

политической позиции, в то время как качество предмета не столь важно. Поэтому прилагательные, как правило, остаются безударными и присоединяются в качестве клитик к ударному существительному. Например: (1) *ich be'gann / die kapi,talmarktpolitische Exper'tise / im JWF'aufzubauen* – Хорст Кюлер; 2) *für die'Bundesregierung / ge'hören / starke atlantische'Sicherheitspartnerschaft / 'untrennbar / zu'sammen* (Ангела Меркель).

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что ритм речи играет чрезвычайно важную роль в формировании выразительности политического выступления и может быть отнесен к ключевым аспектам риторического мастерства оратора. Понимание механизмов формирования ритмического рисунка политического выступления невозможно без глубокого анализа ритмогруппы, как базовой единицы ритма, поскольку, как показало исследование, реализация именно этой ритмической единицы непосредственно связана с семантикой и прагматикой выступления.

Литература

1. Златоустова, Л.В. Фонетические единицы русской речи / Л.В. Златоустова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 108 с.
2. Калита, А.А. Система фонетичних засобів актуалізації смислу висловлювання (експериментально-фонетичне дослідження англійського емоційного мовлення): дис. ... докт. філол. наук: 10.02.04 / А.А. Калита. – К.: КНЛУ, 2002. – 566 с.
3. Нагорна, Л.П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / Л.П. Нагорна. – К.: Світосгляд, 2005. – 315 с.
4. Родионова, О.С. Интонационная система – компонент системы языка / О.С. Родионова. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2001. – 132 с.

Гончаренко Е.А.

Белорусский государственный университет, Минск
Науч. рук. – канд. психол. наук, доцент О.И. Уланович

ЦВЕТСИМВОЛИЗМ В КУЛЬТУРЕ И ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Язык сам по себе является отражением ментальности и мировоззрения любого народа. Из этого следует, что язык и культура неразрывно связаны в своем развитии, что и предопределяет комплексное рассмотрение их генезиса и эволюции. Как отмечает С.В. Кулинская: «Каждая языковая личность существует в пространстве языковой и концептуальной картин мира в формах общественного сознания» [3, с. 4]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что языковая и концептуальная картины мира тесно взаимосвязаны и являются

основой отношения человека к миру, устанавливая правила и нормы коммуникативного поведения.

Языковая картина мира – это активно используемое понятие в лингвистике, введенное в научный обиход Л. Вайсгербером. Языковая картина мира может быть определена как отражённый средствами языка образ реальности в сознании личности, модель интегрального знания о концептуальной системе представлений, репрезентируемых языком [1, с. 271].

В соответствии с определением В.И. Постоваловой, концептуальная картина мира – это глобальный образ мира, существующий в сознании какого-либо социума в определенный период его истории и лежащий в основе мировидения человека [4]. «Концептуальная картина мира определяет основу индивидуального и общественного сознания. Полнота знаний, их специфика отличаются не только у людей разных культур, но и у представителей одной культуры. Кроме того, говорящие на разных языках могут иметь близкие при определенных условиях концептуальные картины мира, а говорящие на одном языке – разные. Следовательно, в концептуальной картине мира осуществляется взаимодействие общечеловеческого, национального и личностного» [6, с. 47].

Триада категорий «язык–человек–культура» плотно переплетается с понятием «цвет» и цветовым кодом. Важным фактором действительности, который определяет индивидуальные и национальные особенности языковой личности являются названия цветов. Цветосимволизм является неотъемлемой частью культуры и языковой картины мира. За счет цветосимволизма люди мира воспринимают реальность, окружающую их, так или иначе, с теми или иными оценками и отношением. В цветообозначениях подсознательно закодирована модель мира в целом. Цветовой образ накапливает определенную совокупность свойств разнообразных предметов, что позволяет цветовой палитре быть одним из наиболее универсальных языков для всего человечества, на котором мы говорим и думаем. Помимо этого, цвет ассоциируется с обычаями и традициями лингвокультуры, с социальным статусом и духовным миром человека.

Рассматривая генезис интереса к феномену цвета, Т.М. Потоккина отмечает: «Понятие цвета становятся предметом внимания и размышления уже у античных философов, но Демокрит, Аристотель, Платон, рассматривают цвет еще с мифологических позиций, в духе того времени. Естественнонаучную основу понимания природы цветов впервые в XVII в. вводит И. Ньютон». Далее теоретическое осмысление феномена цвета находит свое воплощение в живописи, в архитектурной

композиции, в философско-культурологической парадигме и, конечно же, в языке [5, с. 4.]

