з гендерної точки зору займалася Р. Лакофф. Вона вивчала подібності та відмінності в «чоловічій» і «жіночій» системах кольороназв, і дійшла висновку, що кількість використовуваних кольорів чоловіками набагато менша. Чоловічі кольороназви виявляються більш конкретними. В даному аспекті також передбачається розгляд співвідношення кольору з чоловічим і жіночим початком [19, с.69].

Отже, розглянувши та проаналізувавши вищеподаний матеріал, ми дійшли висновків, що колір постає психологічно-емоційно-культурним явищем, за допомогою якого передається емоційний та ментальний стан людини, її риси характеру, соціальні та культурні аспекти життя народу.

Таким чином, вивчення найменувань кольору вже має довгу дослідницьку історію та солідний аналітичний результат. Багатоаспектність кольороназв, що постає відображенням їх цінності в реальному житті мовного колективу, дозволяє вивчати їх все з нових і нових сторін. Як ми бачимо, лінгвісти до цих пір не прийшли до єдиної думки у визначенні типу об'єднання кольорів. Деякі кажуть просто про

«систему кольоропозначень», інші про «лексико-семантичну групи», треті про «семантичні поля».

Лексика кольороназв цікавить лінгвістів здавна та існує багато різних підходів до вивчення системи кольороназв у сучасній лінгвістиці. У складі лексики різних мов існує різна кількість основних колірних категорій. Загальний універсальний перелік основних кольороназв у німецькій мові налічує 11 кольорів, а саме: *weiß, schwarz, rot, grün, gelb, blau, braun, violett, rosa, orangeundgrau*. Однак якщо в мові функціонує менше 11 основних колірних термінів, то перелік їх визначається відповідно до послідовних еволюційних стадій. Також у науці існують різні підходи до вивчення слів кольороназв. Серед них найбільш відомими й актуальними постають антропологічний, психологічний, лінгвокультурологічний і гендерний підходи.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ТА СИМВОЛІКИ КОЛЬОРОНАЗВ АНГЛІЙСЬКОГО ПОХОДЖЕННЯ У НІМЕЦЬКОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ.

2.1. Особливості використання кольороназв у масмедійному просторі

Лінгвістика сучасності не випадково звертає особливу увагу на вивченню мови засобів масової інформації і, перш за все, мови преси та мови електронних ресурсів, тому що для неї є характерним яскравість, жанрове розмаїття, динамічність, а ще вона слугує особливою атмосферою для різного роду новоутворень. Лінгвісти, аналізуючи мову сучасного масмедійного простору, розглядають її в різних аспектах, в тому числі і з використанням кольороназв.

У роботах, що мають зв'язок з публіцистичним текстом показується інтерес до політичної комунікації, семантичних, функціональних змін у мові, що зумовлено швидким та неоднорідним розвитком подій у суспільстві. Багато лінгвістів досліджують кольороназви, що відносяться до політичної сфери, і це не випадково, адже кожна політична партія має символіку певного кольору, яка залишається асоціацією в свідомості людей і автори друкованих текстів використовують її, замінюючи назву політичної партії на кольороназву, що символізує будь-яку партію (Н. І. Ніколенко, Р. Д. Керімов).

Н.І. Ніколенко описує функціонування української кольороназви «помаранчевий» у мові преси, розглядує нові значення, яких ця лексема набула в ході політичних подій в Україні. Так, досліджуючи політичний дискурс ФРН, Р.Д. Керімов звертає особливу увагу на концептуальні метафори. Вчений відображає, що така метафора показує нереальний стан речей у світі, а тільки «бажане» і «вигідне» для німецьких

політиків, які «одягають» своє бачення соціальної реальності сучасної ФРН і Євросоюзу в різні концептуальні метафори, найважливішою з яких є ті, що вийшли з концептуальної сфери «одяг». Р.Д. Керімов доповідає, що аналізований тип метафор не тільки пояснює соціальну реальність, а й сам створює її в мовній картині світу німецьких політиків, які нав'язують своїм громадянам, електорату своєї країни і Європейського Союзу[13, с. 98].

Р. Д. Керімов вважає, що за допомогою концептуальних метафор політики Німеччини маніпулюють свідомістю тих, чиї інтереси вони повинні представляти (своїх виборців), і нав'язують їм обов'язкове і «правильне» бачення сьогодення, минулого і майбутнього. У схожій інтерпретації концептуальна метафора слугує потужним інструментом для здійснення ідеологічного тиску. Приклад еволюції метафоричного значення колірної одиниці «коричневий» чітко показує, як із часом змінюється значення метафори, обумовлене зміною суспільно-політичного режиму[13, с. 104].

У риториці соціалізму ця метафора мала активний вжиток і мала в офіційній німецькій мові позитивне оцінне забарвлення, вказуючи на «авангард» націонал-соціалістичної партії – штурмовиків (а потім і на всі партії нацизму), які боролися за «праву» (з точки зору пропаганди фашистів) справу.

Т.В. Авраменко розуміє кольороназви засобом з акцентом на образність. У журнальних оглядах, що часто досліджуються в електронному масмедійному просторі широко застосовується образна фразеологія з використанням кольороназв, вона надає висловлюванню виразності та яскравості. Т.В. Авраменко досліджує перекладацькі властивості журнально-публіцистичного стилю, а саме способи перекладу заголовків та уривків журнально-інформаційних статей на підставі власних перекладів. Автор доповідає, що для заголовків німецьких журналів характерним є подвійний зміст заголовку, так як

сполучення слів підбирається таким чином, що за змістом можна зробити абсолютно протилежні переклади[1].

Своєрідна особливість мови масмедійного простору виявляється в тому, що на сторінках електронних ресурсів є універсальні мовні аспекти – заголовки, підзаголовки, рубрики. В якості заголовка може бути використане одне слово, комбінація слів, пропозиція, декілька пропозицій і лексичні одиниці з кольороназвами для вираження більшої експресивності.

Ю.О. Шепель досліджує передумови вживання кольороназв та особливості їхнього сприйняття. Зрозуміло, що кольороназви утворюються в мовленні та відтворюють ті явища й предмети, які безпосередньо знаходяться навколо людей, а люди, в свою чергу, надають їм тих чи інших характеристик, в тому числі ознак за кольором. Колір слугує допоміжним засобом для створення яскравих зорових образів з сухих абстракцій, що робить мовлення яскравим та емоційно насиченим. Це і є головною передумовою вживання кольороназв в публіцистичних текстах та статтях в електронному масмедійному просторі[33].

У роботі О. М. Мужикової вживається не тільки метафора, але й метонімія. Автор досліджує процеси метафоризації та метонімізації, що відбуваються з найменуванням синього кольору в сленгу британського, американського, австралійського варіантів англійської мови. У процесі виділяються різні види метафори: зооморфна, предметна, соматична антропоморфна, міфологічна і дві самі частотні моделі метонімії [24, с.110]. Вчена досліджує функціонування метафор у журнальному тексті, виділяючи переносні значення, які зіставляються з їх словниковим варіантом, причому одні значення вживаються без змін, ідентично, а інші, переносні значення, зазнають у контекстах сучасної суспільно-політичної тематики зміни в семантиці лексичній сполучуваності та експресивно-оцінному забарвленні. Утворення нових слів з

кольороназвами у текстах засобів масової інформації є актуальною темою для сучасного мовознавства.

Багато вчених розуміють, що журнальні тексти є базою поповнення складу сучасних словників (Н.А. Зевахіна, Г.В. Чистякова, Ф.Ф. Насібуліна, І.В. Григор'єва).

Наприклад, Н.А. Зевахіна аналізує композити-комплекси зіставного типу в журнальному дискурсі, які супроводжуються механізмами створення нових слів (особливо складних) у мові. Лінгвіст вважає, що журнальні тексти знаходяться на межі між письмовим та розмовним мовленням, внаслідок чого посилюється процес словотворення [11, с.24].

Ф.Ф. Насібуліна досліджує кольороназви білого тону. У німецькомовному рекламному дискурсі дослідниця вивчає основні лексеми, що реалізують значення відтінків; виділяє їх формально-граматичні параметри (прості, складні, описові); визначає ціннісні орієнтири соціумів [25, с.176].

Г. В. Чистякова вивчає засоби вербалізації концептів кольору з боку словотвірних дериватів. Структурні деривати в семантиці, що створені від базового компонента, значно збільшують структуру концепту колір, дозволяючи говорити не тільки про типовість забарвленості реалії або явища, а й про процес набуття об'єктом цього забарвлення [32, с.152].

Дослідження лексики кольороназв на матеріалі мови ЗМІ, що є активною сферою функціонування мовних одиниць, розкриває ціннісні пріоритети і культурні стереотипи суспільства зміни цих стереотипів, трансформації деяких значень кольорів.

2.2. Символіка кольороназв англійського походження

В Англійській мові лексико-семантичне поле кольороназв має у своєму ядрі базові кольори (*red, green, blue*) та їх модифікації (*light red,*

dark blue), а на периферії – складні кольороназви на позначення відтінків (*navy-blue* темно-синій, *emerald-green* - смарагдово-зелений).

Наприклад, кольороназва *yellow* (жовтий) утворилась від індоєвропейського кореня **ghel* або **gohl*. Він вказує на зелений і жовтий. В англійській мові існує велика кількість похідних коренів, включаючи *jaundice*- жовтяниця (від латинського *galbus* «зелено-жовтий»), *gold* (через що термін “*golden-yellow*” буде вважатися тавтологією з етимологічної точки зору), *choleric* (від слова грецького походження «жовч», що має жовто-зелений відтінок) і *yolk* (означає «жовток») [24, с.28].

Англійська кольороназва «*black*» окрім основного значення чорний, має ще й другорядні, які несуть в собі розуміння рис характеру, таких як «злий», «жахливий», «страшний», «брудний» [28,с.28]. Побачивши в сучасному масмедійному просторі кольороназву «*black*», що стоїть у парі з образом людини, наприклад *Kapitän Black*, у голові виникає чітке розуміння негативної характеристики цього персонажу.

«*Sie war im Besitz von Kapitän Black. Sie ist das einzige Schiff, das stärker, gewaltiger als die Flying Dutchman ist. Wenn Kapitän Black am Steuer ist, die Pearl schneller und ruhiger segelt, als würde sie fühlen, dass sie von ihrem Herrn geführt wird*» [42].

Колір *blue* має навіть свою історію. Зрозуміло, що слово виникло з індоєвропейського кореня **bhlews*, воно означало “жовтий”, дійшло в розвитку до форми *phalos* («білий») у грецькій мові, звідси воно перейшло в англосаксонську мову у формі “*pale*” («блідий» і «колір благородної синюватої шкіри»); фактично англосаксонська кольороназва *blue* в сучасному вигляді була запозичена з французької мови [6, с.28].

«*Blüten, Koks und blue Blut. Der französische Privatdetektiv Nestor Burman ermittelt in Malta. Sein Auftraggeber, ein Graf, begeht Selbstmord. In seiner Landhaus wird jede Menge Falschgeld gefunden. War der Graf in schwarze Geschäfte verwickelt?*» [40].

У цьому випадку кольороназва англійського походження *blue* вживається у словосполученні з словом *Blut* (кров). Тобто, якщо перекласти, то отримаємо сполуку «блакитна(голуба) кров». Це фразеологічна одиниця, означає, що у людини шляхетне походження, бездоганні манери та вроджений смак. Але в цьому прикладі словосполучення *blue Blut* вживається саркастично.

Англійська кольороназва *Red* запозичена з грецького *eruthros* (звідти ж такі слова, як *erythrocyte*, «еритроцит – маленьке червона кров'яна клітина»), це дало поштовх в англійській мові таким словам як: *russet* (червонувато-коричневий), *ruby* (рубіновий), *ruddy* (рум'яний) і *rust* (іржавий).