Цвета в природе создают разнообразные ассоциации в подсознании отдельных народов, что подталкивает нации к объединению в единое культурное пространство. Такие цвета в окружающем мире как *зеленый, голубой, синий, коричневый, серый* считаются символами умиротворения, спокойствия, безмятежности. Вовсе не случайно цвет *индиго*, который весьма редко встречается в природной среде, выступает ассоциативным показателем высшего интеллектуального развития. Яркие цвета, такие как *красный, оранжевый, ярко желтый* и *терракотовый* ассоциируются с чем-то эксцентричным, радостным, праздничным и, в целом, с не повседневным событием.

Этнические костюмы народов мира не случайно изобилуют красками: они выражают эмоциональное состояние народа, его стремление к полной, счастливой и беззаботной жизни. Весьма намеренно представители духовенства в своих одеяниях используют *черный* и *белый* цвета. Черный является цветом тайнства, печали, отказа от земных благ. А белый, в свою очередь, символизирует чистоту и невинность.

Явления природы и общества также обладают колоративной составляющей. Каждая пора года имеет характерную ей цветовую гамму, которая выражает настроение, образ, отношение, оценку: зима – *белая*, весна – *зеленая*, лето – *желтое*, а осень – *оранжево-коричневая* пора года.

Если мы обратимся к истории, то можем заметить, что цветосимволизм в диахроническом ракурсе развития общества формирует идеологический и политический контекст. Каждая историческая эпоха может быть охарактеризована в терминах цветовых ассоциаций: *серый* – пуританство английских протестантов XVI–XVII вв., *пурпурный* цвет – символ эпохи Древнего Рима. Эпоха пробуждения и просветления буддийских монахов ассоциируется с *оранжевым* цветом – символом солнца и священного красного огня.

Вся истории бывшего Советского Союза окрашена в *красный* цвет символики большевизма. Во время гражданской войны в России произошел раскол общества на *красных* и *белых*, что указывало на различия в политических убеждениях. В Ирландии широко известно протестантское братство *оранжистов*, «использующих оранжевый цвет в качестве своего символа», а также популярно движение ирландских националистов, «собирающих своих сторонников под зеленые знамена святого Патрика» [7]. Показателен в политическом контексте и феномен так называемых цветных революций в Европе: пурпурная революция

в Ираке (2003–2005), революция роз в Грузии (2003), оранжевая революция на Украине (2004), зеленая революция в Иране (2009–2011), сиреневая революция в Молдавии (2009) и др.

Сегодня политические партии имеют свой цвет. Так, в Германии политический цветосимволизм особенно нагляден: *красный* цвет символизирует социал-демократическую партию Германии, *черный* – христианско-демократический союз, *желтый* – символ свободной демократической партии, а *зеленый* – партии Зеленых. Любое массовое политическое мероприятие всегда проходит с обширным использованием цветных атрибутов: эмблем, бейсболок, маек, плакатов и т. п., которые служат для объединения членов и единомышленников политических движений, равно как и для демонстрации собственного авторитета.

В современном мире спортивные клубы также активно используют цветосимволизм в эмблемах и экипировке игроков, что позволяет наладить прочную ассоциативную связь между используемыми цветами и организациями. Спортивная цветосимволика основательно вошла в обиход, поэтому репортеры и комментаторы называют команды просто по цветам их атрибутов, а болельщики выражают свою преданность любимой команде ношением шарфов соответствующего цвета. Так, например, английская футбольная команда Челси неофициально называется «синие», белорусская хоккейная команда Динамо-Минск – «бело-синие», Реал Мадрид – «сливочные», команда Барселоны – «сине-гранатовые», а Манчестер Юнайтед – «красные дьяволы».

Цветосимволизм дополняется мифологическими, религиозными и эстетическими воззрениями, где выбор цветов предопределен более широкими символическими представлениями о назначении каждого оттенка: *белый* символизирует святость, невинность и чистоту, *серый* – смирение и триумф духа над плотью, *коричневый* – отречение от мирского; *зеленый* акцентирует триумф жизни над смертью, надежду на воскрешение, *синий* – цвет небес, божественной любви и истины, *сиреневый* – символ страдания и покаяния.

Цветосимволизм у разных народов зачастую имеет сходную эмоциональную нагрузку, что говорит о схожем восприятии окружающего мира. Если рассмотреть такие разные по своим этническим форматам народы, как русские и англосаксы, то можно заметить множество совпадений в использовании цветовых образов: «blue blood» – «голубая кровь», «he's still green» – «молодо-зелено», «green with envy» – «позеленеть от злости».