Приклади вживання кольороназв англійського походження знаходимо навіть у гаслах політичних партій. Причому вжито не просто кольороназву англійського походження, а цілу фразу англійською мовою.

«*"Black is beautiful", das ist ein Slogan der Jungen Union, oder "Rot ist die Liebe" – ist ein Spruch von Jungsozialisten, bestätigen zudem, dass es um Identitätsstiftung geht - um eine Form bejahender Selbstvergewisserung*» [37].

Чорний має давні традиції в політиці. Відправною точкою є духовенство середньовіччя, яке широко поширене у фазі похмурого благочестя при іспанському дворі[26]. На початку сучасності шляхта відкрила для себе цей колір. У той же час чорний колір розглядався як символ анархізму. Останній базується на Чорних сорочках, які діяли в Італії з 1919 року. Цей фашистський рух вийшов у формі з насильством проти соціалістичних груп. Ідентифікацію з цією групою полегшило те, що чорний колір був звичним кольором одягу в повсякденному користуванні на той час..

У сучасному мовному вжитку «чорношкірі» розуміються як консервативні представники. Це позначення було накладено на

консервативні партії опозицією, оскільки їхні християнські цінності або біографічне походження були пов'язані з чорними сукнями священиків [18, с.139].

Ще одним кольором, який дуже популярний у політиці, є червоний. *Die Linke* мають яскраво-червоний логотип своєї партії. На відміну від синього, червоний - дуже емоційний колір. Але також колір із традицією: червоний - це колір робітничого руху з 19 століття.

«Dass SPD und Linke beide die Farbe red nutzen, ist natürlich gar nicht so günstig. Gerade für die SPD, die sich ja oft von der Linken die Grenzen ziehen will» [41].

Червоний був кольором правителів протягом століть. Причиною цього було особливо складне та дороге виробництво червоного барвника. Ті, хто носив червоний або фіолетовий одяг, демонстрували багатство і, отже, владу. Лише вищій ієрархії було дозволено носити кольоровий одяг, і ці соціальні привілеї були записані в дрес-кодах. Перевищення цих норм каралося смертною карою, оскільки це можна порівняти з нападом на існуючі політичні структури. Отже, соціальна боротьба між знаттю та буржуазією також оберталася навколо того, кому було дозволено носити червоний колір. У міру зменшення економічної могутності вплив знаті слабшав, а їх привілеї дедалі зменшувались. Отож червоний колір втратив статус відмінного засобу для вищих класів - і тим більше став ключовим кольором нижчих класів, їх соціального протесту і, нарешті, робочого руху [6, с.157].

Імпорт кошнінової воші з Америки спростив виробництво та зробив барвник доступним навіть для не знатних людей. Пізніше до 19 століття червоний став центральним символом соціальних повстань та рухів за рівність. Червоний - це агресивний колір; далеко світить; він притягує погляд магічною силою; це кидає виклик, рекламує та знеохочує.

Після Першої світової війни комуністичні партії, зокрема, масово використовували червоний колір для передвиборчих кампаній, тоді як

соціал-демократи зосереджувались на демократичних національних кольорах - чорному, червоному та золотому. Гітлер вчився у цього руху; використовувати ефект червоних мас, а також могли бути впевнені в симпатії робітників. Після Другої світової війни червоний колір лише орієнтовно використовувався в партійних прапорах у ФРН, щоб уникнути будь-яких паралелей з націонал-соціалізмом. З тих пір *SPD* лише вибірково використовував свій основний колір. Як чистий сигнальний колір, за винятком статусу політичного символу, червоний був і використовується іншими партіями[50].

«Gelb gibt es eben nur als reine Farbe, wenn es ganz hell ist. Sie wird von jedem purple, jedem Rot, jedem Grün, jedem Blueton einfach überstrahlt»[39].

У вищеподаному прикладі мова йде про жовтий колір, але в цьому реченні вжито кольороназви англійського походження, що означають не жовтий, а пурпурний та синій кольори.

В Європі жовтий колір був негативним. Це було пов'язано з протизаконними та маргінальними діями. «Повії повинні були носити жовту хустку, ті, у кого є позашлюбні діти, повинні були носити жовтий одяг, євреї - жовту шапку чи інші жовті значки» [12, с.14] Зрада також асоціювалася з жовтим. Під час Німецької імперії та Веймарської республіки були поодинокі спроби оголосити організації, які виступають за співпрацю між роботодавцями та працівниками, «жовтими».

Сьогодні жовтий сприймається як колір лібералізму і повернувся до державних виборів у Баден-Вюртемберзі в 1972 році. Ліберали вперше рекламували цього року кольори синього та жовтого і вперше досягли успіху на виборах. Той факт, що жовтий колір означає ліберальну партію, є німецькою особливістю. Синій колір був набагато більше поширеним у Європі.

У газеті *«Der Tagesspiegel»* знаходимо такий приклад вживання кольороназви англійського походження «синій»:

«Wenn sich am Sonntagabend die Landkarte Österreichs bei der Präsidentschaftswahl fast in ein schönes Blue einfärbte, war verständlich, dass es augenblicklich Zeit ist, in den antiblauen Widerstand zu gehen, noch nicht im Untergrund, aber zumindest sofort im Internet, besonders auf der Twitter-Wall und auf Facebook» [38].

Під час французької буржуазної революції синій колір символізував третій стан, буржуазію і її партії. У об'єднаному королівстві Великобританія блакитний, світло-синій кольори стали партійними кольорами торі (консерваторів), на континенті Європи вони стояли поряд з лібералізмом, а на сході Європи - навіть з буржуазною демократією. Взагалі зазвичай сьогодні синій колір - колір консерваторів. Винятком є тільки партія республіканців США, яка має червоний колір, хоча її ідеологія явно консервативна.

Кольороназва англійського походження *purple* прийшла з грецької мови через латинську і означає барвник, що виволікали з середземноморських молюсків. Вони були дуже рідкісні й цінні, тому колір став ототожнюватися з кольором королівського одягу. Разом із тим, цей барвник має багато відтінків, наприклад, малиновий колір (колір мантиї кардиналів), чітко виділяється з відтінків, асоційованих з цим словом[31, с.39].

Вільям Перкін винайшов барвник в 1856 році, що був отриманий з аніліну. Він спочатку дав йому назву *aniline purple* (аніліновий пурпурний), але надалі поміняв назву на більш відмінну *mauve* (рожево-ліловий), запозичену з французької назви квітки мальви, її стебло має насичений пурпуровий колір (цей барвник був дуже популярний серед людей, що в 1860-ті роки стали носити речі насичено-пурпурового кольору (*mauve decade*)). Трохи пізніше колір отримав іншу назву, тому що хімічний склад аніліну став поштовхом для появи нового барвника, названого так в 1841 на основі *anil* (індиго), загальної назви пурпурового рослинного барвника, який зараз називається *indigo* (індиго) (від

португальського слова, що означає «індіанський барвник», тому що саме у Португалії винайшли цей барвник) [31, с.42].

В культурній традиції кожного народу склались співвідношення між окремими кольорами та образами, не зважаючи на деяку універсальність сприйняття того чи іншого кольору всіма людьми. Соціальні стереотипи та етнопсихологічні особливості накладаються на основний сенс кольору, викликаючи при цьому асоціації, що характерні тільки для цієї мовної спільноти.

Так, наприклад «червоний» в США – небезпека, у Франції – аристократія, в Індії – життя та творчість, в Японії – гнів та небезпека, у Китаї – щастя.

Білий колір традиційно сприймається як символ надії, добра, чистоти кохання, але, як відомо, у країнах Сходу сприйняття білого кольору абсолютно протилежне – символ смерті і трауру.

Найголовніше те, що символічне значення кольорів у межах однієї культури може бути неоднаковим. Символічне значення жовтого кольору неоднозначне в німецькій мові: з одного боку, жовтий, як колір сонця, означає символ ясності, вічності, а з іншого боку, жовтий колір – колір ганьби, приниження та хворобливості. Даний приклад показує, що колірні асоціації можуть мати як соціокультурну природу, так і перцептивну (емоційну, почуттєву). Адже ми поділяємо кольороназви на холодні, теплі і навіть гарячі.

2.3. Особливості вживання англійських кольороназв у сучасних німецьких електронних ресурсах.

Згідно з нашим дослідженням кольороназви англійського походження в сучасному електронному масмедійному просторі вживаються для позначення:

- 1) кольору предметів гардеробу (приблизно 8%);

- 2) кольору предметів косметики (приблизно 73%);
- 3) кольору (відчуття) парфумів (приблизно 11%);
- 4) кольору гастрономічних одиниць (їжа, напої) (приблизно 4%);
- 5) кольору в політичному дискурсі (приблизно 4%);

Деякі кольороназви з англійської мови стали фундаментом для створення лексичних одиниць, визначаючих оригінальні відтінки у світі моди. Розглянемо наступні приклади.

«Der Safari-Look ist diesen Sommer überall präsent. Außerdem kühlt der Stoff die Haut schön – das kannte schon Lady Di und trug im Urlaub in der Türkei den Safari-Style. Wir werden es ihr nachmachen. Das sahara Leinenkleidchen durfte schon in unseren Kleiderschrank einziehen» [45].

Sahara – приблизно відповідає українському прикметнику «пісочний». Однак тут колір більш конкретний: не просто пісок, а пісок пустелі Сахари. Даний колір створений штучно на основі зорових вражень. *Sahara* можна визначити як кольороназву, створену для позначення штучного забарвлення і утворену шляхом конверсії від імені власного *Sahara*.

«Wenn es eine Sache gibt, die deine Kleidung blitzschnell sommerhaft tut, dann ist es ein neuer Rock. Vor allen Dingen, wenn es sich bei dem schönen Teil um den Modetrend überhaupt handelt: den garnetfarbig Statement-Rock»[46].

Garnet – відповідає українському прикметнику «гранатовий». Цей колір буває в українській мові і змістом гранатового кольору (природний темно-червоний, насичений колір гранатових плодів), і кольороназвою (колір частини одягу, що добутий хімічним способом, тобто завдяки барвникам).

«Eine glitzernde Fendi Baguette Bag und ein pinker Chanel Cardigan»[36].

Pink – рожевий колір. Словник *«EnglishLanguage»* визначає прикметник *pink* так: *Colour between red and white, as of coral or trout*

(відтінок кольору, що знаходиться між червоним та білим, такий, як корали або форель) [49, с.468]. *Pink* вживається для позначення кольору таким предметам одягу, аксесуарам та косметиці, як: *Minirock, Handtasche, Hose, Lippenstift, Mantel, Nagellack, Bluse, Slipper*[36].

«*Dabei handelt es sich um einen rosy petal Zweiteiler aus Crop-Top und weiter Hose mit Rippmuster. Dazu vereinigt Selena einen angesagten Coatigan und helle Boots. Eine Sonnenbrille könnte natürlich auch nicht fehlen*»[48].

Rosy petal – колір пелюстки троянди. Необхідність використання даного неологізму пояснюється не тільки оригінальністю формулювання, а й тим, що забарвлення кожної пелюстки троянди явно більше насичене, ніж забарвлення троянди в цілому. *Rosy petal* слід визначити як кольороназву, створену для позначення штучного забарвлення і утворену шляхом конверсії від двох іменників.

«*Kleider-Trend 2018: Dieses petrol Kleid von H&M ist perfekt für die nächste Sommer Party*»[44].