Однако существуют и различия в семантическом толковании цветов в различных культурных группах. Англичане ассоциируют *желтый* цвет с трусостью, а у русских считается, что *желтый* цвет символизирует измену. Тем не менее, английское выражение «yellow press», которое обозначает «желтая пресса», вошло в русский обиход и употребляется с тем же значением что и в английском.

Система цветообозначений в языке является особо значимой в языковой картине мира, поскольку цвет выступает важнейшей составляющей всей зрительной информации. С помощью цветообозначений в языке отражаются и закрепляются абстрактные понятия, которые существуют в языковом сознании народа и детерминированы особыми условиями его жизни, историческим и идеологическим контекстом. Цветовая значимость формируется посредством ассоциирования цветовых определений «как с миром окружающей человека природы, так и с конкретными историческими фактами и событиями, с национально-культурным контекстом» [3, с. 4]. Слова-колоризмы, как отмечает С.В. Кулинская, «несут в себе культурно-значимую информацию об определенном народе, помогают показать взаимоотношения человека в обществе, увидеть национальные и культурные особенности <...> социумов», уяснить этномаркированность концептуально-языковой картины мира [3, с. 5]. Эту мысль акцентирует Е.В. Воевода в следующем утверждении: «С точки зрения физики и физиологии цветовосприятие у всех людей должно быть одинаковым, однако носители разных культур по-разному воспринимают цвет» [2, с. 113].

Таким образом, цвет сам по себе несет огромную смысловую нагрузку, которая корнями уходит в историю народа, при этом характер восприятия цвета имеет сходства и различия в разных культурах, что предопределяет сходства и отличия цветосимволического отображения в языках. Проблема изучения символичности цветообозначения является объектом междисциплинарных исследований. Особый исследовательский интерес вызывает изучение и интерпретация роли цветообозначений в процессах миропонимания, человеческого самопознания, рефлексии и самооценки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бердникова, Д.В. Языковая картина мира как часть концептуальной картины мира / Д.В. Бердникова // Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в неязыковых вузах: материалы науч.-метод. конф., Москва, 10 апр. 2010 г.; отв. ред. Е.Ю. Петрова. – М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2012. – С. 271-278.
2. Воевода, Е.В. Цветовосприятие и ассоциативные поля в русском и английском языках / Е.В. Воевода // Научный Вестник ВГАСУ. – 2012. – № 2. – С. 113-123.

3. Кулинская, С.В. Цветовые обозначения: национально-культурные особенности функционирования (на материале фразеологии и художественных текстов русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Краснодар, 2002. – 25 с.
4. Постовалова, В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира: монография. – М.: Наука, 1988. – С. 8-69.
5. Потокина, Т.М. Цветовое структурирование социального пространства: автореф. ... канд. философ. наук: 24.00.01. – Волгоград, 2010. – 28 с.
6. Самигулина, Ф.Г. Концептуальная картина мира и специфика ее формирования / Ф.Г. Самигулина // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. – 2010. – Вып. 2. – С. 46-50.
7. Шепелева, И.М. Цветовая палитра как важнейший фактор формирования самосознания нации / И.М. Шепелева // Лингвострановедение: методы анализа, технология обучения: материалы IX межвуз. науч. семинара, Москва, 15-16 июня 2011 г. – М.: МГИМО-Университет, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.mgimo.ru/files2/2012_07/up5/file_73282d92eb32cffdcd5d2d3133ba603e.pdf. – Дата доступа: 14.05.2016.

Гринева М.С.

*Калужский государственный университет
им. К.Э. Циолковского, Калуга*

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПСИХОТЕРАПЕВТА: ВЕРБАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

На современном этапе развития лингвистики значительное количество исследований выполняется с позиций «личностного» подхода, который состоит в переходе от «изучения общих свойств коммуникации, сознания, речевого поведения к попыткам определения своеобразия коммуникативных проявлений, которые присущи либо социальной группе, либо являются характеристиками отдельно взятого индивида» [5, с. 12]. Как подчеркивает Т.Г. Винокур, в рамках социально-психологического подхода к коммуникации общение предстает как «реальное использование языка реальными людьми в многообразии реальных жизненных ситуаций» [2, с. 18].

Ю.Н. Караулов определяет понятие «языковая личность» (далее – ЯЛ) как «личность, выраженную в языке (текстах) и через язык, <...> реконструированную в основных своих чертах на базе языковых средств» [4, с. 38]. По мысли Г.И. Богина, ЯЛ – это «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» [1, с. 1].

Личностный подход находит применение в изучении дискурсов, производимых субъектами профессиональной деятельности