Petrol - колір нафти, гасу. *Petrol* часто додають до кольоровизначень, щоб створити темний відтінок. Сама нафта отримує своє забарвлення завдяки взаємодії органічних речовин. *Petrol* слід визначити як кольороназву, створену для позначення штучного забарвлення і утворений шляхом конверсії від іменника.

«*Herzogin Kate zeigt, wie man cosmic grey Jeans chic stylt*»[43].

Cosmic grey – відповідає космічно-сірому кольору. Словник «*English Language*» визначає прикметник *grey* так: *Colour between black and white, as of ashes or litharge* (колір, що знаходиться в спектрі між чорним і білим, схожий на попіл або свинець) [49, с.159]. *Cosmic grey* вживається для позначення кольору предметам одягу, а також аксесуарам, таким як: *Top, Boots, Ohrringe, Umhängetasche, Jeans, Wollmantel*[43]. *Cosmic grey* слід визначити як кольороназву, створену для позначення штучного забарвлення і утворений шляхом конверсії від іменника з прикметником.

В таких журналах, як «*Vogue*» та «*Elle*» знаходимо назви парфумів, до складу яких входять кольороназви англійського походження:

- «*Armand basi in blue (für Männer)*»;
- «*Armand basi in red (für Frauen)*»;
- «*Black opium*»;
- «*Black suide leather*»;
- «*Imperiale black*»;
- «*Invidual blue*»;
- «*Little black dress*»;
- «*Nights purple pulse*»;
- «*Rare gold*»;
- «*Summer white*»[36,43].

У наведених вище прикладах кольороназви вживаються не для прямого вираження кольору. У назвах, частіше всього, зашифрований характер аромату. Колір також указує на тип аромату. Наприклад, якщо вживається червоний колір, то це збуджуючі, спекотні парфуми, якщо білий, то квіткові, свіжі, а, наприклад, чорний колір приховує сутність «рокової жінки».

Усі кольороназви написані англійською мовою, причому ці визначення універсальні як для англійських каталогів, так і для німецьких.

Велику кількість прикладів вживання кольороназв можна побачити в модних каталогах. Назви більшості відтінків модних аксесуарів є запозиченими з англійської мови.

У каталогах «*InStyle*» за 2018 рік знаходимо наступні назви відтінків губної помади:

- *Alluring brown*– спокуслива кориця;
- *Blue suide* – синій хайп;
- *Breathless nude* – бездиханний нюдовий;

- *Coco kiss* – повітряний поцілунок;
- *Country rose*– трояндова неперевершеність;
- *Crystal lilac* – кришталевий ліловий;
- *Dream fuchsia* – фуксія твоєї мрії;
- *Dusty pink*– рожева ідилія;
- *Forever pink* – назавжди рожевий;
- *Frisky red* – грайливий рожевий;
- *Frostest mauve*– лілова димка;
- *Medium beige* – темно-бежевий;
- *Golden peach* – персикова перлина;
- *Heartbeat red* – полум'яний червоний;
- *Hot pink* – ляльковий рожевий;
- *Hot pink love* – гарячий шоколад;
- *Iced pink* – льодовий рожевий;
- *Lasting pink* – довговічний рожевий;
- *Luminous nude* – світлий нюд;
- *Minimalistic peach* – персик;
- *Natural cherry* – натуральний вишневий;
- *Natural gold*– золотий мед;
- *Nude attitude*– справжній нюд;
- *Pink doll* – рожевий сад;
- *Pink hush* – рожеве мовчання;
- *Pink indulgence* – рожева сповідь;
- *Pink nectar* – рожевий нектар;
- *Red hot lips* – палкий поцілунок;
- *Red supreme* – яскраво-червоний;
- *Red wine* – червоне вино;
- *Rich ruby* – рубіновий кристал;
- *Wink of pink* – подих рожевого[44,45,46,47,48].

Розглянувши кольороназви англійського походження, що зустрічаються у назвах відтінків губної помади, можна зробити висновок, що більшість кольороназв виражається експліцитно. У представлених вище прикладах переважає кількість кольороназв *pink* та *red*.

Розглянемо приклади відтінків тіней, що знаходимо в журналах «*InStyle*»:

- *Azure breeze* – лазурний бриз;
- *Azure pool* – лазурний басейн;
- *Black as night* – глибокий чорний;
- *Black diamond* – чорний діамант;
- *Black ice* – мерехтлива безодня;
- *Black night* – чорна ніч;
- *Black pearl*– чорна перлина;
- *Blue jeans* – блакитний джинс;
- *Blue my mind* – синій дайвінг;
- *Blue wave* – блакитна хвиля;
- *Boldest black* – чорніше чорного;
- *Brown sugar* – коричневий цукор.
- *Cosmic blue* – космічний синій;
- *Fresh cut greens* – весняний день;
- *Green flash*– смарагдовий спалах;
- *Green rain forest* – зелені тропіки
- *Grey cement*– мокрий сірий;
- *Grey diamond* – ніжний діамант;
- *Icy purple* – фіолетовий лід;
- *Inky blue* – насичений синій;
- *Light blue*– світло-блакитний;
- *Purple star* – вечірня зоря;

- *Red velvet* – оксамитовий червоний;
- *Rose gold* – рожеве золото;
- *Rosy flash* – рожевий спалах;
- *Satinbrightrose* – яскрава сатинова троянда;
- *Saturn grey* – сірий сатурн;
- *Silver spoon* – фамільне срібло;
- *Sophisticatedviolets* – витончений фіолетовий;
- *Starry night blue* – зіркова ніч;
- *Turquoise water* – бірюза;
- *Twilight blue* – глибокі сутінки;
- *Vivid violet* – яскравий ультрамарин;
- *Wide eye white* – перший сніг[44,45,46,47,48].

Серед відтінків тіней частіше зустрічаються такі, як *blue* та *black*. Це дає змогу зробити висновок, що ці кольори зараз є сучасними та широко вживаними.

Структура та зміст жіночих журналів передбачає все більше скорочення обсягу вербальної частини повідомлення, однак його інформаційна значимість при цьому, навпаки, зростає. Назва кольору в фешн-індустрії призвана виконувати не первинну – референтну – функцію, а бути предметом маніпуляції, формуючи в читацької аудиторії попит на вказані в журналах товари. Основним виявом цієї тенденції можна вважати появу назв кольорів, співвідносних з речами, яких не існує в природі. Аналіз вживання кольороназв виявив, що лексеми на позначення основних кольорів належать до рідковживаних. Причина цього більш за все є в їхньому мінімальному оцінно-емоційному потенціалі.

Окрім того кольороназви можуть викликати різні смакові асоціації: вони можуть бути кислими та солодкими, гіркими або соленими.

Наприклад, у журналі «Der Tagespiegel» зустрічаються кольороназви англійського походження, пов'язані саме зі смаком.

«In der geöffneten Zufluchtsort mit Wärmeofen, Wolle und Steppdecken, gibt es aus Zutaten der Ostalb das Menü "Feuer und Rauch" in fünf Gängen auf gewohnt hohem Niveau (50 Euro/ Person): rote Suppe, geräucherte Buckellachs mit Orangenbeize, Rote Bete mit Beermarinade, Oystersauce mit Holundersaft, Kartoffelstampf mit Paprikawurst von Bauer Hartmut und flambierte Apfelbeignets mit aufgeschlagener Yellowsauce» [37].

У даному випадку словосполучення *purple Zwiebel* (фіолетова цибуля) вживається для підкреслення солодкуватого смаку червоної цибулі. Хоча раніше в текстах публіцистичних статей частіше вживалось значення *roter Zwiebel*.

А слово «*Yellowsauce*» означає жовтий соус. Судячи з назви, можемо зробити висновок, що це може бути соус із жовтків, такий, як наприклад, Голандез, але він частіше використовується з гарячими основними стравами, а в нашому контексті мається на увазі саме соус для десерту, тому це може бути звичайний соус із спілої груші, адже він смакує разом з «*Apfelbeignets*» (яблучні оладки).

«Während das Schweinchen brutzelt, püriere in einem Küchenmixer die eingeweichten Chilis und Paprika mit dem Zitronensaft, dem Essig, Paste und etwas Salz, bis du eine glatte Salsa hast. Mit dieser redchili Salsa löschst du jetzt den Schweinebauch ab, dann den Deckel auf den Topf und bei schwacher Hitze 4 Stunden köcheln lassen» [38].

А у цьому випадку слово «*redchili*» вживається для підкреслення гірко-гострого смаку перцю чилі, що додається до сальси. Тобто кольороназва англійського походження «*red*» (червоний) означає пекельно-гострий смак.

«Wir sehen rot ... gelb-rot! Denn von der Trendfarbe „Tangerine“ können wir gar nicht genug erhalten. Und weil Farbe eher kompliziert zu

kombinieren und zu stylen ist, tragen wir sie nicht auf Shirts oder Kleidern – sondern holen sie in unsere Wohnung» [36].

У цьому прикладі кольороназва *Tangerine* вживається не в сенсі цитрусового фрукта мандарина, а в сенсі помаранчевого кольору, притаманному саме цьому фрукту.

Багато сучасних назв кольорів походять від назв рослин і природних речовин. Довгий час дослідники були в пошуці нових, особливих назв для ледь-ледь помітних відтінків кольорів. Тому не дивно, що кольори мають такі назви (в англійській мові) як: *cinnamon* (кориця), (світло-коричневий), *tangerine* (мандарин), (помаранчевий), *oyster* (устриця), (світло-бежевий), *lime* (колір лайма), *melon* (колір дині), *glacier* (льодовик), (колір льоду), *apple white* (зелений з білим відтінком), *ivory* (відтінок бежевого, що схожий на слонову кістку), *silver* (сріблястий), *chocolate* (колір чорного шоколаду), *amber* (відтінок бурштиун), (жовтий колір) або *aubergine* (баклажани), (червонувато-ліловий) [50, с. 170].

«Im Standard vom 01.07.1986 waren alle Farben außer Point erlaubt, und seit 01.01.1989 waren chocolate und lilac nicht länger erlaubt. 1991 wurde die gegenwärtige Einteilung der Rasse in neun Farbgruppen importiert. Seit 10.01.1994 gibt es einen Extraobjekt im Standard dahingehend, dass alle Farben außer Point, chocolate, lilac, cinnamon and fawn gestattet sind» [39].

У цьому прикладі кольороназви *chocolate*, *cinnamon* вживаються для уточнення відтінків коричневого кольору, аби максимально точно передати окраси диких кішок.

«Blue Latte Macchiato trägt seinen Spitznamen, Schlumpf-Latte, völlig zu recht. Doch wie erscheint die Farbe des It-Getränks und ist das überhaupt gesund? Noch im Frühjahr meinten wir, ein gesunder Latte muss pink sein, und schlürften genüsslich unseren Rote Bete Latte – jetzt verstehen wir: der gesündeste Latte Macchiato dieses Jahres ist schlumpfblau» [42].

У поданому вище прикладі використано одразу дві кольороназви англійського походження: *blue* і *pink*. Кавовий напій набуває синього кольору завдяки водоростям спіруліни – природний засіб детоксикації, що допомагає проти інфекцій, запалень та алергії, зараз є дуже поширеною в Америці. Можливо саме через це використана кольороназва саме англійського походження.

Отже, кольороназви як об'єкт дослідження в публіцистичному тексті вивчаються тільки в психолінгвістичному, перекладознавчому і лінгвокультурологічному аспектах. Можемо проаналізувати якісну і масову пресу, оскільки між цими двома різновидами публіцистичного жанру в останній проміжок часу у зв'язку зі зняттям ідеологічних бар'єрів стали існувати суттєві відмінності, що зацікавлюють дослідників. Утворення нових слів з колоративним компонентом словотворення у пресі є актуальною темою для сучасного мовознавства. Багато вчених вважають тексти масмедійного простору базою поповнення складу сучасних словників.

Тематична група назв кольорів була розширена завдяки назвам кольорів англійського походження: *pink*, *azure*, *red*, *grey*, *purple*, *black*, та ін.. Приклади вживання цих кольорів знаходимо в масмедійних виданнях сучасної Німеччини. Виразитись колір може експліцитно (просто називаючи значення кольору) і імпліцитно (називання предмета, колір якого закріплений в культурі на рівні традиції).

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження ми дійшли наступних висновків:

Колір - це сприйняття. Коли наші очі щось бачать, дані, що надходять від наших очей до нашого мозку, говорять нам, що це певний об'єкт певного кольору. Об'єкти відбивають світло в різних комбінаціях довжин хвиль. Наш мозок підхоплює ці комбінації довжин хвиль і перетворює їх у явище, яке ми називаємо кольором.

Дослідники поділяють кольороназви на основні та другорядні. Назви, що мають давнє походження є основними, вони слугують ядром всієї лексико-семантичної групи кольороназв. Кольороназви, що з'явилися пізніше відносять до назв відтінків основного тону, що показують міру насиченості основного кольору, інтенсивність відтінку, поєднання кольорів і ряд інших ознак. Основним кольороназвам підпорядковані всі інші кольороназви, тобто периферія системи. Ця периферія в різних соціокультурах організована по-різному. Основні або ядерні кольороназви поділяються, в свою чергу, на хроматичні (червоний, оранжевий, жовтий, зелений, блакитний, синій, фіолетовий) й ахроматичні (чорний, білий, сірий).

Актуальна система кольороназв складалася протягом багатьох століть, а колірні відчуття людини піддавалися змінам у процесі історії людського розвитку: від елементарних кольоровідчуттів до високо розвинутого відчуття кольору в сучасної людини. Нині колір прийнято розглядати не як властивість речей, а як суб'єктивне відчуття. Це вимагає ввести інше онтологічне припущення про існування кольору не лише у формі суб'єктивних відчуттів і образів, але й як об'єктивного аспекту реальності, наочної властивості об'єктів.

Універсальна загальна кількість основних кольороназв налічує не більше 11 категорій. В німецькій мові, наприклад, функціонують усі 11 основних колірних термінів, а саме: *weiß, schwarz, rot, grün, gelb, blau, braun, violett, rosa, orangeundgrau*. У науці існують різні підходи до

вивчення кольороназв. Серед них найбільш відомими й актуальними постають: антропологічний, психологічний, лінгвокультурний та гендерний підходи.

Своєрідна особливість журнальної мови виявляється в тому, що в журналі є універсальні мовні аспекти – заголовки, підзаголовки, рубрики. В якості заголовка може бути використане одне слово, поєднання слів, пропозиція, декілька пропозицій і лексичні одиниці з кольороназвами для вираження більшої експресивності. За допомогою кольору з'являються яскраві зорові образи з сухих абстракцій, це додає мовленню барв та емоційно насичує його. Це головна причина частого вжитку кольороназв у художніх та публіцистичних текстах.

Тематична група назв кольорів була розширена завдяки назвам кольорів англійського походження: *pink, azure, red, grey, purple, black*, та ін. Колір може бути виражений експліцитно (шляхом прямого називання кольору): *ideaviolet, mediumbeige* і імпліцитно (шляхом називання предмета, колірна ознака якого закріплена в побуті або культурі на рівні традиції): *cocokiss, peachfizz*.

Деякі кольороназви з англійської мови стали фундаментом для створення лексичних одиниць, визначаючих оригінальні відтінки у світі моди (*cosmic grey, azure pool, orange cream sicle* та ін.), цікаві відтінки в гастрономічному дискурсі (*Blue Latte Macchiato, redchili Salsa, purple Zwiebel*). У лексико-семантичну групу «мода» входять лексичні одиниці, що об'єднані семами «модний одяг» і «косметика».

Розглянувши кольороназви іншомовного походження, що зустрічаються у назвах відтінків губної помади, можна зробити висновок, що більшість кольороназв виражається експліцитно. У представлених прикладах переважає кількість кольороназв *pink* та *red*. Серед відтінків тіней частіше зустрічаються такі, як *blue* та *black*. У назвах парфумів також вживаються кольороназви іншомовного походження. Кольороназви вживаються не для прямого вираження

кольору. У назвах, частіше всього, зашифрований характер аромату. Колір також указує на тип аромату, а в гастрономічному дискурсі на відтінок смаку.

В електронному німецькому масмедійному просторі широко вживаються навіть назви ледь-ледь помітних відтінків, таких, як наприклад *tangerine* (мандариновий), *cinnamon* (світло-коричневий, колір кориці), *aubergine* (темно-синій, колір баклажану), *apple-green* (кислотний зелений). Їхній вжиток пов'язаний з більш точним переданням кольору людському мозку.

Перспектива майбутніх досліджень полягає у зіставному дослідженні кольороназв у англійських і німецьких журналах мод, вживанні кольороназв у фразеологічних одиницях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко Т. В. Специфіка перекладу фразеологізмів з колірною лексикою: веб-сайт.
URL:http://www.confcontact.com/20121220/2_avramenko.htm
2. Белов А. И. Цветовые этноэидемы как объект этнопсихолінгвистики. М.: Прогресс-Традиция, 1988. 157 с.
3. Белый А. Н. Священные цвета. М.: Республика, 1994. 132 с.
4. Берлин Б. А. Основные цвета: Их универсальность и видоизменения. М.: Наука, 1989. 220 с.
5. Брагина А. А. Цветовые определения и формирование новых значений слов и словосочетаний. М.: Наука, 2007. 105 с.
6. Василевич А. П. Цвет и названия цвета в русском языке / А. П. Василевич, С. Н. Кузнецова, С. С. Мищенко. М. : КомКнига, 2005. 216 с.
7. Герасимов М. И. Оранжево-красный или красно-оранжевый? М.: Советская Россия, 1988. 321 с.
8. Голубева Н. П. Какого цвета лазоревый цветок. М.: Советская Россия, 1990. 361 с.
9. Дивина Е. А. Синтагматика семантического поля цвета в русском языке: автореф. канд. дисс М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. 127 с.
10. Жаркынбекова Ш. К. Моделирование концепта как метод выявления этнокультурной специфики. Братислава, 1992. 125 с.
11. Зевахина Н. А. Немецкие сложные прилагательные в словаре и в дискурсе. Москва, 2006. С. 22 – 28.
12. Кантемір С. О. Синтагматичні та парадигматичні властивості прикметників кольору в німецькій мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук :10.02.04. «Германські мови». Одеса, 2003. 22с.

13. Керимов Р. Д. Текстильные концептуальные метафоры в политическом дискурсе ФРГ. *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2007. С. 96-107.
14. Ковбасюк Л. А. Семантичний та функціональний аспекти одиниць вторинної номінації з компонентом «кольороназва» в сучасній німецькій мові: дис. канд. філол. наук.: 10.02.04. Херсон, 2004. 214 с.
15. Краснянский В. В. Представление цветовых сложений в однотономном толковом словаре русского языка. М.: Наука, 1996. 265 с.
16. Критенко А. П. Семантична структура назв кольорів в українській мові. *Мовознавство*. 1967. № 4. С. 97–112.
17. Кукушкин В. С. Цвет и свет в жизни учащихся. М.: Советская Россия, 1998. 76 с.
18. Купер М. Как понимать язык цвета. – М.: Эксмо, 2004. – 144 с.
19. Лакофф Дж. Е. Метафоры, которыми мы живём. Теории метафоры. М.: Наука, 1990. 415 с.
20. Лисиця В. Т. Колірні моделі та закони поширення світла : навчально-методичний посібник для студентів механіко-математичного факультету, спеціальність «інформатика». Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 82 с.
21. Люшер М.А. Магия цвета. Харьков: Свитовид, 1996. 232 с.
22. Макеенко И. В. Семантика цвета в разноструктурных языках: автореферат канд. дисс. М.: Наука, 1999. 20 с.
23. Мельник В., Качан О. Ю. Лінгвокультурологічний аспект кольороназви «чорний» (на матеріалі фразеологізмів) Слово і речення: синтактика, семантика, прагматика : матер. Міжнар. наук. конф. К., 2013. С. 284–288.
24. Мужикова О. М. Концепты цвета в картине мира английского слэнга: дис. канд. филол. наук: 10.02.04. Кемерово , 2016. 203 с.

25. Насибуллина Ф. Ф. Колоративная лексика и её функционирование в рекламах интерьера: на русском и немецком языках: дис. канд. филол. наук: 10.02.20. Казань, 2010. 238 с.
26. Нелюбова М.В. Психологія кольору (Авторський курс лекцій): веб-сайт. URL: http://old.eskaro.ua/shkola_krasok/
27. Ніколаєва Н. М. Проблема кольоропозначень в мові преси. Нова філологія: зб. наук. пр. Запоріжжя, 2012. № 48. С. 115-117
28. Порожнюк А. Чорна барва в мовній палітрі. *Урок української*. 2000. №1. С. 28–29.
29. Сорокотяга І.В. Англійські кольороназви в сучасній німецькій публіцистиці. *Магістерські студії*, 2020. С. 203-206
30. Усанкова Н. В. О семантических коннотациях цветообозначений. Калининград : [б. и.], 2001. С. 118–129
31. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. В 4 т. Т. 3 / под ред. и с предисл. Б. А. Ларина. 2-е изд., стер. М. : Прогресс, 1986. 827 с.
32. Чистякова Г. В. Словообразовательные потенции номинантов концептов цвета (на примере концептов yellow и жёлтый). Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Челябинск, 2009. № 10. С 151-156.
33. Шепель О. А. Передумови вживання фразеологізмів з компонентом кольору та особливості їхнього сприйняття: веб-сайт. URL: <http://periodicals.karazin.ua/philology/article/>
34. Ялтырь В. Д., Ялтырь М. В. Еще раз о гендере. *Молодой ученый*. М.: 2015. №19. С. 709-713.
35. Ярцева В. Н. Взаимоотношение грамматики и лексики в системе языка. М.: Советская Россия, 1968. 273 с.
36. Alexandra Link. *Elle*. München, 2019. № 2
37. Brinkbäumer und Harms. *Der Tagesspiegel*. Berlin, 2020 №1
38. Brinkbäumer und Harms. *Der Tagesspiegel*. Berlin, 2020 №10

39. Brinkbäumer und Harms. Der Tagesspiegel. Berlin, 2020 №2
40. Brinkbäumer und Harms. Der Tagesspiegel. Berlin, 2020 №3
41. Brinkbäumer und Harms. Der Tagesspiegel. Berlin, 2020 №7
42. Brinkbäumer und Harms. Der Tagesspiegel. Berlin, 2020 №8
43. Dilek Hanif . Vogue. Hamburg, 2019. №1
44. Dr. Hubert Burda. InStyle. München, 2019. № 1.
45. Dr. Hubert Burda. InStyle. München, 2019. № 11
46. Dr. Hubert Burda. InStyle. München, 2019. № 3
47. Dr. Hubert Burda. InStyle. München, 2019. № 4
48. Dr. Hubert Burda. InStyle. München, 2019. № 7
49. English Language Dictionary. L.&Glasgow: Collins COBUILD, 1992. 1703 p.
50. Steinval A. English Colour Terms in Context. Umeå : Umeå Universitet, 2002. 277 p.
51. Wolf F. Lexikon der Redensarten. Herkunft und Bedeutung deutscher Redewendungen. München, 2008, 937 S.